

I FEEL
SLOVENIA



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

STRATEGIJA SLOVENSKEGA TURIZMA 2022-2028

KRATKA PREDSTAVITEV

PKF tourismexperts GmbH in skupina strokovnjakov

Maj 2022; dokument potrjen na Vladi RS dne 10. maja 2022

Sklop 01

ANALIZA STANJA



POGLAVJE 1:
Analiza in diagnoza stanja

POGLAVJE 2:
Mednarodna primerjalna analiza

POGLAVJE 3:
SWOT analiza

POGLAVJE 4:
Scenariji razvoja turizma
z analizo izgubljenih koristi

Sklop 02

VIZIJA



POGLAVJE 5:
Izbran scenarij,
na osnovi katerega
so opredeljeni ključni
elementi prihodnjega
razvojnega koncepta:

**Vizija,
poslanstvo in
cilji razvoja
slovenskega
turizma**

Sklop 03

STRATEGIJA



POGLAVJE 6:
Ukrepi po politikah

7 KLJUČNIH POLITIK:

1. Naložbe in podjetniško okolje
2. Javna infrastruktura in dediščina za turistični ambient
3. Človeški viri
4. Trajnost in ZSST
5. Dostopnost in mobilnost
6. Upravljanje destinacij in povezovanje turizma
7. Produkti in trženje

3 HORIZONTALNE POLITIKE:

8. Digitalna preobrazba slovenskega turizma
9. Usmeritve politike na zakonodajnem in finančnem področju
10. Institucionalni okvir in horizontalno medresorsko upravljanje in usklajevanje

Sklop 04

AKCIJSKI NAČRT



POGLAVJE 7:
**Ukrepi in
akcijski načrt**
za uresničitvev SST
2022-2028

POGLAVJE 8:
Finančni načrt
za uresničitvev SST
2022-2028

Sklop 05

SPREMLJANJE & VREDNOTENJE



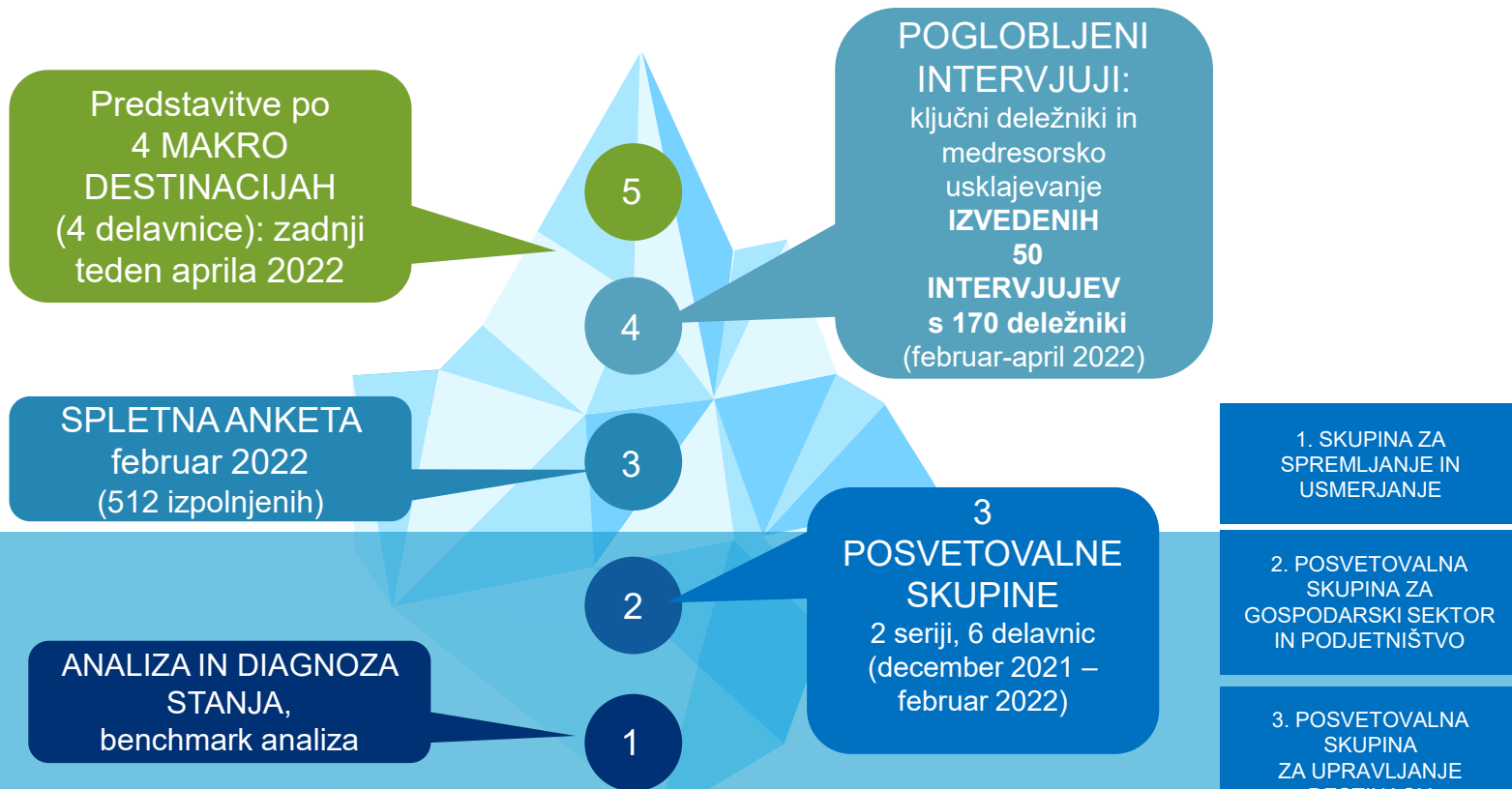
POGLAVJE 9:
**Vrednotenje,
spremljanje in
organiziranje**
izvajanja strategije

POGLAVJE 10:
Zaključna priporočila
za uspešno
realizacijo strategije

12 ključnih izzivov > 5 strateških ciljev > 20 razvojnih ciljev > 7 ključnih politik + 3 horizontalne politike

= 94 ukrepov

PROCES PRIPRAVE SST 2022–2028



Evalvacija izvajanja in doseganja ciljev STRST 2017–2021 in
smernice za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022–2028 (MGRT, 2021)

I FEEL
SLOVENIA

STANJE & KLJUČNI IZZIVI



KAKO USPEŠNI SMO BILI PRI REALIZACIJI STRST 2017-2021

	#	Ključni razvojni cilji 2021	Realizacija 2019	% realizacije
	1	Priliv iz naslova izvoza potovanj: 3,7 do 4 milijarde EUR	2,75 milijarde EUR	 69 - 74
	2	5 – 5,5 milijona turističnih obiskov	6,2 milijona	 113 - 125
	3	16–18 milijonov nočitev	15,8 milijona	 88 - 99
	4	Povprečna dolžina bivanja 3,1–3,4 dneva	2,5	 74 - 82
	5	18.000 do 22.000 novih sob, od tega v hotelskem sektorju 8.500 prenovljenih in 6.500 novih sob	+ 10.227 glede na 2015, od tega rast v hotelih le + 0,3 %	 47 - 57
	6	Povečanje zaposlovanja za polni delovni čas v turističnem sektorju na 12.000 zaposlenih	11.086 (delovne ure, sektor I55 - gostinska dejavnost)	 92

1

Ponudba zaostaja
za obljubo zelene
butične Slovenije

2

**Nizka dodana
vrednost**

3

Kadri
(obseg, kompetence,
pogoji)

4

**Učinkovitost
upravljanja**
(na destinacijski in podjetniški ravni) in
prešibko podatkovno podprto
odločanje

5

**Odvisnost turizma od
drugih dejavnosti**
(povezovanje in sinergije znotraj
panoge in med sektorji)

6

**Porušeno ravnotežje
turizem-okolje-prebivalci**
(koncentracija, intenziteta,
nosilna zmogljivost)

7

**Visoka
sezonskost**

8

**Slovenija zelo omejeno
nagovarja zahtevnejše**
segmente in
ciljno trži izven poletja

9

**Pomanjkanje
avtentičnih (kulturnih)**
elementov v turistični ponudbi
in podobi (urejenost ambianta)

10

**Zaostajanje v
mednarodni
konkurenčnosti**

11

Trendi
v novi normalnosti

12

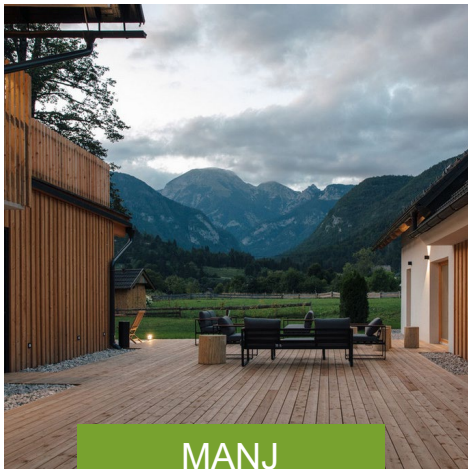
Podnebna, zdravstvena,
varstvena in druga
globalna tveganja

I FEEL
SLOVENIA

RAZVOJNI SCENARIJ



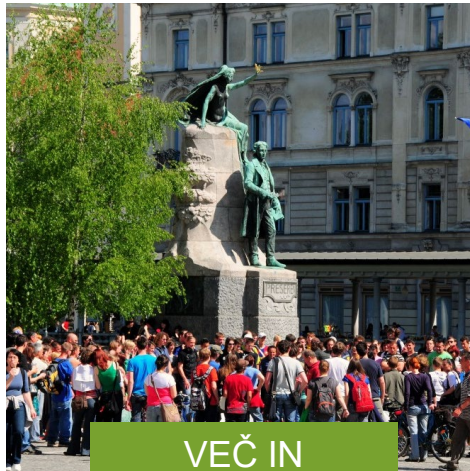
TRIJE SCENARIJI RAZVOJA TURIZMA



MANJ
JE VEČ
„Butično“

Zaostajanje v kvantitativni rasti ob popolnem osredotočenju na kakovost in dodano vrednost

SCENARIJ 1



VEČ IN
ŠE VEČ
„Množično“

Nadaljnje pospeševanje kvantitativne rasti ob stagnaciji ali zaostajanju kakovosti

SCENARIJ 2

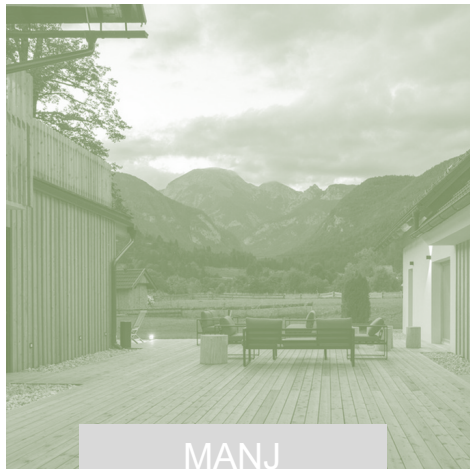


NEKAJ VEČ IN
VELIKO BOLJE
„Uravnoteženo“

Zmerna kvantitativna rast ob pospešeni rasti kakovosti in dodane vrednosti

SCENARIJ 3

MED TREMI SCENARIJI RAZVOJA TURIZMA SMO SE ODLOČILI ZA SCENARIJ 3



MANJ
JE VEČ
„Butično“

Zaostajanje v kvantitativni
rasti ob popolnem
osredotočenju na kakovost in
dodano vrednost

SCENARIJ 1



VEČ IN
ŠE VEČ
„Množično“

Nadaljnje pospeševanje
kvantitativne rasti ob stagnaciji
ali zaostajanju kakovosti

SCENARIJ 2



NEKAJ VEČ IN
VELIKO BOLJE
„Uravnoteženo“

Zmerna kvantitativna rast ob
pospešeni rasti kakovosti in
dodane vrednosti

SCENARIJ 3

Zmerna kvantitativna rast ob pospešeni rasti kakovosti in dodane vrednosti

- **Kvantitativna rast** obsega ponudbe in količine povpraševanja je **zmerna**. Ne dosega stopenj rasti v preteklem obdobju.
- Rast obsega turističnih kapacitet intenzivnejša na področju **hotelskih in podobnih kapacitet** in nižja na rasti enostavnejših nastanitvenih kapacitet.
- Naložbe v turistični dejavnosti **predvsem v prenove in izboljšanje kakovosti obstoječih kapacitet, zmerno v novogradnje**.
- Poudarek na **dvigu kakovosti storitev**, objektov in infrastrukture. Pri človeškem dejavniku poudarek na dvigu kakovosti človeškega dejavnika ob zmernem zagotavljanju obsega kadrov.
- Prihodi, prenočitve in zasedenost kapacitet **zmerno naraščajo**.
- Trženje na zahtevnejše segmente in trge s srednjo in srednje do višjo kupno močjo in **doseganje ravni višjih povprečnih doseženih cen**.

NEKAJ VEČ IN VELIKO
BOLJE
„Uravnoteženo“



KAZALNIKI 2019 IN 2028 PO SCENARIJIH

Kategorija oz. kazalnik razvoja	2019	SCENARIJ 1	SCENARIJ 2	SCENARIJ 3
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v gospodarstvu iz naslova turistične potrošnje:	3,2 mrd EUR	4,1 mrd EUR	4,3 mrd EUR	4,7 mrd EUR
Skupaj vsi prihodki iz naslova dejavnosti Gostinstva in igralništva	2,3 mrd EUR	2,8 mrd EUR	3,0 mrd EUR	3,2 mrd EUR
Skupaj dodana vrednost v celotni dejavnosti gostinstva in igralništva	0,92 mrd EUR	1,16 mrd EUR	1,19 mrd EUR	1,31 mrd EUR
Dodana vrednost na zaposlenega v celotni dejavnosti gostinstva in igralništva	29.313 EUR	35.482 EUR	33.350 EUR	38.429 EUR
Dodana vrednost na zaposlenega v celotni nastanitveni dejavnosti I 55:	36.326 EUR	52.287 EUR	49.830 EUR	59.618 EUR
Prihodki iz poslovanja na realizirano prenočitev (RevPOR) v celotni dejavnosti I 55	85 EUR	132 EUR	99 EUR	130 EUR
Prilivi z naslova izvoza turističnih potovanj:	2,8 mrd EUR	3,3 mrd EUR	3,9 mrd EUR	3,9 mrd EUR
Delež vseh turističnih in s turizmom povezanih dejavnosti v BDP Slovenije	6,5%	6,4%	6,8%	7,5%
Skupaj število zaposlenih, ki jih generira turistično povpraševanje	44.730	49.540	54.349	53.266
Skupaj število zaposlenih v dejavnosti I 55.100	8.700	9.098	9.705	9.531
Skupaj število zaposlenih v dejavnosti I 55	9.200	9.973	10.829	10.378
Skupaj število zaposlenih v dejavnosti I 56	19.700	20.284	22.384	21.206
Število vseh prenočitev	15,8 mil	14,4 mil	18,4 mil	17,1 mil
Število prihodov vseh gostov	6,2 mil	4,7 mil	6,7 mil	5,6 mil
Povprečna doba bivanja vseh turistov	2,5 dni	3,0 dni	2,8 dni	3,0 dni
Skupaj dodatno število vseh turističnih enot/sob (glede na stanje v letu 2020)		2.572 sob/enot	15.025 sob/enot	4.425 sob/enot
Število dodatnih sob v hotelih in podobnih obratih		1.313 sob/enot	3.151 sob/enot	2.626 sob/enot
Število dodatnih sob v vseh drugih vrstah kapacitet		1.259 sob/enot	11.874 sob/enot	1.799 sob/enot
Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v vseh osrednjih turističnih dejavnostih I 55, I 56 in R 92.001 v celotnem obdobju (2022-2028)		1,3 mrd EUR	2,1 mrd EUR	1,5 mrd EUR

KAZALNIKI 2019 IN 2028 PO SCENARIJIH

Kategorija oz. kazalnik razvoja	2019	SCENARIJ 1	SCENARIJ 2	SCENARIJ 3
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / 100 prebivalcev (pvp EU '19 = 7)	8,2	8,1	9,9	8,4
Gostota turistične dejavnosti v državi (štev. vseh nočitev/dan/km2, pvp.EU'19=2,2)	2,1	1,94	2,49	2,31
Intenzivnost turistične dejavnosti v državi (štev. vseh nočitev/100 prebival./dan, pvp EU'19=2,7):	2,1	1,89	2,42	2,25
Ogljični odtis iz celotne nastanitvene dejavnosti (I 55) na nočitev (v kg CO2ekv./prenočitev)	39,9 kgCO2e/nočit.	30,0 kgCO2e/nočit.	36,4 kgCO2e/nočit.	30,3 kgCO2e/nočit.
Celoten ogljični odtis (višina emisij TGP) generiran iz celotne turistične dejavnosti v letu (v kt CO2ekv.)	1.255 kt CO2e	1.058 kt CO2e	1.443 kt CO2e	1.242 kt CO2e
Ogljični odtis celotne turistične dejavnosti na enoto (1 EUR) BDP turizma (v kg CO2ekv./EUR)	0,40 kgCO2e/EUR	0,26 kgCO2e/EUR	0,33 kgCO2e/EUR	0,26 kgCO2e/EUR
Ogljični odtis celotne turistične dejavnosti na enoto (1 EUR) dodane vrednosti (v kg CO2ekv./EUR)	0,96 kgCO2e/EUR	0,59 kgCO2e/EUR	0,79 kgCO2e/EUR	0,60 kgCO2e/EUR

V pretekli strategiji STRST 2017-2021 smo imeli predvsem temeljne kvantitativne kazalnike uspešnosti, v novem strateškem obdobju v skladu z izbranim uravnoteženim scenarijem

uvajamo t.i. „nove“ kazalnike uspešnosti,
na vseh stebrih trajnosti:

Poslovno-finančni vidik | Družbeni vidik | Ekonomski vidik |
Okoljsko-podnebni vidik | Organizacijski vidik

I FEEL
SLOVENIA

VIZIJA





I FEEL
SLOVENIA

#VIZIJA
SLOVENIJE
(STRST 2017-
2021)

Slovenija je

ZELENA BUTIČNA

destinacija za

5-ZVEZDIČNA DOŽIVETJA

ŠIRŠI ZAPIS VIZIJE:

Globalna zelena butična destinacija za
zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika
in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.

Uresničevanje vizije: Večina respondentov
meni, da je Slovenija pomembno
napredovala pri uresničevanju zelene,
aktivne in zdrave pozicije in boljši globalni
prepoznavnosti, manjši napredek pa pri
kategorijah, ki predpostavljajo večjo dodano
vrednost – butičnost in »petzvezdična
doživetja«.

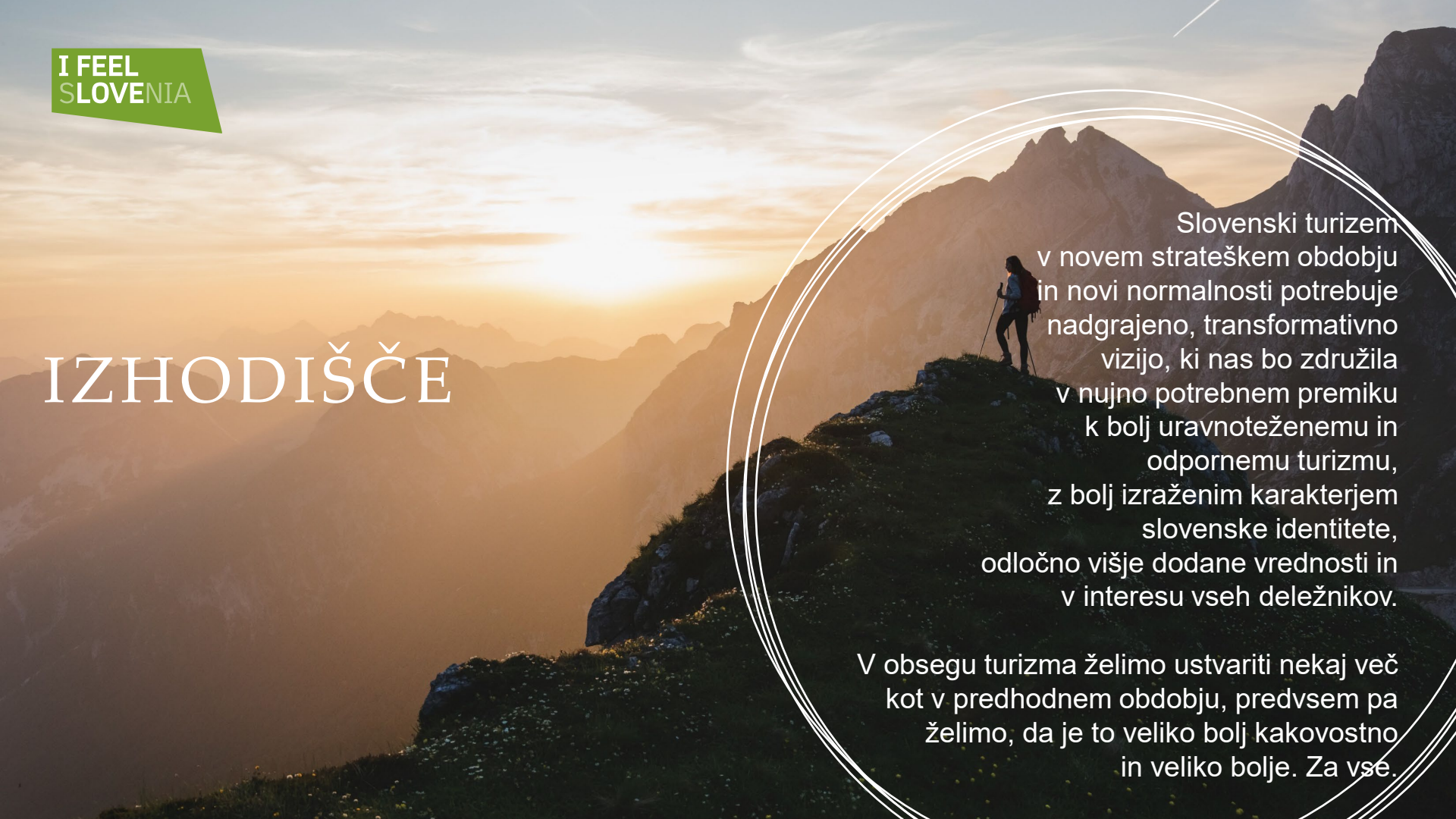
Priporočilo evalvacije (MGRT, 2021):

Primernost vizije za novo obdobje: velika
večina v anketi ocenjuje, da je zastavljena
vizija z manjšimi spremembami primerna
tudi za naprej (43 %);
Potrebna intervencija na ponudbeni strani.

(Vir: Evalvacijska spletna anketa, januar,
2021, N= 265)

I FEEL
SLOVENIA

IZHODIŠČE



Slovenski turizem
v novem strateškem obdobju
in novi normalnosti potrebuje
nadgrajeno, transformativno
vizijo, ki nas bo združila
v nujno potrebnem premiku
k bolj uravnoteženemu in
odpornemu turizmu,
z bolj izraženim karakterjem
slovenske identitete,
odločno višje dodane vrednosti in
v interesu vseh deležnikov.

V obsegu turizma želimo ustvariti nekaj več
kot v predhodnem obdobju, predvsem pa
želimo, da je to veliko bolj kakovostno
in veliko bolje. Za vse.

I FEEL
SLOVENIA

1.
Nadalje krepí
široko sprejet
trajnostni
koncept razvoja
turizma

2.
Usmerjena je
na ponudbeno
stran
(navznoter)
in ne na ciljno
pozicijo
(navzven)

3.
Spodbuja
dvig kakovosti
in povezanosti
v celotni verigi
vrednosti

4.
Vse deležnike
usmerja k
odločno višji
dodani
vrednosti

5.
Poleg vrednot
narave krepí
pomen kulture,
avtentičnosti,
zdravja in
kakovosti
bivanja

ZNAČILNOSTI NADGRAJENE VIZIJE 2028



Še naprej gradimo „zeleno zgodbo“ Slovenije, pri čemer odločno krepimo zeleno vrednost – nadgrajujemo zeleno infrastrukturo in ponudbo ter v ponudbi in podobi krepimo avtentične (kulturne) elemente.

ZELENO =
OKOLJSKA +
DRUŽBENO-KULturnA +
EKONOMSka TRAJNOST,
z močnim slovenskim zelenim lokalnim
karakterjem

Pospešujemo butičnost – kakovostno ponudbo *(ki jo odlikujejo principi lokalnega karakterja, kulturnih vsebin, trajnostnega razvoja, odgovornega doživljanja narave, premium storitev, 5-zvezdičnih doživetij, personalizirane izkušnje, vrhunske gastronomije, tehnoloških inovacij in digitalno podprtih procesov)*.
Ustvarjamo ponudbo z višjo dodano vrednostjo, po meri zahtevnejšega in odgovornega obiskovalca.

BUTIČNO = PREMIUM
+ AVTENTIČNO (PRISTNO SLOVENSKO – izražen LOKALNI
KULTURNI KARAKTER DESTINACIJ)

ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

POJASNILO VIZIJE

Naša zelena zaveza se izraža v manjšem (okoljskem in družbenem) odtisu. Uspešno ohranjamo biodiverziteto, kakovost okolja in naravnih vrednot ter z upoštevanjem nosilnih zmogljivosti ravnotežje med življenjem in obiskom.

Razvijamo turizem višje dodane vrednosti V INTERESU VSEH DELEŽNIKOV:

- 1 ZADOVOLJNA LOKALNA SKUPNOST (uravnotežen razvoj turizma, ki prinaša vrednost v lokalno ekonomijo, podpira vloške v urejeno okolje ohranjeno naravo in kulturno krajino, prinaša nove priložnosti za mlade, krepi lokalno identiteto ter omogoča ohranjanje kulturne dediščine).
- 2 USPEŠNA PODJETJA, ki skrbijo za MOTIVIRANE in ZADOVOLJNE ZAPOSLENE in vlagajo v razvoj ponudbe.
- 3 NAVDUŠENI OBISKOVALCI, ki dobijo bolj poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje in potrošijo več, cenijo tako naravo kot kulturne vsebine in avtentični karakter destinacij, radi priporočajo naprej in se vračajo.

I FEEL
SLOVENIA

CILJNO TRŽNO POZICIONIRANJE

Kot kakšna destinacija želimo biti prepoznavni na trgu?

POZOR: Gre za koncept tržnega pozicioniranja in ne pozicijski slogan.

Zelena butična destinacija za individualnega odgovornega gosta, ki ceni naravo, zdravje, kulturna doživetja in avtentični karakter lokalnih skupnosti.

Green, boutique destination for conscious traveller, who values nature, health and well-being, cultural experiences and authentic character of local communities.

*Elementi tržne
pozicije*

ZELENO – Slovenija turizem razvija na uravnotežen in odgovoren način, po mednarodnih standardih trajnosti.

BUTIČNO – Ustvarjamo kakovostno ponudbo z višjo dodano vrednostjo, po trajnostnih standardih in po meri individualnega odgovornega obiskovalca.

Nagovarjamo INDIVIDUALNEGA ODGOVORNEGA, zahtevnejšega gosta, ki v skladu s trendi novega luksuza išče in ceni avtentična, edinstvena in kakovostna (5-zvezdična) doživetja.

Slovenija je destinacija, kjer je NARAVA vedno na doseg. Narava, ki navdihuje in vabi k aktivnostim. Narava, ki nas uči pomena odgovornega ravnanja.

V Sloveniji se človek ustavi in poskrbi za svoje ZDRAVJE in dobro počutje. Stoletja tradicije in edinstvene termalne mineralne vode in naravni zdravilni faktorji.

Slovenija na stičišču Alp, Krasa, Mediterana in Panonske nižine nudi raznolika in lahko dostopna KULTURNA DOŽIVETJA z močnim lokalnim AVTENTIČNIM KARAKTERJEM.

Varna destinacija, majhne, uravnotežene in gostoljubne lokalne skupnosti.

Za kaj si prizadevamo, kaj želimo doseči?
Preboji, ki jih moramo doseči.
► USMERJENA NAVZNOTER

VIZIJA

ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Vizija je namenjena strokovni javnosti, skozi kampanjo vseslovenske kampanje internega komuniciranja za bolj urejeno, gostoljubno in zeleno Slovenijo (zadnji ukrep v okviru strategije) pa jo predstavljamo tudi širši slovenski javnosti – vsem Slovencem.

Kot kakšna
destinacija želimo
biti prepoznavni –
koga želimo
povabiti v
Slovenijo?
► USMERJENO
NAVZVEN

CILJNO TRŽNO POZICIONIRANJE

Zelena butična destinacija
za individualnega odgovornega gosta,
ki ceni naravo, zdravje,
kulturna doživetja in avtentični
karakter lokalnih skupnosti.

Koncept ciljne tržne pozicije se pretvarja v pozijski slogan in kreativno komunikacijsko rešitev, pod znamko I feel Slovenia.

I FEEL
SLOVENIA

STRATEŠKI RAZVOJNI OKVIR

CILJI



STRATEŠKI CILJI (SC) oziroma strateška področja delovanja

Ponudba zaostaja za obljubo zelene butične Slovenije

Nizka dodana vrednost

Kadri (obseg, kompetence, pogoji)

Učinkovitost upravljanja

Odvisnost turizma od drugih dejavnosti

Porušeno ravnotežje turizem-okolje-prebivalci (koncentracija, intenziteta, nosilna zmogljivost)

Visoka sezonskost

Slovenija zelo omejeno nagovarja zahtevnejše segmente in ciljno tržiš izven poletja

Pomanjkanje avtentičnih (kulturnih) elementov v turistični ponudbi in podobi

Zaostajanje v mednarodni konkurenčnosti

Trendi v novi normalnosti

Podnebna, zdravstvena, varstvena in druga globalna tveganja

Poslovno-finančni vidik
PODJETJA in DESTINACIJE

SC1



KAKOVOST, VREDNOST in CELOLETNOST PONUDBE

► Pogoji za **drzen preskok v zeleno butičnost** in vrednostno transformacijo ponudbe za zagotovitev mednarodne konkurenčnosti turistične industrije na trgu turizma višje vrednosti

SC5



Organizacijski vidik **GOVERNANCE**

KOMPETENTNE IN UČINKOVITE UPRAVLJAVSKE STRUKTURE

► Pogoj za uspešno **povezovanje turističnega ekosistema** na vseh ravneh in **usmerjanje razvoja** turizma

Družbeni vidik
LJUDJE: prebivalci, zaposleni, gostje

SC2



ZADOVOLJSTVO PREBIVALCEV, ZAPOSLENIH in GOSTOV

► Pogoji za **dvig ugleda panoge**, turističnih poklicev in kakovosti storitve, ponosa, vključevanja **domačinov** ter zagotavljanja **avtentičnosti izkušnje gostov**

Ekonomski vidik
LOKALNA SKUPNOST – REGIJA – SLOVENIJA

SC3



POZICIONIRANJE TURIZMA KOT GENERATORJA VREDNOSTI v drugih panogah in TRAJNOSTNEGA RAZVOJA

► Razumevanje **vpliva in večdimenzijske funkcije turizma za gospodarstvo** ter **povečanje obsega prebivalcev** in podjetij, ki imajo koristi od turizma

Okoljsko-podnebni vidik
LOKALNO-GLOBALNI VIDIK

SC4



RAZOGLJICHENJE in URAVNOTEŽENJE SLOVENSKEGA TURIZMA

► **Odgovornost** in zavzetost turističnih deležnikov, da **zmanjšujejo vplive na okolje in podnebje** ter postanemo najbolj napredna panoga pri trajnostnih zavezah v EU in prehodu Slovenije v ogljično nevtralnost

RAZVOJNI CILJI (znotraj strateških ciljev oziroma strateških področij delovanja) > 5 x 4 = 20

Poslovno-finančni vidik
PODJETJA IN DESTINACIJE

KAKOVOST, VREDNOST
IN CELOLETNOST
PONUDBE

SC1

1. **Uravnoveženje kakovosti, obsega in strukture nastanitev, gastronomije in dodatne ponudbe**
2. **Okrepitev segmentov višje vrednosti in sočasen premik tržne pozicije**
3. **Desezonalizacija** z razvojem ustreznih produktov, izborom tržnih segmentov, trgov in zagotavljanjem razpršenosti in časovne razporejenosti obiska
4. **Digitalna transformacija** turističnega gospodarstva, usposabljanja in pametne destinacije

Družbeni vidik
LJUDJE: prebivalci, zaposleni, gostje

ZADOVOLJSTVO
PREBIVALCEV,
ZAPOSLENIH IN
GOSTOV

SC2

1. **Turizem kot zaželen in ugleden delodajalec**, ki privablja tudi več mladih
2. **Dvig kompetenc in motivacije kadrov** na vseh ravneh za zagotovitev storitev višje vrednosti
3. **Odgovorno trženje** (tudi v podporo sezonski in geografski distribuciji turističnih tokov)
4. **Zagotavljanje avtentičnosti trajnosti in inovativnosti doživetij**, lokalnih kulturnih in naravnih elementov in karakterja ponudbe

Ekonomske vidik
LOKALNA SKUPNOST –
REGIJA – RS

POZICIONIRANJE
TURIZMA KOT
GENERATORJA
VREDNOSTI in
TRAJNOSTNEGA
RAZVOJA

SC3

1. **Okrepitev (zelenih) lokalnih verig vrednosti** in projektov med turizmom in ostalimi panogami
2. **Povečati izrabo podjetniških priložnosti v turizmu** – turizem kot platforma za ustvarjanje trga za prodajo številnih izdelkov in storitev
3. **Prijaznejše poslovno okolje**
4. **Izboljšanje urejenosti in podobe prostora**, turistične infrastrukture in kulturne krajine v destinacijah

Okoljsko-podnebni vidik
LOKALNO-GLOBALNI VIDIK

RAZOGLJIČENJE IN
URAVNOTEŽENJE
SLOVENSKEGA
TURIZMA

SC4

1. **Uravnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov in destinacij**
2. **Okrepitev trajnostne mobilnosti in povezljivosti v turizmu**
3. **Uresničevanje (zelene) obljube** v praksi destinacij in na ravni ponudnikov
4. **Prilagajanje ponudbe, produktov in infrastrukture podnebnim spremembam**

Organizacijski vidik
GOVERNANCE

KOMPETENTNE IN
UČINKOVITE
UPRAVLJAVSKE
STRUKTURE

SC5

1. **Nadgradnja in strukturiranje modela / vsebin in dvig kompetenc** destinacijskih organizacij (DMO)
2. **Vzpostaviti sistemsko**, utečeno in digitalno podprto lokalno, regijsko, nacionalno in **medsektorsko sodelovanje na vseh ravneh**
3. **Opolnomočenje STO** za večjo vlogo na **področju upravljanja razvoja produktov in destinacij**
4. **Optimiranje finančnih virov** (spodbud) namenjenih razvoju turizmu, vključno z modelom upravljanja procesa konsolidacije, razvoja in privatizacije državnih naložb na področju turizma in kulture

I FEEL
SLOVENIA

POLITIKE & UKREPI

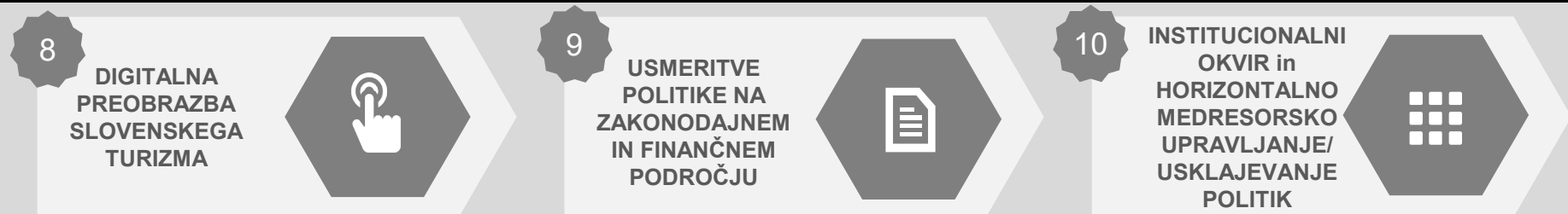
AKCIJSKI NAČRT



KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)

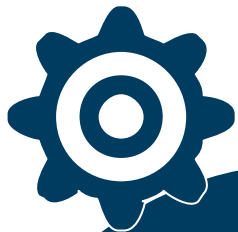


KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Politika 1: NALOŽBE in PODJETNIŠKO OKOLJE

Podjetništvo, podjetniško
okolje in naložbe za trajnostni
dvig dodane vrednosti v
turizmu

1

PODPOLITIKA 1:

Usmerjanje in spodbujanje
zasebnih naložb
v povečanje kakovosti, trajnosti,
energetske učinkovitosti,
konkurenčnosti in dodane
vrednosti v turistični dejavnosti

2

PODPOLITIKA 2:

Pospeševanje in
usmerjanje zasebne
naložbene dejavnosti in
podjetništva
za razvoj raznolikih s
turizmom povezanih
produktov z višjo
dodano vrednostjo in
lokalno kulturno
identiteto

3

PODPOLITIKA 3:

Model
usmerjenega
dokončanja
konsolidacije,
razvoja in
privatizacije
preostalih naložb
države v
turističnem
sektorju in
nadaljnji razvoj
igralniške
dejavnosti

4

PODPOLITIKA 4:

Vzpostavljanje pogojev
konkurenčnega
poslovnega okolja z
zmanjšanjem ovir in
obremenitev za
obstoječe podjetnike in
olajšanje vstopa novim
podjetnikom na trg

5

PODPOLITIKA 5:

Spodbude za dvig
zunanje konkurenčnosti
in produktivnosti



Politika 1: NALOŽBE in PODJETNIŠKO OKOLJE

Podjetništvo, podjetniško
okolje in naložbe za trajnostni
dvig dodane vrednosti v
turizmu

PODPOLITIKA 1:

Usmerjanje in spodbujanje zasebnih naložb v povečanje kakovosti, trajnosti, energetske učinkovitosti, konkurenčnosti in dodane vrednosti v turistični dejavnosti

UKREP 1.1.1:

Sofinanciranje naložb v dvig kakovosti nastanitvenih kapacitet MSP in podpora produktom z višjo dodano vrednostjo

UKREP 1.1.2:

Financiranje naložb v dvig kakovosti nastanitvene turistične infrastrukture preko ugodnega posojilnega instrumenta SID banke

UKREP 1.1.3:

Vzpostavitev sistema finančnih spodbud za trajnostno koriščenje geotermalnih virov in zagotavljanje energetske učinkovitosti turističnih podjetij in lokalnih skupnosti

UKREP 1.1.4

Posodobitev in prilagoditev kategorizacije nastanitvenih obratov »Hotelstars«

UKREP 1.1.5

Vzpostavitev celostnega modela vrednotenja stanja in dinamike razvoja turistične dejavnosti na podlagi ključnih kazalnikov uspešnosti

PODPOLITIKA 2:

Pospeševanje in usmerjanje zasebne naložbene dejavnosti in podjetništva za razvoj raznolikih s turizmom povezanih produktov z višjo dodano vrednostjo in lokalno kulturno identiteto

UKREP 1.2.1:

Oblikovanje instrumenta finančne nagrade (spodbude) za dvig kakovosti kulinarične in enološke ponudbe Slovenije

UKREP 1.2.2:

Vzpostavitev programa »Avtentični okusi Slovenije«
za povečanje verige vrednosti, skrajšanje dobavnih poti, dviga kakovosti in prepoznavnosti slovenskega turizma

UKREP 1.2.3:

Vzpostavitev programa »Slovenija, dežela športa, rekreacije in zdravja«
za usmerjeno povečanje kakovosti in mednarodne prepoznavnosti storitev podjetnikov in Slovenije kot naj turistične destinacije na področju rekreacije, športa in zdravja

UKREP 1.2.4:

Vzpostavitev programa »Butična evropska kulturna identiteta in ustvarjalnost Slovenije bogati turizem in navdušuje naše goste«
za povečanje kakovosti in raznolikosti uporabniške izkušnje, trajnostne naravnosti, dodane vrednosti in prepoznavnosti Slovenije kot butične turistične trajnostne destinacije za kulturna doživetja



Politika 1: NALOŽBE in PODJETNIŠKO OKOLJE

Podjetništvo, podjetniško
okolje in naložbe za trajnostni
dvig dodane vrednosti v
turizmu

PODPOLITIKA 3:

Model usmerjenega dokončanja konsolidacije, razvoja in privatizacije preostalih naložb države v turističnem sektorju in nadaljnji razvoj igralniške dejavnosti

UKREP 1.3.1:

Ovrednotenje in dopolnitev modela in načrta upravljanja naložb državnih družb v turizmu v okviru SDH in v povezavi z drugimi državnimi družbami, s ciljem uskladitve modela in načrta z novimi strateškimi usmeritvami razvoja turizma v strateškem obdobju 2022-2028

UKREP 1.3.2:

Oblikovanje modela in zakonodajnega okvira za razvoj igralniške dejavnosti v Sloveniji (posebnih iger na srečo v igralnicah in igralnih salonih) iz vidika igralništva kot turistično-zabaviškega produkta

PODPOLITIKA 4:

Vzpostavljane pogojev konkurenčnega poslovnega okolja z zmanjšanjem ovir in obremenitev za obstoječe podjetnike in olajšanje vstopa novim podjetnikom na trg

UKREP 1.4.1:

Rehabilitacija in ponovni zagon turističnih dejavnosti po krizi Covid-19 in negativnih vplivih zaostrenih varnostno političnih razmer

UKREP 1.4.2:

Administrativne poenostavitve in izboljšanje poslovnega okolja

UKREP 1.4.3:

Vzpostavitev platforme za ustvarjanje in prodajo integralnih turističnih proizvodov in medpanožno sodelovanje

UKREP 1.4.4:

Pospešitev javno zasebnih partnerstev pri izvedbi in upravljanju projektov/produktov na področju turizma

UKREP 1.4.5:

Vzpostavitev platforme in usmerjanje podjetij pri trajnostnem ocenjevanju poslovanja, ki so del finančnih in investicijskih odločitev

PODPOLITIKA 5:

Spodbude za dvig zunanje konkurenčnosti in produktivnosti

UKREP 1.5.1:

Vzpostavljane pogojev za učinkovito mednarodno konkurenčnost celotne turistične dejavnosti

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Politika 2:
JAVNA
INFRASTRUKTURA in
DEDIŠČINA ZA
TURISTIČNI
AMBIENT
SLOVENIJE

Urejena javna infrastruktura in
ambient za konkurenčnost
slovenskega turizma

1

PODPOLITIKA 1:
Naložbe
v javno in skupno
turistično infrastrukturo

2

PODPOLITIKA 2:
Valorizacija, upravljanje in
razvoj premoženja v javni
lasti



Politika 2: JAVNA INFRASTRUKTURA ter naravna in kulturna DEDIŠČINA ZA TURISTIČNI AMBIENT SLOVENIJE

Urejena javna infrastruktura in
ambient za konkurenčnost
slovenskega turizma

PODPOLITIKA 1:

Naložbe v javno in skupno
turistično infrastrukturo

UKREP 2.1.1:

Sofinanciranje naložb **v javno in
skupno turistično
infrastrukturo** v turističnih
destinacijah

UKREP 2.1.2:

Financiranje in sofinanciranje
vlaganj v kakovostno in
trajnostno
preoblikovanje
**gorskih centrov, žičniških
sistemov in
smučišč** v Sloveniji

UKREP 2.1.3:

**Program spodbujanja
aktivnega upravljanja in
razvoja vodilnih turističnih
destinacij**
na področju javne turistične
infrastrukture (vključno z žičniško
infrastrukturo), digitalizacije
poslovanja in prehoda na krožno
gospodarstvo

PODPOLITIKA 2:

Valorizacija, upravljanje in razvoj premoženja v javni lasti

UKREP 2.2.1:

Priprava analize, načrta in vzpostavitev verige avtentične
izkušnje »**Gradovi in dvorci Slovenije**«

UKREP 2.2.2:

Priprava in vzpostavitev modela **nepremičninskih skladov za
urejanje, upravljanje in razvoj zgodovinskih mestnih središč
Slovenije**

UKREP 2.2.3:

**Trajnostna obnova in oživljanje kulturne dediščine in javne
kulturne infrastrukture ter vključevanje kulturnih doživetij v
slovenski turizem**

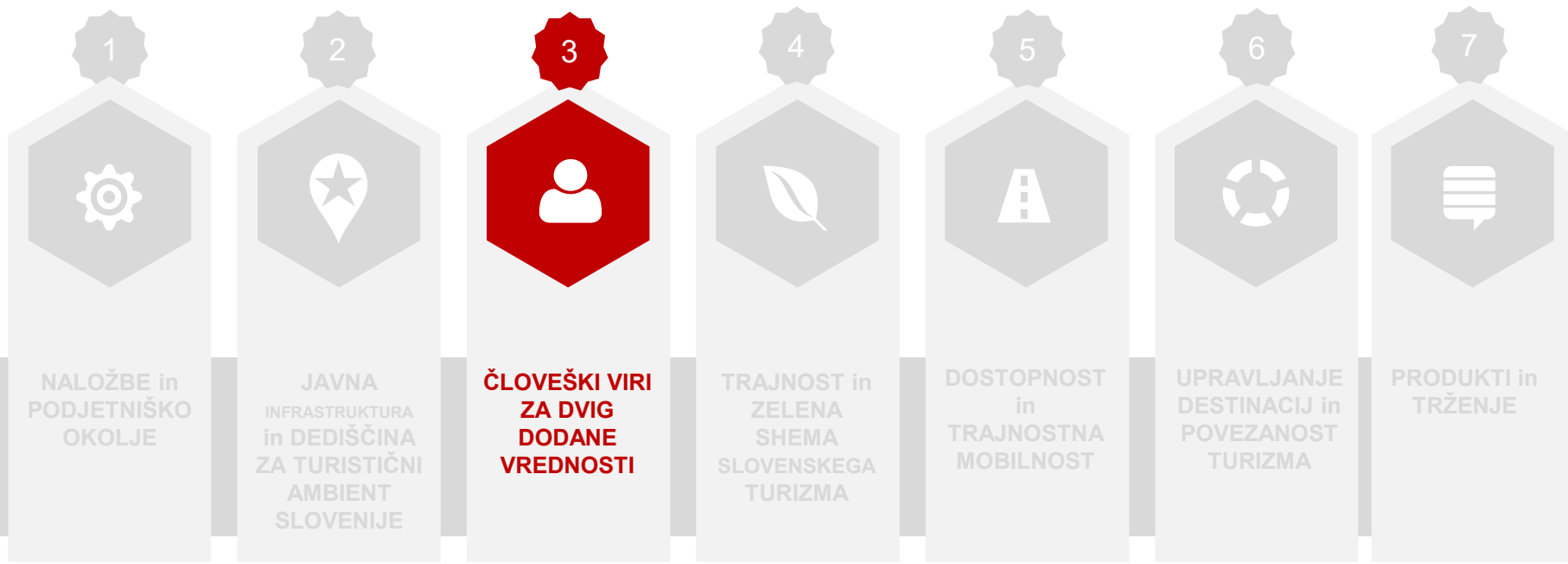
UKREP 2.2.4: Podpora muzejem, galerijam in drugim
kulturnim ustanovam pri upravljanju in trženju

UKREP 2.2.5: Izdelava in implementacija **načrta ohranjanja in
oživljanja značilnih elementov kulturnih krajin** Slovenije ter
vključevanja v turistične produkte

UKREP 2.2.6: Načrt medresorske uskladitve zakonodaje in
administrativnih postopkov **za učinkovitejše vključevanje
kulturnih vsebin v turistične produkte**

UKREP 2.2.7: Izdelava **nacionalnega načrta upravljanja in
trženja naravne, kulturne in tehnične dediščine** z namenom
vključevanja v turistično ponudbo
(vključno z dediščino pod zaščito UNESCO)

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Politika 3:

ČLOVEŠKI VIRI

Človeški viri
za trajnostno rast in dvig
vrednosti slovenskega turizma

1

PODPOLITIKA 1:

Zagotavljanje
priliva
kadrov

2

PODPOLITIKA 2:

Dvig kompetenc
kadrov za
zeleni turizem višje
vrednosti

3

PODPOLITIKA 3:

Prožno in
spodbudno
zakonodajno in
podporno okolje



Politika 3:

ČLOVEŠKI VIRI

Človeški viri
za trajnostno rast in dvig
vrednosti slovenskega
turizma

PODPOLITIKA 1:

Zagotavljanje
priliva
kadrov

UKREP 3.1.1:

Večletni celostni program
KARIERA V TURIZMU
z nacionalno kampanjo

UKREP 3.1.2:

Aktivacija in prekvalifikacije
kadrov na trgu dela (t.i. Quick
fix)

UKREP 3.1.3:

Opredelitev
poklicev v primanjkljaju
in uvedba finančnih spodbud

UKREP 3.1.4:

Štipendijska politika za
izobraževanje za gostinsko-
turistične poklice doma in v
tujini

UKREP 3.1.5:

Pridobivanje in vključevanje
tuje delovne sile

PODPOLITIKA 2:

Dvig kompetenc kadrov
za zeleni turizem višje
vrednosti

UKREP 3.2.1:

Kakovost, privlačnost, sodobnost
in uporabnost turistično-gostinskih
izobraževalnih programov

UKREP 3.2.2:

Usposabljanje učiteljev skladno
s trendi in izmenjave mentorjev
med turističnim gospodarstvom in
šolami

UKREP 3.2.3:

Spodbude za podjetja za razvoj
kadrov, sodobnih kompetenc in
uravnoveženega delovnega
okolja (= vavčer za kadrovsko-
organizacijsko preobrazbo turističnih podjetij)

UKREP 3.2.4:

Odprta platforma znanj in
veščin za zelene, digitalne in
socialne kompetence v
slovenskem turizmu

UKREP 3.2.5:

Krepitev kompetenc turističnih
vodnikov

PODPOLITIKA 3:

Prožno in spodbudno
zakonodajno in podporno
okolje

UKREP 3.3.1:

Nacionalna koordinacija za
kadre v turizmu pri MGRT

UKREP 3.3.2:

Inovacijsko-raziskovalno
okolje za turizem

UKREP 3.3.3:

Razvoj in testiranje novih
instrumentov za podporo
razvoju kadrov v turizmu

UKREP 3.3.4:

Prilagajanje zakonodaje
na področju zagotavljanja
kadrov, trga dela, kompetenc in
(de)regulacije poklicev v
turizmu

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Politika 4: TRAJNOST in ZSST

Trajnostni razvoj, zmanjšanje
ogljčnega odtisa in ZSST kot
orodje razvoja trajnostnega
turizma

1

PODPOLITIKA 1:
Zelena shema
slovenskega turizma
kot orodje
razvoja
trajnostnega turizma

2

PODPOLITIKA 2:
Dvig trajnostnega
poslovanja
za znižanje
ogljčnega odtisa

3

PODPOLITIKA 3:
Upravljanje in valorizacija
naravnih vrednot in zavarovanih
območij za potrebe
trajnostnega razvoja turizma



Politika 4: TRAJNOST in ZSST

PODPOLITIKA 1:

Zelena shema slovenskega turizma kot orodje razvoja trajnostnega turizma

UKREP 4.1.1:

Prevetritev koncepta Zelene sheme slovenskega turizma

Ukrep 4.1.2:

Digitalizacija in poenostavitev vstopa in uporabe ZSST

UKREP 4.1.3:

Upravljanje in razvoj ZSST na nacionalni ravni

UKREP 4.1.4:

Sistemizacija in financiranje delovnih mest **zelenih koordinatorjev** v destinacijah in podjetjih

PODPOLITIKA 2:

Dvig trajnostnega poslovanja za znižanje ogljičnega odtisa

UKREP 4.2.1:

Nadgradnja in dosledno uresničevanje »**Roadmapa Slovenia Green**« (plastika za enkratno uporabo in odpadna hrana; lokalna oskrba in kratke nabavne verige; sodelovanje z lokalnimi skupnostmi in zadovoljstvo prebivalcev)

UKREP 4.2.2:

Vzpostavitev nacionalnega sistema za **merjenje, zmanjšanje in izravnavo ogljičnega odtisa v turizmu**

UKREP 4.2.3:

Vzpostavitev **nacionalnega modela prilagajanja turizma na podnebne spremembe**

UKREP 4.2.4:

Oblikovanje modela **razvoja aplikativnih orodij** na podlagi rezultatov raziskovalnih projektov v turizmu

UKREP 4.2.5:

Vzpostavitev **modela razvoja lokalnih družbenih in okoljskih iniciativ**, v katere se lahko vključijo turisti

UKREP 4.2.6: Povečanje penetracije **zelenih poslovnih modelov v gospodarstvu**

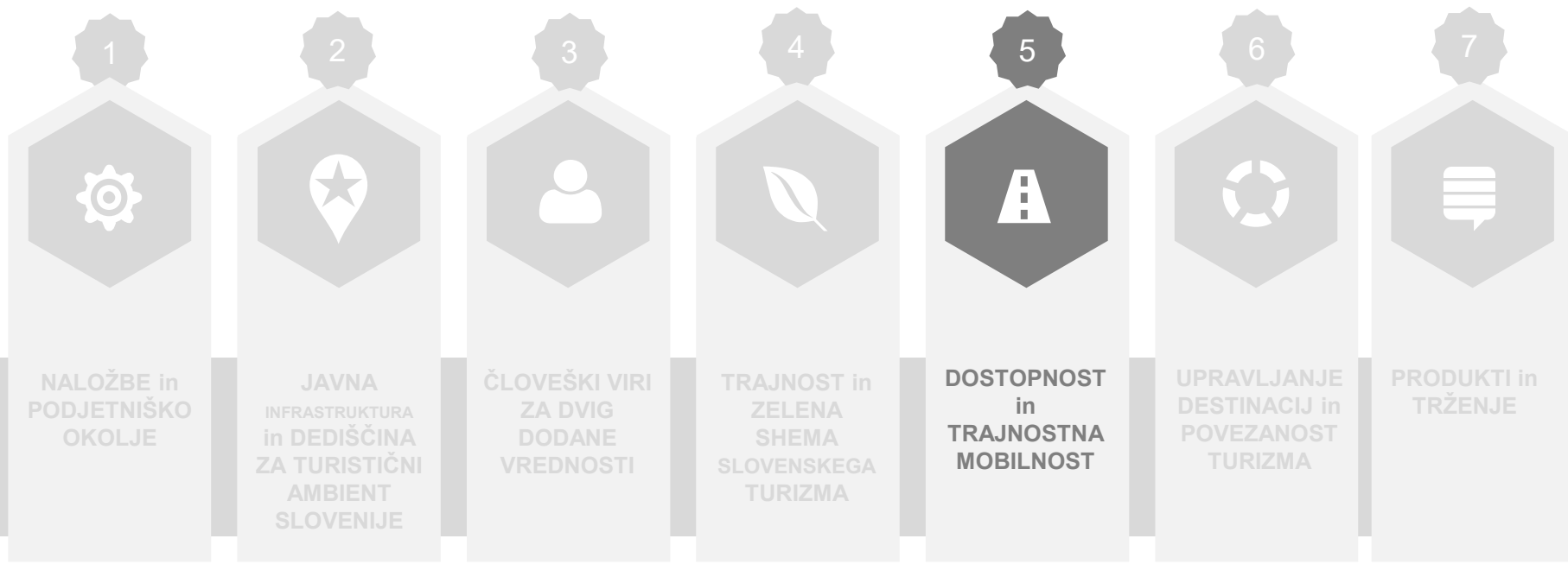
PODPOLITIKA 3:

Upravljanje in valorizacija naravnih vrednot in zavarovanih območij za potrebe trajnostnega razvoja turizma

UKREP 4.3.1:

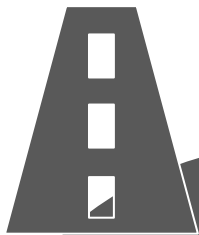
Razvoj **trajnostnega upravljanja turizma v varovanih in zavarovanih območjih**

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Politika 5: DOSTOPNOST in TRAJNOSTNA MOBILNOST

Okrepitev trajnostne mobilnosti in
povezljivosti v turizmu

1

PODPOLITIKA 1:

Podpora
zeleni in
nizko emisijski
dostopnosti
Slovenije

2

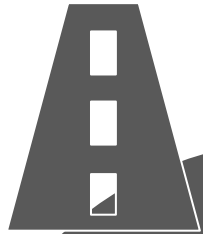
PODPOLITIKA 2:

Uvajanje
brezogljične mobilnosti

3

PODPOLITIKA 3:

Integrirani
javni
potniški promet



Politika 5: DOSTOPNOST in TRAJNOSTNA MOBILNOST

Okrepitev trajnostne
mobilnosti in povezljivosti v
turizmu

PODPOLITIKA 1:

Podpora zeleni in nizko
emisijski dostopnosti
Slovenije

UKREP 5.1.1:

Spodbude za krepitev letalske
povezljivosti Slovenije
s trgi z višjo dodano vrednostjo

UKREP 5.1.2:

Spodbude za krepitev
mednarodne železniške in
avtobusne povezljivosti
Slovenije z bližnjimi ključnimi
emitivnimi trgi

UKREP 5.1.3:

Spodbude razvoja **kolesarske**
in **pohodniške čezmejne**
infrastrukture

UKREP 5.1.4:

Zasnova modela
maksimiranja pozitivnih
učinkov od »pit stop« turistov

PODPOLITIKA 2:

Uvajanje brezogljicne
mobilnosti

UKREP 5.2.1:

Sofinanciranje izdelave
celostnih prometnih strategij v
vodilnih turističnih destinacijah in
mobilnostnih načrtov turističnih
podjetij

UKREP 5.2.2:

Spodbujanje razvoja sistemov
t.i. »P + Feel«
za dostop do najbolj obremenjenih
turističnih točk – destinacij in na/v
naravnih vrednotah

UKREP 5.2.3:

Vzpostavljanje
novih oblik mobilnosti v
turističnih destinacijah

UKREP 5.2.4:

Pospeševanje **e-mobilnosti**

UKREP 5.2.5:

Pilotno uvajanje
turističnih destinacij brez
avtomobilov

PODPOLITIKA 3:

Integrirani javni potniški
promet

UKREP 5.3.1:

Integrirani JPP za potrebe
turizma

UKREP 5.3.2:

Vključitev
turističnih linij v sistem JPP

UKREP 5.3.3:

Spodbujanje vzpostavljanja
hitrih povezav JPP med
letališči / urbani središči in
turističnimi centri ter med
glavnimi turističnimi točkami /
destinacijami

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Politika 6: UPRAVLJANJE DESTINACIJ in POVEZANOST TURIZMA

Krepitev kompetenc DMO
za učinkovito upravljanje in
razvoj ponudbe na
destinacijski-regijski ravni

1

PODPOLITIKA 1:
Jasnejša opredelitev
vsebin dela
destinacijskih organizacij
s poudarkom na razvojnih
in upravljavskih funkcijah

2

PODPOLITIKA 2:
Vzpostavitev
organizacijske strukture
slovenskega turizma
kot podpornega okolja
za nadaljnjo rast v skladu
s prioriteta strategije

3

PODPOLITIKA 3:
Prilagoditev zakonodaje in
zagotovitev financiranja

4

PODPOLITIKA 4:
Spodbujanje razvoja turizma na
destinacijski in regionalni ravni

**Koncept MAKRO
DESTINACIJ ostaja**
(za trženjsko
komunikacijo, ne
vzpostavlja pa se formalne
organiziranosti po MD –
temveč se usmerja v
povezovanje v regije v
okviru MD)

Politika 6: UPRAVLJANJE DESTINACIJ in POVEZANOST TURIZMA

Krepitev kompetenc DMO
za učinkovito upravljanje in
razvoj ponudbe na
destinacijski-regijski ravni

PODPOLITIKA 1:

Jasnejša opredelitev vsebin
dela destinacijskih
organizacij s poudarkom na
razvojnih in upravljaljskih
funkcijah

UKREP 6.1.1:

**Uskladitev vsebin in
razumevanja dela
destinacijskih organizacij s
potrebami aktualnega razvoja
turizma in prioriteta strategije**

UKREP 6.1.2:

**Zagotovitev modela podpore
in izobraževanja zaposlenim v
destinacijskih organizacijah**

UKREP 6.1.3:

**Zagotovitev modela podpore
in izobraževanja
ponudnikom, partnerjem in
vsem na turizem vezanim
deležnikom v destinacijah**

UKREP 6.1.4:

**Zagotovitev nosilca razvojnih in
upravljaljskih iniciativ na
nacionalni ravni – razširiti
funkcije STO**

PODPOLITIKA 2:

Vzpostavitev organizacijske
strukture slovenskega turizma
kot podpornega okolja za
nadaljnjo rast v skladu s
prioritetami strategije

Ukrep 6.2.1:

Nadgraditi model vodičnih destinacij

UKREP 6.2.2:

Priprava in potrditev modela, pogojev
in spodbud **regijskega združevanja
na področju turizma**

UKREP 6.2.3: Zagotovitev **vertikalne
povezanosti od nacionalnega do
lokalnega nivoja**

UKREP 6.2.4: Priprava **celostnih načrtov razvoja turizma**
(po 4 makro destinacijah, z upoštevanjem regijskega pristopa)

PODPOLITIKA 4:

Spodbujanje razvoja turizma na destinacijski in regionalni ravni

UKREP 6.4.1:

Krepitev kompetenc destinacijskih
organizacij in ponudnikov

UKREP 6.4.2:

**Krepitev tržnih aktivnosti in
razvoja destinacijskih znamk**

UKREP 6.4.3: Podpora razvoju turističnih produktov, drobne turistične
infrastrukture in upravljanju turističnih tokov

UKREP 6.4.4: Prevetritev in posodobitev opredeljenih **delovnih mest,**
plačnega sistema in nagrajevanja zaposlenih v destinacijskih organizacijah

PODPOLITIKA 3:

Prilagoditev zakonodaje in
zagotovitev financiranja

UKREP 6.3.1:

**Umetitev destinacijskih
organizacij v ZSRT-1**
kot obliko organiziranja turizma na
nacionalni, regionalni in lokalni
ravni in zagotovitev stabilnega
financiranja

UKREP 6.3.2:

Uvedba prispevka
namenjena spodbujanju razvoja
turizma in turistične infrastrukture,
ki ga prispevajo turistične in s
turizmom povezane organizacije

MODEL DESTINACIJSKEGA UPRAVLJANJA *na krovni ravni*

Slovenska turistična organizacija (STO)



Prehodno obdobje: formalen status vodilnih DMO do konca 2023 zamrznjen, na terenu teče prilagajanje; od 1.1. 2024 dalje uveljavitev registra DMO (STO), od 2025 naprej promocijska podpora samo za regijske DMO

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)





Močna navezava na
politiko upravljanja
destinacij (6)

Politika 7: PRODUKTI in TRŽENJE

Okrepljeno upravljanje
produktov in nadgradnja
trženja, ki podpira cilje in vizijo

1

PODPOLITIKA 1: *PRODUKTI*

Okrepitev in povečanje
učinkovitosti upravljanja
produktno-trženjske
funkcije na celotni vertikali

2

PODPOLITIKA 2: *TRGI/SEGMENTI*

Okrepitev stabilnosti,
dodane vrednosti in
trajnosti prodajnih poti in
trgov, s poudarkom na
nagovarjanju zahtevnejših
segmentov

3

PODPOLITIKA 3: *PROMOCIJA*

Nadgrajeno tržno
komuniciranje in promocija,
ki podpira cilje in vizijo



Trzenjska funkcija – PROMOCIJA ostaja temeljna funkcija in poslanstvo delovanja STO, ki jo dopolnjujemo z okrepljeno upravljavsko-produktno razvojno funkcijo in usmerjanjem digitalne preobrazbe.

Politika 7: PRODUKTI in TRŽENJE

NAVEZAVE NA UKREPE V
OKVIRU POLITIKE 6 (!)

Nadgrajeni produkti in
napredno trženje in
prodaja, ki podpirajo cilje
in vizijo

PODPOLITIKA 1: PRODUKTI

Okrepitev in povečanje
učinkovitosti upravljanja
produktno-trženjske funkcije na
celotni vertikali

(STO/MGRT – produktna združenja –
regije/destinacije – podjetniška raven)

UKREP 7.1.1:

Oblikovanje in uveljavitev
**modela za okrepitev upravljanja
razvoja produktov**
na krovni ravni slovenskega turizma
in okrepitev vloge in kompetenc
produktnih združenj

*Povečanje učinkovitosti
upravljanja trženjske in
produktne funkcije med
STO in regijami –
destinacijami
(se izvaja preko politike 6 –
podpolitik 1 in 2)*

UKREP 7.1.2:

**Sistemska finančna razvojna podpora
produktnim združenjem in drugim
nosilcem produktov**

UKREP 7.1.3:

**Sistemska finančna razvojna podpora
(novim) povezanim produktom
nacionalnega/regijskega pomena**

PODPOLITIKA 2: TRGI/SEGMENTI

Okrepitev stabilnosti, dodane
vrednosti in trajnosti prodajnih
poti in trgov,
s poudarkom na nagovarjanju zahtevnejših segmentov

UKREP 7.2.1:

Posodobitev in poenostavitev
modela segmentacije,
uskladitev modela s strateškimi prioritetami in
uveljavitev enotnega modela na vseh ravneh, tudi
na ravni spremljanja segmentov po destinacijah

UKREP 7.2.2:

**Oblikovanje in uveljavitev modela za
podporo trženjskemu odločanju**

UKREP 7.2.3:

Oblikovanje nacionalnega programa za
**pospeševanje neposrednih
rezervacijskih kanalov in uveljavitev
na destinacijski/ponudbeni ravni**

UKREP 7.2.4:

Preučitev izvedljivosti in vzpostavitev
**nacionalnega sistema pospeševanja
prodaje nastanitvev in doživetij**

UKREP 7.2.5:

**Finančne spodbude receptivnim in
DMC agencijam**
in trženjskim združenjem za nagovarjanje
nišnih trgov in zahtevnejših segmentov

PODPOLITIKA 3: PROMOCIJA

Nadgrajeno tržno
komuniciranje in
promocija, ki podpira cilje
in vizijo

UKREP 7.3.1:

Priprava komunikacijskega
koncepta in postopno
**uveljavljanje premika od
»klasične« promocije k bolj
družbeno odgovornemu trženju**

UKREP 7.3.2:

Od Slovenije kot primera dobre
prakse v strokovnih krogih do
razumevanja **zelene zgodbe
slovenskega turizma v širši
javnosti**

UKREP 7.3.3:

Okrepitev sinergij in združevanje
promocijskih sredstev preko
**Co-marketing platforme in
co-brandinga**

UKREP 7.3.4:

**Posodobitev krovne
komunikacijske platforme**
pod znamko I feel Slovenia (za tuje trge)

UKREP 7.3.5:

**Vseslovenska kampanja
internega komuniciranja**
za bolj urejeno, gostoljubno in zeleno Slovenijo

MATRIKA PRODUKTOV SLOVENSKEGA TURIZMA (MPST)

MPST opredeljuje, kateri produkti (produktni sklopi) so na krovni ravni slovenskega turizma prepoznani kot ključni (razporejeni v 3 različne kategorije)

ATRAKTIVNOST TRGA

1. Velikost trga
2. Rast trga
3. Dodana vrednost in cenovna politika
4. Multiplikator
5. Ogljični odtis produkta
6. Intenzivnost konkurence
7. Možnost razlikovanja
8. Stopnja tveganja industrije
9. Trendi – pripravljenost na „novo normalnost“
10. Finančna občutljivost v produktnem segmentu
11. Bližina, trajnost in stabilnost trgov

KONKURENČNOST SLOVENSKEGA PRODUKTA

1. Obstoječa dodana vrednost
2. Potencial za ustvarjanje/krepitev dodane vrednosti
3. Trajnost produkta
4. Vpliv na prihodke („molzna krava“) - realizacija
5. Potreba po investicijah
6. Vpliv na imidž Slovenije
7. Pozicija Slovenije v produktnem segmentu na ciljnih trgih (merjenje preko GDK)
8. Potencial produkta za nagovarjanje zahtevnejših segmentov
9. Izstopajoče zgodbe
10. Celoletnost
11. Prispevek k vrednosti za vse deležnike
12. Organiziranost produkta

TRETJA DIMENZIJA – HORIZONTALNOST PRODUKTA

1. Stopnja integracije produkta v druge produkte – koliko produkt prispeva k razlikovalnosti in dodani vrednosti drugih produktov

Po celotni piramidi se spodbuja UVELJAVLJANJE KRITERIJEV-principov razvoja produktov:

- 5-zvezdičnih doživetij (= lokalno-avtentično-edinstveno-izkustveno-zeleno-butično-premium-dodana vrednost-desezonalizacija-dobra digitalna izkušnja)
- Kriteriji za zelene produkte



* DRUGI NIŠNI PRODUKTI/POSEBNI INTERESI: Če imajo določeno kritično maso, so organizirani in pripravljeni za trženje na tujih trgih oziroma izstopajo v vsaj 7 kriterijih.

KLJUČNE POLITIKE (7)



NALOŽBE in
PODJETNIŠKO
OKOLJE



JAVNA
INFRASTRUKTURA
in DEDIŠČINA
ZA TURISTIČNI
AMBIENT
SLOVENIJE



ČLOVEŠKI VIRI
ZA DVIG
DODANE
VREDNOSTI



TRAJNOST in
ZELENA
SHEMA
SLOVENSKEGA
TURIZMA



DOSTOPNOST
in
TRAJNOSTNA
MOBILNOST



UPRAVLJANJE
DESTINACIJ in
POVEZANOST
TURIZMA



PRODUKTI in
TRŽENJE

HORIZONTALNE POLITIKE (3)

DIGITALNA
PREOBRAZBA
SLOVENSKEGA
TURIZMA



USMERITVE
POLITIKE NA
ZAKONODAJNEM
IN FINANČNEM
PODROČJU



INSTITUCIONALNI
OKVIR IN
HORIZONTALNO
MEDRESORSKO
UPRAVLJANJE/
USKLAJEVANJE
POLITIK

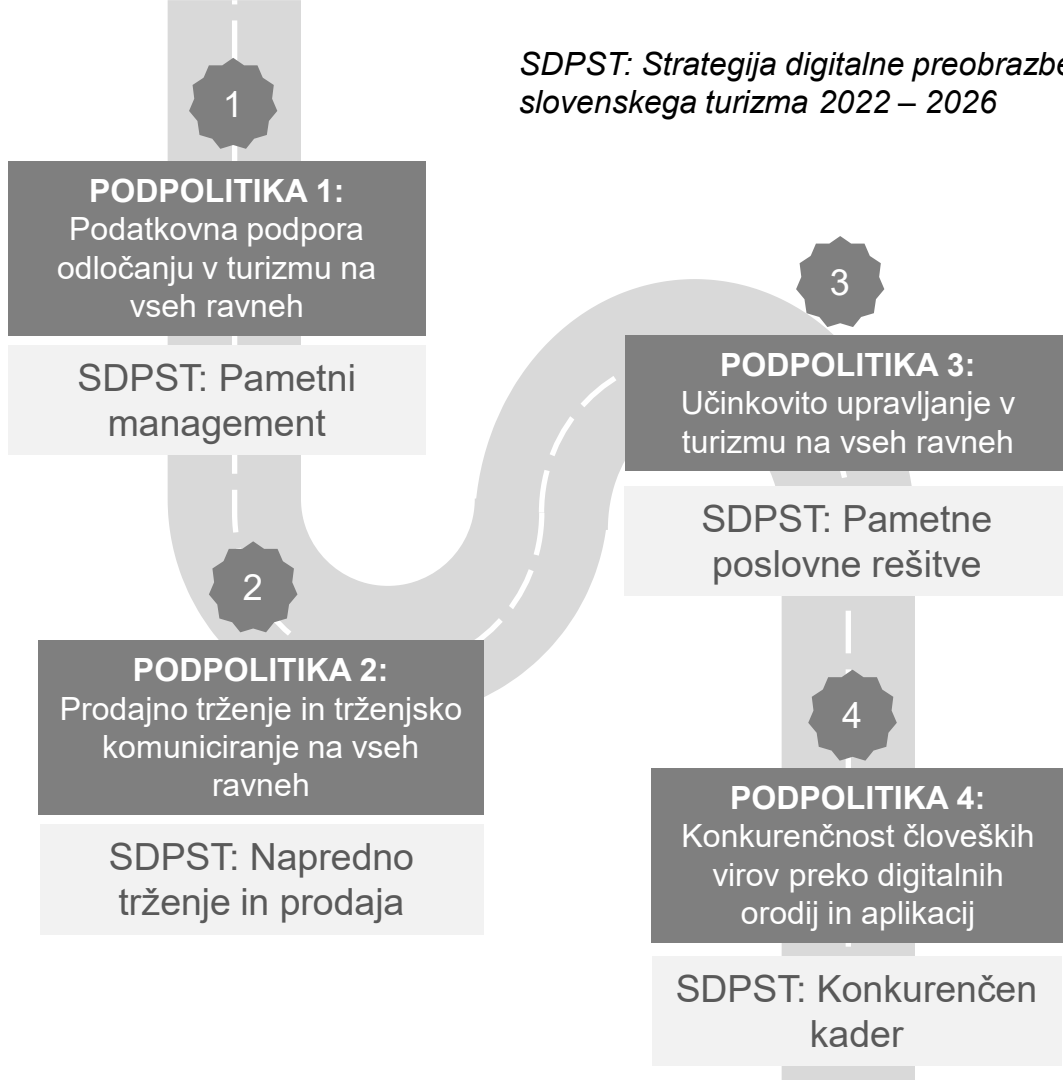




Politika 9: DIGITALNA PREOBRAZBA

Doseganje dodane vrednosti
skozi proces digitalne
preobrazbe

*SDPST: Strategija digitalne preobrazbe
slovenskega turizma 2022 – 2026*





Horizontalna politika 8: DIGITALNA PREOBRAZBA



PODPOLITIKA 1:

Podatkovna podpora odločanju
v turizmu

Vzpostavitev celovitega in
transparentnega sistema povezovanja
relevantnih **podatkov, spremljanja,
vrednotenja in napovedovanje
stanja, razvitosti ter napredka vseh
ravni turizma v Sloveniji**

*SDPST: Nacionalno informacijsko
središče*

UKREP 6.4.3:

Podpora razvoju turističnih produktov,
drobne turistične infrastrukture in
upravljanju turističnih tokov

*SDPST: Sistem za management
turističnih tokov*

UKREP 4.2.2:

**Sistem za merjenje, zmanjšanje in
izravnavo ogljičnega odtisa v
turizmu**



**UKREP 1.1.5: Model vrednotenja
stanja in dinamike razvoja** turistične
dejavnosti na podlagi kazalnikov
uspešnosti

PODPOLITIKA 2:

Prodajno trženje in
trženjsko komuniciranje



UKREP 7.2.3:

Oblikovanje **nacionalnega
programa za pospeševanje
neposrednih rezervacijskih**
kanalov in uveljavitev na
destinacijski/ponudbeni ravni



UKREP 7.2.4:

**Preučitev izvedljivosti in
vzpostavitev nacionalnega
sistema pospeševanja prodaje
nastanitev in doživetij**

*SDPST: Slovenski turistični
marketplace
Načrtovalec potovanj
Trajnostni token*



UKREP 7.3.3:

Okrepitev sinergij in združevanje
promocijskih sredstev preko
**Co-marketing platforme in co-
brandinga**

SDPST: Co-marketing platforma



UKREP 1.4.3:

Vzpostavitev **platforme za
vzpostavljane verig vrednosti,
kratkih dobavnih poti in
medpanožno sodelovanje**

PODPOLITIKA 3:

Učinkovito upravljanje v turizmu



UKREP 4.1.2: Digitalizacija ZSST



UKREP 1.1.1:

**Sofinanciranje naložb v dvig kakovosti
nastanitvenih kapacitet MSP in podpora
produktom z višjo dodano vrednostjo**



UKREP 1.1.2:

**Financiranje naložb v dvig kakovosti
nastanitvene turistične** infrastrukture preko
ugodnega posojilnega instrumenta SID banke



UKREP 5.1.3:

**Spodbude kolesarske in
pohodniške infrastrukture**



UKREP 5.3.3: Podpora novim oblikam mobilnosti



UKREP 5.3.1: Integrirani JPP za potrebe turizma

PODPOLITIKA 4:

Konkurenčnost človeških virov



UKREP 3.2.4:

**Odprta platforma znanj in veščin za
zelene, digitalne in socialne kompetence**



UKREP 3.2.3:

**Spodbude za podjetja za razvoj kadrov,
sodobnih kompetenc in uravnoteženega
delovnega okolja**

*SDPST: Turistični digitalni vavčer za dvig
digitalnih kompetenc*

Platforma in usmerjanje podjetij pri **trajnostnem ocenjevanju poslovanja**

KLJUČNE POLITIKE (7)



NALOŽBE in
PODJETNIŠKO
OKOLJE



JAVNA
INFRASTRUKTURA
in DEDIŠČINA
ZA TURISTIČNI
AMBIENT
SLOVENIJE



ČLOVEŠKI VIRI
ZA DVIG
DODANE
VREDNOSTI



TRAJNOST in
ZELENA
SHEMA
SLOVENSKEGA
TURIZMA



DOSTOPNOST
in MOBILNOST



UPRAVLJANJE
DESTINACIJ in
POVEZANOST
TURIZMA



PRODUKTI in
TRŽENJE

HORIZONTALNE POLITIKE (3)

DIGITALNA
PREOBRAZBA
SLOVENSKEGA
TURIZMA



USMERITVE
POLITIKE NA
ZAKONODAJNEM
IN FINANČNEM
PODROČJU



INSTITUCIONALNI
OKVIR IN
HORIZONTALNO
MEDRESORSKO
UPRAVLJANJE/
USKLAJEVANJE
POLITIK





Horizontalna politika 9: POLITIKE NA ZAKONODAJNEM IN FINANČNEM PODROČJU

Ukrepi, ki se izvajajo na tem področju, so povezani z naslednjimi aktivnostmi:

1. Širša pravna analiza zakonodajnih rešitev po posameznih področjih z vidika vsebinske uskladitve s predlaganimi spremembami in dopolnitvami v okviru posameznih ukrepov po sedmih ključnih politikah in njihova medresorska uskladitev;
2. **Spremembe in dopolnitve Zakona o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT-1)** v skladu z opredelitvami v Politiki 6 »Upravljanje destinacij in povezanost turizma« in Politiki 7 »Produkti in trženje«;
3. **Spremembe in dopolnitve Zakona o gostinstvu (ZGOS-1)** v skladu z opredelitvami v Politiki 1 »Naložbe in podjetniško okolje«;
4. **Spremembe in dopolnitve Zakona o igrah na srečo (ZiS)** v skladu z opredelitvami v Politiki 1 »Naložbe in podjetniško okolje«;
5. **Spremembe in dopolnitve davčne, delovno pravne, sanitarno zdravstvene in tržne zakonodaje in izvedbenih aktov in obveznih navodil** v tej zvezi s ciljem realizacije ustreznih in uravnoteženih davčnih olajšav, poenostavitve poslovanja in administrativnih postopkov za podjetnike in predvsem mikro in majhne podjetnike, v skladu z opredelitvami v Politiki 1 »Naložbe in podjetniško okolje«.

KLJUČNE POLITIKE (7)



NALOŽBE in
PODJETNIŠKO
OKOLJE



JAVNA
INFRASTRUKTURA
in DEDIŠČINA
ZA TURISTIČNI
AMBIENT
SLOVENIJE



ČLOVEŠKI VIRI
ZA DVIG
DODANE
VREDNOSTI



TRAJNOST in
ZELENA
SHEMA
SLOVENSKEGA
TURIZMA



DOSTOPNOST
in MOBILNOST



UPRAVLJANJE
DESTINACIJ in
POVEZANOST
TURIZMA



PRODUKTI in
TRŽENJE

HORIZONTALNE POLITIKE (3)

DIGITALNA
PREOBRAZBA
SLOVENSKEGA
TURIZMA



USMERITVE
POLITIKE NA
ZAKONODAJNEM
IN FINANČNEM
PODROČJU



INSTITUCIONALNI
OKVIR IN
HORIZONTALNO
MEDRESORSKO
UPRAVLJANJE/
USKLAJEVANJE
POLITIK





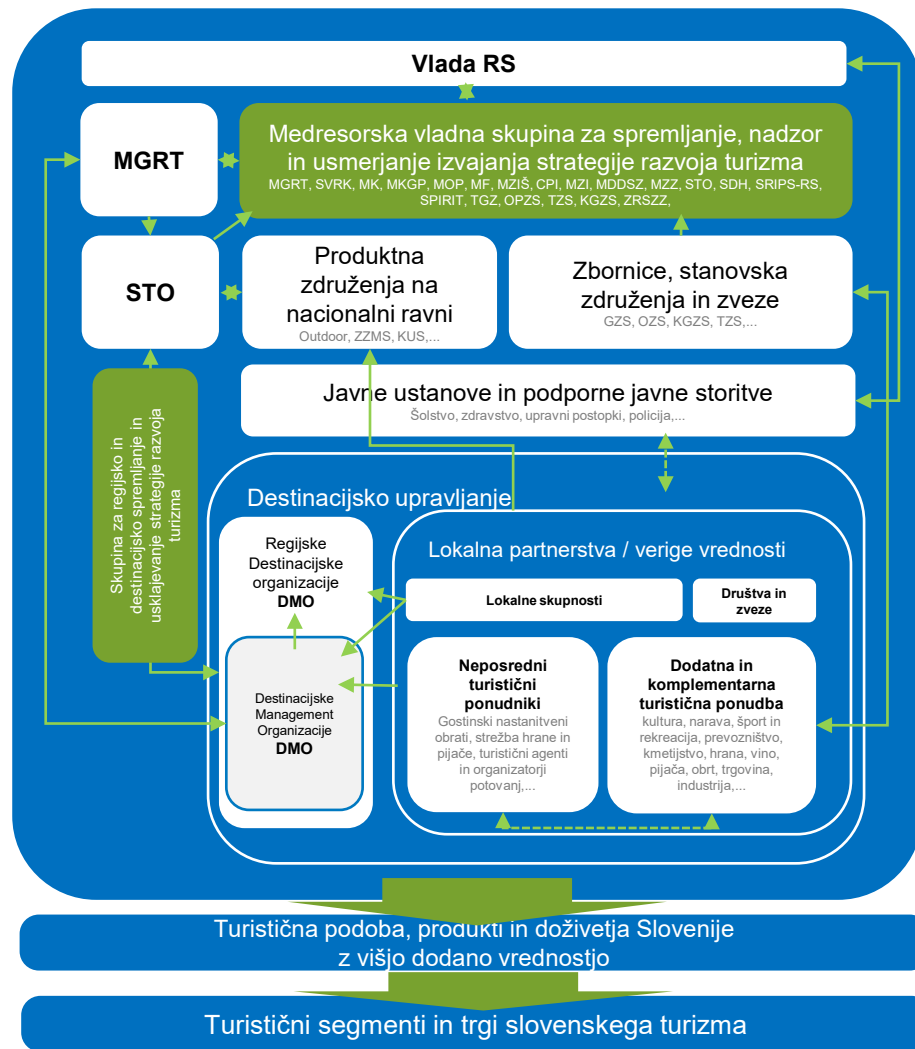
Horizontalna politika 10: INSTITUCIONALNI OKVIR IN HORIZONTALNO MEDRESORSKO UPRAVLJANJE/ USKLAJEVANJE POLITIK

Ukrepi, ki se izvajajo na področju institucionalnega okvira in horizontalnega medresorskega upravljanja in usklajevanja politik, so povezani z naslednjimi aktivnostmi:

1. **Vzpostavitev »Medresorske vladne skupine za spremljanje, nadzor in usmerjanje izvajanja strategije razvoja turizma« in »Skupine za regijsko in destinacijsko spremljanje in usklajevanje strategije razvoja turizma«.**
2. **Podporo ukrepom v okviru Politike 6** „Destinacijsko upravljanje in povezanost slovenskega turizma“ in Politike 7 „Produkti in trženje“, na področju pogojev in aktivnosti za destinacijsko organiziranost in upravljanje turističnih destinacij in regij ter vlogo STO v vertikalni povezanosti slovenskega turizma;
3. **Podporo ukrepom v okviru Politike 1** „Naložbe in podjetniško okolje“ na področju spodbujanja medsektorskega povezovanja in vzpostavljanja verig vrednosti v turizmu in spodbud za projekte podjetniške dejavnosti posredno povezane s turizmom;
4. **Podporo ukrepom v okviru Politike 2.** „Javna infrastruktura in ambient“ na področju spodbujanja aktivnega upravljanja in razvoja vodilnih turističnih destinacij in spodbujanja celovitega urejanja slovenske krajine in kulturne in naravne dediščine;
5. **Medresorsko uskladitev pri načrtovanju in zagotovitvi javnih virov financiranja**, v okviru proračuna RS oziroma EU virov za realizacijo usklajenih ukrepov, ki imajo medsektorske in medresorske sinergijske učinke.



Horizontalna politika 10: INSTITUCIONALNI OKVIR IN HORIZONTALNO MEDRESORSKO UPRAVLJANJE/ USKLAJEVANJE POLITIK

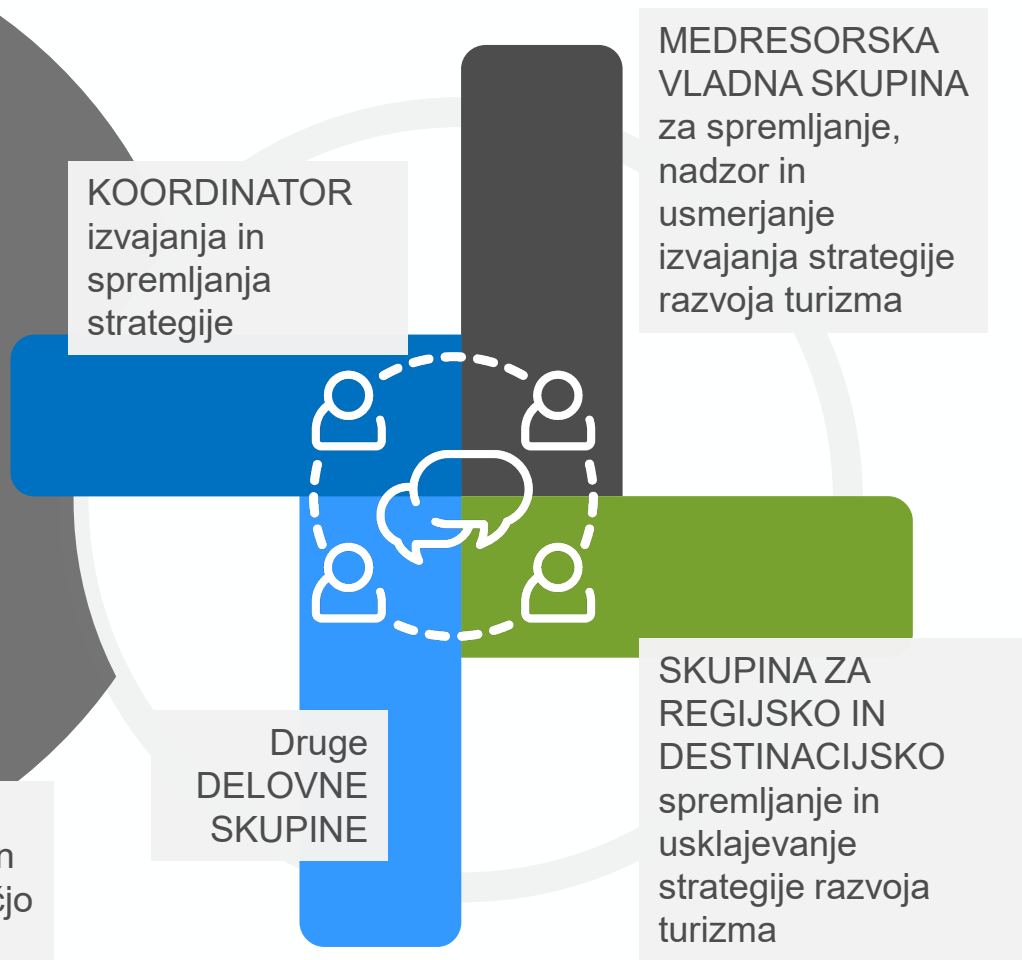


ORGANIZACIJSKI OKVIR

Usmerjanje in upravljanje izvajanja strategije, za doseganje strateških in razvojnih ciljev, temelji na vzpostavitvi medresorskega in medsektorskega sodelovanja, povečanju verig vrednosti in usklajevanja ukrepov in aktivnosti med lokalno in nacionalno ravni.

Prav tako je v akcijskem in finančnem načrtu, ki bo sledilo sprejetju strategije, predvideno **usklajevanje in združevanje ukrepov različnih ministrstev v doseganje sinergij na več področjih in sektorjih hkrati.**

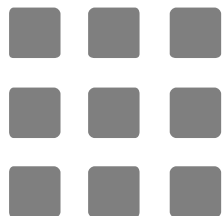
Medsektorski in medresorski princip in narava turizma je temeljna značilnost in tudi usmeritev strategije razvoja za večjo vrednost turizma v obdobju do 2028.



I FEEL
SLOVENIA

FINANČNI OKVIR





SKUPAJ za vseh 94 ukrepov

je predvidena oziroma ocenjena skupna višina vlaganja za realizacijo strategije in doseganje njenih strateških in razvojnih ciljev **iz vseh virov v celotnem strateškem obdobju 2022-2028:**

Ob upoštevanju dodanih zasebnih vlaganj v naložbene projekte na področju turizma ki so ocenjeni v skladu z opredelitvami »Scenarija 3 - Nekaj več in veliko bolje« (razlika do predvidenega obsega zasebnih vlaganj po tem scenariju, ki ni zajet v zgornjih zneskih neposredno podprtih z ukrepi).

ocenjeni učinki razvojnih vlaganj za doseg strateških ciljev v celotnem strateškem obdobju znašajo še dodatnih 743 milijonov EUR.

Ta vlaganja so ocenjena kot tržna posledica izvajanja ukrepov strategije in so posredno povezana z njenim izvajanjem. Skupaj s temi dodatnimi zasebnimi vlaganji **znaša celotni ocenjeni in predvideni obseg razvojnih vlaganj v turizmu v celotnem strateškem obdobju 2,3 milijarde EUR**, od česar znašajo ocenjena zasebna vlaganja, lastni deleži in zasebni kreditni viri 67 %, indikativno ocenjena javna sredstva EU virov, proračuna RS idr. pa 33 % od skupnih vlaganj.

1,54
milijarde
EUR



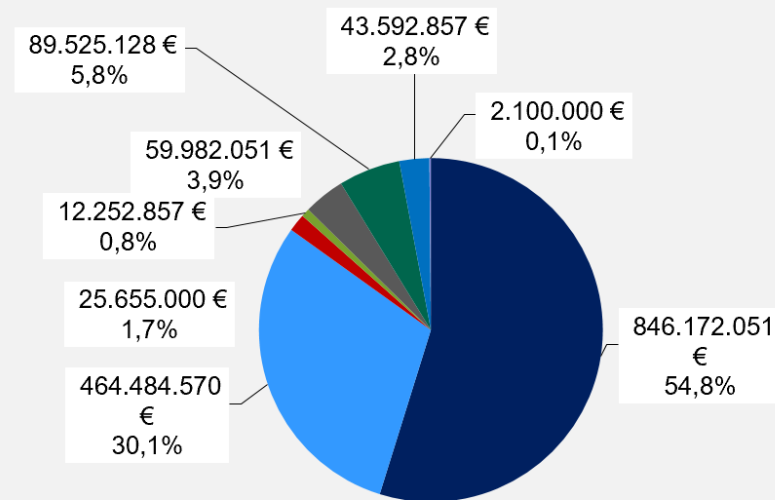
Takšna struktura načrtovanih vlaganj ustreza in naslavlja tudi najpomembnejše izzive slovenskega turizma na ponudbeni strani in odpravlja strukturne pomanjkljivosti, prispeva k okrevanju turizma po kriznem obdobju ter znatno dviguje dodano vrednost v celotni verigi različnih dejavnosti in področij turistične ponudbe Slovenije.



Ocenjena višina virov razvojnega financiranja turizma, vključno s preostalimi zasebnimi naložbami (ocena celotnega naložbenega ciklusa slovenskega turizma v strateškem obdobju 2022-2028)

Vir sredstev za razvojna vlaganja	Ocenjena vrednost	Delež
Obstoječi, že predvideni in zagotovljeni javni viri na nacionalni ravni vključno z EU viri	323.743.529 €	14 %
Indikativna ocena potrebnih dodatnih javnih virov na EU in nacionalni ravni	439.325.000 €	19 %
Ocena predvidene lastne udeležbe zasebnih virov, lokalnih skupnosti, destinacij, idr.)	842.202.835 €	37 %
Ocena predvidenih razvojnih in zasebnih kreditnih virov	681.268.230 €	30 %
SKUPAJ OCENJENA VREDNOST RAZVOJNIH VLAGANJ	2.286.539.594 €	100 %

Višina in delež financiranja po posameznih ključnih politikah Strategije slovenskega turizma 2022–2028

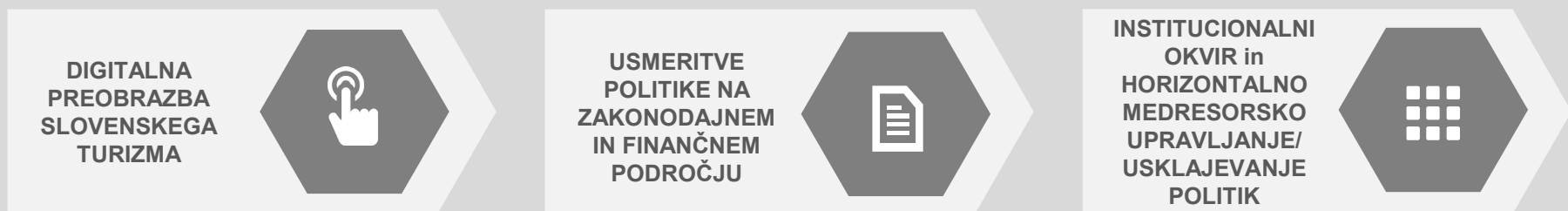


- POLITIKA 1: NALOŽBE IN PODJETNIŠKO OKOLJE
- POLITIKA 2: JAVNA INFRASTRUKTURA IN DEDIŠČINA ZA TURISTIČNI AMBIENT SLOVENIJE
- POLITIKA 3: ČLOVEŠKI VIRI ZA TRAJNOSTNO RAST IN DVIG VREDNOSTI SLOVENSKEGA TURIZMA
- POLITIKA 4: TRAJNOST IN ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA
- POLITIKA 5: DOSTOPNOST IN MOBILNOST V SLOVENSKEM TURIZMU
- POLITIKA 6: UPRAVLJANJE DESTINACIJ IN POVEZANOST TURIZMA
- POLITIKA 7: PRODUKTI IN TRŽENJE
- POLITIKA 8: DIGITALIZACIJA IN PRETOK INFORMACIJ ZA VEČJO UČINKOVITOST

KLJUČNE POLITIKE (7)



HORIZONTALNE POLITIKE (3)



KAZALNIKI

Ključni kazalniki za spremljanje in vrednotenje uspešnosti izvajanja strategije in stanja ter dinamike razvoja turizma

KAZALNIKI VPLIVA

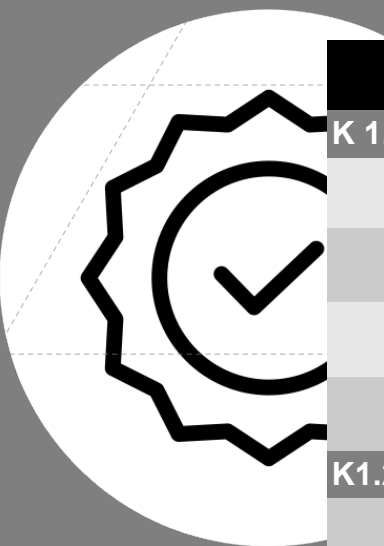
Ključni merljivi kazalniki vpliva petih strateških ciljev strategije.

Osnovo za opredelitev ciljne vrednosti kazalnikov leta 2028 predstavlja projekcija razvoja slovenskega turizma po scenariju 3 – to je scenarij zmerne kvantitativne rasti ob rasti kakovosti in dodane vrednosti (»Nekaj več in veliko bolje«).



KAZALNIKI SC1

KAKOVOST, VREDNOST IN CELOLETNOST PONUDBE (Poslovno-finančni vidik)



Kazalnik vpliva	Enota	Vir	Izhodiš če 2019	Cilj 2028	2028/ 2019
K 1.1 Dodana vrednost					
Skupaj dodana vrednost v ožji dejavnosti turizma (SKD I Gostinstvo in R 92.001 Igralništvo)	EUR	AJPES, 2019	916.142.394	1.312.343.163	143
Dodana vrednost na zaposlenega v ožji dejavnosti turizma (SKD I Gostinstvo in R 92.001 Igralništvo)	EUR/ zaposlenega	AJPES, 2019	29.313	38.429	131
Dodana vrednost na zaposlenega v gostinski nastanitveni dejavnosti (SKD I55)	EUR/ zaposlenega	AJPES, 2019	36.326	59.618	164
Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v vseh dejavnostih, povezanih s turizmom	EUR/ zaposlenega	AJPES, 2019	29.317	39.196	134
K1.2 Prilivi iz naslova izvoza potovanj	mrd, EUR	BS, 2019	2,8	3,9	139
Prilivi iz izvoza potovanj na prenočitev tujih gostov	EUR/ prenočitev tujih turistov	BS, SURS, 2019	242	331	137
K1.3 Razmerje sezonskosti					
GINI Indeks sezonskosti	Vrednost indeksa	SURS, 2019, izračun	0,27	0,23	85
K1.4 Doba bivanja turistov					
Povprečna doba bivanja vseh turistov	Število prenočitev	SURS, 2019	2,5	3,0*	120*

*Upoštevan tudi »touring« po Sloveniji, ki ga statistika z obstoječo metodologijo merjenja ne zajame.

KAZALNIKI SC2

ZADOVOLJSTVO PREBIVALCEV, ZAPOSLENIH in GOSTOV

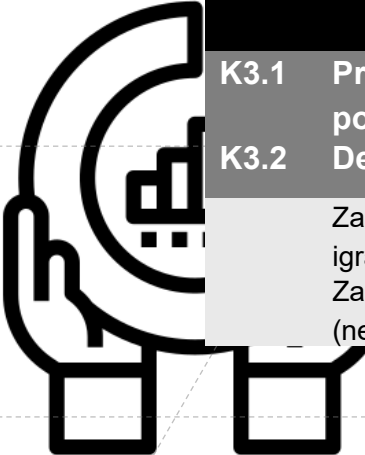
(Družbeni vidik)



KAZALNIK VPLIVA	Enota	Vir	Izhodiš če 2019	Cilj 2028	2028/ 2019
K2.1 Zadovoljstvo PREBIVALCEV					
Povprečno zadovoljstvo prebivalcev z razvojem turizma v destinacijah, vključenih v ZSST	Povprečna ocena v razponu od 1 (se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam)	ZSST, 2021, N= 12 destinacij, 2375 odgovorov	3,6	4,3	120
K2.2 Zadovoljstvo GOSTOV					
Mnenje tujih turistov o kakovosti in zadovoljstvu s posameznimi elementi turistične ponudbe po vrstah turističnih krajev; povprečna ocena splošnega vtisa vseh krajev	Povprečna ocena v razponu od 1 (zelo slabo) do 5 (zelo dobro)	SURS, anketa, 2019	4,54	4,6	101
K2.3 Zadovoljstvo ZAPOSLENIH					
Povprečna bruto plača v dejavnosti turizma (SKD EUR I Gostinstvo)		SURS, 2019	1.321	1.783	135

KAZALNIKI SC3

POZICIONIRANJE TURIZMA KOT GENERATORJA VREDNOSTI V DRUGIH DEJAVNOSTIH IN TRAJNOSTNEGA RAZVOJA (Ekonomski vidik)



Kazalnik vpliva	Enota	Vir	Izhodišče		Cilj	
			2019	2028	2028/ 2019	
K3.1 Prispevek turističnih in s turizmom povezanih dejavnosti v BDP Slovenije	Delež	AJPES, 2019	6,5 %	7,5 %	115	
K3.2 Delovna mesta						
Zaposleni v ožji dejavnosti turizma (SKD I) in igralništva (SKD R 92.001)	Št.	AJPES, 2019	22.036	23.772	108	
Zaposleni, ki jih generira turistično povpraševanje (neposredna in posredna turistična potrošnja)	Št.	AJPES, 2019	44.730	53.266	119	

KAZALNIKI SC4

RAZOGLJIČENJE IN URAVNOTEŽENJE SLOVENSKEGA TURIZMA

(Okoljsko-podnebni vidik)

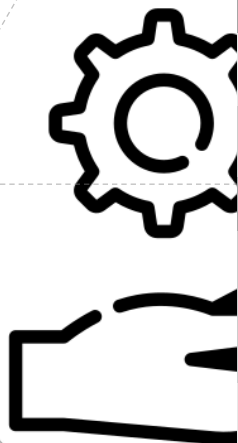


KAZALNIK VPLIVA	Enota	Vir	Izhodišče 2019	Cilj 2028	2028/ 2019
K4.1 Ogljični odtis					
Celoten ogljični odtis (višina emisij TGP) generiran iz celotne turistične dejavnosti (neposredne in posredne turistične potrošnje) / leto	v kt CO2ekv.	Različni viri, Izračun	1.255	1.242	99
Ogljični odtis iz celotne gostinske nastanitvene dejavnosti (I 55) na prenočitev	v kg CO2ekv./ prenočitev	Različni viri, Izračun	39,9	30,3	76
Število certificiranih ponudnikov – okoljski znaki	Certificirani Slovenia Green ponudniki	STO	160	600	375
K4.2 Gostota in intenzivnost turistične dejavnosti v Sloveniji					
	Število ležišč vseh vrst/ 100 prebivalcev	SURS, 2019, izračun	8,2	8.4	102
	Število prenočitev vseh turistov/ dan/ km2	SURS, 2019, izračun	2,1	2,31	110
	Število prenočitev vseh turistov/ dan/ 100 prebivalcev	SURS, 2019, izračun	2.1	2,25	108

KAZALNIKI SC5

KOMPETENTNE IN UČINKOVITE UPRAVLJAVSKE STRUKTURE

(Upravljavski vidik)



Kazalnik vpliva	Enota	Vir	Izhodišče 2019	Cilj 2028	2028/2019
K5.1 Kakovost delovanja destinacijskih organizacij					
Višina pobrane turistične takse (prihodek lokalnih skupnosti)	EUR	Občine, izračun	23.000.000	28.000.000	122
Višina proračunov vseh destinacijskih DMO	EUR	Anketa 2019	30.000.000	45.000.000	150
K5.2 Kakovost upravljanja razvoja turizma na nacionalni ravni					
Faktor dodane vrednosti realizirane iz naslova poslovanja sektorja turizma na višino proračuna STO (osnovni kazalnik na sektor SKD: I 55 nastanitveni gostinski obrati)	Faktor	AJPES, Proračun STO	25	27	108
Skupaj vsa vplačila v državni proračun in državne blagajne iz naslova turizma v letu	EUR	FURS, izračun	590.452.353	879.441.046	149
K5.3 Kakovost upravljanja na ravni podjetij					
Prihodki iz poslovanja na realizirano prenočitev v celotni dejavnosti I 55	EUR	AJPES, FURS, izračun	44	72	164
Povprečna zasedenost vseh vrst nastanitvenih kapacitet (enot/sob) v letu	Delež	SURS, 2019	35 %	39 %	111



I FEEL
SLOVENIA

CELOTEN DOKUMENT

JE OBJAVLJEN NA SPLETNI STRANI MGRT.