

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Rok Teul

**USKLAJENOST RAZVOJNIH PRIORITET GORENJSKE REGIJE Z
GLOBALNIMI RAZVOJNIMI TRENDI – S Poudarkom NA TURIZMU**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2008

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Rok Teul

Mentor: zaslužni redni profesor dr. Lojze Sočan

**USKLAJENOST RAZVOJNIH PRIORITET GORENJSKE REGIJE Z
GLOBALNIMI RAZVOJNIMI TRENDI – S Poudarkom NA TURIZMU**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2008

Zahvala

Za 'veliko in veleumno' delo, kar pričujoča diplomska naloga vsekakor je, je potrebno veliko potrpežljivosti, odrekanj in poglobljenih razmislekov. Vsem, ki so se vam moji razmisleki vseeno zdeli predolgi, se opravičujem in se vam zahvaljujem za razumevanje.

Zahvala gre pred vsem mojemu mentorju profesorju dr. Lojzetu Sočanu, ki se je med tem že upokojil, moji dragi Barbari, s katero sva obiskala že marsikateri kontinent, lektorici Tini, šefici Slavki, ki je že zamenjala službo, sodelavkam in sodelavcem s katerimi smo skupaj spisali že kaj težjega kot 'le' diplomsko nalogo ter staršem, ki me kljub vsem izgovorom, že med študijem, niso vrgli na cesto.

Hvala vsem!

USKLAJENOST RAZVOJNIH PRIORITET GORENJSKE REGIJE Z GLOBALNIMI RAZVOJNIMI TRENDI – S Poudarkom NA TURIZMU

Regionalni razvojni program gorenjske regije je strateški dokument na področju gospodarskega razvoja za naslednjih sedem let. Vsebuje jasno vizijo gospodarskega razvoja regije in identificira štiri ključne regionalne razvojne prioritete: tehnologijo, talente in toleranco, turizem ter trajnosti razvoj. Hkrati poudarja pomembnost ohranjanja števila in privabljanja novih visoko usposobljenih posameznikov, ki cenijo visok nivo kvalitete življenja in preživljanja prostega časa. Ključ do uspešnega bodočega razvoja bo odvisen predvsem od sinergij v regiji, hitrosti identificiranja bodočih razvojnih trendov ter sposobnosti le te prenesti v konkretne projekte. Turizem je predstavljen kot ena najpomembnejših razvojnih možnosti za regionalno gospodarstvo. Predstavljena je usklajenost ključnih turističnih razvojnih prioritiet (vzpostavitev regionalnega destinacijskega managementa, oblikovanje ključnih regionalnih turističnih produktov in investicije v turistične namestitvene kapacitete) z globalnimi turističnimi trendi. Turistična ponudba regije je zelo raznolika in številčna za tako majhen prostor. Masovne oblike turizma niso primerne, smiselna je specializacija.

KLJUČNE BESEDE: regionalni razvojni program, Gorenjska, turizem, trendi.

HARMONISATION OF GORENJSKA REGIONAL DEVELOPMENT PRIORITIES WITH GLOBAL DEVELOPMENT TRENDS – WITH THE EMPHASIS ON TOURISM

The Regional Development Plan of Gorenjska region (RDP) is the strategic document for the economic development of Gorenjska region for the next seven years. It sets out a clear vision for the region's economy and identifies four key regional development priorities: technology, talents and tolerance, tourism and sustainable development. In the same time document emphasize the importance to maintain the amount of high-skilled individuals and to attract new, which appreciate the high level of life and spending of leisure time. The key to the successful future development will depend especially from synergies in the region, the speed of identification of future development trends and capacity to transform them in concrete projects. Tourism is represented as one of the most important development possibilities for the region's economy. Harmonization of specific tourism development priorities (establishment of regional destination management, development of key tourism products and investments in tourism accommodation capacities) with the global tourism trends is represented. Tourist offer in the region is very heterogeneous and numerous for such small area. The mass tourism is not appropriate, it is reasonable to specialize.

KEY WORDS: Regional development programme, Gorenjska, tourism, trends.

KAZALO

SEZNAM KRATIC	7
1. UVOD	8
1.1 RELEVANTNOST TEME	8
1.2 CILJI IN STRUKTURA NALOGE	9
1.3 HIPOTEZI	10
1.4 RAZISKOVALNE METODE IN TEHNIKE	11
1.5 OSNOVNI TEORETSKI POJMI IN KONCEPTI	11
2. KONKURENČNE PREDNOSTI GORENJSKE PRED OSTALIMI REGIJAMI	13
2.1 PRIMERJAVA RAZVOJNIH KAZALCEV GORENJSKE IN SLOVENSКИH REGIJ 13	
2.2 PRIMERJAVA RAZVOJNIH KAZALCEV GORENJSKE IN BLIŽNJIH TUJIH REGIJ	18
3. PRIPRAVA REGIONALNIH RAZVOJNIH PROGRAMOV	20
3.1 ZAKONODAJNI OKVIRI	20
3.2 SPREJEM REGIONALNEGA RAZVOJNEGA PROGRAMA	20
3.3 IZVAJANJE REGIONALNIH RAZVOJNIH PROGRAMOV	22
3.4 PREDSTAVITEV REGIONALNEGA RAZVOJNEGA PROGRAMA GORENJSKE	24
3.5 KLJUČNE RAZVOJNE PRIORITETE GORENJSKE REGIJE S KLJUČNIMI PROJEKTI PO PODROČJIH (4 x 'T')	26
3.5.1 Tehnološki razvoj, podjetništvo in inovativnost	26
3.5.2 Talenti in toleranca (razvoj človeških virov)	26
3.5.3 Trajnostni razvoj	27
3.5.4 Turizem	27
3.6 TEŽAVE PRI IMPLEMENTACIJI RRP GORENJSKE	32
3.6.1 Državni nivo	32
3.6.2 Regijski nivo	33
3.6.3 Lokalni nivo	34
4. PREDSTAVITEV NEKATERIH KONCEPTOV RAZVOJNIH MOŽNOSTI REGIJ	35
4.1 DEJAVNIKI GOSPODARSKE RASTI	35
4.2 KONCEPT RAZVOJNE TEORIJE PRI PRIPRAVI REGIONALNEGA RAZVOJNEGA PROGRAMA GORENJSKE	38

5.	<i>TURISTIČNI TRENDI IN RAZVOJNE PRIORITETE</i>	41
5.1	UVOD	41
5.2	PREDSTAVITEV TURIZMA KOT GOSPODARSKE PANOGE	41
5.2.1	Svet in Evropa	42
5.2.2	Slovenija	43
5.3	TURISTIČNI TRENDI	45
5.3.1	Trenutni turistični trendi	45
5.3.2	Dolgoročni turistični trendi	45
5.4	USKLAJENOST GORENJSKEGA TURIZMA Z RAZVOJNIMI TRENDI	52
6.	<i>ZAKLJUČEK</i>	57
7.	<i>LITERATURA IN VIRI</i>	58
8.	<i>PRILOGA</i>	61

SEZNAM KRATIC

BDP	Bruto domači proizvod
CRS	Centralni rezervacijski sistem
DRP	Državni razvojni program
EU	Evropska unija
ETC	Evropska komisija za potovanja (European Travel Comission)
IKT	Informacijsko komunikacijska tehnologija
IRO	Indeks razvojne ogroženosti
ITP	Integralni turistični proizvod
JZP	Javno-zasebno partnerstvo
LTO	Lokalna turistična organizacija
OP	Operativni program
ORP	Območni razvojni program
RDO	Regionalna destinacijska organizacija
RNUTS	Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011
RPP	Regionalni razvojni program podeželja
RRP	Regionalni razvojni program
STO	Slovenska turistična organizacija
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
SVLR	Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalni razvoj
UNWTO	Svetovna turistična organizacija (United Nations World Tourism Organisation)
VEM	Vse na enem mestu
ZSSRR	Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja

1. UVOD

1.1 RELEVANTNOST TEME

Regionalni razvoj postaja osrednji instrument zagotavljanja trajnostnega razvoja, a do le-tega ne pride le s postavitvijo formalnih okvirov na nivoju države. Za gorenjsko regijo je bilo v preteklosti značilno šibko povezovanje in slabo medobčinsko strateško načrtovanje, kar je v praksi pomenilo slabo izkoriščene potencialne, ki so v regiji na voljo, slabše pogajalsko izhodišče do države ter tudi slabšo sposobnost financiranja projektov s strani skladov EU, ki so prioriteto namenjeni pospeševanju razvoja regij. A vendar je Gorenjski kot regiji to razdvojenost uspelo prerasti, kar se kaže v dobro pripravljenih razvojnih prioritetah regije, ki jih je Gorenjska pripravila med prvimi v Sloveniji in z njimi celo postavila izziv državnim zakonodajam pri pripravi pogojev za realizacijo le teh. Regionalni razvojni program gorenjske regije za obdobje 2007–2013 je bil sprejet jeseni 2006, trenutno pa je na vrsti implementacija v njem zapisanih razvojnih projektov.

Gorenjska je zaradi svoje razpršenosti uvedla mrežni koncept razvoja ter filozofijo, da se je za uspešen razvoj regije potrebno opirati predvsem na lastne sposobnosti in vire. Pri definiranju razvojnih prioritet se je oprla na ključne 'paradne konje' regijskega gospodarstva, predvsem na panoge s tehnološkim predznakom, turizem ter koncept trajnostnega razvoja. Predvsem prvi dve navedeni panogi sta v rasti in ne potrebujeata posebnih razvojnih podpor, a vendar je glede na globalno konkurenco, ki vlada na trgu, ključno vprašanje, koliko časa bodo zdržale tekmo s 'cenovno ugodnejšimi' državami. Velik poudarek je dan konceptu trajnostnega razvoja, saj nudi Gorenjska visoko kakovostne pogoje bivanja, nivo le-teh je potrebno ohraniti, hkrati pa so ti pogoji lahko idealna vaba za privabljanje ustvarjalnih ljudi, ki jih regija še kako potrebuje.

Po drugi strani se turizem kot tradicionalna gospodarska panoga na Gorenjskem pojavlja kot perspektivna alternativa pritiskom konkurenčnih trgov in je istočasno gospodarska panoga v rasti. Kakšni so bodoči turistični trendi in kakšen naj postane gorenjski turizem prihodnosti, da bo še uspešnejši, je ključno in zelo aktualno vprašanje, na katerega skušam odgovoriti v tem diplomskem delu.

Nenazadnje me je k raziskovanju te zanimive teme spodbudila tudi situacija na trgu dela, saj se vedno več študentov družboslovnih ved srečuje s turizmom na različnih nivojih.

1.2 CILJI IN STRUKTURA NALOGE

V okviru diplomskega dela sem želel potrditi pravilnost sprejetih prioritet, ki so nastale kot posledica stanja in razpoložljivih virov v regiji. Nedvomno je turizem ena od glavnih razvojnih prioritet gorenjske regije, zato sem mu namenil glavni poudarek. Hkrati pa sem želel preveriti, kakšni so najnovejši razvojni trendi in kateri so glavni dejavniki uspešne gospodarske rasti izbrane regije.

Priprava Regionalnega razvojnega programa Gorenjske za obdobje 2007–2013, ter z njim povezani turistični trendi so še precej neraziskano področje.

Diplomsko delo je sestavljeno iz štirih glavnih delov, ki se vsebinsko dopolnjujejo in nadgrajujejo glede na hipotezi navedeni v nadaljevanju.

Po uvodnem poglavju in predstavitvi osnovnih pojmov sledi analiza statističnih kazalcev regije in njihova primerjava s preteklimi podatki in z nekaterimi podatki sosednjih regij. Ključne razvojne prioritete ter prioritetni regijski projekti, ki jih načrtuje gorenjska regija v obdobju 2007–2013, so navedeni v drugem poglavju, skupaj z že ugotovljenimi sistemskimi pomanjkljivostmi in težavami pri implementaciji načrtanih strategij na različnih nivojih države. Tretje poglavje se v celoti ubada z razvojnimi strategijami in prihajajočimi trendi predvsem na turističnem področju. Zadnje poglavje je v celoti namenjeno odgovoru na zastavljeni hipotezi, a hkrati poizkuša osvetliti zastavljene turistične prioritete glede na evidentirane trende in predlaga nove ali jih izboljšuje.

1.3 HIPOTEZI

Hipoteza 1:

Izbrane razvojne prioritete gorenjske regije bodo dolgoročno prispevale k uspešnejšemu gospodarskemu razvoju regije.

Hipoteza 2:

Projekti na področju turizma na Gorenjskem so v skladu z najnovejšimi svetovnimi razvojno-turističnimi trendi.

1.4 RAZISKOVALNE METODE IN TEHNIKE

Zbiranje virov: zakonski in podzakonski predpisi, strategije, poročila, zborniki, strokovne podlage, programi in drugi akti.

Zbiranje literature: o predmetu raziskovanja: regionalni razvojni programi, regionalni razvoj, regionalne politike, gospodarski razvoj, turizem, razvoj turističnih destinacij, oblikovanje turistične ponudbe, turistična politika, turistični trendi.

Študij in analiza literature in virov

Študij primera: razvojne prioritete Gorenjske na področju turizma za obdobje 2007 – 2013 in njihova usklajenost z aktualnimi turističnimi trendi.

Intervju s: predstavnico regionalne razvojne agencije.

1.5 OSNOVNI TEORETSKI POJMI IN KONCEPTI

Regionalni razvojni program

Je temeljni programski dokument na regionalni ravni, ki opredeljuje razvojne prednosti razvojne regije, določi razvojne prioritete regije in vsebuje finančno ovrednotene programe spodbujanja razvoja v razvojni regiji.

Destinacijski menedžment

Menedžment turistične destinacije je nov, vsestranski strateški pristop za doseganje konkurenčnosti turistične destinacije na globalnem trgu, na katerem glavno vlogo igrajo turisti in njihovo povpraševanje po integralnih turističnih proizvodih turistične destinacije (Radić in Završnik 2005: 4).

Turistična destinacija

Turistična destinacija je integralni turistični proizvod, ki ga turist prepozna, ko načrtuje svoje potovanje ali počitnice. Integralni turistični proizvod se potroši v določenem geografskem prostoru, ki za turista predstavlja njegov potovalni cilj. Turistična

destinacija je tako geografski prostor, ki ga turist izbere za potovalni cilj (Radić in Završnik 2005: 5).

Integralni turistični proizvod

Integralni turistični proizvod je splet posameznih turističnih storitev, s katerimi turist zadovolji svoje želje in potrebe po potovanju ali počitnicah (Radić in Završnik 2005: 5).

Javno-zasebno partnerstvo

Pri javno-zasebnem partnerstvu (v nadaljevanju JZP) gre za različne tipe aranžmajev med javnim in privatnim sektorjem za zagotavljanje storitev/infrastrukture. Za JZP je značilna porazdelitev vložkov in tveganj v odvisnosti od oblike partnerstva. V JZP ima vsak od obeh sektorjev svoje primerjalne prednosti (partnerstva naj bi izkoristila prednosti obeh). Vloga javnega sektorja v JZP je zelo pomembna, še zlasti v prvih fazah projektnega ciklusa, hkrati pa se je potrebno zavedati, da je JZP samo eden od možnih načinov za zagotavljanje storitev/investicije in ni nadomestilo odločanju oblasti (Mrak 2006: 2)

Regionalni BDP

Bruto domači proizvod je enak dodani vrednosti v osnovnih cenah, povečani za davke na proizvode in storitve in zmanjšani za subvencije po proizvodih in storitvah. Bruto domači proizvod je tako enak vsoti dodane vrednosti v osnovnih cenah vseh domačih (rezidenčnih) proizvodnih enot in neto davkov na proizvode in storitve (davki na proizvode in storitve, zmanjšani za subvencije po proizvodih in storitvah). Razpoložljiv je tudi na ravni regij. Je osnovni kazalnik gospodarske razvitosti v regiji ter najpomembnejši kazalnik celotne ekonomske aktivnosti v regiji (Ažman in dr. 2005: 6).¹

¹ Opozoriti je treba, da regionalni BDP na prebivalca meri proizvodnjo, ne pa tudi življenjskega standarda v določeni regiji. Podatek o višini regionalnega BDP torej ne pomeni, da imajo ljudje, ki živijo v določeni regiji, tudi višji življenjski standard, kajti osnovni princip zajemanja podatkov je načelo čistih dejavnosti, t. j. glede na delovno mesto delovno aktivnih oseb. Delovni migranti, ki živijo v eni, delajo pa v drugi regiji, povečujejo BDP v regiji, kjer delajo, in ga istočasno zmanjšujejo v regiji, kjer stanujejo. Primerjava BDP z dohodki gospodinjstev po občini prebivališča pa bi dala realnejšo sliko o regionalni razvitosti.

2. KONKURENČNE PREDNOSTI GORENJSKE PRED OSTALIMI REGIJAMI

2.1 PRIMERJAVA RAZVOJNIH KAZALCEV GORENJSKE IN SLOVENSКИH REGIJ

V predstavitveni brošuri slovenskih regij, ki jo je leta 2006 izdal Statistični urad Republike Slovenije (v nadaljevanju: SURS), se predstavitev gorenjske regije začne prav poetično, saj naj bi bila to regija visokih očiakov, med katerimi je tudi simbol slovenstva, to je Triglav. Podatek resnično drži, kakor tudi, da je regija skoraj v celoti **alpska** (kar 70 %) in v velikem delu zaščiteni kot nacionalni park. Po podatkih navedenih v Regionalnem razvojnem programu Gorenjske 2007–2013 (v nadaljevanju RRP Gorenjske), je od teh 70 % kar 46 % sveta poraščena z gozdom in **40 % leži nad 1000 m** nadmorske višine (Povzeto po: Internet 2: 1–14).

Posebej bi bilo potrebno poudariti tudi dejstvo, da je kar je **44 %** območja vključeno v **NATURO 2000**. Regija ima poleg nacionalnega parka še vrsto zaščitenih območij in točk, predvideva se tudi ustanovitev dveh novih regijskih parkov – regijskega parka Karavanke in Kamniško-Savinjske Alpe. S tem bo Gorenjska regija nedvomno pridobila primat med slovenskimi regijami po količini zaščitenih območij (Internet 1). S tem se bo po mojem mnenju hitreje približala enemu od svojih strateških ciljev v katerem navaja, da želi ohraniti poseljenost alpske krajine, čisto naravo ter zagotoviti visoko kakovostne pogoje življenja.

Vodni viri, kot eden od strateških surovin, kar pitna voda nedvomno je in bo, tako v RRP Gorenjske kot v publikaciji SURS niso posebej omenjeni, bi jih pa bilo smotno izpostaviti. Omenjena je reka Sava, ki se trenutno nahaja v 2.–3. kakovostnem razredu, a se bo po razvojnih načrtih njena kakovost do leta 2013 dvignila v 1.–2. razred.

V letu 2003 je gorenjska regija namenila 3,4 milijona tolarjev za investicije v okolje, kar jo uvršča v zlato povprečje med slovenskimi regijami (največ investicij v varstvo okolja vlagava savinjska regija: 14,2 milijona SIT) (SURS 2006).

Z 2.137 km² oz. 9,9 % površine države je Gorenjska šesta največja slovenska razvojna regija. Če primerjamo dostopnost regije z dostopnostjo drugih regij, lahko ugotovimo, da je Gorenjska, po kateri poteka X. avtocestni in železniški koridor, v regiji pa se nahaja tudi osrednje slovensko letališče – Brnik, ena od **dostopnejših** v državi. Zanimiv je podatek, naveden v RRP Gorenjske, da je v regiji le 41,7 km avtocest, a kar 1.078 km lokalnih cest, katerih vzdrževanje pomeni velik pritisk na občinske proračune. Gorenjska proizvede **77.000 ton odpadkov** letno ali **389 kg na prebivalca**, kar jo v primerjavi z drugimi regijami uvršča² v zgornji del te lestvice. Žal Gorenjska od teh odpadkov **le 12 % reciklira** (podatkov za druge regije pri pripravi diplomskega dela nisem uspel evidentirati).

Po podatkih navedenih v RRP Gorenjske, gorenjsko statistično regijo sestavlja 18 lokalnih skupnosti, v katerih živi **199.085** (SURs 2005) prebivalcev, kar pomeni, da Gorenjska predstavlja 9,9 % prebivalcev Slovenije in je s tem uvrščena **na četrto mesto** med 12 slovenskimi razvojnimi regijami. Rast prebivalstva je v zadnjih letih padla na slovensko povprečje (gorenjski indeks 2005/2004 znaša 100,4, slovenski pa 100,3). 40 % prebivalcev živi v urbanih središčih. Prav razvojna os Jesenice–Radovljica–Kranj–Šenčur–Škofja Loka predstavlja največje zgoštevno jedro poselitve. Gorenjski **indeks staranja je s 102,8** razvojno **neugoden**. 15,1 % je mladih do 15 let in 15,5 % starih 65 in več let. V primerjavi s Slovenijo in drugimi regijami je to še sorazmerno ugodno (indeks za Slovenijo je 110,5).

Izobrazbena struktura prebivalstva Gorenjske, ki je starejše od 15 let, je v primerjavi s slovenskim povprečjem **boljša**. Po zadnjih podatkih (zadnji žal iz popisa leta 2002) je na Gorenjskem v primerjavi s Slovenijo nižji delež prebivalcev brez izobrazbe (6,83 % prebivalcev, v Sloveniji 6,95 %) ter višji delež višje in visoko izobraženih (13,14 % prebivalcev, v Sloveniji 12,93 %). Večina prebivalcev – 55,1 % (v Sloveniji 54,1 %) – ima srednjo izobrazbo (nižjo in srednjo poklicno ter strokovno in splošno).

Leta 2004 je bilo v podjetjih zaposlenih samo 12,8 % oseb z visoko izobrazbo, v Sloveniji pa kar 15,7 %. **Število študentov** iz gorenjske regije narašča, v šolskem letu 2005/2006 jih je bilo 11.795 oz. **10,4 %** vseh v Sloveniji. Leta 2005 pa je diplomiralo

² Najmanj odpadkov na prebivalca pridelava pomurska regija: 287 kg/prebivalca, največ notranjsko–kraška: 467 kg/prebivalca.

1.626 Gorenjcev (8,2 na 1000 prebivalcev, v Sloveniji 7,8 na 1000 prebivalcev). Manj ugodna je struktura vpisa študentov po posameznih strokah. Zaposlitveni kazalci so ugodni, s **7,4 odstotno stopnjo brezposelnosti** (6.497 brezposelnih) leta 2005 je Gorenjska med uspešnejšimi slovenskimi regijami (SURs 2006: 46). Na drugi strani pa takšen položaj na trgu dela tudi že vpliva na pomanjkanje določenih profilov kadrov.

Tradicionalno industrijsko gorenjsko gospodarstvo se v obdobju zadnjih petih let počasi spreminja iz industrijske (33.203 oziroma 46 % zaposlenih) v **storitveno družbo** (36.336 oziroma **51% zaposlenih** decembra 2005). Kljub temu pa se proces prestrukturiranja delovno intenzivne proizvodnje še vedno odraža na ekonomskih kazalnikih, ki večinoma zaostajajo za slovenskim povprečjem. Primerjava zaposlenosti/delovnih mest po panogah med leti pokaže na nadaljevanje upadanja zaposlenih v industriji in javni upravi, relativno in absolutno najbolj pa raste število delovnih mest v poslovnih storitvah, gostinstvu, gradbeništvu in prometu. V regiji je **71.700 delovnih mest**, a **78.233 aktivnega prebivalstva**. Kar 20 % delovno aktivnega prebivalstva oz. **16.000 oseb dela izven gorenjske regije**. Po podatkih za leto 2005 kar 12.0000 Gorenjcev dela v Ljubljani. Glede na velikost podjetij za gorenjsko regijo veljajo naslednji podatki: 46 % je zaposlenih v malih podjetjih in s. p., 42 % pa je zaposlenih v 61 velikih podjetjih. Povprečna neto plača zaposlenega na Gorenjskem decembra 2005 je s **179.852 sit** oziroma 750 EUR za **2,3 % zaostajala za slovenskim povprečjem**.

Ekonomski kazalniki zaostajajo za slovenskim povprečjem. Leta 2005 je **3.873 gorenjskih gospodarskih družb** (8,9 % vseh v Sloveniji) s 44.623 zaposlenimi (9,6 % vseh v Sloveniji) ustvarilo 1.080 mrd sit (4.500 mio EUR) čistih prihodkov od prodaje, kar predstavlja **le 7,9 % vseh prihodkov slovenskih družb**. Iz tega izhaja podpovprečna **dodana vrednost na zaposlenega**, ki je leta 2005 na Gorenjskem znašala 6.605.000 sit (27.520 EUR), to je **94 indeksnih točk slovenskega povprečja**.

Podatki o višini BDP v RRP Gorenjske in podatki SURS se razlikujejo kar za 66 milijard sit. Po podatkih SURS je Gorenjska leta 2003 ustvarila **501 mrd sit BDP**, kar pomeni **9,9 % nacionalnega BDP**.

Največji delež gorenjskega BDP ustvarjajo predelovalna dejavnost (37,5 %, a 56 % zaposlenih), poslovne dejavnosti (13,7 % prispevek k BDP s 6,4 % zaposlenih) in trgovina (11,1 % s 14 % zaposlenih). **BDP/prebivalca** Gorenjske je leta 2003 znašal **10.830 EUR** (10.443 EUR leta 2002), kar predstavlja 86,9 % (88,0 % leta 2002) slovenskega BDP. Leta 2002 je BDP/prebivalca znašal 66 % povprečnega BDP EU. **BDP na Gorenjskem sicer narašča, vendar je njegova rast počasnejša kot slovenska**, kar ob nadaljevanju takšnega trenda pomeni dolgoročno razvojno zaostajanje regije. V petletnem obdobju 1999–2003 je bil gorenjski indeks rasti BDP 120,8, slovenski pa 122,2. Razlika se v zadnjem letu (2002–2003) še povečuje. Rast gorenjskega BDP je bila le 3,7 %, slovenskega pa 5,0 %.

Na področju tujih vlaganj je razvidno, da je v regiji aktivnih 242 poslovnih subjektov, kjer se pojavlja tuj kapital³. Največji delodajalci s tujim kapitalom so v proizvodni dejavnosti (Goodyear Kranj, Aqua Sava, Doka Jesenice), vedno več tujcev pa je tudi v lastniških strukturah gorenjskih podjetij. Gorenjska podjetja so v letu 2005 izvozila kar za 1,6 milijarde evrov blaga in storitev, medtem ko so uvozila za 1,3 milijarde evrov. Edina regija, ki ima od Gorenjske boljše razmerje med izvozom in uvozom, je Dolenjska (STA 2006).

Po podatkih popisa kmetijskih gospodarstev 2000 je na Gorenjskem **5040 kmetij**, ki imajo v uporabi **33.402 ha kmetijskih zemljišč**, kar predstavlja 5,83 % vseh slovenskih kmetij oz. 6,9 % vseh kmetijskih zemljišč. Kmetijska gospodarstva so med večjimi v regiji po povprečni površini kmetijskih zemljišč (povprečna gorenjska kmetija obdeluje 6,82 ha kmetijske zemlje in 10,16 ha gozda) in tudi številu glav živine na hektar kmetijskega zemljišča. Decembra 2005 je bilo 1.734 kmetov. Na Gorenjskem je 58 % gospodarjev kmetij starejših od 61 let, le 293 oz. 5 % kmečkih gospodarjev pa je mlajših od 41 let.

Gledano dolgoročno (1995 - 2006) se število turistov in prenočitev turistov na Gorenjskem stalno **povečuje**, v zadnjem obdobju pa rahlo niha. V zadnjem desetletju se je število turistov povečalo za 40,1 % (v Sloveniji za 57,6 %), število prenočitev pa za 25,3 % (v Sloveniji za 31,3 %). Močno se povečujeta obisk (za 118 %) in nočitve (za

³ Med njimi je kar 112 podjetij na področju gradbeništva, ki jih v zadnjih letih, večinoma v občini Kranj, ustanavljajo gradbeni delavci iz Albanije in drugih balkanskih držav (Internet 2: 11).

84,7 %) tujih gostov, medtem ko se število in delež domačih turistov zmanjšuje (na slovenski ravni stagnira). Od leta 1995 je namreč odstotek domačih gostov padel iz 50,7 % na 23,2%, v številu to pomeni 174.178 na 111.855 oz. 35,8 % padec (Lapuh 2007: 17).

Gorenjsko je v letu 2005 obiskalo **499.522** (SURS 2005), v letu 2006 pa **481.505** kar predstavlja skoraj **20 % vseh gostov v Sloveniji**, od tega na Gorenjsko pride kar **76,5 % tujih**. Med tujimi gosti prevladujejo Nemci (21,4 %), Italijani (12,5 %) in Britanci (9,8 %). Znotraj gorenjske regije kar 408.574 vseh turistov (**81,8 %**) **obišče turistično destinacijo Julijske Alpe**. Turisti na Gorenjskem bivajo povprečno **2,92 dni**. Celoletna **stopnja zasedenosti** turističnih zmogljivosti v letu 2005 je bila na Gorenjskem zelo nizka, le **26,5 %**, a podatki zasedenosti v sezoni pokažejo povsem drugo sliko (npr. 51 % zasedenost v avgustu 2007). Na Gorenjskem je po podatkih SURS **223 nastanitvenih objektov** (25,7 odstotkov vseh v Sloveniji). Kar dve tretjini objektov je na območju občin Kranjska Gora (59 objektov, 26,5 %), Bohinj (51 objektov, 22,9 %) in Bled (38 objektov, 17 %). Avgusta 2007 je bilo na Gorenjskem **18.415 ležišč** (22,3 % vseh v Sloveniji), od tega največ v hotelih - 5.149 (28 %). Med hoteli, ki so kategorizirani z eno ali več zvezdicami, je več kot pol ležišč (2.693) v hotelih s štirimi zvezdicami, 2.276 jih je v hotelih s tremi zvezdicami in 180 v hotelih s petimi zvezdicami. V strukturi nastanitvenih kapacitet precejšen delež ležišč odpade na kampe (3.986 oz. 21,6 %) in planinske domove ter kočje (2.069 oz. 11,2 %). Še vedno je precej objektov (1.523 ležišč) sindikalnega ali družbenega značaja (delavski počitniški domovi), ki so praviloma slabše kakovosti. Po vrstah objektov je bila najboljša zasedenost v kampih (73,1 %) in hotelih (70,2 %). Apartmaji so bili zasedeni 52 %, turistične kmetije 31,5 %, planinski domovi in kočje pa so beležili 17,8 % zasedenost. (Lapuh 2007: 19).

Primerjava med regijami pokaže, da je največji delež tujih turistov je v letu 2004 zabeležila notranjsko-kraška regija (93,3 %), po nastanitvenih zmogljivostih je daleč na prvem mestu obalno-kraška regija (221, 2 ležišča na 1000 prebivalcev, Gorenjska: 96,3 ležišča na 1000 prebivalcev) (SURS 2006).

Statistični kazalci sami po sebi pokažejo prednosti in slabosti regije, njihova uporaba pa je najučinkovitejša, če jih primerjamo s kazalci drugih regij. To je najboljše razvidno iz tabele 2.1.1.

Tabela 2.1.1: Primerjava razvojnih kazalnikov Gorenjske in konkurenčnih regij

KAZALCI	Zahodna	Gorenjska	Osrednje slovenska	Obalno-kraška	Goriška	Vzhodna	Savinjska	JV Slovenija	Slovenija
	Površina (v km ²)	8.061	2.137	2.555			12.212	2.384	
Število prebivalcev; leto 2004	918.453	198.713	498.378	105.313	119.841	1.078.551	257.525	139.434	1.997.004
BDP po PPP na preb. (v %; EU-25=100); 2002	89,5	66	107	78	73	62,5	67	68	74,9
Stopnja zaposlenosti; 2002-2004, v %	59,7	58,5	60,6	58,1	59,1	55,5	56,9	60	57,4
% zaposlenih v storitvenih dejavnostih	60,9	51				45,8			52,8
Povprečno število let šolanja; 2002	10,97	10,7	11,27	10,7	10,42	10,35	10,39	10,14	10,64
Indeks staranja; 2002-2004	101,8	92,3	97,6	127,3	117,5	99,7	91,1	87	100,6
Brezposelnost (v %); leto 2004	5,5	8	7,6	8,1	6,4	7,4	19,1	8,8	6,5
Priključki na javno kanalizacijo 2002 %	60,4	52,4	66,9	59	47,7	41	39,4	36,8	49,9
Delež območij Natura 2000; v %	38,4	44,3	21,6	48,2	47,1	33,6	16,6	48,4	35,5
Sintezi kazalec razvitosti: Indeks razvoine	73	83,1	8,7	82,4	93,8	107	92,3	101,7	100

Vir: Internet 2

Za potrebe razdeljevanja sredstev je Vlada RS opredelila poseben kompleksen indeks⁴, po katerem se Gorenjska z indeksom 83,1 uvršča na tretje mesto po razvitosti med 12 slovenskimi regijami, čeprav se po nekaterih kazalnikih, ki tvorijo kompleksni indeks razvojne ogroženosti (IRO), uvršča slabše. Po letu 2008 bo sredi programskega obdobja pričela veljati tudi delitev Slovenije na dve kohezijski regiji. Gorenjska je znotraj zahodne kohezijske regije po BDP najmanj razvita regija. Kljub precej zadovoljivi situaciji v Sloveniji (Gorenjska zaostaja za Slovenijo, in sicer po BDP in BDV) Gorenjski ne kaže nič kaj dobro, ko jo primerjamo z razvitejšimi sosedi.

2.2 PRIMERJAVA RAZVOJNIH KAZALCEV GORENJSKE IN BLIŽNJIH TUJIH REGIJ

Gorenjska dosega 66 % BDP EU 25, tako da zaostaja za sosednjimi italijanskimi in avstrijskimi regijami. Na ostalih področjih (zaposlenost, demografija, okolje) pa dosega ali minimalno presega povprečje konkurenčnih regij in države. S tega vidika (tabela 2.1.1) bi Gorenjska morala izkoristiti svoj človeški in naravni kapital za približevanje sosednjim regijam tudi na področju gospodarske moči.

⁴ Na podlagi meril Zakona o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (v nadaljevanju ZSSRR) je Vlada RS s Sklepom o razvrstitvi razvojnih regij po stopnji razvitosti za programsko obdobje 2007–2013 opredelila kompleksni indeks razvojne ogroženosti (IRO) vseh slovenskih regij. IRO se bo v celotnem programskem obdobju uporabljal kot eno od meril pri dodeljevanju razvojnih spodbud države in EU.

Tabela 2.2.1: Primerjava Gorenjske z nekaterimi evropskimi regijami na področju brezposelnosti in zaposlenosti

Regija	BDP/EU (2003)	Stopnja zaposlenosti (2004)	Stopnja brezposlenosti (ILO, 2004)
Furlanija Julijska Krajina, Italija	125,1	62,7	3,9
Tirolska, Avstrija	124,2	69,3	3,3
Rhone - Alpes, Francija	110,6	64,1	8,5
Freiburg, Nemčija	108	70,7	6,1
Koroška, Avstrija	102,1	65,4	4,6
Limburg, Belgija	98,6	60,9	6,5
Leipzig, Nemčija	81,5	58,8	19,3
Slovenija	76	57,4	6,3
Gorenjska	66	58,5	4,5

Vir: Internet 3.

Tako geografsko kot poslovno okolje je za regije, s katerimi primerjamo Gorenjsko, zelo enakovredno in primerljivo (izjemi sta Trst in Koper zaradi obmorske lege), zato Gorenjska lahko svoje konkurenčne prednosti išče zgolj znotraj sebe ter v hitrem odzivu in ustrezni umestitvi v zunanji, širši (globalni) prostor (Internet 2: 15).

3. PRIPRAVA REGIONALNIH RAZVOJNIH PROGRAMOV

3.1 ZAKONODAJNI OKVIRI

Zakonodajni okvir regionalnemu razvoju v Sloveniji daje Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja, ki opredeljuje regionalni razvoj na državni, regionalni in lokalni ravni ter opredeljuje tudi nosilce teh nalog. V zakonu je opisano tudi dodeljevanje razvojnih spodbud ter postopek izvedbe projektnega financiranja, pri katerem se javna in zasebna sredstva povezujejo za spodbujanje razvoja.

Oblikovanje in izvajanje regionalne politike v Sloveniji temelji na naslednjih medsebojno usklajenih temeljnih programskih dokumentih: Strategiji razvoja Slovenije, Strategiji prostorskega razvoja Slovenije, Strategiji regionalnega razvoja Slovenije, Državnem razvojnem programu, programskih dokumentih za EU in regionalnih ter območnih razvojnih programih. Strategija regionalnega razvoja Slovenije je podlaga za pripravo regionalnih razvojnih programov. V 11. členu tega zakona je navedeno, da morajo biti regionalni razvojni programi usklajeni tudi z državnim razvojnim programom. Državni razvojni program predstavlja dogovor med regijami in državo o regionalnem razvoju (povzeto po: ZSSRR). Samo pripravo regionalnih razvojnih programov definira Uredba o regionalnih razvojnih programih, ki določa vsebino in strukturo, postopek priprave in izvedbe ter način spremljanja in vrednotenja učinkov regionalnega razvojnega programa.

3.2 SPREJEM REGIONALNEGA RAZVOJNEGA PROGRAMA

Sklep o pripravi RRP, ki vključuje navedbo območja priprave RRP in zadolžitve vključenih institucij, ter program priprave RRP sprejme regionalni razvojni svet (v nadaljevanju RRS) in ga objavi. Program priprave potrди Svet regije. Vsaka statistična regija v Sloveniji ima torej od leta 2005 naprej regionalni razvojni svet, ki je najvišji partnerski organ za usmerjanje regionalnega razvoja v njej. Če povzamem zakon, so njegove glavne naloge sprejemanje odločitev v postopku priprave regionalnega

razvojnega programa, območnih razvojnih programov, potrjevanje izvedbenih načrtov in ključnih regijskih projektov, sodelovanje v programskem svetu za pripravo regionalnih zasnov prostorskega razvoja, sodelovanje z regijami drugih držav ter obravnava drugih zadev regionalnega pomena (Gorenjska partnerstvo za razvoj 2006).

RRS šteje 42 članov. Na prvi konstitutivni seji se je sešel 4. aprila 2005. Za operative naloge na posameznih področjih regionalnega razvoja je RRS Gorenjske ustanovil šest odborov, in sicer:

- odbor za gospodarstvo,
- odbor za okolje, prostor in infrastrukturo,
- odbor za razvoj človeških virov, odbor za razvoj podeželja,
- odbor za turizem, šport in kulturo,
- odbor za promocijo investicij in za identiteto regije

Svet regije na Gorenjskem predstavljajo predstavniki vseh gorenjskih občin oziroma župani (Internet 3).

V programu priprave se določi projektno skupino in vodjo priprave RRP, ki je odgovoren regionalnemu razvojnemu svetu za vsebinsko in operativno usmerjanje priprave RRP. V projektni skupini sodelujejo predstavniki odborov regionalnega razvojnega sveta.

Strokovno, tehnično in administrativno podporo pri pripravi RRP zagotavlja subjekt spodbujanja razvoja na regionalni ravni, ki je vpisan v evidenco pri Službi Vlade za lokalno samoupravo in regionalno politiko (v nadaljevanju: SVLR), skladno z 29. členom zakona o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (subjekti spodbujanja razvoja na regionalni ravni so v celotni Sloveniji pravzaprav regionalne razvojne agencije, za katere je zakon po mojem mnenju predvidel nepotrebno, novo poimenovanje). Naloge regionalne razvojne agencije so predstavljene v naslednjem poglavju.

RRS spremlja pripravo RRP in sprejema odločitve v fazi njegove priprave. Pred sprejemom pošlje subjekt spodbujanja razvoja na regionalni ravni predlog RRP Službi Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalni razvoj, ki oceni skladnost RRP z državnim razvojnim programom in izpolnjevanje minimalnih vsebin

(iz drugega odstavka 4. člena Uredbe o pripravi regionalnih razvojnih programov) ter poda mnenje z obrazložitvijo najkasneje v 45 dneh po prejemu programa. Regionalni razvojni svet predloži predlog RRP v sprejem Svetu regije skupaj z mnenjem prej omenjenega SVLR. Končni RRP sprejme Svet regije.

3.3 IZVAJANJE REGIONALNIH RAZVOJNIH PROGRAMOV

RRP se uresničuje z izvedbenimi načrti. Izvedbeni načrt RRP je nabor usklajenih projektnih predlogov regije, ki predstavljajo uresničevanje RRP. Predlog izvedbenega načrta RRP pripravi Regionalni razvojni svet. Strokovno, tehnično in administrativno podporo pri pripravi izvedbenega načrta RRP zagotavlja subjekt spodbujanja razvoja na regionalni ravni. Izvedbeni načrt RRP mora biti ustrezno strukturiran, usklajen z RRP in mora upoštevati državni razvojni program ter proračunske okvire na državni in občinski ravni.

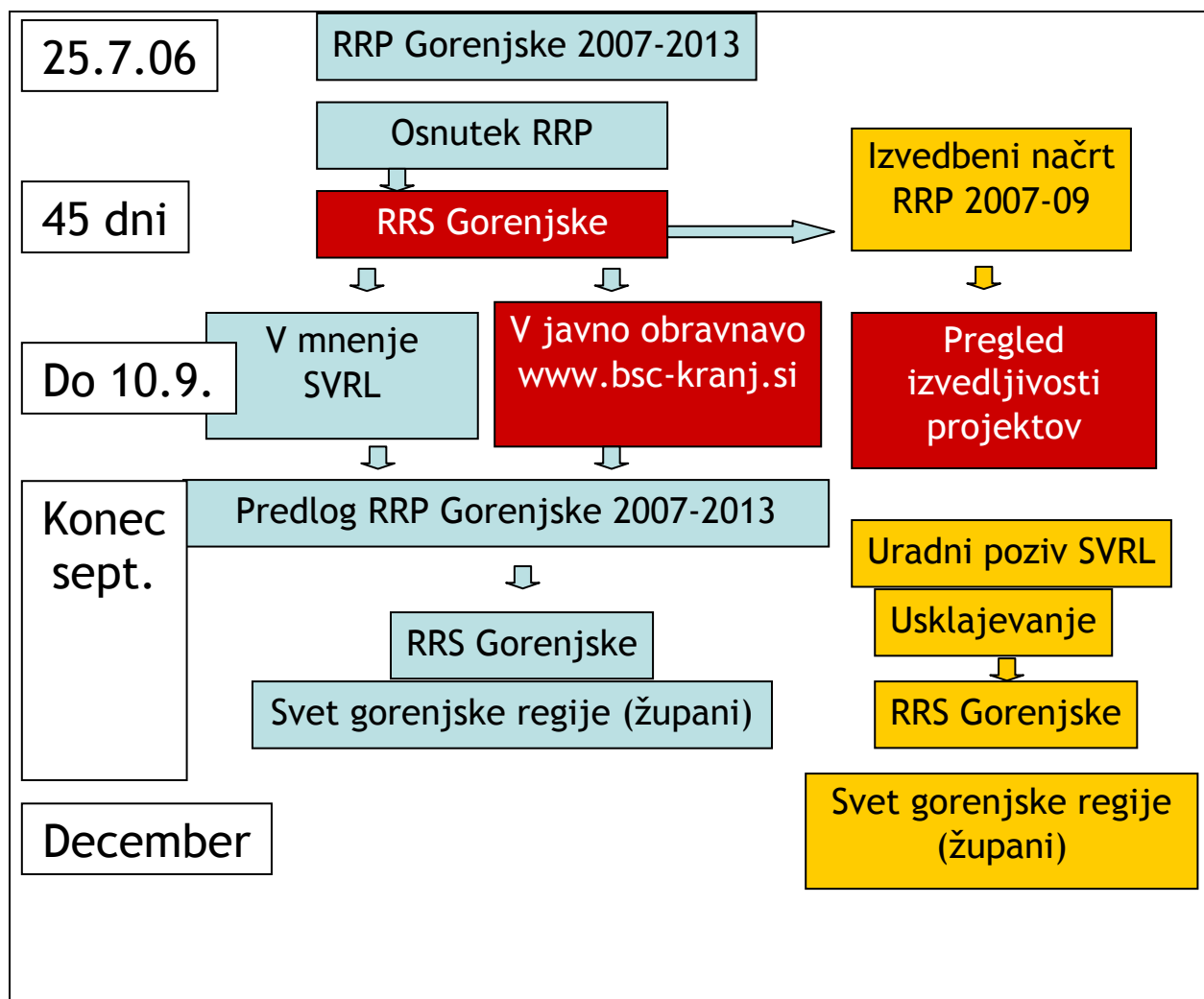
Izvedbeni načrt RRP se pripravi na osnovi poziva SVLR za triletno obdobje, skladno s postopkom priprave načrta razvojnih programov državnega proračuna. V pozivu SVLR se določijo roki priprave, obvezna oblika projektnih predlogov in zahtevana dokumentacija ter višina sofinanciranja glede na namen in regijo. Projektni predlogi izvedbenega načrta RRP morajo predstavljati zaključeno funkcionalno celoto. Izkazati morajo regionalni pomen in vpliv na ustvarjanje novih delovnih mest ali na izboljšanje stanja okolja in zagotavljanje osnovne komunalne infrastrukture.

Obvezne vsebine posameznih projektnih predlogov izvedbenega načrta RRP so naslednje:

- nosilci izvajanja,
- cilji s pripadajočimi aktivnostmi in upravičenimi stroški,
- terminski načrt izvedbe za programsko obdobje,
- finančni načrt s prikazom stroškov in z navedenimi viri (državni proračun, proračuni lokalnih skupnosti, ostali domači javni viri, sredstva strukturnih skladov in zasebna sredstva) po posameznih letih programskega obdobja,
- geografske lokacije, na katerih se bo projekt izvajal.

Izvedbeni načrt RRP prav tako sprejme Svet regije. Oba postopka sta poenostavljeno predstavljena na primeru sprejemanja RRP Gorenjske v tabeli 3.1.1.

Tabela 3.3.1: Prikaz sprejemanja RRP in Izvedbenega načrta RRP na primeru gorenjskega regionalnega razvojnega programa



Vir: Internet 3.

3.4 PREDSTAVITEV REGIONALNEGA RAZVOJNEGA PROGRAMA GORENJSKE

Predmet raziskovanja te diplomske naloge je, kot je že omenjeno v prejšnjih poglavjih, predvsem regionalni nivo oz. razvojne prioritete gorenjske regije, navedene v RRP Gorenjske.

Gorenjska regija je imela med prvimi oblikovan regionalni razvojni svet (RRS), ki je zato sprejel tudi sklep o pripravi, ki vključuje navedbo območja priprave RRP in zadolžitve vključenih institucij. BSC je skupaj z območnima razvojnima agencijama SORA (Poslovno podporni center za občine: Škofja Loka, Železniki, Gorenja vas - Poljane, Žiri) in RAGOR (Razvojna Agencija Zgornje Gorenjske) povezan v Regionalno razvojno agencijo Gorenjske in je torej subjekt spodbujanja razvoja na regionalni ravni. Naloge Regionalne razvojne agencije Gorenjske so poleg priprave regionalnih in lokalnih razvojnih programov tudi priprava in vodenje celovitih regijskih projektov za financiranje iz EU in domačih virov, razvoj in upravljanje regijskih finančnih shem, razvoj in upravljanje podjetniške podporne infrastrukture, podjetniško svetovanje in povezovanje malih in srednje velikih podjetij ter čezmejno in mednarodno sodelovanje. V programu priprave so, kot je v zakonu tudi navedeno, določili projektno skupino in vodjo priprave RRP. Za vodjo priprave RRP je bila imenovana namestnica direktorja BSC Kranj d. o. o., mag. Slavka Zupan, s katero sem opravil tudi intervju.

Vodja priprave RRP je odgovorna regionalnemu razvojnemu svetu za vsebinsko in operativno usmerjanje priprave RRP. V projektni skupini sodelujejo tudi predstavniki odborov regionalnega razvojnega sveta. V odbore in projektne skupine RRS Gorenjske je bilo v enem letu vključenih več kot 300 posameznikov z različnih strokovnih področij ter 94 institucij oziroma podjetij. Po navedbah RRP Gorenjske je proces izdelave RRP Gorenjske potekal od novembra 2005 do maja 2006 in je sledil spodnjim načelnim izhodiščem, postavljenim s strani Kolegija RRS (Internet 2: 5):

- dokument naj bo nadgradnja obstoječega RRP Gorenjske 2002–2006;
- dokument naj bo osredotočen, jasen, kratek in zelo operativen;
- pomembna je izvedljivost in ne dokument;
- sprejeti jasne odločitve o bistvenih prioritetah in ciljih ter temu podrediti vse;

- poudarek mora biti na definiranju in dogovoru okrog ključnih regijskih projektov za obdobje 2007–2013, ki bodo naredili Gorenjsko uspešnejšo od drugih regij;
- RRP mora temeljiti tudi na vizijah podjetij, države in slediti lizbonskim ciljem;
- postaviti se je treba na lastne noge, viri EU in države so pomembni za zagon, priložnost je v javno-zasebnem partnerstvu (JZP);
- usmeritve na vseh področjih naj upoštevajo podjetniški pristop;
- zagotoviti je treba povezljivost s prostorskimi dokumenti.

Dokument je sestavljen iz treh delov: analize, strategije in programsko-projektne delo. Za njegovo uresničevanje so postavljene 4 razvojne prioritete, 10 programov, 31 ukrepov, načrtanih je več kot 100 projektov. Razvojni poudarki in smernice, ki so sledile oblikovanju prioritet, so temeljili na naslednjih predpostavkah:

- Izkoristiti lokacijo in naravno okolje za razvoj turizma in podjetništva.
- Rast BDP in dodane vrednosti naj temelji na človeškem kapitalu in novih tehnologijah.
- Večji regionalni sinergiji: izobraževanje/znanje/raziskave – gospodarstvo.
- Narava – dediščina, obnovljivi viri energije, aktivno podeželje, sonaravni razvoj.
- Mesta in trgi z bogato kulturno dediščino.
- Razdrobljenost – ni močnega jedra, zato uveljavljamo mrežni koncept.
- Bližina Ljubljane – naša prednost in nevarnost.
- Obmejnost in odprtost v razmišljanju in delovanju (Internet 2).

Iz zgornjih smernic so se po odborih Regionalnega razvojnega sveta izoblikovale regijske razvojne prioritete, ki so podrobneje predstavljene v naslednjem poglavju.

3.5 KLJUČNE RAZVOJNE PRIORITETE GORENJSKE REGIJE S KLJUČNIMI PROJEKTI PO PODROČJIH (4 x 'T')

Glavne usmeritve razvojnih prioritet razvoja Gorenjske lahko strnemo v štirikrat 'T': tehnološki razvoj (podjetništvo in inovativnost), talenti in toleranca (razvoj človeških virov), turizem ter trajnostni razvoj (povzeto po: Internet 2: 44–81).

3.5.1 Tehnološki razvoj, podjetništvo in inovativnost

Na področju tehnološkega razvoja naj bi na Gorenjskem zrasli številni novi tehnološki parki, povezani s tehniškimi izobraževalnimi programi, poslovnimi conami, regeneracijo opuščenih industrijskih površin ter vzpostavljeno razvojno-proizvodnim centrom odličnosti ter podpornimi mehanizmi (inkubatorji, Vse na Enem Mestu, finančni mehanizmi za podjetnike ...). Poudarek na tehnološkem razvoju torej dajemo dinamičnemu podjetništvu, ki bo globalno konkurenčno s prepoznavnimi modernimi industrijami in IKT ter bo temeljilo na specialističnih vrhunskih znanjih. Gorenjska naj bi razvoj klasičnih panog povezala in nadgradila s spodbujanjem razvoja inovativnih in tehnološko naprednih proizvodov ter storitev (laserska tehnologija, IKT, eko industrija, novi materiali ...) v okviru širšega projekta »**Gospodarsko-tehnološko središče Gorenjske**«. Slednji projekt je vključen tudi na listo prioriteten nacionalnih projektov. Bistvo projekta je izgradnja treh tipov tehnoloških parkov – za informacijsko-komunikacijske tehnologije v Kranju, medicinsko-tehnološkega na Golniku ter tehnološkega parka Škofja Loka, ki bo predvidoma predstavljal koncentracijo livarske, strojne in lesne industrije. »V naslednjih letih ocenjujemo, da bo za najmikavnejšo lokacijo veljalo področje ob avtocesti Ljubljana–Jesenice ter ob četrti razvojni osi Škofja Loka–Tolmin,« poudarja mag. Slavka Zupan (Lovrenčič 2006: 36–40).

3.5.2 Talenti in toleranca (razvoj človeških virov)

Na področju razvoja človeških virov je predvsem zaradi svoje pomembnosti potrebno izpostaviti projekt **univerze na Gorenjskem** oziroma univerzitetnega kampusa na

Zlatem polju pri Kranju, kjer naj bi delovale izobraževalne in raziskovalne ustanove, informativni center, podjetniški inkubator ter razvojni centri odličnosti. Bistvo ustanovitve regijske univerze je v zmanjšanju neravnovesja med ponudbo programov izobraževanja in usposabljanja in potrebami gospodarstva, saj na Gorenjskem obstaja precejšen primanjkljaj pri zagotavljanju usposobljenih kadrov, predvsem tehničnih profilov. Po drugi strani pa Gorenjska želi postati regija visoke kakovosti življenja vseh generacij ter visoke tolerantnosti in spoštovanja vseh družbenih skupin. Zato se predvidevajo ukrepi za zaposlovanje težje zaposljivih skupin (predvsem žensk, mladih in starejših brezposelnih), vključno s programi socialnega podjetništva, zaposlovanja na drugem trgu dela, zagotavljanju sodobnih programov socialnega varstva (za starejše in mlade) in krepitve zdravja.

3.5.3 Trajnostni razvoj

Program infrastrukturnega, okoljskega in prostorskega razvoja teži k ohranjanju čim naravnejšega okolja, zagotavljanju dostopnosti in energetske oskrbe ter urejeni podobi starih mest, trgov in vasi Gorenjske. Najpomembnejši projekt predstavlja urejanje komunalne infrastrukture, posodobitev pomembnejših lokalnih cest, ureditev regijske panoramske ceste po obstoječi prometni mreži, realizacija nedokončanega projekta regijskega ravnanja z odpadki. Po drugi strani program vključuje podjetniške naložbe na področju energetske oskrbe in učinkovite rabe energije. Cilji programa podpirajo razvoj ostalih priorit, še posebej tehnološkega razvoja in turizma ter programa razvoja podeželja.

3.5.4 Turizem

Predstavitve prioritnih projektov s področja turizma sem namenoma dal na zadnje mesto, saj se temu področju v nadaljnjih poglavjih diplomskega dela podrobneje posvečam in ga zato na tem mestu obravnavam podrobneje. Turizem je v RRP Gorenjske prepoznan kot ena najpomembnejših razvojnih priložnosti regije. Na tem področju se v letih 2007–2013 napoveduje večina vseh naložb v regiji, projektov in novih delovnih mest. Razvoj turizma temelji na treh stebrih:

- a) na spremembi oziroma izboljšanju podpornega okolja in organiziranosti za razvoj turizma,
- b) na večji povezanosti ponudnikov in vsebinski nadgradnji prioritetnih integralnih turističnih proizvodov (v nadaljevanju ITP) in
- c) na nadgradnji in investicijah v različne namestitvene kapacitete.

Za učinkovito organiziranje, vodenje in koordiniranje izvajanja temeljnih razvojnih in poslovnih funkcij turističnega gospodarstva se kot prioriteten projekt predvideva vzpostavitev **menedžmenta turistične destinacije na nivoju regije**. Predvideva se vzpostavitev tesne povezave med LTO in turističnim gospodarstvom na ravni regije. Z razvito razvojno funkcijo in funkcijo trženja, ki bo temeljila na uporabi sodobnih informacijskih tehnologij in orodij tržnega komuniciranja ter na nadaljnjem razvoju prepoznavnih trženjskih znamk Gorenjske kot turistične destinacije, mora tak regijski model bistveno prispevati k dvigu konkurenčnosti turistične ponudbe regije. Dejstvo je, da je obstoječe stanje na področju organiziranosti turizma še vedno predvsem sektorsko razdeljeno med javni, zasebni in civilno-družbeni sektor kar ne zagotavlja nujne horizontalne povezanosti vseh subjektov, ki sooblikujejo celovito turistično ponudbo na lokalni ravni, torej tam kjer turistična ponudba nastaja in se izvaja (Internet 4: 8).

Razlogov za vzpostavitev tovrstne organizacije na Gorenjskem je še več. Naj naštejemo samo najpomembnejše.

1. Na Gorenjskem danes vlogo upravljalcev posameznih turističnih destinacij prevzemajo lokalne turistične organizacije (LTO), ki izvajajo predvsem dve od funkcij menedžmenta turističnih destinacij, in sicer promocijsko funkcijo in funkcijo tržnega komuniciranja. Relativno nerazvita je funkcija oblikovanja integralnih turističnih proizvodov, izrazito nerazvite pa so razvojne funkcije, ki vključujejo razvojno načrtovanje, pripravo izvedbenih projektov s področja turizma ter funkcije svetovanja in podpore malim ponudnikom turističnih storitev pri razvoju njihovih storitev.
2. Na ravni regije se z izjemo dveh blagovnih znamk turistični akterji slabo povezujejo. Zaradi tega so rezultati slabši že na področju trženja, popolnoma nerazvita pa je funkcija razvoja.

3. Vzhodni del Gorenjske je brez upravljalca turistične destinacije in je hkrati tudi najslabše turistično razviti del regije, kar se odraža tudi v številu turističnega obiska.

Drugo podprioriteto so pripravljavci RRP poimenovali razvoj integralnih turističnih proizvodov (ITP). Cilji projekta so nadgradnja obstoječih in oblikovanje novih ITP, njihovo intenzivnejše vključevanje v turistične distribucijske kanale, povečanje povezovanja in sodelovanja turističnih ponudnikov in javnega sektorja pri kreiranju ITP, intenzivnejše trženje ITP ter povečan turistični obisk območja. Novi produkti morajo biti inovativni, doživljajski, edinstveni in kakovostni; temeljiti morajo na dvigu prepoznavnosti Gorenjske in večjem vključevanju posebnosti regije v ITP (avtentični ITP); podprti morajo biti z oblikovanjem ključnih blagovnih znamk ter prilagojeni ciljnim skupinam in potrebam turistov.

Spodbujanje podjetništva v turizmu je eden ključnih ciljev RRP. Podjetniške pobude se najbolj uveljavljajo z razvojem dopolnilne ponudbe in namestitvenih kapacitet. Ključna usmeritev regije na tem področju je nadaljnja posodobitev obstoječih hotelov (dvig kakovosti) ter širitev namestitev v segmentih in na območjih regije, kjer je ocenjeno pomanjkanje:

- dopolnitev zmogljivosti za kampe in avtodome,
- razvoj malih družinskih, tematskih hotelov in penzionov, še zlasti ob zavarovanih območjih narave in na podeželju ter v mestnih središčih,
- razvoj kombiniranih športno-turističnih kompleksov v območjih, kjer primanjkuje ležišč, a je razvita druga ponudba.

Znotraj tega ukrepa se do leta 2013 v okviru RRP načrtuje posodobitev ali izgradnjo najmanj 100 podjetniških naložb v turistično infrastrukturo.

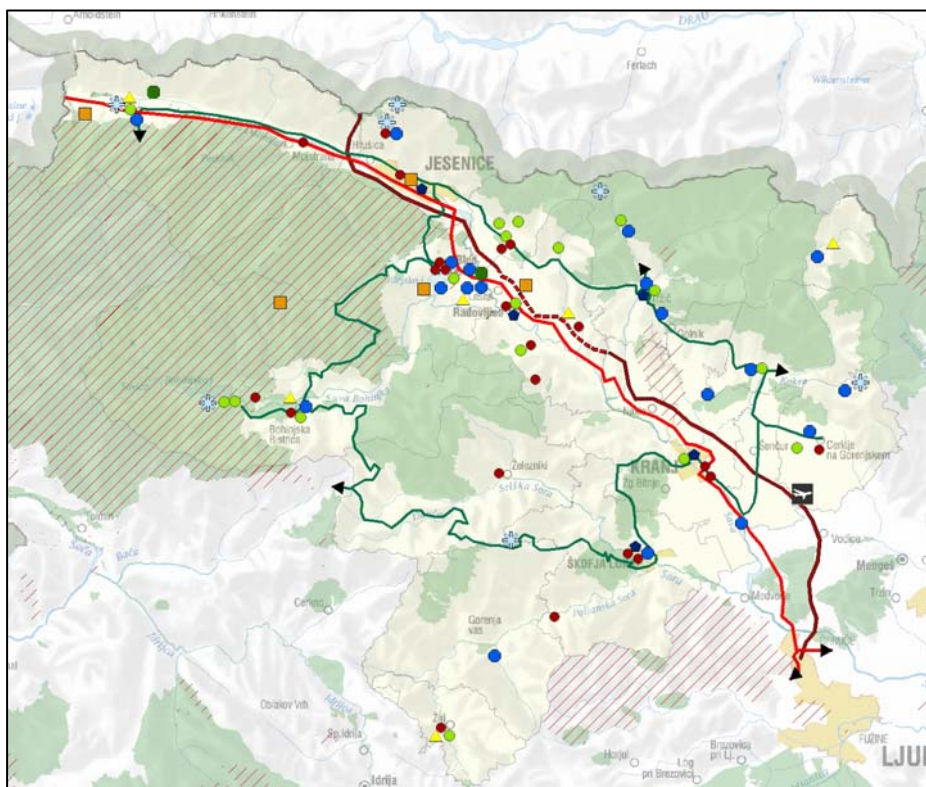
Podrobnejša analiza investicij v turizmu nam pove, da so skoraj vsa sredstva v turizmu namenjena naložbam v turistično infrastrukturo oziroma namestitvene kapacitete (98 %). Ko pogledamo še podrobneje, opazimo, da nekaj projektov po višini sredstev resnično izstopa. Med njimi so predvsem t. i. športni objekti nacionalnega pomena (npr. Planica – 90 milijonov evrov), ki so razlog za prvo mesto turizma po višini načrtovanih sredstev, če ga primerjamo z drugimi prioriteta. Sam sem mnenja, da je

najpomembnejša izgradnja manjših namestitvenih kapacitet, kot so družinski hoteli in penzioni, saj je trenutno več kot očitno, da je praznina med ponudbo velikih turističnih kompleksov (npr. Savini hoteli na Bledu) in turistično ponudbo na kmetijah. Primanjkuje torej turističnih ponudnikov v segmentu malih in srednjih podjetij. Je pa res, da zaradi kapitalske moči še vedno najlažje investirajo veliki sistemi, kar se odraža tudi pri številu namestitev v velike hotelske komplekse (19 projektov). Razveseljivo je dejstvo, da sta skoraj dve tretjini vseh investicij locirani v vzhodnem, turistično manj razvitem delu regije (glej Karta 3.5.4.1).

V sklopu naložb v športno-turistično infrastrukturo opazamo, da je na Gorenjskem kar 5 lokacij, kjer se lahko organizira športne prireditve svetovnega razreda. Najbolj potrebna obnova sta zimsko-športni center na Pokljuki in nordijski center v Planici. V tem sklopu najbolj razočarajo številni projekti (kar 17 investicij) v dopolnilno ponudbo oziroma rekreativne športne parke. Prvič so brez novih, inovativnih vsebin, drugič pa pokritost s tovrstnimi športnimi objekti na Gorenjskem zadošča potrebam. Velika priložnost se kaže na področju kulturne in naravne dediščine, za kar je iz regije prispelo sedemindvajset projektnih pobud.

Najmanjši sklop predstavlja turistično-prometna infrastruktura, njen namen pa je ureditev prometa v alpskih dolinah in poenotenje izgleda označevalnih tabel.

Karta 3.5.4.1: Naložbe v turistično infrastrukturo v prostoru



Legenda

- Muzeji, večnamenska središča za obiskovalce, kulturni objekti
- Večji športni centri nacionalnega pomena
- Golf
- ⊕ Smučarski centri
- Dopolnilna ponudba in manjši športno rekreativni parki
- ▲ Kampi in parkirišča za avtodome
- Večji hotelsko - turistični kompleksi
- ★ Mestna jedra
- Daljinska kolesarska pot
- Gorenjska panoramska cesta
- Avtocesta
- Avtocesta v delu/ projektu
- Natura2000
- /// Zavarovana območja
- Meje občin

Vir: Internet 2: 59.

Sledi pregled finančnega dela RRP in prvi rezultati in prepreke pri realizaciji. Težave se bodo po pričakovanjih pojavile na vseh treh nivojih (državnem, regionalnem in lokalnem). Prvi znaki težav na državnem nivoju so se s strani pripravljalca RRP opazili že med pripravo dokumenta.

3.6 TEŽAVE PRI IMPLEMENTACIJI RRP GORENJSKE

Celoten program RRP finančno obsega okvirno 1,66 mrd. EUR, od tega predstavljajo:

- 21 % javni projekti regionalnega pomena,
- 38 % javni projekti nacionalnega pomena in
- 41 % podjetniški projekti.

Po prioritetah zaradi številnih velikih investicij prednjači turizem:

- 2 % program podpore uresničevanju 4 X T prioritet,
- 15 % prioriteta »Tehnološki razvoj, podjetništvo, inovativnost«,
- 10 % prioriteta »Talenti & toleranca«,
- 43 % prioriteta »Turizem« (vključuje tudi šport, kulturo, infrastrukturo za turizem) in
- 31 % prioriteta »Trajnostni razvoj« (29 % okoljska infrastruktura, 2 % podeželje).

Že od samega začetka se ve, ne glede na to, da se je upoštevalo optimalen izkoristek virov (občinski, državni in evropski), da manjka za približno 0,4 mrd EUR sredstev (Internet 2: 83). Če kakšen od načrtovanih virov izpade, se lahko računa s še večjim primanjkljajem sredstev.

Težave pri pripravi in nevarnosti pri realizaciji RRP sem razdelil na tri upravljalске ravni in jih strnjeno predstavljam v nadaljevanju. Namen te predstavitve je časovna prilagoditev razvojnih prioritet politikam in razmeram v državi, saj je nesmotrno razvijati področja, ki jih država kljub obljubam ne bo izpolnila.

3.6.1 Državni nivo

Gorenjska je za obdobje 2002–2006 sprejela obsežen regionalni razvojni program, ki pa mu ni sledila alokacija v obsegu in vsebini ustreznih razvojnih sredstev s strani države in EU. Podobna slika se kljub temeljitejšim pripravam lahko ponovi. RRP po regijah so zaključeni, medtem ko država strokovno in proceduralno ne sledi regionalni ravni. Država je bila na primer en mesec pred vstopom v novo finančno perspektivo EU nepripravljena in brez navodil za implementacijo strukturne in kohezijske politike (Intervju z mag. Slavko Zupan, namestnico direktorja BSC Kranj d.o.o., Kranj 1. 9. 2006).

Druga težava je v počasnem in povsem verjetno tudi neustreznem razvoju koncepta javno-zasebnega partnerstva, saj je zakon postopke še zapletel in prisilil občine v improvizacijo in iznajdljivost.

Zgoraj opisani težavi izhajata predvsem iz zakasnitev, ki so nastale pri preoblikovanju Službe Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko ter sprejem operativnih programov, ki so podlaga za začetek črpanja sredstev iz strukturnih skladov.

3.6.2 Regijski nivo

Skozi celotni dokument je razvidno, da je razvojni program nastajal v partnerskem sodelovanju gospodarstva, javnega in nevladnega sektorja, pri čemer je imel gospodarski del močnejši vpliv kot pri pripravi prejšnjega regionalnega razvojnega programa. Druga največja razlika, ki je takoj opazna, pa je, da je tokratni program za razliko od prejšnjega pripravljen do nivoja projektov, zato je veliko bolj stvarnejši, bolj praktično naravnani.

Kot pojasnjuje vodja priprave RRP Gorenjske mag. Slavka Zupan (Zupan 2006) so regije ostale brez konkretnih usmeritev o višini projektov, upravičenih namenih in stroških, odstotkih sofinanciranja, vprašanjih, ki so bistvena za finančno in vsebinsko zasnovano projektov, tako na regionalni in lokalni ravni. Edina rešitev je bila, da so prehitevali državo in delali na podlagi preteklih izkušenj in predvidevanj. Sklepamo lahko, da kljub vsem naporom države, celoten sistem še ni bil pripravljen.

Poleg tega je danes že jasno, da denarja za 'horizontalne ukrepe', predvidene v RRP, s strani države ne bo. Ti ukrepi so se nanašali na učinkovito predstavitev namena in vsebine programa javnosti, e-regiji z enotnim celostnim regijskim portalom, usklajenim prostorskim razvojem in skupno regijsko finančno shemo. Gorenjski je do tega trenutka uspelo, vsaj delno, vzpostaviti regionalni marketing, regijski portal in skupen prostorski razvoj. Najpomembnejšega ukrepa, regijske finančne sheme, pa država ni dovolila vzpostaviti.

3.6.3 Lokalni nivo

Po izračunih SVLR bo predvidoma 30 % vseh projektov odpadlo zaradi slabe pripravljenosti, saj se morajo vsi projekti implementirati v skladu z EU-normativi. Občine morajo pripraviti občinske programe, ki bodo usklajeni s pokrajinskimi. Največji problemi tako javnega kot privatnega sektorja pa bodo: priprava dokumentacije za razpise, saj manjka usposobljenih kadrov, sofinanciranje projektov, odzivanje na kratke roke razpisov, predolgo čakanje na sklepe o odobritvi razpisa in zelo kratki roki za izvedbo.

4. PREDSTAVITEV NEKATERIH KONCEPTOV RAZVOJNIH MOŽNOSTI REGIJ

4.1 DEJAVNIKI GOSPODARSKE RASTI

Za gorenjsko regijo je po statističnih kazalcih, ki sem jih prikazal v prvem poglavju, eno od temeljnih vprašanj, kako pospešiti gospodarski razvoj, da bi se čim hitreje približala razvitim slovenskim in tujim regijam. Za svoj cilj si je zadala postati najuspešnejša regija v Alpah (Internet 2: 34). Razvojna vizija Slovenije je podobna in zajema prehod v gospodarstvo in družbo znanja visoko razvite EU. To bo mogoče doseči z dolgoročnim, nadpovprečno uspešnim in trajnostnim⁵ razvojem, ki bo Sloveniji zagotovil razvojno dohitevanje razvitega sveta (Sočan 2003: 118). Največji problem na regionalnem nivoju pri tej strategiji je v tem, da Slovenija še vedno ni oblikovala sodobnih, razvojno naravnanih in učinkovitih regij.

Bistvo razvojno zasnovane regije je oblikovanje vsaj minimalne kritične mase razvojnih potencialov – proizvodnje, infrastrukture, financ, institucionalne infrastrukture, naravnih virov, tehnološkega razvoja, kadrov, izobraževanja, usposabljanja ter sodobnega upravljanja; jedro teh potencialov praviloma tvorijo univerze, ki so vse bolj nepopolne, vendar visoko specializirane (Finska ima 21 univerz in 43 politehnik). Razvojna zasnovanost regij temelji predvsem na sinergiji med obstoječimi potenciali ter razvojnim okoljem. To omogoča nenehno krepitev moči lastnih potencialov, kar je osnova za vedno bolj konkurenčne projekte regije (Sočan 2003: 126).

Če hoče torej Gorenjska, kot manj razvita regija, priti do razvojno uspešnih projektov, mora zagotoviti vrhunske kadre, razvijati ustrezne potenciale, zagotoviti sinergijo med obstoječimi potenciali in še posebno med lastnimi ter sredstvi države, EU in, najprimerneje, z viri iz neposrednih tujih naložb. V teh pogojih postane upravljanje regije odločilno, kjer pa Slovenija zamuja, saj nima ustanovljenih pokrajin, ki naj bi prevzele to vlogo. Uveljavljena praksa tujine kaže, da se v pogosto imenovanih 'strateških svetih' regij zbira cvet vseh vrst znanj iz regije same, vabljenih strokovnjakov

⁵ Stroka določa trajnostni razvoj kot medsebojno povezanost in učinkovanje tehnoloških, okoljskih, ekonomskih in socialnih dejavnikov v sodobnem svetovnem razvoju.

in poslovnih ljudi od zunaj ter predstavnikov vseh socialnih partnerjev regije. Razvojni konsenz dobiva pri upravljanju in vodenju regije vse bolj odločilno vlogo (povzeto po Sočan 2003: 126).

Kljub temu, da Gorenjska še ni pokrajina je na področju governance oziroma pri upravljanju regije in posledično s sprejetimi prioritetai naredila velik korak naprej, saj se je bila s prevlado gospodarstva v razvojnih odborih in z zavedanjem, da sodelovanje prinaša sinergije, sposobna povezati in na novo organizirati. Eden od ključnih vzrokov za slabše sodelovanje vseh akterjev v gorenjski regiji je še vedno neobstoje regijskega voditelja, ki bi vodil in uspešno povezoval različne interese v regiji. Ne glede na to so v zadnjih treh letih na Gorenjskem 'liderstvo' začeli graditi s predsednikom Regionalnega razvojnega sveta⁶, ki je kot izkušen gospodarstvenik, predstavljal hrbtnico regijske povezanosti. Nov politično-zakonodajni okvir daje prednost županom, ki pa po izkušnjah sodeč redko presežejo lokalne okvire delovanja (Zupan 2006).

Gledano kot celota, gorenjske prioritete sicer temeljijo na pospešeni krepitvi svojih najpomembnejših razvojnih potencialov, še zlasti na znanju, tehnološko-inovacijski prenovi gospodarstva ter ustvarjanju sodobne infrastrukture. Vseeno pa se pojavlja vprašanje, katere razvojne prioritete bo gorenjski regiji prinesel t. i. razvojni preboj oziroma največ dodane vrednosti. Med najpomembnejšimi dejavniki rasti je velik napredek opaziti na področju proizvodnje in uporabe IKT (Bučar v Sočan 2003: 57). Pripravljalci gorenjskega RRP so v prid tem dognanjem predvideli, da bo tehnološki razvoj z ustvarjanjem ugodnega podpornega okolja, s spodbujanjem podjetništva, inovativnosti, predvsem pa z vpletenostjo univerze v gospodarstvo moral generirati največ dodane vrednosti, zato so ga še posebej izpostavili.

Res je, da bo turizem prispeval k zaposlovanju in razvoju malih podjetij in novih storitev, talenti bodo pokazali učinke na daljši rok (Zupan 2006), a sam vidim problem drugje. Že uvodoma sem povedal, da z razvojem na nivoju regij zamujamo. Kot prvo sem prepričan, da imamo le minimalno kritično maso močnih podjetij, izobraževalnih središč in strokovno usposobljenih kadrov v regijah, saj imamo regij preveč. Ta

⁶ Predsednik RRS Gorenjske je nekdanji direktor IBM za JV Evropo, g. Janez Benčina.

problem se že potrjuje, saj je potrebno projekte, zapisane v regionalnih razvojnih programih, tudi realizirati.

Hkrati se v želji, po ustanavljanju pokrajin, pojavlja želja zgornje Gorenjske, da postane samostojna pokrajina oziroma da, iz statistične regije Gorenjska nastaneta dve pokrajini. Strokovnjaki pa že številu 14 pokrajin nasprotujejo, ker bodo te imele vgrajeno genetsko napako, saj bodo premajhne in ne bodo sposobne opravljati svojih nalog (Pogljajen 2008: 10). Drobljenje statistične regije Gorenjske je torej popolnoma nesmiselno in bo na dolgi rok neučinkovito. Mnenja sem, da bi morali pri določenih razvojnih prioritetah (npr. turizem), celo pogledati čez meje regij in združiti kar največ sorodnih razvojnih potencialov. Organizacija večjega števila regij, ki ne bodo mogle odigrati razvojne vloge in se bodo ukvarjale predvsem s koordinacijo lokalne samouprave na višji ravni, ne bo prinesla nikakršne razvojne koristi, bo pa trajno stroškovno obremenila gospodarstvo (povzeto po: Sočan 2003: 126).

Drug regionalni problem je v prepočasni tehnološko-inovacijski prenovi gospodarstva. Na Gorenjskem se še kar borimo z gospodarskimi 'duhovi preteklosti' (npr. čevljarska industrija), pojavljajo pa se novi problemi (npr. Iskra Emeco). Popolnoma se strinjam z dejstvom, da: *...vsi tisti programi, ki jih bodo pri nas in v svetu uspeli izdelovati in prodajati podobno kakovostno kot Slovenija, vendar s plačami in družbeno režijo, ki bo le četrtnina ali zgolj desetina ali manj slovenskih stroškov, bodo neustavljivo brisali naše proizvajalce z domačega in svetovnega trga...*(Sočan 2003: 120).

Iz tega lahko sklepamo, da bodo razvojne prioritete gorenjske regije prispevale k uspešnejšemu gospodarskemu razvoju regije. Vprašanje je, ali tudi dolgoročno, predvsem zaradi že prej omenjenega hitrega napredovanja cenejše konkurence. Prvo hipotezo lahko torej potrdimo le deloma.

Zanimiva varianta razvojnega koncepta upošteva to nevarnost in deluje po naslednjem principu uspeha na trgu: prepoznav, izbrusi in utrdi konice svojih prednosti (kjer si edinstven in nepremagljiv) ter prikrij ali odpravi slabosti. Po tem konceptu so edina tri področja na katerih Sloveniji lahko uspe:

- a) izvoz znanja (na področju tehnologije, dizajna ..., nikakor pa ne na področju masovne produkcije),

- b) turizem,
- c) Slovenija kot križišče, stičišče in povezovališče narodov, kultur, političnih prepričanj, gospodarskih tokov in gibanj ...

Slabo prepoznavnost in slab ugled moramo rešiti s specializacijo. Koncept podpiram, saj turizem postavlja za eno od treh (edinih) priložnosti Slovenije in s tem tudi Gorenjske. Hkrati pa predpostavlja, da je naša največja turistična prednost bogata in raznolika vsebina na majhnem prostoru, zato lahko edini na svetu ponudimo edinstveno mešanico privlačnosti in udobja (povzeto po: Jakopin 2006: 13).

Namesto zaključka naj dodam, da se je potrebno zavedati, da razvoj regij vseeno ni rezultat enostavnega inženiringa (Guissani v Ažman 2006: 26). Razlogi so naslednji:

1. Ne obstaja le en najboljši model ekonomskega razvoja regij. Razlog je v heterogenosti problemov regij in v različni potrebi po reševanju teh problemov. Vsaka regija ima svoje institucionalne, socialne in ekonomske značilnosti.
2. Poslovna klima in medpodjetniški odnosi so mogoče celo odločujoči faktor ekonomskega razvoja regije.
3. Aktivna udeležba regijskih deležnikov je ključna, pogosto pa je nujno potrebna tudi udeležba zunanjih akterjev.
4. Teorija in praksa eksplicitno ne priporočata najboljšega procesa spodbujanja razvoja regij.

V naslednjem poglavju podrobneje predstavljam razvojni koncept, ki so ga pri pripravi in kot rdečo nit dokumenta, upoštevali pripravljavci gorenjskega razvojnega programa.

4.2 KONCEPT RAZVOJNE TEORIJE PRI PRIPRAVI REGIONALNEGA RAZVOJNEGA PROGRAMA GORENJSKE

Prioritete gorenjskega razvoja temeljijo na prednostih, evidentiranih v pripravljalni fazi RRP. Prioritete so, kot je to razvidno iz prejšnjih poglavij, razdeljene na štiri sklope in v želji po lažji prepoznavnosti le-teh združene v '4 T'. Poimenovanje ni naključno, saj vsebuje izsledke iz dela prof. Richarda Floride, ki je profesor regionalne ekonomije na

Carnegie Mellon University v Pittsburghu, z naslovom Vzpon ustvarjalnega razreda. Gre za eno od vrste knjig o družbenih spremembah, ki pa se od drugih podobnih del razlikuje predvsem v tem, da je avtor knjige opazil spremembe, a poleg opisa podal tudi kvantitativne pokazatelje sprememb, določil kazalnike in podal celo vrsto podatkov o posameznih regijah predvsem v ZDA. V svoji knjigi opisuje družbo, ki temelji na informacijski tehnologiji, ki pa se je razvila samo tam, kjer so bili pogoji za sproščanje ustvarjalnosti delavcev (Blatnik v Florida: 8).

Avtor (Florida 2002: 924) poudarja tudi pomen lokacije za gospodarski razvoj, saj dokazuje, da se ustvarjalne osebe naseljujejo tam, kjer je za njih vzpodbudno okolje. Tu je avtor naletel na kritike teoretikov gospodarske rasti, ki seveda trdijo, da delovna mesta in gospodarska rast ne prihajata v regije zaradi povezovanja nadarjenih ljudi v okolju, ki jih podpira in jim ustreza. Florida dokazuje, da paradigma, ki pravi, da morajo najprej priti delovna mesta, šele nato pa pridejo ljudje, privlačen življenjski slog, strpnost in ostalo, ne drži. To podkrepi z različnimi raziskavami.

Po Floridi mora kraj imeti 3 T (tehnologijo, talent in toleranco), da bi privabil ustvarjalne ljudi. Ti 3 T so, kot je že omenjeno, tudi izhodišča za poimenovanje prioritet v RRP Gorenjske. Zakaj gre? Po Floridi, tradicionalni modeli, ki pravijo, da prihaja gospodarska rast iz gospodarskih družb, delovnih mest ali tehnologije, niso kompletni, saj so še drugi dejavniki. Tehnologija je ena od najpomembnejših faktorjev razvoja in jo navadno merimo z inovacijami in koncentracijo podjetij s področja visokih tehnologij, ni pa dovolj. Potrebujemo še drugi T, in to je talent, pa ne človeški kapital, ki se običajno meri (število oseb, ki pridobi visoko izobrazbo), ampak ustvarjalni kapital, ki predstavlja talent funkcionalno izmerjen s številom ljudi, ki so v ustvarjalnih poklicih. Tretji T je strpnost (toleranca). Kraji, ki so odprti in strpni, imajo veliko prednost pri pritegovanju različnih vrst ljudi in pri generiranju novih idej.

Florida je s sodelavci razvil več kazalnikov za merjenje teh 'T-jev' v okolju. Na kazalnike strpnosti je po njegovem mnenju treba gledati kot na vodilne kazalnike ustvarjalnega ekosistema oz. bivališč, ki je odprt do novih ljudi in idej, kjer se ljudje enostavno vključujejo v omrežje in kjer nenavadne zamisli niso potlačene, ampak se pretvarjajo v nove projekte, gospodarske družbe in rast. Regije in nacije, ki imajo takšen

ekosistem, naj bi najuspešnejše izkoristile raznolike ustvarjalne talente večine ljudi in s tem pridobile konkurenčno prednost.

Delo podaja tudi nekaj inovativnih praktičnih navodil, kaj je potrebno narediti, da bi pospešili regionalni razvoj, in je zato po mojem mnenju eno od obveznih gradiv vseh regionalnih menedžerjev.

Glavne zaključke Floridovih raziskav bi lahko povzeli v nekaj ključnih točkah. Ključni element gospodarske konkurenčnosti – tudi regije – je pritegniti in mobilizirati ustvarjalni potencial. Dostop do nadarjenih in ustvarjalnih oseb je za uspešen posel ključen in določa, kje si bodo podjetja izbrala lokacijo in kje se bodo razvijala. Florida kot primer navede izjavo, ki jo je predsednica uprave Hewlett- Packarda, namenila guvernerjem: »Kar ponujajte svoje davčne olajšave in avtocestne povezave, mi bomo šli tja, kjer so visoko usposobljeni ljudje«. Po drugi strani, pa se ustvarjalni ljudje **ne** koncentrirajo tam, kjer so delovna mesta. Koncentrirajo se v krajih, ki so centri ustvarjalnosti in kjer želijo živeti.

Menedžerji gorenjske regionalne agencije, ki so bili vključeni v pripravo RRP Gorenjske, so skušali izsledke, do katerih je prišel prof. Florida s sodelavci, vključiti v dokument. Zavedali so se, da je Gorenjska kot regija s svojim okoljem in dostopnostjo privlačna za kraj bivanja tudi ustvarjalnim, podjetnim ljudem. Po besedah vodje priprave RRP Slavke Zupan je Gorenjska *...prostor, kjer je užitek živeti in si ustvariti delovno mesto* (Zupan 2006). Hkrati ima regija precejšnje zaledje uspešnih internacionalnih podjetij, tudi s področja tehnologije, ki bodo po odprtju regijske univerze nedvomno še uspešnejša, če se bodo uresničile napovedi po čim večji vpletenosti le-te v gospodarstvo in razvoj kadrov, ki jih regijsko gospodarstvo potrebuje.

5. TURISTIČNI TRENDI IN RAZVOJNE PRIORITETE

5.1 UVOD

Zakaj sem se odločil za podrobnejši pregled razvoja svetovnega, nacionalnega in predvsem gorenjskega turizma? Podatki o vlaganjih v R&R ter njihove stopnje razvitosti (BDP) kažejo, da Gorenjska v kratkoročnem obdobju ne bo ujela teh držav, vprašanje je celo ali je to sploh zmožna. Če vlaganje v tehnološki razvoj ne bo prineslo 'hitrih' rezultatov je smotrno na prvo mesto razvojne strategije postaviti turizem. Izsledki spodnjega poglavja kažejo, zakaj je tako.

Turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za Slovenijo. Glede na sedanjo stopnjo razvitosti slovenskega turizma in obstoječ razvojni potencial lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih panog slovenskega gospodarstva in tako pomembno prispeva k doseganju razvojnih ciljev Slovenije, opredeljenih v Strategiji razvoja Slovenije 2007–2013, in v tem okviru predvsem k doseganju njenih gospodarskih ciljev konkurenčnosti, rasti BDP, novim delovnim mestom/rasti zaposlenosti, dvigu izobrazbene ravni turističnih delavcev, uveljavljanju načel trajnostnega razvoja, skladnemu regionalnemu razvoju, povečevanju kakovosti življenja in blaginje prebivalstva, krepitvi kulturne identitete in povečevanju prepoznavnosti Slovenije v mednarodnem prostoru (Uran 2006: 9).

5.2 PREDSTAVITEV TURIZMA KOT GOSPODARSKE PANOGE

Iz analize družbenega okolja (Uran 2006: 12) izhaja, da je turizem pomemben za državo, ker:

- predstavlja področje priložnosti za slovenska podjetja in glavni inštrument nacionalnega in regionalnega razvoja;

- združuje širok spekter različnih malih in srednje velikih podjetij (povzeto po: Gruden 2006: 16)⁷;
- je 1,5 milijona tujih turistov leta 2005 potrošilo v Sloveniji 1,4 mrd evrov;
- 1,4 mrd evrov prihodkov od tujih turistov predstavlja 10 % izvoza blaga in storitev v Sloveniji (v letu 2005). Saldo je pozitiven in raste;
- nudi 54.000 delovnih mest (6,4 % vseh zaposlenih);
- predstavlja 3,7 % v BDP (ob upoštevanju multiplikativnih učinkov turizma: 8,5 %; (Gruden 2006: 16), 400 mrd tolarjev skupne proizvodnje in 6 % dodane vrednosti.

5.2.1 Svet in Evropa

V svetovnem merilu se je leto 2005 sklenilo z 808 milijoni turističnih mednarodnih prihodov (prvič več kot 800 milijonov) ali s 5,5 % rastjo v primerjavi z letom prej. V Letu 2006⁸ se je število turistov še povečalo in sicer na 846 milijonov. UNWTO predvideva, da se bo število turističnih prihodov do leta 2020 podvojilo (na 1.6 milijarde). Od leta 1950 do leta 2006 je letna svetovna rast turizma 6,5 %. Čeprav je največjo rast turističnega obiska, v letu 2006, beležila Afrika (9 %), je Evropa nedvomno še vedno vodilna turistična sila.

Po podatkih svetovne turistične organizacije UNWTO so prihodki svetovnega turizma v letu 2005 dosegli 548 milijard evrov, kar je za 49 milijard ali 8,9 % več kot leta 2004. Prihodki svetovnega turizma v letu 2006 so bili 584 milijard evrov (Internet 6: 2-5).

V letu 2005 je imela Evropa s 444 milijoni mednarodnih prihodov 4,3 % rast, v letu 2006 z 460,8 milijoni pa skupaj 5 odstotno rast, s čimer je za dobro slabo polovico odstotka zaostala za svetovno. Za počasnejšo turistično rast v Evropi sicer obstaja jasen razlog: regija je absolutno najbolj zrel turistični trg s tudi največjim deležem v številu

⁷ Gospodarska zbornica v okviru združenja za turizem in gostinstvo povezuje 6100 članov, od tega 20 velikih družb, 40 srednjih, preostali člani so majhna podjetja. Obrtna zbornica Slovenije v sekciji za gostinstvo združuje 1200 članov. Njihovi člani so predvsem gostilne. Sektorji turizma so: gostinstvo (hoteli, penzioni, kampi, gostilne, restavracije, bifeji, slaščičarne, diskoteke,...), turistične agencije in organizatorji potovanja, žičnice, smučarska središča, marine, igralnice, športni objekti, druge dejavnosti za sprostitev.

⁸ Turistične statistike za leto 2007 še ni na razpolago.

mednarodnih prihodov (54,4 %), se pa ta iz leta v leto zmanjšuje, delež drugih regij pa siptomatično raste. Evropa je v letu 2006 ustvarila 51 % svetovnega turističnega prihodka.

Če gledamo države, sta bili v letu 2006 po številu turistov najpriljubljenejši evropski državi Francija (79,1 milijonov mednarodnih prihodov turistov) in Španija (58,5 milijonov). Francija in Španija sta tudi v svetovnem obsegu na prvih dveh mestih, na tretjem mestu pa je po številu turistov ZDA (51,1 milijona), po obsegu prihodkov pa na prvem mestu.

Turistična rast v letu 2005 v srednje in vzhodnoevropskih državah je bila 4 %; pri čemer pa so povprečje močno dvignile baltske države: Latvija z 20 %, Litva s 15 % in Estonija s 7 % rastjo mednarodnih prihodov. Največjo rast so imele, kar je zanimivo, severnoevropske države (v povprečju 7 %), južne (s poudarkom na Sredozemlju) skoraj 6 %, najnižjo pa zahodne, in sicer 2 %. Leto 2006 je prineslo nekaj sprememb in sicer je rast sredozemskih držav padel za odstotek, za skoraj 2,5 % pa se je povečal obisk v zahodno-evropskih državah. Tržni delež srednje in vzhodnoevropskih držav, kamor spada tudi Slovenija, je 10 %. Zanimiv je podatek, da pa zgoraj omenjeno območje akumulira le 5,1 % celotnega turističnega obiska v Evropi (Internet 6: 6).

5.2.2 Slovenija

Gledano z evropskega stališča je tudi Slovenija razmeroma zrel trg, medtem ko so baltske države kot nove pristopnice k Evropski uniji novinke na področju turizma. Zlati časi slovenskega turizma so bila nedvomno leta pred osamosvojitveno vojno, med katerimi je bilo leto 1986 s približno 2,8 milijoni turisti in 9,2 milijoni prenočitvami rekordno. Turistične številke se zlagoma bližajo najuspešnejšemu letu doslej. Po napovedih v RNUTS bi ga morali doseči in za spoznanje preseči leta 2010 v številu turistov, čez dve leti pa še v številu prenočitev (Uran 2006: 14).

Slovenska turistična rast je bila v letu 2005 s 4,3 odstotki v evropskem ožje regijskem povprečju srednje in vzhodnoevropskih držav (Gruden 2006: 16). Skupaj smo beležili 2,4 milijona prihodov in 7,5 prenočitev. V letu 2006 je bila turistična rast 3,6 %, skupaj smo beležili 2,5 milijona prihodov in 7,7 milijona prenočitev turistov (Internet 7: 2).

Trenutni statistični podatki verjetno veselijo slovenske turistične stratege, saj podatki za leto 2007 (na voljo so podatki do meseca novembra) kažejo, da bo slovenski turizem v prvem letu sedanjega razvojnega načrta (2007-2011) le-tega očitno presegel v predvideni letni rasti števila turistov in njihovih prenočitev. V letu 2007 smo že sedaj beležili 2,5 milijona prihodov ali 8 % več in 7,8 milijona prenočitev turistov ali 7 % več kot lani (Gruden 2008: 4).

V primerjavi z bližnjo in daljno turistično konkurenco Sloveniji vseeno kaže slabo. To potrjujejo tudi lestvice najuspešnejših turističnih destinacij (npr. UNWTO). Je mogoče, da Slovenija ni več tako privlačna, ker njena ponudba ni več v skladu s trenutnimi trendi in ker jo prehiteva cenejša ponudba sosednje, predvsem južne in vzhodne konkurence? Odgovor skušam najti s pregledom zadnjih turističnih trendov.

5.3 TURISTIČNI TRENDI

5.3.1 Trenutni turistični trendi

V današnjih časih hitrih sprememb je izredno težko napovedati, kako se bo razvijalo gospodarstvo čez pet, deset, kaj šele petdeset let in turizem ni izjema. Ključno za uspešnost delovanja neke turistične destinacije je predvideti razvojne trende in se nanje pravočasno prilagoditi. Ključna vprašanja, ki si jih postavljajo nosilci razvoja turizma, so:

- Kakšne bodo potovalne navade turistov prihodnosti?
- Koliko, kako in kam bodo potovali?
- Bo Slovenija in s tem Gorenjska zanimiv cilj?
- Kakšne bodo navade in potrebe in način preživljanja prostega časa?
- Katere nove aktivnosti / storitve / tehnologije bo potrebno razviti?
- Za katere turistične produkte bodo pripravljeni plačati več?

Kot sem že omenil v prejšnjem poglavju bo turizem kot ena od glavnih gospodarskih panog, po predvidevanju strokovnjakov, v naslednjih desetih letih podvojil svojo rast.

Iz analize trendov v RNUTS je razvidno, da Slovenija lahko išče svoje priložnosti v kakovostni ponudbi, lahki dostopnosti destinacije, ponudbi zunaj glavne letne sezone, individualizaciji ponudbe, kot nova destinacija v Evropi, kot ponudnik kratkih počitnic, kot raznolika, kulturno in naravno bogata, avtentična in trajnostno naravnana destinacija s specializirano ponudbo, kot dežela aktivnega oddiha in destinacija, ki uporablja sodobne informacijske storitve za trženje in prodajo svojih turističnih proizvodov in storitev (Uran 2006: 12).

5.3.2 Dolgoročni turistični trendi

Obstaja več priznanih dokumentov, ki na bolj ali manj zanimiv način napovedujejo družbene, še posebej turistične trende. Za dokument Evropske komisije za turizem (Internet 5), ki predstavlja ogrodje analize v nadaljevanju, sem se odločil predvsem

zato, ker najbolj ponazarja družbene spremembe Evropejcev, ki so hkrati tudi največji emitivni trg Gorenjske.

DEMOGRAFSKI TRENDI

Rast starejšega dela populacije

- Starejši postajajo bolj zdravi in aktivni, hkrati pa imajo zagotovljena denarna sredstva s strani shem za zgodnje upokojevanje in dobro financirane pokojnine.
- Dolgoročni trend bo predvidoma dvignil minimalno starost ob upokojitvi, saj se v nasprotnem primeru pričakuje kolaps pokojninskih sistemov, po drugi strani pa bo še naprej popularno (v kolikor bo to ostalo zanimivo) hitrejše upokojevanje.
- Upoštevati je treba tudi dejstvo, da se zaradi zdravniške oskrbe in zavedanja pomembnosti zdravega načina življenja dviguje starost aktivnega prebivalstva. Šestdeset-, petdesetletniki postajajo t. i. srednja generacija (Nordin 2006: 62).⁹

'Srednja generacija'

- Število družin, sestavljenih iz poročenega para z otroki se drastično zmanjšuje. Po drugi strani ženske, ki bodisi živijo s partnerjem ali same, delajo veliko več kot v preteklosti. Par, ki se posveča svoji karieri, si po raziskavah sodeč lahko privošči redne kratke počitnice in je v restavracijah. Menijo, da si zaslužijo luksuz, ki si ga lahko privoščijo, po drugi strani pa ne utegnejo iti na dolgo potovanje in si zato raje privoščijo več kratkih počitnic na visokem nivoju (Nordin 2005: 63).¹⁰ Rastoči segment so tudi samski posamezniki različnih starosti, saj njihovo število v zadnjih letih skokovito narašča (Nordin 2005: 39).¹¹

⁹ Iz povedanega lahko sklepamo, da bodo imeli starejši (v ZDA in Evropi) najverjetneje največjo kupno moč v prihodnosti.

¹⁰ Tovrstni trend se bo nadaljeval tudi v prihodnje, predvsem bo značilen za pare v mestih.

¹¹ Kar tretjino vseh potovanj v ZDA opravijo samski ljudje.

Mladi so potencial

- Mladi (starosti 16–35 let) predstavljajo 20 % globalnega turističnega trga. Statistični podatki kažejo, da mladi Evropejci na leto opravijo 43,5 milijona potovanj v tujino, še dodatnih devet milijonov potovanj pa naj bi opravila mladina iz bodočih članic EU (Matos 2006).
- Vse več mladih ima vedno večje dohodke, živijo sami v svojem gospodinjstvu in so vključeni v zelo razširjene nove socialne in profesionalne mreže, ki spodbujajo k še večjemu številu potovanj.¹²

Rast novih trgov

- Turistični »bum« v obeh smereh se napoveduje Kitajski in Indiji, ETC v okviru svoje študije tudi Rusiji. Kratkoročno bo iz teh držav potovala predvsem starejša generacija, dolgoročno, po izboljšanju gospodarskih situacij, pa mlajša (Klapš 2006: 32).¹³

OKOLJEVARSTVENI TRENDI

- Klimatske spremembe so ene od največjih dolgoročnih tem, ki bodo vplivale na turistično industrijo. Te spremembe bodo z dvigom gladine morja, dvigom temperature, zmanjševanju količine snežnih padavin ... močno vplivale na podobo nekaterih turističnih destinacij, ki so odvisne od naravnega okolja.
- Odgovornost do okolja in družbe bo promovirana s strani določenih vlad in medijev.
- Povpraševanje po ekoturizmu in turizmu, ki temelji na naravi, se bo v naslednjih dvajsetih letih predvidoma podvojilo in celo potrojilo (Nordin 2005: 46). Prišlo je do premika od kratkoročnega do dolgoročnega razmišljanja in načrtovanja v turizmu, ter tudi do zavedanja o pomembnosti ekologije v družbi kot celoti.

¹² Sklepamo lahko, da bodo na neevropskih trgih, kjer je mladih, v primerjavi s številom starejših v populaciji več in kjer se jim dohodki relativno hitro povečujejo, postali prav tako močan trg.

¹³ Predvsem Kitajska bo v prihodnje doživela pravi turistični »boom«. Na Kitajskem hoteli rastejo kot gobe po dežju, hkrati pa postajajo Kitajci tudi vse zanimivejša turistična publika za evropske države. Podoben razcvet doživlja Indija, ki ni več zanimiva le pri popotnikih, temveč posameznim turistom in družinam ponuja tudi vse več pavšalnih počitnic, hkrati pa postajajo bogatejši Indijci vse bolj željni potovanj in predstavljajo za evropski turizem vse večji izziv.

Menedžment destinacij se mora izboljšati v prid koherentnejšega in trajnostnega načrtovanja. Rezultat povečanja števila ukrepov v prid zaščite narave je tudi povečanje ustanavljanja zavarovanih območij narave, kot so nacionalni parki.

MAKROEKONOMSKI TRENDI

- Predvideva se 2-odstotna rast BDP do leta 2010. Predvidoma bosta zmagovalca Zahod in vzhodna Azija, največji upad pa naj bi beležila Afrika in srednji Vzhod.
- Vpliv na trg dela v turizmu bo imela povečana mobilnost, kjer bo vedno več delovnih mest zapolnjevala tuja delovna sila.¹⁴

POLITIČNI FAKTORJI

- Vlade bodo morale povečati davke, da bodo lahko izpolnjevale zahteve po visokih standardih v zdravstvu, izobraževanju, pokojninskih sistemih. Alternativa – zmanjševanje storitev v teh sektorjih – pa bo posegla tudi v dobiček, ki ga proizvede turistično gospodarstvo.
- Povečala se bo kontrola držav na področju potovanj, zato da bodo države zadostile varnostnim, zdravstvenim in migracijskim zahtevam.
- Predvsem v Evropi so že pomisleki o čezmejni internetni prodaji, ki vpliva na nivo zaščite potrošnikov.
- Koncept 'nacionalnih' produktov bo izgubil na pomenu, saj se pomen meje med državami zmanjšuje.

KULTURA

- Kulturni turizem v Evropi narašča, saj se vedno več ljudi udeležuje kulturnih atrakcij izven svojega kraja bivanja, zato da bi pridobili nove informacije in zadovoljili svoje kulturne potrebe.
- Motivacija za kulturni turizem se počasi spreminja od specifičnih kulturnih ciljev do bolj splošnega zanimanja za kulturo.

¹⁴ Kratkoročno bo to rešilo primanjkljaj tovrstnih kadrov v turizmu, dolgoročno pa vplivalo na avtentičnost ponudbe.

- Turisti so se vse bolj pripravljeni odpovedati dnevu ali dvema na plaži in se predati drugim doživetjem, tudi kulturi in zgodovini (Klapš 2006: 33).

VARNOSTNA POLITIKA

- Povečuje se občutek negotovosti (teroristični napadi, naravne katastrofe, zdravstvene grožnje). Po drugi strani pa so turisti vedno bolj 'odporni' na tovrstno neizogibnost katastrofam in se hitro vračajo.

POTROŠNIŠKI TRENDI

- Z naraščanjem števila potovanj se ljudje pomikajo od zunanjih determinant potovanj (kot sta demografija in klima) do notranjih determinant (želja po samorazvoju in kreativnemu izražanju)
- Izkušnje na potovanjih ljudem zbudijo željo po še več doživetjih, zato postajajo karierni popotniki, ki zahtevajo stalni dotok novih izkušenj in globljih doživetij.¹⁵
- Potovanja prav tako postajajo 'iskanje boljšega, drugačnega življenja', hkrati pa se število unikatnih turističnih destinacij iz leta v leto zmanjšuje.
- Potovanja postajajo del življenja in niso več smatrana kot nadstandard.
- Visoka cena zdravstvenih storitev spodbuja k potovanjem v Azijo, hkrati pa področje zdravstvenega turizma odpira nove nišne trge. Veča se tudi potreba po storitvah dobrega počutja, zdravja, fitnesa ter zmanjševanju stresa.
- Povečalo se bo tudi povpraševanje po duhovnih doživetjih, ki temeljijo na notranjih doživetjih, predvsem v kombinaciji s trenutno popularnimi wellness produkti.

TRENDI V MARKETINGU

- Potrošniki že danes iščejo nasvete pri drugih potrošnikih (npr. na blogih) in dobro podkovani potrošniki najverjetneje vedo že več o nišnih produktih kot turistični profesionalci.

¹⁵ Na trgu že obstajajo ponudbe, ki ponujajo 'globlja doživetja' torej napete počitnice s pridihom nevarnosti (npr. obisk vojnih območij v Afriki ali vodeni ogledi nevarnih delov južnoameriških mest).

- Povečevale se bodo investicije v internetne strategije in nove raziskovalne trende.
- Ena od ključnih besed, ki se pojavlja v besednjaku turističnih razvojnikov, je po novem tudi javno-privatno partnerstvo (Humar 2006: 1).¹⁶
- Metode distribucije potovanj in turističnih produktov naslednje generacije bo gnal internet. Vedno bolj bo zato pomembno dobro poznavanje motivacije in potreb strank (segmentacija in pozicioniranje).
- Vedno bolj bo potrebno identificirati in izkoristiti 'enkratne prodajne možnosti'.¹⁷
- Marketinška sporočila bodo morala biti osnovana na osnovi izkušenj ter čustev. Poudarek bo na pripravi personaliziranih produktov ali produktov, narejenih po meri kupca oz. stranke (Klapš 2006: 33).¹⁸
- Prilagoditi se bo potrebno majhnim finančnim proračunom z 'budget' turističnimi produkti in povpraševanju po uveljavljenih blagovnih znamkah.

INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKA TEHNOLOGIJA

- Internet je že univerzalno komunikacijsko sredstvo in marketinško orodje, potreben pa je napredek na področju mobilne telefonije in digitalne televizije. Potrošnik bo imel vedno večjo možnost kontrole pri primerjavi cen in produktov. Več informacij o produktih bo na voljo preko različnih medijev in potrošnik si bo lahko svojo nastanitev ogledal na videu v 'živo'.
- Nove oblike spletnih portalov bodo povečale vedenje potrošnikov o destinaciji in pričakovanjih o tej destinaciji še pred obiskom. Ponudniki bodo lahko spremljali turiste v destinaciji (npr. GPS) in s tem lažje merili učinke promocijskih akcij in identificirali potrošniške trende.
- Razviti bodo novi načini elektronskega plačevanja (varne kreditne kartice, e-denar ...), ki bodo olajšali denarne transakcije in jih naredili varnejše.

¹⁶ Za primer lahko pogledamo slovenske turistične strategije. Prva iz leta 1994 je poudarjala grozdenje, razvojna paradigma druge (2002) je bila skrita v številkah in področjih, zadnja poudarja destinacijski menedžment, mreženje ter javno-zasebno partnerstvo. Pravzaprav vsak koncept podpira prave stvari, vedno je bil le problem v interpretaciji.

¹⁷ Enkratne prodajne možnosti so prevod pogosto rabljene angleške kratice USP (unique selling propositions).

¹⁸ Kupci na internetu ne iščejo več le informacij, temveč si sestavijo individualno potovanje in se vse bolj poslužujejo tudi rezervacijskih sistemov.

TRANSPORT

- Avto ostaja glavno prevozno sredstvo (70 % vseh potovanj je opravljenih z avtom).
- Za avtobuse ostaja problem dostopa do mestnega centra in parkiranje.
- Konkurenca med nizkocenovnimi ponudniki letalskih letov na krajše razdalje in ponudniki na dolgih letih se bo nadaljevala, čeprav se bo rast nizkocenovnih letalskih družb predvidoma umirila (visoki stroški goriva, varnostne zahteve na letališčih).
- Železniški promet bo z razvojem hitrih vlakov pridobil na pomenu in predvidoma postal konkurenca nizkocenovnim letalskim družbam na kratkih razdaljah (npr. med večjimi evropskimi mesti).
- Trg ponudbe križarjenj se bo povečeval, čeprav obstaja pomanjkanje primernih terminalov, predvsem v Sredozemlju.¹⁹
- Nizko cenovni letalski ponudniki ter nove linije za križarjenje bodo odpirali popolnoma nove destinacije, saj bodo zelo spremenili potovanja v uveljavljene destinacije.
- V destinacijah, ki ne bodo razvile lahko dostopnih transportnih poti, bo število turistov upadlo.

¹⁹ Predvsem med turisti iz zahodne Evrope postajajo križarjenja vedno priljubljenejša, tudi za mlajšo publiko.

5.4 USKLAJENOST GORENJSKEGA TURIZMA Z RAZVOJNIMI TRENDI

Gorenjski turizem bodo jutri nedvomno krojili vplivi globalizacije ter hude konkurence, kajti preživele bodo le najzanimivejše destinacije. Ker Slovenija na splošno ni cenovno ugodna v primerjavi s konkurenčno ponudbo je nujno, da ohranimo pristnost ter poudarimo svojo naravno in kulturno dediščino. Glede na zgoraj opisane trende sem pripravil kratko primerjavo s trenutno turistično ponudbo gorenjske regije. Nisem upošteval vseh trendov, ampak le tiste, pri katerih je videti precejšnji zaostanek, ali pa ponudba, ki bi odgovarjala najnovejšim trendom, sploh še ni razvita.

DEMOGRAFSKI TRENDI

Turistična ponudba Gorenjske se mora prilagoditi najnovejšim trendom na področju demografije. Glede na trende mora upoštevati, da imajo starejši ljudje dovolj časa, da se za počitnice lahko odločijo tudi izven sezone, saj je ponudba takrat cenejša, zato je potrebno izboljšati izvensezonsko ponudbo. Ker pa imajo redno zaposleni manj časa za potovanja, se odločijo tako za dražje počitnice ali tudi več krajših. Potrebno se je osredotočiti na krajše programe, ki bodo pisani na roko avio gostom. Ponudba se mora tudi prilagoditi dejstvu, da se ljudje, ki jim primanjkuje časa, še vedno odločajo za paketne ponudbe, saj pri organizaciji počitnic prihranijo veliko časa (en ponudnik za vse). Določen segment gostov raje pripravi počitnice v lastni režiji – podpora temu je nedvomno centralno rezervacijski sistem (CRS).

OKOLJEVARSTVENI TRENDI

Nadgradnja nacionalnega parka in priprave na ustanovitev dveh novih regijskih parkov so nedvomno odločitve, ki popolnoma sovpadajo s trendi. Glede na popularnost wellness oziroma po novem 'selfness'²⁰ ponudbe je potrebno izkoristiti potencial termalnih vrelcev (Gorenja vas – Poljane, Cerklje). Prav voda, tako turistična atrakcija kot tudi strateška surovina, ter atraktivno okolje (zdravilna klima) morata postati še prepoznavnejša 'izvozna artikla' Gorenjske. Klimatske spremembe že danes vplivajo na

²⁰ Selfness je nov koncept ponudbe v segmentu wellness storitev, ki poudarja predvsem samorazvoj, skrb za lastno zdravje in dobro počutje ter spiritualnost.

ponudbo zimsko-športnih centrov, zato je potrebno sprejeti takojšnje ukrepe, ki bodo te vplive ublažili (nadgradnja sistemov zasneževanja, umik v višje ležeča območja, razvoj dodatne predvsem poletne ponudbe...).

Prav tako bo potrebno poudarjati trajnostni razvoj oziroma skrb za okolje, ki se v turizmu rezultira skozi ekoturizem. Povpraševanje po njem pa se prav tako iz dneva v dan povečuje. Ekoturizem v kombinaciji z uporabo alternativnih virov energije, naravi prijaznih materialov pri gradnji (hotelov), z nizko porabo vode v kombinacijami s čistilnimi napravami ter recikliranjem smeti v vseh segmentih namestitvenih kapacitet je povsem verjetno dejstvo turizma prihodnosti. Gorenjski bo po mojem mnenju prinesel največ dodane vrednosti.

MAKROEKONOMSKI TRENDI

Glavna makroekonomska trenda, ki bosta vplivala tudi na gorenjski turizem, bosta nedvomno pojav 'globalnih nomadov' (Internet 5: 4)²¹, ki že sedaj postajo kupci nekaterih nepremičnin v regiji, ter tudi vse večja mobilnost. Mobilnost bo vplivala tudi na delovno silo. Po predvidevanjih ETC (Internet 5: 4) bo v prvi vrsti rešila pereč problem pomanjkanja delovne sile v turizmu. Predvidevam, da tudi na Gorenjskem, saj kadrov v gostinstvu že primanjkuje, po drugi strani pa se bo zmanjšala avtentičnost destinacije. Prav pristnost pa je (ali bi vsaj morala biti) ena od razlikovalnih značilnosti našega turizma od sosednje konkurence.

POLITIČNI FAKTORJI

Bistvena novost na politično-ekonomskem področju v zadnjem razvojnem načrtu (RNUTS) je koncept menedžmenta turističnih destinacij. V razvojnem načrtu so njeni snovalci zapisali, da kljub relativno visokemu deležu sredstev, ki so bila namenjena spodbujanju razvoja menedžmenta turističnih destinacij, na tem področju ni prišlo do pomembnejšega napredka. Med glavnimi razlogi za to je visoka stopnja nezainteresiranosti zasebnih turističnih ponudnikov za aktivno sodelovanje pri skupnem upravljanju destinacije po načelu javno-zasebnega partnerstva. Vzroke gre iskati v

²¹ Pod izrazom 'globalni nomadi' razumemo ljudi, ki so si svoj dom in življenje ustvarili izven držav v katerih so se rodili.

napačnem razumevanju tega razvojnega koncepta, premajhnem številu strokovnjakov ter pomanjkanju usposabljanj za vse vpletene na tem področju (Humar 2006: 5). Člani Odbora za turizem, šolstvo in šport pri RRS Gorenjske so se teh problemov zavedali, zato so se načrtno lotili razvoja tovrstnega koncepta s poudarkom na razvoju celotne regije Gorenjske ter na takojšnjem vključevanju zasebnega sektorja. Prvi rezultati se po sprejemu RRP že kažejo, saj so glavni turistični nosilci v regiji dosegli minimalni kompromis za vzpostavitev tega koncepta, saj trenutno poteka nabor celostnih integralnih turističnih proizvodov, ki pokrivajo celotno regijo. Sklepamo lahko, da bodo sinergije na tem področju še naprej prinašale večje uspehe kot prej, predvsem pa da je z zagonom menedžmenta turistične destinacije Gorenjska prišlo do precejšnjega preskoka v (lokalnem) načinu razmišljanja in da se bo Gorenjska postavila ob bok razvitim sosednjim regijam, ki so tovrstne koncepte že uspešno vpeljale. Ker je povečano število turistov težko pričakovati, je v skladu z RRP ključno tudi to, da turistično politiko v regiji podpremo z ustreznimi namestitvenimi kapacitetami. Ker trenutno kaže, da v segmentu malih in srednjih podjetij primanjkuje, je izgradnja manjših namestitvenih penzionov in družinskih hotelov upravičena in v skladu s trendi (avtentičnost ponudbe, osebni odnos, ponudba po meri kupca...).

KULTURA

Kulturni turizem raste, tudi povpraševanje po njem, zato ga je potrebno vključiti v ostalo turistično ponudbo oziroma pakete. Nedvomno imamo na Gorenjskem ogromen potencial kulturno-zgodovinskih objektov, iz katerih je mogoče ustvariti ponudbo atrakcij, dogodkov in posel. Žal, na tem področju primanjkuje znanj (Zupan 2006).

VARNOSTNA POLITIKA

Slovenija nedvomno velja za eno od varnejših evropskih držav, kar pa ne pomeni, da ni potrebno razviti elementov 'kriznega menedžmenta' v kolikor nas prizadene val 'stalno prisotnih' katastrof, in biti hkrati fleksibilen pri načrtovanju (Internet 5: 5).

POTOVALNE IZKUŠNJE IN ŽIVLJENJSKI STILI

Priložnosti na tem področju so po napovedih ETC razvoj 'turizma prostovoljcev' ter 'kreativnega turizma' s poudarkom na globljih doživetjih turista in odnosa s ponudniki. Hkrati pa se bo razvilo povpraševanje po kombiniranih produktih s področja zdravja (wellness, spiritualni produkti, selfness) in kreativnega turizma. Tovrstnega turizma v regiji še ni in ima zato velik potencial za rast.

TRENDI V MARKETINGU IN RAZVOJU INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE

Glede na predvidevanja, da bo turistično distribucijo gnal internet, je posodabljanje internetnih portalov turističnih ponudnikov ključno, hkrati z uvedbo regijskega turističnega portala. Ena od stalnic v programu dela Direkcije za turizem v okviru Ministrstva za gospodarstvo, ki je v preteklem letu prišla do realizacije, je izdelava Centralnega rezervacijskega sistema, ki je na voljo vsem turističnim ponudnikom. Ključna prednost online rezervacijskega sistema je ta, da stranke lahko same izbirajo med več možnostmi ter rezervacijo nastanitev.²²

TRANSPORT

Razvoju nizkocenovnih letalskih prevoznikov ne kaže konca. Nasprotno. Vsaka nova odprta linija dvigne rast števila turistov v destinaciji. Te izkušnje ima tudi Slovenija, zato je STO v letu 2007 odprla še tri avio destinacije (Kijev, Oslo, Tokio). Zaradi povečanega števila potnikov je nujno povečanje in nadgradnja letališča Brnik. Načrti na glavnem slovenskem letališču so prilagojeni tem napovedim (izgradnja dodatne letalske steze, terminala ter hotela v bližnji storitveno-poslovni coni). Na kratkih razdaljah naj bi hitri vlaki prevzeli posel letalskim družbam, a glede na trenutno stanje železniškega sistema v državi in gorenjski regiji kratkoročnih pogojev za to ni. Nadgradnja sistema cest z obvoznicami okrog turističnih centrov na Gorenjskem in izgradnja prepotrebnihih garažnih hiš (predvsem Bled, Kranjska Gora) sta prioriteti RRP Gorenjske, realizacija pa je odvisna tudi od načrtov države. Omejitev dostopa v alpske doline in pobiranje

²² Trenutno je rezervacijski sistem deluje le za rezervacijo namestitev.

vstopnine je že realnost, ki pa sovпада s konceptom trajnostnega razvoja in ponudbo ekoturizma in jo podpiram.

Iz zgornje primerjave lahko sklepamo, da je turizem na Gorenjskem nedvomno izredno razvit v smislu pestrosti ponudbe. Največja pomanjkljivost je v nepovezanosti le te v zanimive in atraktivne turistične produkte. Torej ne moremo govoriti, da sta standard ponudbe in pokritost vseh ciljnih skupin potencialnih gostov na zavidljivem nivoju. Na to nas nedvomno opozarja tudi turistična statistika, saj število turistov v zadnjem obdobju na Gorenjskem niha. Lahko pa zaključimo, da so prioritetni projekti, sprejeti v okviru RRP Gorenjske, v skladu s trenutnimi razvojnimi trendi na področju turizma in da je njihov cilj te pomanjkljivosti odpraviti ali vsaj omiliti. S tem zaključkom lahko potrdimo drugo hipotezo kot pravilno.

6. ZAKLJUČEK

Nedvomno gorenjska regija nudi visok nivo kvalitete bivanja in preživljanja prostega časa. Razvojni koncept novega regionalnega razvojnega programa Gorenjske poudarja prav ti dve možnosti kot ključni za nadaljnji uspešen razvoj celotne regije.

Ne glede na dejstvo, da je razvojni program dobro pripravljen in so pri njegovi pripravi sodelovali glavni nosilci pomembnejših funkcij v regiji z javnega kot zasebnega sektorja, bo štela predvsem realizacija. Od sposobnosti iskanja sinergij v regiji na področju tehnologije, kadrov, turizma in trajnostnega razvoja bo v prihodnje odvisna konkurenčna sposobnost regije. Ugotavljam, da je eden od ključnih vzrokov za slabo sodelovanje vseh akterjev v regiji tudi neobstoj regijskega sistema vodenja, ki bi omogočal enostavnejše predvsem pa učinkovitejše vodenje ter povezoval različne interese v regiji, za kar pa (tudi) še danes ni zakonodajnih pogojev, saj še ni ustanovljenih pokrajin. Hkrati lahko upravičeno dvomimo, da bodo nastajajoče pokrajine znale vključiti vso do danes zbrano in nakopičeno razvojno energijo. Glede na sprejete razvojne prioritete pa lahko sklepamo, da je gorenjska regija našla prioritete, ki so v skladu z najnovejšimi razvojnimi trendi.

Prednosti pred konkurenco na turističnem področju je seveda več. Najbolj izstopa številčna in nadvse razgibana turistična ponudba na zelo majhnem prostoru. Naša geografska in količinska majhnost nam prepoveduje, da bi se usmerjali v masovne oblike turizma, zato je smiselno da se specializiramo. Glede na naravne danosti prihodnji turistični razvoj kar kliče po ekoturizmu in tudi po turistični ponudbi za zahtevnejše goste.

7. LITERATURA IN VIRI

Ažman, Rozi, Valentina Brajnik, Andrej Gulič, Tadeja Colnar Leskovšek, Damjan Kavaš, Aleksander Perdan, Sergeja Praper (2005) '*Strokovne podlage za pripravo nove generacije RRP-jev za programsko obdobje 2007-2013*'. Ljubljana: Center za mednarodno konkurenčnost, Inštitut za ekonomska raziskovanja in Urbanistični inštitut Republike Slovenije.

Dernovšek, Igor (2006): Evropa je vodilna turistična sila. *Dnevnik*, 19. 7., 16.

Florida, Richard L. (2005): *Vzpon ustvarjalnega razreda*. Velenje: IPAK, Inštitut za simbolno analizo in razvoj informacijskih tehnologij.

Gorenjsko gospodarstvo je vse bolj internacionalizirano 2006. Ljubljana: Slovenska tiskovna agencija.

Gorenjska partnerstvo za razvoj 2006. Kranj: Regionalna razvojna agencija Gorenjske, BSC, Poslovno podporni center, d.o.o.

Gruden, Mateja (2006) Letos smo 'pozabili' na tujce. *Delo FT*, 17.7., 16.

Gruden, Mateja (2006a) Maja krivo vreme, junija nogomet? *Delo*, 26.7., 9.

Gruden, Mateja (2008) Osem odstotkov turistov več. *Delo FT*, 7.1., 4.

Humar, Janko (2006) Čaranje. *Turistične novice*, XIII, 1.

Intervju z mag. Slavko Zupan, namestnico direktorja BSC Kranj d.o.o., Kranj, 1. 9. 2006.

Jakopin, Japec (2006): Turizem, ena od treh (edinih) priložnosti Slovenije. V *Zbornik 9. slovenskega turističnega foruma*, 13–14. Maribor: Slovenska turistična organizacija.

Klapš, Silverka Lesjak (2006): Turistični trendi 2006. *Horizont* (50), 32–33.

Lapuh, Edita Granatir, Barbara Špehar in Darja Radić (2007): *Izdelava modela regionalne organiziranosti turizma*. Kranj: Regionalna razvojna agencija Gorenjske, BSC Poslovno podporni center, d. o. o.

Lovrenčič, Saša (2006): Glavne usmeritve razvoja Gorenjske so turizem, talenti ter tehnološki in trajnostni razvoj. *Profit*, 6. 4., 36–40.

Matos, Urša (2006): Adrenalinski trend. *Mladina*, 22.3.. Dostopno na http://www.mladina.si/tehdnik/200412/clanek/nar--prosti_cas-ursa_matos/ (12. oktober 2006).

Mrak, Mojmir (2006): "Koncept javno zasebnega partnerstva in njegove osnovne značilnosti.", Kranj: BSC, Poslovno podporni center, d.o.o.

Nordin, Sara (2005): *Tourism of Tomorrow, Travel Trends & Forces of Change*. ETOUR European Tourism Research Institute. *Utredningsserien U*, 27. Dostopno na <http://www.turism.se/media/Undersokningar%20av%20varde/Tourism%20of%20tomorrow.pdf> (13. januar 2007).

Sočan, Lojze, Maja Bučar, Peter Medica, Klavdija Korenika, Peter Tancig in Pavle Gmeiner (2003): *Simulacije trajnostnega razvoja*. Delovno poročilo št.2, Družbeno okolje za dohitevanje Slovenije in pristopnih držav. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede.

Poglajen, Jože in Mojca Zorko (2008): Premajhne pokrajine ne morejo izvajati svojih pristojnosti. *Objektiv*, 9. 2., 10.

Radić, Darja in Matjaž Završnik (2005): *Management turistične destinacije*. Ljubljana: Center RS za poklicno izobraževanje.

Radić, Darja (2006) "Ključni dejavniki uspešnega razvoja managementa turističnih destinacij". Portorož: 25. Mednarodna konferenca o razvoju organizacijskih znanosti, *Management sprememb*, 15. - 17. 3.

Uran, Maja in Rok Ovsenik (2006): *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.

Slovenske regije v številkah 2006. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.

INTERNETNI VIRI:

Internet 1: Natura 2000 (2007): *Delež območij Natura 2000 po občinah*. Dostopno na http://www.natura2000.gov.si/fileadmin/user_upload/razno/delez_po_obcinah.pdf (24. januar 2007).

Internet 2: BSC Kranj (2006): *Regionalni razvojni program Gorenjske 2007 – 2013*. Dostopno na <http://www.bsc-kranj.si/datoteke/RRP%20Gorenjske%202007%202013.pdf> (12.11.2006).

Internet 3: BSC Kranj (2006): *Postopek sprejemanja Regionalnega razvojnega programa Gorenjske 2007-2013 in Izvedbenega načrta Regionalnega razvojnega programa Gorenjske 2007-2009*. Dostopno na <http://www.bsc-kranj.si/upload/RRP%202007-13/1153988706.pdf>, (12. november 2006).

Internet 4: Slovenska turistična organizacija (2007) *Strategija trženja slovenskega turizma 2007-2011*. Dostopno na

http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/povzetek_strategija_06_09_5555.pdf (23. december 2007).

Internet 5: European Travel Commission (2006): *Tourism trends for Europe*, Dostopno na http://www.etccorporate.org/resources/uploads/ETC_Tourism_Trends_for_Europe_09-2006_ENG.pdf (15. oktober 2006).

Internet 6: World Tourism Organisation (2007) *Tourism Highlights, Edition 2007*. Dostopno na http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_07_eng_lr.pdf (3. januar 2008).

Internet 7: Slovenska turistična organizacija (2007) *Statistični podatki po pomembnejših emitivnih trgih 2007*, Dostopno na [http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/Kljucni_trgi_2007_\(oktober\)_5936.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/Kljucni_trgi_2007_(oktober)_5936.pdf) (10. januar 2008).

8. PRILOGA

Intervju z mag. Slavko Zupan, namestnico direktorja BSC Kranj d.o.o., Kranj, 1.september 2006.

Vrsta intervjuja: strukturirani intervju.

1. Kakšna izhodišča ste upoštevali pri pripravi RRP Gorenjske 2007 – 2013? Na katere razvojne smernice ste se opirali?

Izhodišča priprave RRP so temeljila na določbah novega Zakona o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (Ur.l. RS, št. 93/05) in usmeritvah, ki smo jih dogovorili v okviru Kolegija Regionalnega razvojnega sveta. Kolegij RRS je izpostavil naslednja ključna izhodišča:

- *nadgradnja obstoječega RRP 2002 – 2006*
- *osredotočen, jasen, kratek, zelo operativen dokument*
- *pomembna je izvedljivost in ne dokument kot tak*
- *sprejeti bo treba jasne odločitve o bistvenih prioritetah in ciljih ter tej odločitvi podrediti vse.*
- *poudarek je na definiranju in dogovoru okrog ključnih regijskih projektov za obdobje 2007-2013, ki bodo naredili Gorenjsko uspešnejšo od drugih regij.*
- *RRP mora temeljiti tudi na vizijah podjetij.*
- *postaviti se moramo na lastne noge, ne računati na EU in državo; priložnost je v PPP – javno – zasebnem partnerstvu.*
- *Usmeritve na vseh področjih naj upoštevajo podjetniški pristop.*
- *Zagotoviti povegljivost s prostorskimi dokumenti.*

Razvojne smernice:

- *Sledili smo ključnim razvojnim usmeritvam EU in RS; temelječ na Lizbonski strategiji*
- *Velik poudarek smo dali konceptu trajnostnega razvoja*

2. RRP zajema tako rekoč vse gospodarske panoge. Zakaj ste se odločili za takšno širino in ne stavili samo na nekatere 'paradne konje'?

Menim, da RRP ni usmerjen tako široko kot je postavljeno vprašanje. Gospodarski del je jasno osredotočen na panoge s tehnološkim predznakom in turizem. V teh dejavnostih so tudi ključni »paradni konji«: razvoj tehnološke podporen infrastrukture npr. projekt e-Gorenjska povezuje velika podjetja kot je Iskratel z dinamičnimi malimi in srednjimi podjetji kot so Genesis, Perftech, Softnet, ... ali razvoj tehnološkega parka Škofja Loka povezuje podjetje Unitech s srednjo in višjo strojno šolo in okoliškimi podjetji kot so Polycom, Termo, itd. Verjetno je tu še nekaj prostora za nadgradnjo, še zlasti na področju spodbujanja r&r projektov v malih in srednjih podjetjih ter podpora povezovanju vrhunskih tehnoloških in dizajnerskih leaderjev kot je npr. Elan, Seaway, RRP torej ne vključuje panoge gradbeništva, trgovine, prevoznitstva, Navedene panoge so v rasti, brez potrebe po posebni razvojni podpori; njihova rast je povezana z rastjo naložb in dodane vrednosti v ostalih panogah.

3. Kateri od 'T' bo po vašem mnenju Gorenjski regiji prinesel t.i. razvojni preboj oziroma največ dodane vrednosti?

Tehnološki razvoj bi moral generirati največ dodane vrednosti, turizem bo prispeval več k zaposlovanju in razvoju malih podjetij in novih storitev, talenti bodo pokazali učinke na daljši rok. Prav slednji so zaradi velike togosti šolskega sistema najbolj rizični z vidika verjetnosti za pozitivne spremembe. Po moji oceni so šole preveč vezane na proračunski denar in premalo na trg, zato so preveč ozke, zaprte in samozadostne.

4. Pri pripravi dokumenta ste se opirali tudi na knjigo Richarda Floride, Vzpon ustvarjalnega razreda. Po Floridi je dostop podjetij do ustvarjalnih, usposobljenih ljudi, ključen. Hkrati pa se ustvarjalni ljudje ne naseljujejo le tam kjer so delovna mesta. Koncentrirajo se v krajih, kjer so centri ustvarjalnosti in kjer želijo živeti. Kaj od naštetega že lahko ponudi Gorenjska?

Koncept Floride odlično ustreza gorenjskim okoliščinam, kjer je prostor zaradi svoje visoke kakovosti dragocena kategorija (beri tudi draga/ s sosednjo Avstrijo in drugimi regijami nekonkurenčna zemljišča). Gorenjsko okolje zaradi zavarovanih območij, vodnih virov podtalnice, območij Nature 2000, mestnih središč ne prenese velikih širitev in posegov v prostor. Gorenjska nudi visoko kakovostne pogoje bivanja, ki so idealni za ustvarjalne ljudi. Je prostor, kjer je užitek živeti in si sam ustvariti delovno mesto. Infrastrukturno, vključno s širokopasovnim dostopom je odlično opremljena. Izgradili bomo tudi ustrezno tehnološko naprednejših. Po drugi strani ima regija odlično lego, je lahko dostopna do glavnega mesta in drugih srednje - evropskih mest in z mednarodnim letališčem je povezana v svet.

5. Evalvatorji so opazili neobstoj leaderstva oz. nepovezanost regije, ki je bil rešen s principom mreženja. A v praksi se ta princip ni izkazal že na samem začetku. Projekt povodij reke Save in Sore sta se peljala ločeno. Kako načrtujete preseči to 'deljenost'?

Tu je potrebno odgovoriti najprej kdo je leader regije? Mogoče formalni leader, ki to uspe doseči skozi svoj položaj bi lahko bil direktor RRA. Težko je reči, da je komu izmed slovenskih regij to uspelo, še najbližje Savinjski, a bolj za ožje Celjsko območje.

Obstajajo neformalni gospodarski regionalni leaderji, ki pa pred skupnimi interesi zagovarjajo svoje poslovne interese. Mednje sodijo predsedniki velikih korporacij ali regionalnih bank.

Leaderja mora omogočiti pravni okvir. V zadnjih 2 letih smo na Gorenjskem leaderstvo začeli graditi s predsednikom RRS in bi ga izgradili še trdnejše, če se ne bi vmes spremenili zunanji pogoji – politično-zakonodajni okvir – ki je za formalnega leaderja namesto prejšnjega predsednika RRS postavil župana – predsednika sveta regije. Izkušnje kažejo, da redki župani presežejo lokalne okvire in jih zanima regija. V tem pogledu bi morala pravega leaderja prinesiti pokrajina s pokrajinskim glavarjem.

Slovenske regije so zelo raznolike, razvoj je proces in dialog, vanj je vpeta ne le stroka, močno tudi politika, zato je popolna enotnost in usklajenost ideal, ki bi mogoče že mejil na pomanjkanje demokratičnosti. Tudi na Gorenjskem. Razbojnik mora razlike razumeti, biti potrpežljiv, seveda pa stremeti k sodelovanju posameznih delov in ne nastrojenosti. Vsak nov človek, ki vstopi v proces regionalnega razvoja potrebujejo daljši čas, da spozna potrebo po sodelovanju. Žal včasih to omejuje razvoj, povečuje stroške, vendar posebnih ukrepov za to ni: zgolj strokovno delo, transparentnost in komuniciranje .

6. Ocena predhodne evalvacije programa s strani zunanje komisije, ki jo je imenovala SVLR je bila zelo dobra. V čem se RRP Gorenjske razlikuje od drugih RRP-jev?

- Vzeli smo si dovolj časa, s pripravo smo začeli pol leta pred drugimi;
- Prvi smo na novo vzpostavili razvojne strukture in vanje vključili gospodarstvo, ki se je pozitivno odzvalo
- Pozna se vpliv gospodarstva, ki je zahteval od nas nebirokratski pristop, veliko podjetniškega naboja
- Dovolj široko smo uspeli komunicirati z regijo
- Temeljili smo na razvojnih ambicijah konkretnih nosilcev, podjetij
- V programu ni projekta brez nosilca, kar je bila napaka prejšnjega RRP
- Kot vodja sem imela za sabo že en proces, prejšnji RRP, a tokrat tudi zainteresiranega predsednika RRS, ki je kot gospodarstvenik zahteval več kot zgolj uredba o pripravi RRP;

7. Če bi dokument pripravljali ponovno, kaj bi storili drugače?

- zamenjala bi nekatere nestrokovne in nezainteresirane sekretarje odborov
- več poudarka/časa namenila sestavi odborov (tu je še precej možnosti za izboljšanje)
- bolj stroga selekcija projektov-še večji fokus

8. Sledi implementacija dokumenta v praksi. Kakšne so težave pri tem na nacionalni, regionalni in lokalni (občinski) ravni in kako jih rešujete? Je javno-zasebno partnerstvo ena od možnosti ali obstaja tovrstna ideja le na papirju?

- Največ težav je na nacionalni ravni, ki strokovno in proceduralno ne sledi regionalni ravni. Država je 1 mesec pred vstopom v novo finančno perspektivno nepripravljena in brez navodil za implementacijo strukturne in kohezijske politike. Regije smo brez konkretnih usmeritev o višini projektov, upravičenih namenih in stroških, % sofinanciranja; vprašanjih, ki so bistvena za finančno in vsebinsko zasnova proejtov, tako na regionalni kot lokalni ravni. Edina rešitev je, da prehitevaš državo in delaš na podlagi preteklih izkušenj in predvidevanj; v bistvu smo regije in občine kot podjetja na negotovem trgu. Kdor bo pogumnejši bo bolj uspešen in hitrejši.
- JZP v praksi že deluje na zelo enostavnih principih, po poznavanju osnutka zakona bo ta procese zapletel. JZP izveden po zakonu ni primeren za tehnološke in razvojne projekte, potrebne bodo druge rešitve – skupna podjetja, ...

9. Kje bo po vašem mnenju imel največ težav privatni sektor? Bo Fleksibilna regijska finančna shema za podjetniške naložbe in enoten program spodbud zaživela?

Pri razumevanju neživiljenjskih birokratskih postopkov, ki jih uvajajo naša ministrstva pri implementaciji EU virov; še zlasti problematično je odzivanje na kratke roke razpisov in nato neskončno čakanje na sklepe; na koncu pa kratek rok za izvedbo;

Fleksibilna finančna shema bi bila regijsko oblikovana prav z namenom, da se izogne togosti državne birokracije; nismo prepričani, da jo bomo lahko implemenirali v okviru slovenskih predpisov, ki nastajajo za struktrne sklade in bodoči nejasni vlogi RRAjev v upravljalnih strukturah.

10. Kratkoročne prioritete gorenjskega turizma so znane, kakšne so po vašem mnenju možnosti za uspeh oz. kje vidite nevarnosti za nerealizacijo načrtanih ciljev?

Možnosti za uspeh so, če se bomo lahko dogovorili za 3-4 ključne regionalne turistične produkte in le te povezali in razvili na vrhunski nivo (tako s storitvami, kakovostjo ponudbe, makretingom, tehnologijami,..). Razvoj teh produktov moramo podpreti z naložbami v infrastrukturo, ki mora biti maksimalno prilagojena sodobnim potrebam, hkrati pa tudi naravi in dediščini regije. V turizmu moramo ohraniti svojo identiteto .

Nevarnosti – drobljenje namesto povezovanje ponudbe, množični turizem v velikih kompleksih; odmik od tradicionalne arhitekture;

11. Kako si predstavljate gorenjski turizem v prihodnosti? Kje bi lahko bile njegove prednosti nasproti konkurence?

Naša prednost je pristnost – v naravi, hotelu, kultur . . . ne konkuriramo na cenah.

- *Narava – neomejene možnosti doživljanja, športa in sprostitve v naravnem (ne umetnem) okolju v vseh letnih časih*
- *Družinski specializirani penzioni/ kampi/ podjetja z »dušo«*
- *Kultura kot posel - Kulturna ustvarjalnost/ srečevanja – obstaja neizmeren potencial kulturne dediščine – zidov objektov – ki jim je potrebno vnesti življenje; imamo Prešerna, Avsenike, jezziste, Tavčarja, Šubice, Linhartarja,..... Kekca, čebele, ... – iz katerih je možno ustvariti ponudbo atrakcij, dogodkov in posel. Manjka znanj.*

12. Ključna vprašanja ki (bi) se jih morali postaviti nosilci razvoja turizma na Gorenjskem, da bodo uspešnejši v prihodnosti, so:

- *Sem zanimiv, sem dovolj drugačen od sosedov, sem dovolj inovativen, sledim zahtevam mojih gostov, poznam njihove nove želje ..?*
- *Lahko dvignem kakovost storitve, jih lahko dopolnim?*
- *Sodelujem s sosedi, se dovolj povezujem ...?*

13. Trenutna slika kaže, da je zahodni del Gorenjske v primerjavi z vzhodnim turistično veliko bolj razvit. Kakšni so možni ukrepi, ki bi pomagala turistično prebuditi tudi ta del?

Razvoj zasebne ponudbe je odvisen od atrakcij, ki privlačijo goste in razvojne podpore:

- *Ponuditi in organizirati podporo pri trženju zasebnih kapacitet, še zlasti penzionov*
- *Spodbujati tudi storitveno ponudbo – športne agencije, kulturne agencije, prireditve,*
- *Vlagati je treba v takšne »paradne konje« npr. Krvavec, mestno jedro Kranja, Škofje Loke, kongresne dogodke, večdnevne športne in kulturne prireditve mednarodnega nivoja*