

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Laura Vajs

Konkurenčnost lokalnih skupnosti:

Predstavitev kazalnikov v okviru Zelene sheme slovenskega turizma

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Laura Vajs

Mentorica: izr. prof. dr. Irena Bačlija Brajnik

Konkurenčnost lokalnih skupnosti:

Predstavitev kazalnikov v okviru Zelene sheme slovenskega turizma

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Konkurenčnost lokalnih skupnosti: Predstavitev kazalnikov v okviru Zelene sheme slovenskega turizma

Diplomsko delo opisuje konkurenčnost lokalnih skupnosti. Veliko število mest ter lokalnih skupnosti se v zadnjih letih sooča s številnimi trendi, kot so globalizacija, urbanizacija ter decentralizacija. Turizem je vedno bolj pogosta vizija lokalnih skupnosti, ki pripomore k njihovemu lažjemu pozicioniranju na trgu. K razvoju lokalnih skupnosti pa dandanes pripomorejo v veliki večini prebivalci, ki jih je treba aktivno vključevati in ozaveščati o načrtih, projektih ter dosežkih. Z opisom Zelene sheme slovenskega turizma sem želela natančneje predstaviti shemo, ki želi v destinacijah spodbuditi trajnostni razvoj turizma v Sloveniji, oceniti njegov nadaljnji razvoj v destinacijah ter ga promovirati. Spoznala sem, da vsaka organizacija, ki se ukvarja s trajnostnim razvojem turizma, sama oblikuje kazalnike, ki so relevantni za ocenjevanje destinacij. V okviru Zelene sheme slovenskega turizma so oblikovali model Global Sustainable Tourism Review (GSTR), ki podaja numeričen rezultat razvijanja turizma v destinaciji ter je tako lažje primerljiva z drugimi po svetu.

Ključne besede: konkurenčnost, lokalna skupnost, turizem, Zelena shema slovenskega turizma, kazalniki

The competitiveness of the local communities: Presentation of indicators in the context of Green scheme of Slovenian tourism

My thesis describes the competitiveness of the local communities. A large number of cities and local communities are facing a high number of trends, such as globalization, urbanization and decentralization. Tourism is increasingly becoming a common vision of local communities, which contributes to easier positioning on local markets. Residents must be actively involved and aware of plans, projects and achievements because they are in the vast majority of contributing to the development of local communities. With a thorough description of the Slovenian Tourism Green scheme I wanted you to get a more closer look on a scheme which wants to encourage destinations to implement development strategies for sustainable growth of Tourism in Slovenia, tries to assess its further development and promote it.

I have come to the conclusion that any organization that deals with the sustainable development of tourism itself develops indicators, which are relevant for evaluation of destinations. Within the Slovenian tourism Green scheme they have designed a model: Global Sustainable Tourism Review (GSTR), which gives a numerical result of development of tourism in an individual destination. Therefore, this makes it easier comparable with others worldwide.

Key words: Competitiveness, local community, Tourism, Green scheme of Slovenian tourism, Indicators

KAZALO

1 UVOD	5
2 METODOLOŠKI OKVIR	6
2.1 Namen, cilj, raziskovalne teze in vprašanja	6
2.2 Raziskovalne metode.....	7
2.3 Struktura naloge	7
2.4 Omejitve diplomskega dela.....	7
3 TEORETIČNI OKVIR	8
3.1 Konkurenčnost lokalnih skupnosti	8
3.1.1 Konkurenčnost in strategije načrtovanja razvoja lokalnih skupnosti	10
3.2 Vizije in strategije občin	13
3.2.1 Turizem.....	13
3.3 Zelena shema slovenskega turizma	15
3.3.1 Ravni Zelene sheme slovenskega turizma.....	16
3.3.2 Pridobitev znaka Slovenia Green	17
3.4 SLOVENIA GREEN.....	18
3.4.1 Znaki za ponudnike, ki jih priznava Slovenia Green.....	18
3.5 Orodje za oceno destinacij	19
3.5.1 Sistem kazalnikov za evropski turizem	19
3.5.2 Globalni kriteriji trajnostnega turizma	20
3.5.3 Global Sustainable Tourism Review	22
4 PREDSTAVITEV KAZALNIKOV OCENJEVANJA ZELENE SHEME SLOVENSKEGA TURIZMA	22
4.1 Narava	24
4.2 Okolje.....	25
4.3 Identiteta in kultura	26
4.4 Turizem in poslovanje.....	28
4.5 Destinacija in varnost	30
5 SKLEP	31
6 LITERATURA	36
PRILOGA A: Poročilo ocenjevalcev	39

Kazalo slik

Slika 3.1: Ravni delovanja ZSST	17
---------------------------------------	----

Kazalo tabel

Tabela 3. 1: Prednosti in slabosti evropskih globalnih kriterijev.....	21
--	----

1 UVOD

Zelena shema slovenskega turizma je oblikovana po principu, da predstavi praktične, učinkovite in preproste smernice, ki služijo uvajanju in pospeševanju trajnostnih poslovnih modelov v slovenskem turizmu, obenem pa je tudi osnova za trženje zelene ponudbe. Turizem je največja svetovna gospodarska dejavnost v 21. stoletju, ki s svojimi lastnostmi predstavlja najrazličnejše trende v družbenem razvoju. Kovač (2002) navaja, da je slovenski turizem pomembna poslovna priložnost za slovensko gospodarstvo in družbeni razvoj. Problem v Sloveniji, ki se naslavlja, je premajhna količina ponudnikov, ki bi se zavzemala za njeno aktivnejše trženje.

V strategiji slovenskega turizma 2002–2006 Kovač (2002) navaja, da se Slovenija zavzema za razvoj turizma, saj želi postati razvita turistična država, ki bo konkurenčna v razmerju do drugih turističnih območij. Ključno vlogo pri razvoju igrajo tudi lokalne skupnosti, saj s svojimi turističnimi ponudbami sodelujejo z državo in zagotavljajo raznovrstno ponudbo za trženje.

Tako mesta kot tudi lokalne skupnosti so se v zadnjih dvajsetih letih soočile s svetovnimi trendi, kot so globalizacija, urbanizacija, decentralizacija ter spremembe na področju oblasti (WB 2000).

Z globalizacijo in ekonomsko krizo se v zadnjih letih soočajo tudi lokalne skupnosti. Te pa so pred tremi ključnimi nalogami v Bačlija (2013):

1. Zaradi izredno konkurenčnega trga morajo poiskati svojo individualno prednost ter vlagati vanjo (natančna izbira tržne niše in specializacija za določen del trga lokalnih skupnosti),
2. nove dejavnosti, ki so posledica pozicioniranja v tržni niši, morajo biti naravnane v ustvarjanje prihodkov, investiranje, ustvarjanje delovnih mest in povečanje finančne možnosti lokalne skupnosti,
3. iskanje ravnotežja med ekonomskim razvojem in kakovostjo življenja, saj je ravnotežje prvi pogoj za ekonomsko rast.

Konkurenčnost lokalnih skupnosti bi lahko enačili z njihovo uspešnostjo. Kolikor bolj so lokalne skupnosti uspešne pri svojih vizijah in njihovem implementiranju, toliko bolj močne so pri samem konkuriranju z drugimi lokalnimi skupnostmi. Zato je pomembno, da si poiščejo konkurenčne prednosti, s katerimi bodo prepoznavne in boljše od drugih lokalnih skupnosti. Vsaka lokalna skupnost si želi izkoristiti lastne vire ter obogatiti infrastrukturo, hkrati pa tudi zadovoljiti civilno družbo.

Zato je namen naloge, da s pomočjo Zelene sheme slovenskega turizma analiziram način ocenjevanja destinacij. Ena izmed teh je občina Radlje ob Dravi, ki je dobitnica srebrnega znaka Slovenia Green. Slovenia Green predstavlja znamko kakovosti destinacij in ponudnikov, ki jo občine pridobijo z izpolnjevanjem zahtev s strani Zelene sheme slovenskega turizma (v nadaljevanju: ZSST). Občina Radlje ob Dravi ima vizijo, da uspe in se dokaže na področju turizma. V diplomskem delu bom s pomočjo poročila ocenjevalcev, ki so ga izdali po pregledu destinacije, naredila krajši pregled in predstavitev kazalnikov. ZSST uporablja za ocenjevanje destinacij posebne kazalnike, ki so mešanica globalnih in evropskih destinacijskih indikatorjev.

2 METODOLOŠKI OKVIR

2.1 Namen, cilj, raziskovalne teze in vprašanja

Namen diplomskega dela je predstaviti certifikacijsko shemo – Zeleno shemo slovenskega turizma ter analizirati, kako občina Radlje ob Dravi implementira posamezne politike skozi Zeleno shemo. Teorija o konkurenčnosti lokalnih skupnosti mi bo služila kot podlaga za raziskovalno vprašanje. Primaren cilj bo predstaviti, kakšne metode za uspešno realizacijo svojih potencialov uporabljajo lokalne skupnosti. Zanimali me bodo kazalniki, s katerimi se ocenjuje uspešnost, natančneje, kaj dosegajo destinacije z indikatorji ter zakaj je za občino pomembna turistična konkurenčnost.

S prebiranjem teorije o konkurenčnosti lokalnih skupnosti si bom širila obzorja, zakaj je konkurenčnost za občino tako pomembna. Kot sem že omenila, se morajo lokalne skupnosti zaradi globalizacije in ekonomske rasti v zadnjih letih soočiti z bolj proaktivnim iskanjem resursov. Iskati morajo svoje konkurenčne prednosti, s katerimi bodo prepoznavne in boljše od drugih lokalnih skupnosti. V diplomskem delu se bom zato ukvarjala z raziskovalnim vprašanjem: Čemu služijo kazalniki, ki jih je Green Destinations vpeljala z novim orodjem Global Sustainable Tourism Review?

2.2 Raziskovalne metode

V diplomski nalogi bom uporabila opisno oziroma deskriptivno metodo dela. Metoda služi za lažjo opredelitev teorije, izpeljavo raziskovalnega vprašanja ter definiranja konkurenčnosti lokalnih skupnosti. Za lažje definiranje bodo interpretirani sekundarni viri, ki v primeru diplomskega dela predstavljajo analizo domače in tuje bibliografije, člankov, poročil ter drugih uradnih dokumentov ter gradiv iz interneta v navezavi z raziskovano temo.

Diplomsko delo na začetku govori o konkurenčnosti lokalnih skupnosti, ki nas privede do vizije turizma v občini Radlje ob Dravi. S samo vizijo pa je povezana Zelena shema slovenskega turizma, s katero želijo v Sloveniji hitreje uvesti trajnostne modele v slovenski turizem, tako na ravni turističnih ponudnikov kot destinacij (STO 2016b). Zato bo za nas relevantna predstavitev kazalnikov, s katerimi se ocenjuje/meri učinkovitost/razvitost destinacije po posameznih področjih.

2.3 Struktura naloge

Diplomsko delo se začne z uvodom, kjer je predstavljena konkurenčnost lokalnih skupnosti ter sistem oziroma certifikacijska shema – Zelena shema slovenskega turizma. Sledi mu metodološki okvir, kjer bom zapisala sam namen in cilj diplomske naloge, raziskovalne teze ter metodo in strukturo dela. Nadaljujem z osrednjim delom, kjer bo natančneje predstavljen sistem Zelene sheme slovenskega turizma. S tem bo prikazano, kaj želi Slovenska turistična organizacija doseči s sistemom ZSST. Ker osrednji del temelji na predstavitvi sheme, ki je povezana s turističnimi destinacijami in ponudniki, bom to povezala s konkurenčnostjo lokalne skupnosti. Sledila bo predstavitev kazalnikov, določenih s strani Zelene sheme slovenskega turizma na primeru občine Radlje ob Dravi. Osredotočila se bom na vprašanje, čemu služijo kazalniki, ki jih je Green Destinations vpeljala z orodjem Global Sustainable Tourism Review. V sklepu dela bom na kratko interpretirala, kakšne učinke prinaša razvoj turizma s povezano literaturo. Zaključek bo vseboval ključne elemente diplomskega dela ter omejitve.

2.4 Omejitve diplomskega dela

Glede izbire teme in naslova diplomske naloge sem bila na začetku pisanja še v dvomih. Po prebiranju razne literature sem si načrtno jasne cilje, raziskovalno vprašanje ter sam namen naloge. V teoretičnem delu sem se osredotočila na konkurenčnost lokalnih skupnosti, skozi

katere sem prišla do ugotovitev, katere vizije in področja občine najpogosteje spremljajo. Kateri so glavni cilji, ki ženejo lokalno skupnost naprej, da so lahko konkurenčne na trgih? Predvsem je pomembno, da se osredotočijo na eno strategijo, eno vizijo, ki ji sledijo ter vanjo vlagajo in postajajo z izboljševanjem in nadgrajevanjem vse boljši in prepoznavni med konkurenti. Za empirični del sem sprva želela analizirati različne projekte v okviru občine Radlje ob Dravi v navezavi z Zeleno shemo slovenskega turizma. Vendar sem ugotovila, da se v okviru ZSST ne izvajajo projekti, ampak je to le orodje za ocenjevanje destinacij in hitrejše uvajanje trajnostnih modelov v slovenski turizem. Iz Javnega zavoda (ŠKTM) za šport, kulturo, turizem in mladino Radlje ob Dravi sem pridobila poročilo ocenjevalcev, ki so na podlagi zbranih podatkov, obiska na terenu in razgovora s prijaviteljem podali končne rezultate ocenjevanja, ugotovitve in obenem priporočila po posameznih področjih za občino Radlje ob Dravi. Vsako področje pa je definirano s kazalniki, ki sem jih na kratko predstavila, povezala s poročilom ocen ter na koncu v sklepu podala odgovor na zastavljeno raziskovalno vprašanje, čemu služijo na novo vpeljani kazalniki s strani Green Destinations.

3 TEORETIČNI OKVIR

3.1 Konkurenčnost lokalnih skupnosti

Uspešno lokalno skupnost Begg, Moore in Altunbas (v Grah in Bobek 2008) definirajo kot skupnost, ki na učinkovit in uspešen način tekmuje z drugimi kraji za vire iz privatnega in javnega sektorja.

Z novim fenomenom, kot je globalizacija, so se začele lokalne skupnosti boriti za nove vlagatelje, prebivalce in turiste. Velik pomen za lokalne skupnosti predstavlja položaj v hierarhiji, zato so začele tekmovati z drugimi skupnostmi, saj so želele postati konkurenčne na trgu. Zmožnost, da so lokalne skupnosti postale konkurenčne, izhaja iz vala decentralizacije, ki je prispeval k temu, da ima lokalna oblast vse več nalog in pristojnosti. S tem lokalne skupnosti pridobivajo moč in zmožnost za oblikovanje ter razvoj novih vizij, strategij in aktivnosti (Hall v Bačlija 2010, 115).

Globalizacija je proces, ki zajema politične, socialne, ekonomske in geografske dimenzije, ki med seboj povezujejo tako mesta kot države in lokalne skupnosti. V novonastalem okolju so pomembni vsi udeleženci, tudi lokalni. S to možnostjo postajajo države, kraji in lokalne skupnosti konkurenčna arena, kjer lahko med seboj tekmujejo. Pomembno za to je, da začnejo lokalne skupnosti enakopravno sodelovati na trgu, da sprejmejo tržne mehanizme in

posledično začnejo uporabljati poslovna orodja, ki so za njih pomembna in jih lahko razvijejo do te mere, da postanejo superiorni drugim lokalnim skupnostim. Pozabiti pa ne smejo na strateško vodenje, spoznavanje globalnih trendov in izbiro želene lastne pozicije (Paliaga 2007; Kotler in drugi 1994).

Infrastruktura, atrakcije in ljudske sposobnosti, ki jih izberejo lokalne skupnosti danes, bodo vplivale na njihov nadaljnji razvoj in tržno pozicijo (Kotler in drugi 1994).

Lokalne skupnosti ne želijo izboljšati samo mednarodne in regionalne pozicije. Pomembno za njih je povečanje specifičnih lokalnih dejavnikov, ki lokalni skupnosti prinašajo izboljšanje ekonomske konkurenčnosti, omogočajo ustrezno kakovost življenja posameznikov in socialnih skupin, povečujejo ekonomsko in socialno kohezijo ter zagotavljajo integracijo občine v urbane in regionalne mreže, institucije in združenja (Grah in Bobek 2008).

V dokumentu projekta "Vizija in strategija Občine Radlje ob Dravi" (2010) navajajo, da je za uspešen razvoj občine treba izvesti pet korakov:

- oblikovanje vizije in strategije občine,
- izgrajevanje zaupanja v občino,
- vzpostavitev partnerstev v različnih smereh in ravneh,
- pritegnitev ključnih dejavnikov, pomembnih za razvoj,
- izvedbo projektov, ki podpirajo razvojne cilje občine.

Mesto oziroma kraj se mora zavedati in prepoznati svoje prednosti in na učinkovit način odpraviti pomanjkljivosti. S tem bodo dosegli oblikovanje vizij in strategij ter prihodnost kraja. V občini Radlje ob Dravi so z izvedbo strukturiranega vprašalnika pri 75 posameznikih, ki so aktivni občani, in z izvedbo terenske ankete (naključno izbrani posamezniki) o zadovoljstvu prebivalcev občine ter s telefonsko anketo o prepoznavnosti občine izvedli analizo, ki je pripomogla k napisanemu strateškemu dokumentu "Vizija in strategija Radlje ob Dravi". Nadpovprečno angažirani prebivalci so podali odgovore, da so največje razvojne priložnosti občine v turizmu, gospodarstvu, dopolnilnih dejavnostih na kmetijah ter obrti in podjetništvu. Razvojne priložnosti so preverili tudi na naključno izbranih anketirancih in z anketo v sosednjih občinah, kjer so zaznavali turizem, gostinstvo, šport, malo gospodarstvo kot razvojne priložnosti občine (Občina Radlje ob Dravi 2010).

Vizije, strategije in projekti se morajo uspešno implementirati, če želijo pridobiti vrednost. Strokovni tim, ki te načrte implementira, mora v določenih intervalih podati oceno za napredek lokalne skupnosti. Od lokalne skupnosti je odvisno, ali pripravi letno poročilo, v katerem predstavi določene kazalnike (število prebivalcev, ekonomske rezultate, prispevke, prihodek, delovna mesta itd.), s katerimi lažje strateško tržno načrtujejo (Phillips v Bačlija 2010, 117).

Za občino Radlje ob Dravi je zelo pomemben gospodarski razvoj, in sicer predvsem na področju turizma. S turizmom kot gospodarsko panogo si lahko občina zagotovi boljše možnosti za krepitev podjetništva, za materialni razvoj, za integracijo novih storitev, ki jih lahko uporabljajo tako prebivalci občine kot obiskovalci/turisti (Munda v Benčič 2006). Pozabiti pa ne smemo na potrebe, zahteve in želje lokalnega prebivalstva. Brez njih uspešnega razvoja turizma ni mogoče načrtovati, saj bi vsak prebivalec na javnih razpravah o razvoju turizma moral imeti možnost posredovanja pobude in ideje o razvoju, izraziti svoje mnenje ter postaviti vprašanja v zvezi z razvojem lokalne skupnosti, v kateri živi (Benčič 2006).

3.1.1 Konkurenčnost in strategije načrtovanja razvoja lokalnih skupnosti

Lokalne skupnosti so konkurenčne, če na fleksibilen in učinkovit način odpravljajo negativne posledice, ki jih prinaša ekonomska rast. Ta se kaže v rasti zemljišč in poslovnih prostorov, povečanju mestnega prometa, večjem onesnaževanju ter povečevanju socialnih razlik. Zato je pomembno konkuriranje s storitvami, ki morajo biti kakovostnejše v primerjavi z drugimi lokalnimi skupnostmi. Tako kot države tudi lokalne skupnosti konkurirajo med seboj (Kovačič 2006).

Globalizacijski proces daje lokalnim skupnostim vlogo ključnih igralcev v svetovni ekonomiji. S tem postaja konkurenčnost pomemben izziv, ne samo za lokalno, temveč tudi za regionalno gospodarstvo. Ker lokalne skupnosti poleg gospodarstva predstavljajo tudi življenjski prostor, je tudi kakovost življenja ena izmed dejavnikov konkurenčnosti. Poleg urbanih regij (primer je mesto Ljubljana) so v novih članicah EU precej izboljšale konkurenčnost tudi mejne regije (primer je podravska regija, kjer leži kraj Radlje ob Dravi). Mejne regije, ki mejijo na stare članice EU (Radlje ob Dravi oziroma podravska regija na Avstrijo), so doživele zelo hitro integracijo v EU. V veliko pomoč so jim bližina pomembnih

trgov, manjše naložbe v infrastrukturo, precejšnji priliv neposrednih tujih naložb ter večji prihod turistov. To postavlja regije in mesta v konkurenčnejši položaj (Kovačič 2006).

Podravska regija, v kateri leži občina Radlje ob Dravi, spada v rubriko podeželja. Konkurenčnost podeželskih področij je odvisna od širšega spektra aktivnosti. Te so usmerjene v ustvarjanje novih delovnih mest, kar naj bi upočasnilo oziroma zaustavilo izseljevanje prebivalstva iz podeželskih mest. Podeželske regije so pogosto sinonim za bolj zdravo okolje ter naravno dediščino. Ta dva elementa pa sta pomembna za razvoj turizma in rekreativnih dejavnosti. Ohranitev podeželja, zaščita narave ter spodbujanje obnavljanja in oživitve vasi je zato izrednega pomena (Mrak in drugi 2004).

Problem, ki se pojavlja v konkurenčnosti med lokalnimi skupnostmi, je ta, da je treba prepoznati pomembna področja za skupnost. To so področja, ki bodo lokalnim skupnostim dala prednost oziroma vodilno vlogo pri konkuriranju.

O prioriteth področjih lokalnih skupnosti pa je lahko toliko mnenj, kot je prebivalcev. Avtorji, ki se ukvarjajo z marketingom lokalnih skupnosti, opozarjajo, da si lokalne skupnosti s tem, ko enakovredno obravnavajo vsa področja, nakopljejo le dodatne nove težave. Mnogo je takšnih, ki želijo svojo bitko izvesti na vseh področjih. Zato lahko zaključimo, da če mesto nima prioriteth, ne more izbirati med potencialnimi investicijami z dodano vrednostjo (Van Den Berg in drugi 2002; Kriekaard v Bačlija 2010, 117).

Da bi mesta oziroma lokalne skupnosti hitreje pridobila rast, je potreben prepород. Oblikovati se morajo vizije in strategije, izgraditi je treba zaupanje v lokalno skupnost, vzpostaviti partnerstva v različnih smereh in na različnih ravneh, pritegniti ključne dejavnike, pomembne za razvoj, ter izvesti posamezne projekte (Grah in Bobek 2008, 95).

V praksi zasledimo, da se večina lokalnih skupnosti loti strategije v obratni smeri. Sprva začnejo z izvedbo projektov, kar pa zmanjšuje verjetnost, da bodo projekti in razvoj lokalne skupnosti uspešni.

Za razvoj lokalnih skupnosti je pomembna analiza stanja. Če se želi mesto oziroma lokalna skupnost prestrukturirati, se mora zavedati svoje začetne pozicije. Odgovoriti morajo na pomembna strateška vprašanja, opredeliti svoje prednosti ter hkrati skrbeti za odpravljanje

pomanjkljivosti. Pomembna je tudi preučitev konkurenčnosti in razpoložljivega kapitala v sami lokalni skupnosti ter privlačnost lokacije in pomembnost gospodarskega in družbenopolitičnega okolja (Grah in Bobek 2008).

Krugman (1994) pravi, da je cilj konkurenčnosti dvig življenjskega standarda, obenem pa dokazuje, da je konkurenčnost produktivnost. To drži, treba pa je poudariti, da je produktivnost samo del urbane konkurenčnosti.¹

Težava, ki se pojavlja v današnjih slovenskih lokalnih skupnostih, je ta, da ne znajo dobro izkoristiti razpoložljivega kapitala, ga ohraniti ter pritegniti druga mesta, regije. Poudariti je treba predvsem znanje in izobraženost oz. človeški kapital, pritegniti talentirane ljudi, razviti tehnologijo, potrebno za izvoz na znanju temelječih proizvodov, poudariti je treba strpnost oz. toleranco krajev. Le vse naštetu lahko pripelje do preoblikovanja samega mesta ali kraja v mesto ali kraj znanja oziroma kreativnosti (Turok 2004; Scott 2001; Florida v Grah in Bobek 2008, 96).

Konkurenčnost mesta in lokalnih skupnosti merimo po Grah in Bobek (2008) s pomočjo različnih kategorij, ki so:

- produktivnost (vizije, ki jo mesto ali kraj favorizira),
- kakovost življenja ter,
- zaposlenost in brezposelnost.

Pomembno vlogo na globalni ravni predstavljajo "blagovne znamke" mest in krajev, ki so edinstvene z vključujočimi specifičnimi znamenitostmi. To slednjim poveča prepoznavnost in uspešnost. Pri oblikovanju blagovne znamke se morajo mesta in kraji osredotočiti predvsem na tiste značilnosti, ki bodo pritegnile pozornost drugih in jo ohranile (Grah in Bobek 2008).

Kot je bilo že večkrat omenjeno, mesto in kraj potreujeta zanimivo vizijo ter sanje za dobro prihodnost. Da je vse skupaj realizirano, pa so potrebni predvsem čas, trud in vodilni kadri. Voditelji mest in krajev morajo spremeniti vizijo v realnost, predvsem je pomembna

¹ Urbana konkurenčnost se nanaša na stopnjo, s katero mesta ali regije/lokalne skupnosti v primerjavi z drugimi mesti dvigajo privlačnost za prebivalce na področju delovnih mest, dohodka, kulturne in rekreacijske privlačnosti, socialne kohezije, učinkovitega vodstva in okolja (Kresl 2007, 17–18).

praktična izvedba vizij. Sama vizija brez izvedbe projekta je brezpredmetna. Grah in Bobek (2008) poudarjata, da je potrebno sodelovanje, komuniciranje ter zaupanje med vodilnimi in prebivalci mest oziroma lokalnimi skupnostmi ter ključnimi akterji, kot so mestna/občinska uprava, gospodarski subjekti, razni inštituti, izobraževalne in kulturne institucije.

Ciljna skupina so meščani in krajani, ki jih je treba pozvati k ustvarjanju vizij in strategij. Potrebna je izvedba čim več dogodkov na področju kulture, športa, zabave in gospodarstva. Vse naštetu povečuje prepoznavnost mest in krajev, obenem pa dviguje raven zaupanja.

Konkurenčnost lokalnih skupnosti lahko po Webster in Muller (2000) ocenimo s tremi metodami:

- regionalna ekonomija,
- primerjalna analiza² in
- analiza SWOT.

3.2 Vizije in strategije občin

3.2.1 Turizem

Z vstopom v 21. stoletje smo spoznali, da obstaja veliko novih možnosti v turistični industriji. Pojav globalizacije je povezan z razcvetom v turističnem sektorju, kar predstavlja številne nove izzive. Prosti pretok kapitala in trgovskih pravil so gonilna sila globalizacije. Globalizacija v kontekstu turizma pomeni dramatično povečanje tako števila destinacij kot tudi razdalj med njimi. Razvoj novih turističnih produktov in destinacij predstavljata eno izmed manifestacij turističnega sektorja v smeri večje produktivnosti (Fadeeva v Gomzelj Omrzel 2006).

Slovenija meji na 4 države, ki predstavljajo neposredno konkurenco turističnih držav. S svojo geografsko lego na stičišču Alp in Jadrana ter na področju Krasa ima Slovenija veliko prednost pred evropsko konkurenco. Od drugih konkurentov se ločuje po velikosti – majhnosti in varnosti – po tem, da je označena kot zelena in čista, gostoljubna in kulturna ter dobro organizirana s kakovostnimi turističnimi destinacijami.

Razvoj turizma je vedno bolj povezan z delovanjem lokalnega prebivalstva. Ljudje so kreatorji turizma in med najpomembnejšimi so prav zadovoljni prebivalci kraja. Slednji so tisti, ki odigrajo pomembno vlogo s svojim načinom življenja, lastno identiteto,

² angl. benchmarking

izobraženostjo, gostoljubnostjo, naklonjenostjo do gostujočega in kulturo prehranjevanja. Zato je pomembno, da se pri prebivalcih spodbudi pozitiven odnos do turistične dejavnosti. Hkrati jih je treba tudi spodbujati za sodelovanje pri turističnih projektih, ki jih lahko opredelimo kot dejavnik socialne spremembe, gradnik za skupnostni razvoj in razvoj civilne družbe, metodo, ki usposablja za transformacijo ideje v akcijo (Munda in Kern v Benčič 2006).

Benčičeva (2006) pravi, da je danes veliki večini turistov pomemben sam stik z naravo, z ljudmi, živečimi v kraju; pomembno postaja spoznavanje in spoštovanje načina življenja krajevnega gospodarstva. Aktualno je predvsem podeželsko okolje z neokrnjeno naravo in bogatim kulturnim izročilom.

Občina Radlje ob Dravi je tista, ki spada pod podeželsko okolje z neokrnjeno naravo ter bogato kulturo. Kot občina ima vizijo uspeti in se razvijati na področju turizma. Zato bom v nadaljevanju analizirala kazalnike, ki so bili ocenjeni v okviru Zelene sheme slovenskega turizma. Ti so občino pripeljali do nosilca srebrnega znaka Green Destination.

Slovenija si je v zadnjih 5 letih postavila cilj in se jasno zavezala k trajnostnemu razvoju turizma kot temeljni paradigmi za razvoj. Trajnostni razvoj dojema kot razvojno usmeritev celotnega slovenskega turizma. Obenem si je pridobila podporo s strani pristojnih organov, da se lahko sprejemajo razvojni ukrepi v to smer (STO 2016a).

Z analizo stanja na različnih ravneh trajnostnega razvoja v turizmu, ki so jo opravili leta 2014 v okviru oblikovanja Zelene sheme slovenskega turizma, je pokazala dvoje:

1. *"Da je konkretne trajnostne ponudbe v Sloveniji še premalo (ni kritične mase certificiranih ponudnikov, ki bi omogočila aktivnejše trženje ponudbe).*
2. *Da manjka sistem, ki bi na nacionalni ravni povezal prizadevanja, jih pospešil in deležnikom v procesu nudil orodja in podporo"* (STO 2016a).

Z oblikovanjem Zelene sheme slovenskega turizma je želela Slovenska turistična organizacija predstaviti praktične in učinkovite pripomočke. Z njimi želi uvajati in pospeševati uvajanje trajnostnih modelov v slovenski turizem. Poleg tega bi s tem pridobili osnovo za trženje zelene ponudbe.

3.3 Zelena shema slovenskega turizma

Zelena shema je sistem, ki deluje pod okriljem znamke SLOVENIA GREEN. Njen namen je združiti vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji ter omogočiti primerjavo z ostalimi zelenimi destinacijami po svetu. Destinacijam in ponudnikom poda na izbiro konkretne pripomočke za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja. Vključuje nacionalni značaj, ki bo spodbujal lažje pozicioniranje zelene države – Slovenije na globalnem zemljevidu. Leto 2015 predstavlja začetek izvajanja oziroma implementiranja sheme. ZSST je zasnovana na dveh ravneh, ki zavzemata različne destinacije in ponudnike. Omenjene naloge pa je leta 2015 prevzela Slovenska turistična organizacija, ki ponovno deluje kot samostojna in je zadolžena za samo trženje ter promocijo slovenskega turizma (Uradni slovenski turistični informacijski portal 2016).

Trenutno je v nacionalno shemo vključenih že 11 destinacij: Ljubljana, Kamnik, Idrija, Rogla – Zreče, Radlje ob Dravi, Cerklje na Gori, Laško, Žalec, Celje, Velenje, Nova Gorica. Te destinacije so prejemniki znaka Slovenia Green Destination.

Destinacija ni nujno opredeljena kot kraj. Lahko je tudi kontinent, država, regija ali turistično naselje. Turistična destinacija označuje geografski prostor, kot so kraj, regija ali zaselek, ki ga turisti izberejo za cilj potovanja. Geografski prostor zavzema vse, kar turist potrebuje za preskrbo, samo bivanje in razvedrilo (Planina 2002, 169).

Namestitve pa ponuja kar 9 ponudnikov: Hotel Thermana Park Laško, Kamp Koren Kobarid, Terme Snovik, Turistična kmetija Urška, Ortenia – Apartmaji v naravi, Posestvo Trnulja, Hotel Park Ljubljana, Hotel Celica, Sobe z zgodbo Pr Gavedarjo (Uradni slovenski turistični informacijski portal 2016).

Zelena shema slovenskega turizma (ZSST) ima po (STO 2016a):

- **UPRAVLJAVCA** – Slovenska turistična organizacija: ta shema aktivno razvija, upravlja, nudi dodatno izobraževalno podporo, vzpostavlja promocijo na mednarodnem trgu v okviru SLOVENIA GREEN,
- **AKREDITIRANEGA PARTNERJA** – Zavod tovarna trajnostnega turizma GoodPlace: ima licenco za podeljevanje ocen preko orodja Green Destinations Standard. Je tudi v partnerskem odnosu z Green Destinations.

SPIRIT Slovenija je javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (v nadaljevanju besedila: SPIRIT). Javna agencija SPIRIT ZSST opisuje kot celovito zasnovan sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji. Poleg vloge prepoznavanja – kdo deluje po trajnostnih načelih in kdo ne – skrbi za vsa potrebna orodja in pomoč pri uvajanju ter izboljševanju trajnostnega delovanja. Vključuje proces nenehnega izboljševanja tako destinacij kot ponudnikov (uvaja trajnostno poslovanje). Indikatorji, ki so sprejeti na globalni ravni, omogočajo destinacijam primerjavo z več destinacijami po svetu. Poleg tega je dobro promocijsko orodje, saj poudarja tiste destinacije in ponudnike, ki delujejo po trajnostnih načelih (SPIRIT Slovenija 2015).

3.3.1 Ravni Zelene sheme slovenskega turizma

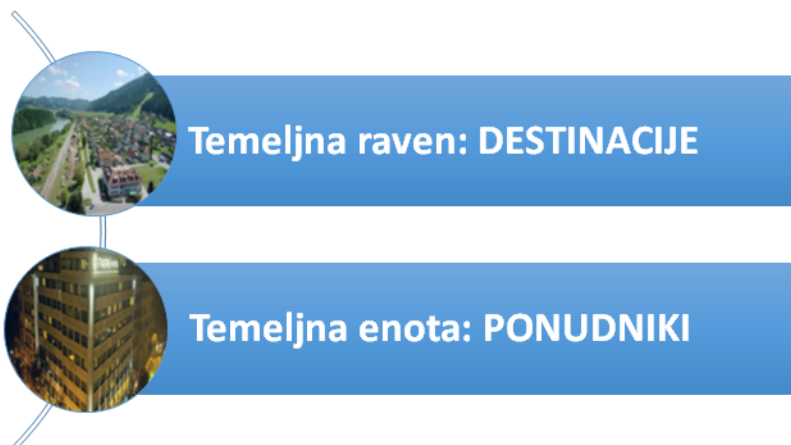
ZSST je zasnovana na dveh ravneh, in sicer na ravni destinacij ter na ravni turističnih ponudnikov.

Prva raven, raven destinacij, je poglobljena za delovanje ZSST, saj želijo s tem bolj celostno zasnovati sistem trajnostnega razvoja – iz obstoječih posameznih ponudnikov s certifikatom želijo preiti k certificirani destinacijski ravni. STO (2016a) navaja, ” *da je destinacija večinoma vezana na enoto lokalne skupnosti oziroma občine*”.

Ne izključuje pa možnosti, da v shemo vstopi destinacija, ki vključuje več kot eno občino. Tako je lahko lokalna turistična organizacija sestavljena iz dveh ali več občin.

Druga raven, raven turističnih ponudnikov, predstavlja temeljno enoto delovanja ZSST. Če izključimo zelene ponudnike, zelena destinacija nima pravega pomena in verodostojnosti. Ob tem lahko zaključimo, da sta ravni med seboj povezani ter odvisni druga od druge, kot prikazuje slika 3.1. ZSST pa je razvita predvsem za nastanitvene ponudnike, kot so npr.: hoteli in podobni objekti ter turistične agencije oziroma organizatorji potovanj. V prihodnje pa se shema razširi in pokrije tudi ponudnike, kot so turistične kmetije, kampi, turistični produkti – doživetja in atrakcije – pa tudi partnerje, kot so institucije in osebni partnerji (STO 2016a).

Slika 3. 1: Ravni delovanja ZSST



Vir: STO (2016a, 7).

Tesna povezanost obeh ravni: destinacija spodbuja ponudnike k trajnostnemu delovanju in pridobivanju okoljskih znakov (verodostojnost zelena destinacija pridobi z zadostnim številom certificiranih ponudnikov) (STO 2016a).

3.3.2 Pridobitev znaka Slovenia Green

Za pridobitev znaka Slovenia Green Destination se mora destinacija vključiti v ZSST. Izvesti mora določene aktivnosti, s katerimi bo stanje trajnosti v destinaciji ves čas izboljševala. Sam postopek za pridobitev znaka Slovenia Green je definiran z 11. koraki po STO (2016a):

1. *Opredelitev zelenega koordinatorja,*
2. *oblikovanje zelene ekipe,*
3. *povečevanje ozaveščenosti, pridobivanje podpore,*
4. *podpis Zelene politike,*
5. *anketiranje,*
6. *zbiranje in vnašanje podatkov na spletno platformo,*
7. *oddaja poročila in zahtevka za presojo,*
8. *priprava akcijskega načrta ukrepov,*
9. *opredelitev lokalnega značaja in zelenega USP³,*
10. *oddaja zahtevka za terenski obisk,*
11. *uresničevanje ukrepov in ponovna presoja.*

³ USP je kratica za Unique Selling Proposition (edinstvena prodajna priložnost). Izpostavi najbolj konkurenčno oziroma razlikovalno sposobnost/prednost destinacije, ki jo nato izpostavljajo v tržnem komuniciranju. S tem se gradi nacionalni značaj (STO 2016a).

Tudi s strani ponudnikov so potrebna zagotovila za pridobitev in ohranitev znaka Slovenia Green Accommodation ali Slovenia Green Travel Agency/Tour Operator. Postopek za ohranitev in pridobitev znaka se izvaja s 5 aktivnostmi, ki jih navaja STO (2016a): tako kot destinacije morajo tudi ponudniki vstopiti v tako imenovano ZSST – izpolniti morajo prijavnico; podpisati Zeleno politiko slovenskega turizma; zagotoviti ter dokazati, da so nosilci enega od mednarodno uveljavljenih znakov – postopek izvedejo samostojno z upravljavcem znaka; predložiti dokazilo o veljavnosti znaka; predložiti ponovno nova dokazila, ko znaku poteče veljavnost.

3.4 SLOVENIA GREEN

Standard Slovenija Green je sestavljen iz dveh komponent: kot prvo je certifikacijski program in drugo znak/znamka kakovosti, ki opredeljuje destinacije in ponudnike.

3.4.1 Znaki za ponudnike, ki jih priznava Slovenia Green

Od 1. 1. 2016 so priznani s strani Slovenia Green naslednji okoljski znaki po STO (2016b):

➤ **BIO HOTELS**

Primeren za hotele; v ponudbi organske in okolju prijazne počitnice; vključujejo merila, kot so organsko pridelana hrana, vključitev lokalnih ponudnikov, okolju prijazna energija, odgovornost z ravnanjem odpadkov itd. Ciljna skupina so gostje z visokimi ekološkimi merili.

➤ **EU MARJETICA**

Uradni znak Evropske unije za okolju prijazne turistične nastanitvene zmogljivosti od leta 2003; primeren za podjetja – ki so okolju prijazna, hoteli, penzioni, planinske kočice, zasebni sobodajalci, turistične kmetije ter kampi. Merila so: varčevanje z energijo, varčna raba vode, zmanjšanje odpadkov, management, informiranje gostov.

➤ **GREEN GLOBE**

Certifikat za hotele, resortne, tour operatorje, rent-a-car, razstavne in prireditvene prostore tudi druge tipe turističnih podjetij; temelj so mednarodni trajnostni kriteriji in indikatorji. Merila za poslovanje (stebri trajnostnega poslovanja): trajnostni management, družba/ekonomija, kulturna dediščina ter okolje.

➤ **GREEN KEY**

Znak za podjetja, hostle, manjše nastanitvene objekte, kampe, konferenčne centre, restavracije in atrakcije; strogi kriteriji fundacije za okoljsko izobraževanje FEE; je

znak odličnosti na področju okoljske odgovornosti in trajnostnega poslovanja v turizmu.

➤ TRAVELIFE

Pomoč pri znižanju stroškov ter izboljšavi okoljskih, socialnih in ekonomskih vplivov z vpeljavo procesnih sprememb pri poslovanju; pomembni kriteriji in indikatorji, kot so management (politike poslovanja, komunikacija, zaposleni), okolje (energija, voda ...), družba in skupnost (človekove pravice, lokalna skupnost, blaginja zaposlenih), dobavna veriga.

➤ TOURCERT

Znak je namenjen predvsem hotelom, tour operatorjem in turističnim agencijam; delujejo trajnostno in družbeno odgovorno; največji poudarek namenja indikatorjem v okviru družbene odgovornosti podjetij. Pokriva naslednja področja: management, trajnostno poslovanje, ekologijo, goste, zaposlene, vire, dobavitelje, preostalo ponudbo.

3.5 Orodje za oceno destinacij

STO je oblikovala orodje za oceno destinacij v okviru ZSST na že obstoječih indikatorjih, ki so razviti na globalni in evropski ravni. Njihov cilj je, da se slovenske destinacije, ocenjene po standardih "SLOVENIA GREEN", lahko primerjajo tako na evropski kot globalni ravni. Jasno so vzpostavili povezavo med sistemom kazalnikov za evropski turizem in globalnimi kriteriji trajnostnega turizma. Oblikovali so nadgrajeno orodje – Pregled globalnega trajnostnega turizma (GSTR), ki omogoča destinacijam izboljšati trajnost na jasen, pregleden in merljiv način.

3.5.1 Sistem kazalnikov za evropski turizem

Sistem kazalnikov za evropski turizem⁴ (v nadaljevanju besedila: ETIS) je namenjen vsem turističnim destinacijam, saj je oblikovan na podlagi postopka za sprejemanje, upravljanje in izboljševanje trajnosti turistične destinacije. Vodi se na lokalni ravni, saj je v lasti lokalnih

4 Nekaj glavnih kazalnikov po Evropska unija (2013): odstotek destinacije s trajnostno turistično strategijo; odstotek turističnih podjetij/ustanov destinacij, ki uporabljajo prostovoljno preverjeno potrdilo za okoljske/kakovostne/trajnostne ukrepe; odtok obiskovalcev zadovoljnih s celotno izkušnjo na destinaciji; število nočitev; dnevna poraba turista; povprečen čas bivanja turista; stopnja zasedenosti nastanitev; neposredno zaposlovanje v turizmu; odstotek podjetij, ki dejavno iščejo lokalno ter trajnostno blago in storitve pravične trgovine; št.turistov na 100 prebivalcev; odstotek moških in žensk, zaposlenih v turizmu; odstotek atrakcij, ki so dostopne za invalide; odstotek destinacije, kjer je v veljavi načrt, ki varuje kulturno dediščino; odstotek uporabe različnih oblik prometa (javni/zasebni in drugo); odstotek podjetij, ki so vključena v sheme blaženja podbenih sprememb; količina odpadkov, ki se ustvari ter ki se reciklira; odstotek odplak, ki se pred odvajanjem očistijo; poraba sveže vode in energije; odstotek zaščitene destinacije; svetlobno onesnaževanje in obremenjevanje s hrupom; stopnja onesnaženosti kopalnih voda (na 100ml).

predstavnikov. Priročen je predvsem pri spremljanju uspeha destinacije in sprejemanju boljših upravljalnih odločitev. Sestavljen je iz 27 glavnih in 40 izbirnih kazalnikov, ki se lahko uporabljajo po želji (prostovoljno, skupaj ali kot del obstoječih sistemov). Sistem je zelo prilagodljive narave, saj se prilagodi potrebam destinacije, interesu lokalnih deležnikov in vprašanjem trajnosti.

Evropska komisija je tista, ki se že veliko časa posveča in podpira trajnostni turizem v Evropi, zato je uvedla kar nekaj instrumentov za olajšanje dobrega okoljskega upravljanja za podjetja, ki so primer znaka EU za okolje ali sistem Skupnosti za okoljsko ravnanje in presojo (EMAS).

Konkurenčnost turizma je tesno povezana z njegovo trajnostjo. Kakovost turističnih destinacij je močno odvisna od naravnega in kulturnega okolja ter vključevanja destinacij v lokalno skupnost. Razvoj kazalnikov lahko destinacijam pomaga, da svojo vizijo in zgodbo predstavijo bolj prepričljivo. S tem lahko od vlade pridobijo večjo podporo. Turistična industrija si tako določi področja, ki jih je treba izboljšati, ustvari merila za uspešnost ter poveča svojo trajnost (Evropska unija 2013).

3.5.2 Globalni kriteriji trajnostnega turizma

Z Globalnimi kriteriji trajnostnega turizma⁵ (v nadaljevanju besedila: GSTC) hoteli in organizatorji potovanj po vsem svetu določajo, ali je poslovanje trajnostno in ali se približuje trajnostnemu. GSTC predstavljajo model kazalnikov trajnostnega turističnega razvoja, ki ga je začela razvijati Svetovna turistična organizacija, kot "Indikatorje trajnostnega turističnega razvoja". V okviru GSTC so oblikovali 12 osnovnih kazalnikov ter še nekaj dodatnih. S tem lahko destinacije identificirajo kritične točke in pravilno ukrepajo. Vključeni so vsi vidiki turističnega razvoja: ekonomski vidik, družbeno-kulturni vidik in okoljski vidiki (SPIRIT Slovenija 2014).

Glavni cilj je bil z GSTC vzpostaviti globalni konsenz o trajnostnem turizmu. Kriteriji predstavljajo najmanj, kar morajo podjetja in destinacije doseči. Prilagojeni so za vsako lokalno skupnost, saj je mogoče za posamezno območje ali aktivnost razviti dodatne kriterije.

⁵ UNWTO (2004) kriterije razdeli v 4 skupine: izvajanje učinkovitega managementa trajnostnega razvoja; maksimiziranje gospodarske in družbene koristi lokalnih skupnosti in minimizirati negativne vplive; maksimiziranje koristi za kulturno dediščino in minimiziranje negativnih vplivov; maksimiziranje koristi za okolje in minimiziranje negativnih vplivov (ohranjanje virov, zmanjšanje onesnaževanja, ohranjanje biodiverzitete, ekosistemov in pokrajin).

Kriteriji destinacijam, ki želijo postati bolj trajnostne, pomagajo z osnovnimi napotki; potrošnikom/turistom pomagajo prepoznati in približati bolj trajnostne destinacije; ozaveščajo prebivalce oziroma širšo javnost o bolj trajnostnih destinacijah; različnim vladnim in nevladnim organizacijam ter zasebnemu sektorju nudijo izhodišče za prizadevanje za bolj trajnostno poslovanje; osnovne smernice ponujajo tudi izobraževalnim institucijam (SPIRIT Slovenija 2014).

Tabela 3. 1: Prednosti in slabosti evropskih globalnih kriterijev

	PREDNOSTI	SLABOSTI
ETIS	<ul style="list-style-type: none"> - orodje, ki temelji na globalnih kriterijih - razvit sistem zbiranja in vrednotenja podatkov - celosten sistem, ki omogoča spremljanje, upravljanje in izboljševanje trajnostnega razvoja - 4 sklopi kriterijev, ki se lahko zoožijo ali razširijo (prilagajanje posameznim izzivom trajnostnega turizma in potrebam destinacij) - spodbujajo sodelovanje destinacijskih deležnikov 	<ul style="list-style-type: none"> - onemogoča vrednotenje stanja trajnosti destinacije
GSTC	<ul style="list-style-type: none"> - osnova za razvoj indikatorjev ETIS - rezultat več desetletnega globalnega poskusa (razvoj enotnega jezika v trajnostni turizem) - določajo, ali poslujejo trajnostno - predstavljajo najmanj, kar morajo podjetja in destinacije doseči - nudijo osnovne smernice za trajnostni razvoj destinacijam - pomagajo potrošnikom prepoznati bolj trajnostne destinacije - ozaveščajo javnost o trajnostnih destinacijah 	<ul style="list-style-type: none"> - onemogoča vrednotenje stanja trajnosti destinacije - ne merijo, ali je bil cilj dosežen (samo navajajo, kaj mora biti narejeno in kako to izboljšati, da se destinacije približajo trajnosti)

Vir: Povzeto po Evropska unija (2013); UNWTO (2004).

3.5.3 Global Sustainable Tourism Review

Global Sustainable Tourism Review (v nadaljevanju besedila: GSTR) je orodje, ki izvaja kriterije GSTC, poleg tega pa vključuje tudi sistem kazalnikov ETIS. GSTC in ETIS-kazalniki predstavljajo osnovo za oblikovanje orodja GSTR. S tem orodjem je podana številčna ocena destinacije, ki odraža njeno trajnost. Rezultat uporabe je torej skupna ocena in pet ocen po posameznih področjih, ki jih bom v nadaljevanju opisala na primeru občine Radlje ob Dravi. Občina si je v ta namen zastavila kvantitativne cilje, zaradi tega pa lahko posledično izboljšuje trajnostna prizadevanja. Preko mreže GREEN DESTINATIONS pa se tržijo destinacije, ki so ocenjene z GSTR-orodjem (SPIRIT Slovenija 2015).

Ključno za GSTR je, da si prizadevajo kompleksne kazalnike pretvoriti v informacije, ki so pomembne za končnega uporabnika. V praksi lahko vidimo, kako so ocene destinacij, pridobljene z uporabo orodja GSTR, integrirane v več rezervacijskih sistemih. Eden izmed znanih je partner Booking.com. GSTR je globalno orodje, ki destinacijam ponuja pomoč pri razvoju trajnosti in daje destinacijam položaj na globalnem trgu. Green Destinations je tista mreža, ki upravlja celotno orodje GSTR, s katero se destinacije samoocenijo in pridobijo numerično oceno. Slovenia Green torej spodbuja posamezne destinacije, da z več indikatorji ocenijo svoj položaj ter tako pridobijo boljšo oceno.

4 PREDSTAVITEV KAZALNIKOV OCENJEVANJA ZELENE SCHEME SLOVENSKEGA TURIZMA

Na podlagi poročila ocenjevalcev turistične destinacije Radlje ob Dravi bom opisala posamezna področja in kazalnike, s katerimi to področje ocenjujejo. S tem bom pridobila širši pogled izbranih kazalnikov za ocenjevanje turistične destinacije.

S kazalniki oziroma indikatorji trajnostnega razvoja turistične destinacije je natančno opredeljen gospodarski pomen turizma ter njegovi negativni učinki. Glavni namen kazalnikov je zmanjšati negativne vplive turizma na okolje, socialno-kulturno ter ekonomsko področje (Manning 1999).

Kazalniki v veliki meri podajo odgovore na vprašanja o naravnih virih in ekološki kakovosti v destinaciji, o ekonomski trajnosti, o vprašanih kulturnih in socialnih vrednot. V širšem smislu vključujejo tudi delovanje poslovnih subjektov in širše skupnosti, ki so pomembni za turizem v destinaciji (UNWTO 2004).

V okviru GSTC, ki obenem vključujejo tudi sistem kazalnikov ETIS Evropske komisije, so oblikovali skupno orodje, imenovano Global Sustainable Tourism Review (v nadaljevanju besedila: GSTR), s katerim se implementirajo kriteriji. Tako postaja GSTR globalno dodelano orodje za destinacije, ki želijo trajnostni razvoj izboljšati na merljiv, jasen ter pregleden način (SPIRIT Slovenija 2014).

Prednost GSTR je ta, da je preprostejše orodje, saj temelji na samooceni. V vsakem primeru pa mora biti podana s strani treh ocenjevalcev. Gre za kvantitativno oceno prizadevanj, ki omogoča primerjavo destinacij po celem svetu. S tem pridobijo bol poglobljen pogled v svoje stanje, s čimer lažje načrtujejo in izboljšujejo trajnostni razvoj. Destinacije oceno pridobijo na osnovi zbranih statističnih podatkov ter samoocene in informacij pridobljenih od gostov, certifikacijskih shem, samostojnih strokovnjakov id. (SPIRIT Slovenija 2014).

Viri relevantnih in kakovostnih informacij za izračun kazalnikov so lahko različni. Glavne vire predstavljajo zainteresirane strani, ki sodelujejo v procesu proizvodnje in nudenja turističnih storitev. Mednje uvrščamo občine, lokalne turistične organizacije, policijo, podjetja za distribucijo energije, komunalna podjetja, podjetja, vezana na dejavnost gostinstva in hotelirstva, ter turisti. Ti po navadi z izpolnjevanjem anket in vprašalnikov podajo mnoge odgovore na vprašanja. Izključiti pa ne smemo Statističnega urada in drugih instituciji, ki so v pomoč pri zbiranju podatkov s področja turizma.

Zelo je pomembno, da se izberejo primerni indikatorji/kazalniki za ocenjevanje trajnostnega razvoja turizma. Eden glavnih kriterijev, o katerem se sprašujem ob koncu diplomskega dela, je relevantnost. Ključno za to je vprašanje, ali se indikator odziva na dotične probleme in vprašanja v destinaciji in črpa prave informacije. Drugi kriterij govori o možnostih pridobivanja potrebnih informacij za analizo, ki vključuje vprašanja, na kakšen način lahko pridobimo informacije, kakšni postopki bodo za to potrebni, ali so informacije že zbrane, ali so podatki obdelani ter v kakšni obliki so zbrani. Pomembna pri izbiri kriterijev je tudi kredibilnost, ki je tretji kriterij. Ali pridobljeni podatki izhajajo iz znanstvene osnove? V veliki večini imajo zbrani podatki s strani inštitutov večjo veljavo. Da si lahko ciljne skupine pravilno razlagajo kazalnike, morajo biti oblikovani na jasen in razumljiv način. Ker pa nam obdelani ter ocenjeni indikatorji omogočajo primerljivost z drugimi destinacijami, je potrebno, da so zasnovani v različnih časovnih obdobjih ter med posameznimi regijami, občinami itd. (UNWTO 2004, 42).

UNWTO (2004) navaja, da je glavnega pomena tudi število kazalnikov. To naj ne bi bilo prenizko, saj ne pridemo do realnega prikaza dejanskega stanja. Tudi previsoko ne, saj lahko s tem kazalniki izgubijo svoj značaj in pomen. V analizi kazalnikov, ki so zasnovani na podlagi ZSST, lahko ugotovimo, da so primerni za ocenjevanje destinacije, saj vključujejo bistvene probleme in informacije, ki jih potrebujemo za implementacijo trajnostnega razvoja turizma.

4.1 Narava

S pojmom narava razmišljamo o naravnih vrednotah in živih organizmih, ki nas obdajajo. Definicija, da je narava nedotaknjena in edinstvena, je zašla v pozabo, saj ljudje dandanes vse več posegajo vanjo.

Ministrstvo za okolje in prostor (2016) navaja, da se narava ohranja s tem, da se varujejo naravne vrednote in da se ohranja biotska raznovrstnost. Med naravne vrednote štejemo vso naravno dediščino, kot so redki, dragoceni, znameniti in drugi naravni pojavi (primer: minerali in fosili, soteske, izviri, slapovi, jezera, barja, potoki, morska obala, krajina in oblikovana narava). Za ohranitev biotske raznovrstnosti pa je treba ohranjati naravno ravnovesje. O ohranjanju narave so zapisani razni predpisi, mednarodne konvencije, razne strategije, programi, projekti ter poročila.

V okviru ZSST se pod naravo štejejo 4 kazalniki: narava in njeno (za)varovanje; dostop, informacije in izobraževanje; zelene politike in odprti prostori. Kazalniki, ki so bili dobro ocenjeni, so:

- Zelena politika, ki je v veljavi in se dosledno uresničuje. S podpisom te listine je občina Radlje ob Dravi sprejela 10 trajnostnih načel. Zavezali so se k trajnostnemu delovanju in nenehnemu prizadevanju za izboljšave v občini. Tako bodo lažje sledili smernicam slovenskega turizma, kjer se izraža poslanstvo "naprej z naravo" in se podpira vizija "zelene butičnosti". Vsi deležniki se zavezujejo k vzpostavitvi okolju prijazne in zelene destinacije (Slovenia info 2016a).
- Odprti prostori: omogočen je dostop. Odprte prostore definirajo kot zelena pljuča destinacije, ki vključujejo naravo, parke, vrtove, obale in vodne površine. Prispevek, ki ga dajo odprti prostori destinaciji, je aktivnost ter povečevanje kakovosti zraka in bivanja (SPIRIT Slovenija 2015).
- Bližina (za)varovane narave.

Ugotovitve prikazujejo tudi negativne točke. Treba je vključiti turistična podjetja, da bi se ohranjala biotska raznovrstnost. Obenem pa je treba nadgraditi dostopnost informacij z več jeziki. S strani ocenjevalcev ZSST je destinacija Radlje ob Dravi dobila priporočila na podlagi izobraževanja turističnih podjetij – kako turizem vpliva na okolje (ozaveščanje, motiviranje k ukrepom). Motivirana naj bodo turistična podjetja za donacije in razne programe, ki bi prispevala k ohranjanju biotske raznovrstnosti. Poleg tega je treba nadgraditi promocijski material z raznolikostjo jezikov.

4.2 Okolje

Okolje je vse, kar nas obdaja, in sicer od vode, zraka, tal, naravnih virov, rastlinstva, živalstva, ljudi in medosebnih odnosov (Vujošević 2006). Zato je ta kategorija podprta z največ kazalniki. Ti so: okoljski management; obale in varna kopališča; upravljanje z vodami; trajnostna mobilnost; odpadki in predelava odpadkov; energija in blaženje podnebnih sprememb ter prilagajanje na podnebne spremembe.

Okoljski management upravlja okolje oziroma gre za načine, kako je treba okoljske vidike vgrajevati v poslovne odločitve podjetij in s tem zmanjšati obremenjevanje okolja, skladno z načeli trajnostnega razvoja (Slovenia info 2016b). Šibke točke destinacije Radlje ob Dravi so prav te. Treba bi bilo spodbujati rabo alternativnih virov energije med turističnimi podjetji, spodbujati racionalno rabo vode in energije med turističnimi podjetji ter obenem pomagati podjetjem pri vpeljevanju tehnoloških sprememb na področju rabe energije in vode.

Obdobje kapitalizma je pripeljalo do tega, da želijo podjetja čim več zaslužiti in se prebiti na vrh v gospodarstvu, obenem pa pozabljajo na samo varstvo okolja. Prihaja do vedno večjih okoljskih problemov, ki predstavljajo problem za prihodnost. Zato je pomembno, da se začnejo podjetja oziroma organizacije obnašati družbeno odgovorno. Z vsakim posegom, z vsako storitvijo vplivamo na okolje. Zato je bistvenega pomena, kako ravnamo z njim. Vsaka organizacija vpliva na okolje s svojo dejavnostjo, proizvodnjo in storitvami. Varstvo okolja je zato ključnega pomena, saj lahko razne organizacije delujejo z nevarnimi snovmi, odpadki, emisijami v ozračju, odpadnimi vodami in drugimi škodljivimi surovinami ter proizvodi (Vujošević 2006). Z rednim pregledom in ocenjevanjem lahko zmanjšamo ogrožanje okolja, saj destinacije skrbijo in stremijo k izboljšanju ocen kazalnikov in obenem storitev.

Med šibke točke ocenjevalci uvrščajo še ravnanje z odpadnimi vodami, za kar ni dobro priskrbljeno. Premalo je vlaganja v pridobivanje energije iz naravnih danosti: sončni, vetrni in vodni viri. Da bi to spremenili, bi morala lokalna skupnost v začetni fazi vložiti veliko denarnih sredstev, na dolgi rok pa bi se jim to zagotovo vrnilo. Ukrepati bi morali z raznim izobraževanjem o le-teh. Primer: ogrevanje vode in prostorov s sončnimi kolektorji, raznimi toplotnimi črpalkami itd.

Turizem daje velik pritisk na izgrajevanje čistilnih naprav, ki služijo čiščenju odplak. Odpadna voda lahko ogrozi tako prebivalce destinacije kot okolje. S tem si destinacija ustvari negativno podobo, če se problem ne odpravi. Učinkovita strategija je tudi tako imenovana uporaba reciklirane sive vode, ki bi pripomogla k zmanjšanju porabe vode za namakanje vrtov. S tem kazalnikom spremljamo, kakšne stopnje ta pobuda uporablja na ravni turističnih podjetij in destinacij (SPIRIT Slovenija 2015).

Urbana mesta že imajo prostore za izposojlo koles, to pa bi se lahko razširilo tudi med lokalne skupnosti. Razširiti bi morali nabor koles npr. električna kolesa. Dodelati bi morali tudi območja za pešce, ki bi povečala odstotke zaprtih površin za promet, posledica tega pa bi bil hitrejši in varnejši dostop do centra ali točke, ki jo prebivalec ali turist obiše.

Kazalniki, ki prikazujejo močne točke destinacije, pa so: varovanje okolja (z regulativami, identifikacijo tveganj); kakovost zraka in pitnih voda, saj je lokalna skupnost Radlje ob Dravi obdana z veliko površino gozdov, hkrati pa zelo čista voda priteka iz planin.

Tudi z regulativo o ločevanju odpadkov so dosegli pozitiven odziv, tako od občanov kot ocenjevalcev. Skrbijo tudi za predelavo trdnih odpadkov.

4.3 Identiteta in kultura

Kategorija identiteta in kultura zajemata tri kazalnike:

➤ **Kulturna dediščina:**

so človekove stvaritve in dejavnosti, kot so zgodovinska mesta, gradovi, cerkve, etnološki objekti itd. S tem se ohranjajo ljudska izročila, šege, navade. Muzeji so tisti, ki ohranjajo predmete, dokumentacijo in vrednotijo ter predstavljajo dediščino javnosti. Veliko kulturne dediščine v Sloveniji je tudi zaščitene. Posebnost v podeželski pokrajini so kozolci, kjer so lahko kmetje v slabem vremenu poleti posušili

travo v seno (e-učbenik 2016). Veljavna politika, ki prepozna, varuje in podpira materiale in nematerialne kulturne dediščine, je zaželena, saj poda posebni občutek prostora in ponos prebivalstvu. Organiziranje festivalov in anketiranje prebivalstva je pomembno, saj tako pridobimo dejanski vpogled na vpliv turizma v destinaciji (SPIRIT Slovenija 2015).

➤ Lokalna tradicija:

vezana je na kulturo, obrt, prakse. Nanaša se tudi na prejšnji kazalnik. Stare prakse je treba v okviru razvoja prebuditi in začeti ponovno uporabljati.

➤ Lokalna identiteta:

besedo identiteta Južnič (1993, 5) razlaga kot *”občutenje in sidrišče človekovega obstoja, pripadanja, ukoreninjenosti”*. Ob tem pa definira dve vrsti identitete: osebno⁶ in skupinsko⁷. Pomembno za lokalno identiteto je, da se posamezniki poistovetijo z družbenimi skupinami, da sprejmejo skupne vrednote, svetovni nazor, vzorce obnašanja, druženja. Tako se na nekakšen način postopno identificirajo s svojo družino, lokalno skupnostjo, z etnijo, celino, človeštvom ... (Medica 2004).

Občina Radlje ob Dravi se ponaša s prednostnimi točkami, kot so ohranjanje kulturnih krajin, zaščita zgodovinskih in arheoloških artefaktov ter število pomembnih kulturnih znamenitosti. V letu 2014 se je občina odločila za označitev nepremičnih kulturnih spomenikov ter pomembnejše kulturne dediščine, kot so: razvaline gradu in dvorec Mahrenberg, dominikanski samostan, številne cerkve v dolini in na obrobju hribov. S samo označitvijo so dosegli večjo prepoznavnost tako za domačine kot tudi obiskovalce in turiste (Občina Radlje ob Dravi 2016b).

Šibka stran, ki bi jo bilo treba nadgraditi, je ohranjanje tradicionalnega sloga in videza stavb. Treba bi bilo ohraniti kulturno dediščino in lokalno identiteto. Tudi občani sami se premalo zavedajo posebnosti kulturne dediščine kraja ter kakšno možnost jim ta ponuja – trženje in tudi preživetje (dobiček). Premalo je poudarka na jezikih, v katerih so na voljo interpretativne informacije. Pomembno je, da si lahko obiskovalci in turisti sami kaj več preberejo o točkah in znamenitostih, ki so jih obiskali.

⁶ Nanaša se na posameznika in je sestavljena iz avtoidentifikacije, tiste identitete, ki jo oseba oziroma posameznik pripiše sam sebi, in identifikacije, ki mu jo določi družba (Južnič 1993).

⁷ Lahko je toliko heterogena, kolikor je heterogena pripadnost različnih članov neke določene družbe (Južnič 1993).

Ocenjevalca sta dodala priporočilo destinaciji. Menita, da bi morali spodbujati tradicionalni slog in videz stavb pri gradnji in opremljenosti novih turističnih objektov (hoteli, restavracije), še posebej, če investicije spodbuja in sofinancira občina. Poleg tega bi bilo dobro, da bi izdelali gastronomsko strategijo, ki bi bila vključena v turistične produkte.

4.4 Turizem in poslovanje

Pomembno gospodarsko panogo v svetovnem, evropskem pa tudi slovenskem merilu predstavlja turizem, ki ponuja številne razvojne priložnosti. Te se kažejo v razvoju lokalnega in nacionalnega gospodarstva, obenem pa tudi v boljši opremljenosti posameznih turističnih območij. Pomembno za regijski oziroma lokalni turizem je, da izhaja iz svojih naravnih danosti ter vrednot prebivalstva, ki na tem območju prebivajo. S tem lahko turizem zagotovi dostojno preživetje lokalnega prebivalstva, hkrati pa ohranja ravnotežje med družbo in naravo, ki kaže in na dolgi rok zagotovi kakovost bivanja in življenja (Nerad 2005).

Kot osnovne elemente, ki definirajo turistično ponudbo in njeno poslovanje, pa Sirše in drugi (1992, 26) navajajo prenočitvene in gostinske zmogljivosti, turistične in komunalne infrastrukturne objekte, dostopnost in komunikacijo, privlačnost prostora, strukturo in kakovost storitev ter njihovo izvirnost, fizično in socialno okolje, informacije, cene in trženje.

Kazalniki, ki opredeljujejo področje turizma in poslovanja so:

➤ **Destinacijski management:**

je usklajeno sodelovanje vseh turističnih in zainteresiranih dejavnikov v okolju, ki zavzemajo vsa obdobja turističnega razvojnega cikla (Brezovec 2004). Osnovni koncept destinacijskega managementa temelji na upravljanju z viri turistične ponudbe, kjer morajo načini in tehnike upoštevati tudi tiste elemente okolja, ki niso neposredno povezani s turizmom. Okolje, ki je sprejelo idejo o upravljanju destinacije po načelih in principih destinacijskega managementa, se mora v najkrajšem možnem času poistovetiti s to gospodarsko panogo. Bistveno za destinacijski management je, da ga vodi in usklajuje organizacija, ki je lahko javna ali zasebna, v njej pa sodelujejo predstavniki občin ali regij, turistična društva, predstavniki hotelov, turističnih kmetij itd. (Brezovec 2004).

➤ **Vključenost turističnega gospodarstva pomeni vključenost vseh posameznikov in organizacij, ki so vpleteni v nastajanje, distribucijo in porabo turističnih proizvodov. Turistična podjetja se povezujejo z lokalnimi proizvajalci in dobavitelji blaga ter storitev, ki so povezane s turizmom, kar posledično pripomore k povečanju**

turističnega vpliva na gospodarstvo v destinaciji. Ta kazalnik je oblikovan na način, da spodbuja medsebojno izmenjavo informacij in sporočanje o trajnostnih vprašanjih ter dosežkih (SPIRIT Slovenija 2015).

➤ Gostoljubje in zadovoljstvo:

doživetje in zadovoljstvo gostov v veliki meri vpliva na to, ali se bo gost ponovno odločil za obisk ali nakup oziroma koriščenje storitve. Na samo kakovost storitev in doživetje, ki ga občuti gost, imajo vpliv predvsem izvajalci storitev in je v veliki meri odraz gostoljubja. Gostoljubje je eden izmed dejavnikov kakovostne storitve, ki loči destinacijo od konkurenčne – po tem, da so boljši in ponujajo nekaj več (Hrovat 1980).

Pod močnejše točke ocenjevalca navajata, da ima destinacija Radlje ob Dravi veljavno strategijo razvoja turizma, ki je del širše razvojne vizije z lokalno politično podporo, ki pomaga pri uresničevanju le-te. Ker želijo postati turistično konkurenčni na trgu, morajo za tovrstno izobraževanje, poleg učenja tujih jezikov, spoznavati tudi domači kraj, mesta, tuja mesta. Večini pomeni turizem le preživljanje dopusta. Ne zavedajo se, da bi lahko bili aktivno vključeni v turistično ponudbo. Ena izmed pozitivnih stvari je tudi, da upoštevajo zakonodajo z delovno-pravnega področja in človekovih pravic. Zagotavljajo, da so tako moški kot ženske na različnih stopnjah zaposlitve v turizmu, vključno z vodilnimi položaji, predstavljeni in plačani nepristransko (SPIRIT Slovenija 2015).

Šibkost destinacije pa je povezana s slabšo organiziranostjo in financiranjem organizacije, ki je odgovorna za turizem. Imajo tudi problem z majhnim številom nastanitvenih ponudnikov, ki bi jim v prihodnje prinesla možnost za gostitev večjih skupin turistov, obenem pa bi lahko zagotovili več prenočitev. S tem bi se posledično izboljšal oziroma dvignil turistični obisk. Potruditi se morajo s samo kakovostjo in inovativnostjo ponudnikov turističnih storitev in produktov. Več se mora delati na spremljanju ekonomskih učinkov turizma. Pomembno za lokalno skupnost pa je predvsem, da vključijo lokalne pridelovalce in ponudnike storitev v turistične nabavne verige. S tem se hkrati širijo in promovirajo. Izobraževanje bi moglo potekati ne samo v šolah, ampak tudi posebej za mikro, mala in srednja turistična podjetja, da bi se lažje razvijala in delovala okolju prijaznejše. Poleg podjetij pa so najpomembnejši prebivalci lokalne skupnosti. Treba bi bilo vzpostaviti mehanizem, da bi se lahko prebivalstvo vključevalo v odločevalske procese o razvoju turizma v kraju.

Če lokalna skupnost želi zgraditi zaupanje, se mora osredotočiti na ozaveščenost prebivalstva/javnosti o razvoju občine, načrtih, dosežkih. To se da doseči z organiziranjem raznih srečanj tudi preko tega, da razvije turistični spletni portal. K samemu ustvarjanju vizij in strategij je treba pozvati občane, in sicer z izvedbo raznih dogodkov na področju športa, gospodarstva, kulture in zabave povečujejo prepoznavnost kraja in hkrati dvigujejo raven zaupanja (Grah in Bobek 2008).

4.5 Destinacija in varnost

Najmočnejša kategorija lokalne skupnosti Radlje ob Dravi je področje destinacije in varnosti. Definirajo jo trije kazalniki: svoboščine in pravičnost; vključenost lokalne skupnosti ter zdravje in varnost.

Fakulteta za turistične študije je v sodelovanju s Policijsko upravo Koper in družbo Hoteli Bernardin, d. d., izvedla okroglo mizo na temo "Varnost je prednost v turizmu". Relevantno se mi zdi, da omenim ta dogodek, saj so poudarili aktualne teme, od globalnega vpliva terorizma na migracijske turistične tokove, iskanje novih, varnih turističnih destinacij do iskanja novih standardov v varnosti. Ljudje mnogo krat ocenjujejo destinacijo glede na njeno varnost, ceno in kvaliteto. Sogovorniki so prišli do skupne točke, da je treba zaupati v varnost države, predvsem Slovenije. Vse več je tudi ljudi, ki se odločajo, da zaradi novo nastalih situacij v svetu ne bodo spreminjali svojih navad. Z opuščanjem potovalnih navad bi bile posledično ogrožene turistične destinacije, celo države, ki so v veliki meri odvisne od turizma. S tem, ko se zmanjšuje obseg turizma, se krčijo delovna mesta, hkrati pa ljudje migrirajo v druge kraje ali države z večjo, boljšo prihodnostjo. Zavedati se moramo, da vpletenost lokalne skupnosti prinaša pozitivne posledice, saj s turizmom pridobivajo vsi. Na okrogli mizi so predlagali vpeljavo urbanih varnostnih managerjev. Ti bi lokalno povezali vse varnostne segmente. Ob tem bi se tako turisti kot prebivalci počutili bolj varno ob vsej tej zmedu z migracijskimi tokovi (Bernardin Group 2016).

S kazalnikom vključenosti lokalne skupnosti si destinacije pomagajo pridobiti oceno, koliko lokalnih turističnih podjetij pomaga pri usposabljanju naslednje generacije strokovnih delavcev na področju potovanja in turizma. Kazalnik ne meri le števila ustvarjenih delovnih mest, ampak tudi kakovost zaposlitve, saj vsa delovna mesta niso enakovredna. Celoletna delovna mesta prispevajo k izboljšanju kakovosti življenja prebivalcev, medtem ko sezonska dela ne zahtevajo veččin in nudijo le osnovno plačilo (SPIRIT Slovenija 2015).

Ocenjevalca občino Radlje ob Dravi definirata kot varno, urejeno in pravično destinacijo. Kot smo že omenili, je treba izboljšati vključenost deležnikov v razvoj turizma. Spodbuditi je treba lokalno prebivalstvo, da se vključi, da sodeluje in z občino ustvarja vizijo turizma. Potrebna je tudi Zelena ekipa, ki bo skrbela za sam razvoj turizma z ustreznimi strategijami in načrti za trajnostne ukrepe. V Zeleno ekipo naj bodo vključeni predstavniki organizacij, podjetij in posamezniki iz destinacije, ki sodelujejo v turistični industriji in imajo vanjo usmerjen interes. Poleg tega je treba vključiti še ponudnike javnih storitev ter oddelke lokalnih oblasti, ki upravljajo zaposlovanje, gospodarsko rast, načrtovanje, zaščitena območja in okolje (STO 2016a). Vedno znova je treba biti pozoren na inšpekcijske preglede in beleženje posesti, ki so že bile pregledane. Izboljševati je treba usklajevanje med oddelki, kar pomaga zagotoviti, da se pregledom ne izogibamo v nedogled in s tem ogrožamo varnost obiskovalcev.

5 SKLEP

Skozi pisanje diplomskega dela sem dobila širši pregled o konkurenčnosti med lokalnimi skupnostmi. Pomembno je, da se vsaka lokalna skupnost zave in obenem spozna svoje prednosti ter si prizadeva za odpravo pomanjkljivosti. S tem si bodo pridobile in hkrati oblikovale ideje, cilje, vizije ter strategije. Da bi postale konkurenčne na trgu, je dobro, da se osredotočijo le na eno področje, kjer bi želele izpeljati svojo vizijo. S poseganjem po več področjih hkrati bi ostale v povprečju. Pomembno je, da lokalne skupnosti ustvarjajo in konkurirajo najmočnejšim področjem, v kar je treba vložiti veliko truda, da se načrtane ideje realizirajo.

Občina Radlje ob Dravi se zavzema za razvoj turizma, ki je pomembno gonilo na lokalni/regionalni ravni. Turizem omogoča obstoj številnih panog, ki pa zaradi pritiska in sprememb konkurence ne bi mogle obstati. Mnogim prebivalcem svojega okoliša omogoča delo, s čimer posledično odpravlja beg s podeželja (Zimmer et al. v Nared 2005, 111). Nujno in predvsem zaželeno je, da se v razvoj turizma vključi lokalno prebivalstvo, hkrati pa zagotovi, da bodo prebivalci od turistične dejavnosti imeli tudi korist. Treba je graditi na prepoznavnosti območja in na tej podlagi tržiti njegov potencial. Z izvajanjem promocije bo lokalna skupnost ljudem vnaprej prepoznavna. Menim, da je ključnega pomena v samo promocijo vključiti potencialne občine – lokalne danosti in storitve, ki jih ponujajo.

Razvoj turizma je dobrodošel predvsem na redkeje poseljenih območjih. S prihodom turistov se omogoči nastanek ali obstoj določenih storitvenih dejavnosti, kot so trgovine, gostilne itd., ki sicer ne bi preživele. Dejstvo je tudi, da del delovnih mest, ki jih turizem zagotavlja, lahko zasede manj izobraženo prebivalstvo (sobarice, trgovci, izdelovalci spominkov itd.). Trajnostni turizem podpirajo številne evropske iniciative, ki se v večini ukvarjajo s podeželskimi in zaščitnimi območji (Sustainable tourism v Nared 2005, 112).

Z Zeleno shemo slovenskega turizma želi Slovenska turistična organizacija pospešiti uvajanje trajnostnega razvoja turizma v Sloveniji, izmeriti/oceniti učinkovitost destinacije in podati mnenja za izboljšanje ter pod znamko Slovenia Green ustvarjati aktivno promocijo. V okviru ocenjevanja se osredotočajo na posamezna področja, kot so narava, okolje, identiteta in kultura, turizem in poslovanje ter destinacija in varnost. Vsako področje je definirano s kazalniki iz modela GSTR, ki sem jih na kratko predstavila.

Ker pozornost namenjamo trajnostnemu turizmu, nas morajo zanimati dejavniki, ki se navezujejo nanj. Izbor kazalcev je deloma subjektiven, saj jih izbere posameznik ali skupina/organizacija, ki meni, da so pomembni za merjenje določene razsežnosti trajnosti. Povezovanje kazalcev v sistem je potrebno, saj večina kazalcev ni razvita posebej za ta namen. Ko se celota okoljskih, ekonomskih ali socialnih kazalcev združijo v sistem, kot je sistem GSTR, pridobijo svojo pojasnjevalno vrednost (Založnik 2012).

Navedeni kazalniki nam dajejo zaokrožen pogled na obravnavano območje, kar pa je bistvenega pomena za izdelavo konkretnih predlogov in smernic za nadaljnji razvoj.

Slovenija se poleg velikega števila naravnih lepot lahko pohvali tudi z raznoliko grajeno naravno in kulturno dediščino. Z upoštevanjem in spoštovanjem narave ter čim manjšim poseganjem vanjo se večja turistični potencial posamezne pokrajine. Zato je relevantno, da se ocenjuje sama narava ter njena varovanost s strani destinacije. Menim, da mnogi prebivalci ne vedo dovolj o svojem kraju, zato je dobro, da se na tej točki vključi tudi poučevanje/ozaveščanje o naravnih danostih, ki jih ima posamezen kraj, s katerimi bodo ljudje bolj bogati in prepoznavni v turistični ponudbi.

Tako kot ljudi so pomembna tudi podjetja ali organizacije. Treba se je zavedati, da je današnja družba, družba izobraženih ljudi. Njihov ključni vir predstavlja znanje, ki ga

pridobijo z izobraževanjem. Zato menim, da morajo biti podjetja ali posamezne organizacije sposobne uporabiti znanje o družbeni odgovornosti, ki je v okviru njihove dejavnosti. Treba je uvajati družbeno odgovornost v sistem podjetij ali organizacij, predvsem zaradi okolja in njegovega varovanja pred zlorabljanjem, po drugi strani pa tudi zaradi sebe in drugih, ki živijo z nami.

Poleg vsega tega je treba težiti k izboljšanju same ponudbe. Dobro je, da ta temelji na tradicionalnih in lokalnih produktih, hkrati pa vključuje in ponuja nove elemente, ki turistično ponudbo bogatijo in dvigajo na višjo kakovostno raven, hkrati pa ne izključujejo tradicionalnih vrednot in podobe območja (Nared 2005).

S ponudbo pa lahko dodobra povežemo promocijo turistične ponudbe. Z njo privabljajo destinacije številne turiste in jih spodbujajo k temu, da ostajajo na nekem območju več časa in se tja tudi vračajo. Zato je dobro, da se destinacija promovira v več tujih jezikih in je tako dostopna številnim tujcem. Ker se na mnogih območjih skriva dosti tako naravne kot kulturne dediščine, jo je treba s promocijo poudariti in privabiti čim več turistov v kraj. Prav tako ima vsako območje svoje tradicije, ki tujcem predstavljajo nekaj novega, neobičajnega.

Ne glede na to, koliko je velik kraj, kakšno ima zgodovino in tradicijo, je treba med lokalno skupnostjo spodbujati pozitivno zavest o turizmu in njegovi vlogi. Prebivalcem ga je treba približati do te mere, da ga imajo za potencialnega pri razvoju njihovega kraja. Treba jih je le dobro motivirati in povabiti k sodelovanju na različnih področjih, ki so pomembna za razvoj turizma.

Za vse to pa je bistvenega pomena tudi zadovoljstvo turistov in strank. Doživetje v veliki meri vpliva na to, ali se bo gost znova odločil za obisk ali nakup oziroma koriščenje storitev v destinaciji ali ne. Na kakovost storitev in doživetje gosta pa imajo največji vpliv predvsem izvajalci storitev in je v veliki meri to odraz gostoljubja (Hrovat 1980).

V diplomskem delu nam predstavitev kazalnikov služi kot odgovor na raziskovalno vprašanje. Vsaka organizacija, ki se ukvarja z razvojem turizma, v veliki večini sama

⁸ Družbena odgovornost je prepletena iz ekonomske, okoljske in družbene odgovornosti. Pojem družbene odgovornosti Mulej (2009) navaja kot zahtevo za konec zlorabe zaposlenih, poslovnih partnerjev, širše družbe in naravnih razmer za življenje ljudi.

opredeli svoj lastni model, in sicer tako, kot so ga v okviru ZSST. Za področje ocenjevanja trajnosti turizma v okviru ZSST so v sklopu Green Destinations izoblikovali model GSTR. V model so vključeni tako kazalniki ETIS kot tudi GSTC, saj imata oba modela prednosti, ki so jih združili, ter slabosti. SIRIT Slovenija (2014) navaja, da GSTR deluje kot neke vrste zeleni barometer, saj poda numerično oceno. S to oceno pa se lahko turistične destinacije primerjajo po celem svetu (možnost primerjanja že na internetnih straneh, kot je Booking).

GSTR torej izvaja kriterije v okviru GSTC ter v veliki meri vključuje kazalnike ETIS. Model je bil ustanovljen, da si lahko turisti lažje predstavljajo, odločijo in ocenijo destinacijo. S tem modelom so želeli približati javnosti podatke na bolj enostaven in enoten način po celem svetu. Tako se razvija v okviru orodja globalna mreža najbolj trajnostnih destinacij, ki se tržijo s pomočjo Green Destinations. Slovenske destinacije, ena izmed njih je občina Radlje ob Dravi, ki vstopijo v ZSST in hkrati izpolnjujejo kriterije, pridobijo oceno, ki je verificirana na globalni ravni (SPIRIT Slovenija 2015).

Na podlagi omejitev kazalnikov ETIS je prišlo do razvoja novega modela GSTR. Glavna pomankljivost ETIS kazalnikov se kaže preko nezmožnosti uporabe v praksi, saj so le ti v začetni fazi razvoja. Prav tako kazalniki ne omogočajo vrednotenja, saj niso certificirani, ampak v veliki meri služijo kot orodje za pomoč pri trajnostnem razvoju destinacij. Kot že rečeno, je rezultat modela GSTR ocena trajnosti destinacije, ki se izraža v odstotkih, kar pa izniči glavno pomankljivost kazalnikov ETIS in s tem povečuje svoja prizadevanja za trajnost.

Glavni namen modela GSTR je, da se izvaja tako na globalni kot lokalni ravni, s čimer pripomore k izboljšavi trajnosti destinacij. Omogoča tudi vzajemen odnos med lokalnimi skupnostmi, kjer se izvaja samoocenjevanje območja na podlagi kriterijev. Pozitivna stran modela je, da omogoča trženje destinacij s pomočjo različnih promocijskih kanalov. S konkretizacijo kriterijev GSTR destinacije pridobijo širši pregled dejanskega stanja, s čimer pridobijo možnost nadaljnega načrtovanja in izboljšav. Rezultat, ki ga pridobijo s pomočjo tega modela, jim omogoča merjenje rezultatov na daljši rok (SPIRIT Slovenija 2014).

Glede na opredeljene kazalnike, ki so bili merjeni/ocenjeni v občini Radlje ob Dravi, menim, da so za območje pomembni. Občina si s tem zadaja ponovne cilje za boljše in bolj konkurenčno okolje, nagnjeno k razvoju turistične ponudbe in večji okoljski ozaveščenosti. Glede na podajo ocen bo treba uvesti spremembe na posameznih področjih ter si tako

zagotoviti trajno konkurenčno prednost pred drugimi, saj z uvajanjem novih in izpopolnjevanjem že obstoječih produktov z dodatnimi lastnostmi in funkcijami vedno znova poživljajo konkurenčni boj.

6 LITERATURA

1. Bačlija, Irena. 2010. *Urbani menedžment: koncepti, dimenzije in orodja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
2. --- 2013. *Koncept in prakse lokalnega vladovanja*. Ljubljana: Fakulteta z družbene vede.
3. Benčič, Margareta. 2006. Prepoznavanje pomena strategije turizma v lokalni skupnosti. *Organizacija* 39 (2): 141–145.
4. Bernardin Group. 2016. *Varnost je prednost*. Dostopno prek: <http://www.bernardingroup.si/si/informacije/novice/2016/06/187-Varnost-je-prednost> (10. september 2016).
5. Brezovec, A. 2004. Destinacijski menedžment – celovito upravljanje turizma v kraju, spet "samo" branding ali še huje: le predmet trženja organizatorjev potovanj? *Turizem* 8 (71): 2–4.
6. E-učbenik. 2016. *Naravna in kulturna dediščina*. Dostopno prek: <https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index5.html> (2. september 2016).
7. Gams, Ivan. 2000. Stanje v (prirodno)geografski regionalizaciji Slovenije. *Geografski vestnik* 72 (1): 53–60.
8. Gomzelj Omrzel, Doris. 2006. Competitiveness of Slovenia as a tourist destination. *Managing global transitions* 4 (2): 167–189.
9. Grah, Petra in Vito Bobek. 2008. Strateško načrtovanje gospodarskega razvoja mest in regij. *Naše gospodarstvo* 54 (1/2): 95–100.
10. Hrovat, Mirko. 1980. *Gost in potnik*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
11. Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje inovativnosti, razvoja, investicij in turizma – SPIRIT SLOVENIJA javna agencija. 2014. *Oblikovanje zelene sheme "SLOVENIA GREEN"*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/%5Ccategory%5Catachments_1%5C2014%5CZelena_shema_SLOVENIA_GREEN_-22-10-2014_18913.pdf (10. september 2016).
12. --- 2015. *Zelena shema slovenskega turizma Slovenia green priročnik za destinacije in ponudnike*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2015/PRIROCNIK_Zelena_shema_slovenskega_turizma_-_V01_19829.pdf (2. julij 2016).

13. Južnič, Stane. 1993. *Teorija in praksa: Identiteta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
14. Kotler, Philip, Donald Haider in Irving Rein. 1994. There is no place like our place! The marketing of cities, regions, and nations. *Public Managament* 76 (2): 15–18.
15. Kovač, Bogomir s sodelavci. 2002. *Strategija slovenskega turizma 2002-2006*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Ministrstvo za gospodarstvo.
16. Kovačič, Art. 2006. Konkurenčnost na regionalni ravni. *Naše gospodarstvo* 52 (5–6): 73–82.
17. Kresl, K. Peter. 2007. *Planing Cities for the Future*. Cheltenham: Edward Elgar.
18. Krugman, Paul. 1994. Competitiveness: a Dangerous Obsession. *Foreign Affairs* 73 (2): 28–44.
19. Manning, Ted. 1999. Indicators of tourism sustainable. *Tourism Management* 20 (2): 179–181.
20. Medica, Karmen. 2004. Identitetna pojmovanja – med lokalnim in globalnim. *Monitor ISH* 5 (1): 139–151.
21. Ministrstvo za okolje in prostor. 2016. *Delovna področja: Narava*. Dostopno prek: http://www.mop.gov.si/si/delovna_podrocja/narava/ (1. september 2016).
22. Mrak, Mojmir, Maruša Mrak in Vasja Rant. 2004. *Kohezijska politika Evropske unije*. Ljubljana: samozaložba.
23. Mulej, Matjaž. 2009. Pravica do uporabe brez pravice do zlorabe. *Revija združenja Manager* 12: 10–11.
24. Nared, Janez. 2005. Spodbujanje turizma kot instrumenta trajnostnega regionalnega razvoja. *IB revija (Ljubljana)* 39 (4): 108–117.
25. Občina Radlje ob Dravi. 2010. *Vizija in strategija občine Radlje ob Dravi*. Dostopno prek: http://www.obcina-radlje.si/doc2/strategija/VIS_Radlje_ob_Dravi_s_prilogami.pdf (10. september 2016).
26. --- 2016a. *Predstavitev*. Dostopno prek: <http://www.radlje.si/predstavitev> (14. Avgust 2016).
27. --- 2016b. *Znamenitosti*. Dostopno prek: <http://www.radlje.si/znamenitosti> (2. september 2016).
28. Paliaga, Marko. 2007. *Branding & konkurentnost gradova*. Pula: MPS d.o.o.
29. Sirše, Janez, Irena Stroj-Vrtačnik in Nataša Pobega. 1992. *Strategija razvoja slovenskega turizma*. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja.

30. STO. 2016a. *Priročnik za destinacije in ponudnike za pridobitev znaka SLOVENIA GREEN*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/category/attachments_1/2016/Priročnik_za_pridobitev_znaka_Slovenia_Green_21219.pdf (28. avgust 2016).
31. --- 2016b. *Seznam znakov Slovenia Green*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/category/attachments_1/2016/Seznam_znakov_Slovenia_Green_2016_21585.pdf (30. avgust 2016).
32. Evropska unija. 2013. *Priročnik za sistem kazalnikov za evropski turizem*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2014/eu_toolkit_indicators_sl_17901.pdf (2. julij 2016).
33. Slovenia info. 2016a. *Zelena politika slovenskega turizma*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/category/attachments_1/2016/Priloga_2_Zelena_politika_21096.pdf (30. avgust 2016).
34. --- 2016b. *Okoljski management*. Dostopno prek: <http://www.slovenia.info/si/ps-zelene-definicije/OKOLJSKI-MANAGEMENT-> (Environme.htm?ps_zelene_definicije=2536&lng=1 (1. september 2016).
35. UNWTO-World Tourism Organization. 2004. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. Madrid: A Guidebook.
36. Uradni slovenski turistični informacijski portal. 2016. *Zelena shema slovenskega turizma*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/si/Zelena-shema-slovenskegaturizma.htm?slovenia_green=0&lng=1 (10. julij 2016).
37. Vujošević, Niko. 2006. *Vodilo za okoljske standarde ISO14001 in EMAS*. Ljubljana: GV založba.
38. WB-The World Bank. 2002. *Cities in transition: World Bank urban and local government strategy*. Washington: The World Bank.
39. Webster, Douglas in Larisa Muller. 2000. *Urban competitiveness assesment in developing country urban regions: the road forward*. Dostopno prek: <http://siteresources.worldbank.org/INTLED/Resources/competitiveness.pdf> (2. september 2016).

PRILOGA A: Poročilo ocenjevalcev

POROČILO OCENJEVALCEV
ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA

POROČILO OCENJEVALCEV

NAZIV TURISTIČNE DESTINACIJE: Radlje ob Dravi

Dne 23. 12. 2015 smo v sklopu ocenjevanja destinacij po orodju Zelena shema slovenskega turizma - Slovenia Green obiskali občino Radlje ob Dravi. Na podlagi zbranih podatkov, obiska na terenu in razgovora s prijaviteljem podajamo končne rezultate ocenjevanja ter ugotovitve in priporočila po posameznih področjih.

I. Rezultat po posameznih področjih

NARAVA	8,4
1. NARAVA IN NJENO (ZA)VAROVANJE	7,8
2. DOSTOP, INFORMACIJE IN IZOBRAŽEVANJE	7,9
3. ZELENE POLITIKE	8,8
4. ODPRTI PROSTORI	9,2
OKOLJE	7,9
5. OKOLJSKI MANAGEMENT	8,6
6. OBALE IN VARNA KOPALIŠČA	7,5
7. UPRAVLJANJE Z VODAMI	7,9
8. TRAJNOSTNA MOBILNOST	7,2
9. ODPADKI IN PREDELAVA ODPADKOV	7,9
10. ENERGIJA IN BLAŽENJE PODNEBNIH	6,9
11. PRILAGAJANJE NA PODNEBNE SPREMEMBE	8,6
IDENTITETA IN KULTURA	7,6
12. KULTURNA DEDIŠČINA	7,6
13. LOKALNA TRADICIJA	8,7
14. LOKALNA IDENTITETA	6,0
	0,0
TURIZEM IN POSLOVANJE	7,2
15. DESTINACIJSKI MANAGEMENT	7,9
16. VKLJUČENOST TUR. GOSPODARSTVA	5,6
17. GOSTOLJUBJE IN ZADOVOLJSTVO	8,3
	0,0
DESTINACIJA IN VARNOST	8,6
18. SVOBOŠČINE IN PRAVIČNOST	9,0
19. VKLJUČENOST LOKALNE SKUPNOSTI	7,7
20. ZDRAVJE IN VARNOST	8,9

Najmočnejša kategorija: Destinacija in varnost

Najšibkejša kategorija: Turizem in poslovanje

Dodeljeni znak Slovenia Green Destination: Silver

Pojasnilo: Destinacija, ki doseže oceno 8,0 v najmanj dveh kategorijah, prejme znak Slovenia Green Destination Silver.

II. Ugotovitve in priporočila po posameznih področjih

NARAVA - ocena 8,4

MOČNE TOČKE:

- zelene politike so v veljavi in se dosledno uresničujejo
- omogočen je dostop do odprtih prostorov
- bližina (za)varovane narave

ŠIBKE TOČKE:

- vključenost turističnih podjetij v ohranjanje biotske raznovrstnosti
- jeziki, v katerih so na voljo interpretativne informacije

PRIPOROČILA

- izobraževanje turističnih podjetij o vplivu turizma na okolje - osveščanje, motiviranje k ukrepom
- motiviranje turističnih podjetij k ohranjanju biotske raznovrstnosti (donacije, programi)
- povečanje števila jezikov, v katerih so na voljo promocijski materiali

OKOLJE - ocena 7,9

MOČNE TOČKE:

- varovanje okolja (regulative, identifikacija tveganj)
- kakovost zraka
- kakovost pitnih voda
- ravnanje z odpadki (predelava trdnih odpadkov, ločevanje)

ŠIBKE TOČKE:

- ravnanje z odpadnimi vodami
- pridobivanje energije iz sončnih, vetrnih, vodnih virov
- dostopnost naravnega kopališča za invalide
- območja za pešce
- mesta za izposajo koles, število koles za izposajo
- spodbujanje rabe alternativnih virov energije med turističnimi podjetji
- spodbujanje racionalne rabe vode in energije med turističnimi podjetji
- pomoč turističnim podjetjem pri vpeljevanju tehnoloških sprememb na področju rabe energije in vode

PRIPOROČILA

- povečati % odplak, ki so očiščene do sekundarne stopnje
- uvesti ukrepe za pospeševanje pridobivanja energije iz alternativnih virov (spodbude, izobraževanje)
- povečati število mest za izposojlo koles
- povečati število koles za izposojlo
- razširiti nabor koles (električna kolesa)
- povečati % mestnih površin, ki so zaprte za promet (območja za pešce)
- intenzivnejše sodelovanje z zasebnim sektorjem, predvsem turističnim, na področju rabe energije in vode
- osveščanje podjetij (predvsem turističnih) o vplivu turizma na okolje in minimizaciji vplivov z ustreznimi ukrepi
- finančne okoljske spodbude za (turistična) podjetja

IDENTITETA IN KULTURA - ocena 7,6

MOČNE TOČKE:

- ohranjanje kulturnih krajin
- zaščita zgodovinskih in arheoloških artefaktov
- število pomembnih kulturnih znamenitosti (nepremična dediščina)

ŠIBKE TOČKE:

- ohranjanje tradicionalnega sloga in videza stavb
- ohranjanje kulturne dediščine in lokalne identitete
- jeziki, v katerih so na voljo interpretativne informacije

PRIPOROČILA

- razširiti nabor jezikov, v katerih so dostopni materiali
- skrbeti za ohranjanje tradicionalnega sloga pri prenovah stavb
- spodbujati tradicionalen slog in videz stavb pri gradnji in opremljanju novih turističnih objektov (hoteli, restavracije); sploh, če investicije spodbuja in sofinancira občina
- izdelava gastronomske strategije in vključevanje te v turistične produkte
- identifikacija tipičnega spominka

TURIZEM IN POSLOVANJE - ocena 7,2
MOCNE TOČKE: <ul style="list-style-type: none">• veljavna strategija razvoja turizma (kot del širše razvojne vizije) z lokalno politično podporo za uresničevanje• vpetost turistično-izobraževalnih vsebin v šolski sistem• upoštevanje zakonodaje z delovno-pravnega področja in človekovih pravic
ŠIBKE TOČKE: <ul style="list-style-type: none">• organiziranost in financiranje organizacije, odgovorne za razvoj turizma• število nastanitvenih ponudnikov• kakovost in inovativnost ponudnikov turističnih storitev• kakovost in inovativnost turističnih produktov• število certificiranih nastanitvenih obratov in drugih ponudnikov• turistični obisk (prenočitve)• povprečna potrošnja• povprečna cena sobe• spremljanje ekonomskih učinkov turizma• vključevanje lokalnih pridelovalcev in ponudnikov storitev v turistične nabavne verige• izobraževanja in svetovanja za mikro, mala in srednja (turistična) podjetja• zadovoljstvo prebivalcev z vplivom na razvoj turizma• zadovoljstvo prebivalcev s turizmom v kraju
PRIPOROČILA <ul style="list-style-type: none">• vzpostavitev finančno in kadrovsko ustrezno podprte organizacije, odgovorne za razvoj in trženje turizma v kraju• finančne in druge spodbude za zasebne investicije v nove turistične kapacitete• delavnice in individualna svetovanja za ponudnike s področja razvoja in promocije kakovostnih in inovativnih turističnih produktov in storitev• povečanje števila certificiranih ponudnikov turističnih storitev (znaki, ki jih priznava Zelena shema)• podrobnejše spremljanje ekonomskih učinkov turizma• povečati vključenost lokalnih pridelovalcev v turistične nabavne verige• vzpostavitev mehanizma za vključevanje prebivalstva v odločevalske procese o razvoju turizma v kraju• razvoj turističnega spletnega portala

DESTINACIJA IN VARNOST - ocena 8,6
MOČNE TOČKE: <ul style="list-style-type: none">• varna, urejena, pravična destinacija
ŠIBKE TOČKE: <ul style="list-style-type: none">• vključevanje deležnikov v načrtovanje razvoja turizma• programi za zaščito lokalnega okolja in biodiverzitete (donacije)
PRIPOROČILA <ul style="list-style-type: none">• razvoj turizma (strategija razvoja, načrt trajnostnih ukrepov ipd.) zasnovati in uresničevati v širši ekipi (Zelena ekipa)• na ravni destinacije zasnovati donacijski program za izbrano turistično znamenitost

Poročilo pripravila:
Tina Hedi Zakonjšek, GoodPlace
Jan Klavora, GoodPlace

Ljubljana, 12. 2. 2016