



SVETOVNI SLOVENSKI KONGRES
SLOVENIAN WORLD CONGRESS

I. KONFERENCA SLOVENSKEGA TURIZMA IN GOSTINSTVA DOMA IN PO SVETU

Jamski dvorec, Postojnska jama, 2. oktober 2014

ZAKLJUČKI

Svetovni slovenski kongres je 2. oktobra 2014 v Postojni pripravil 29. srečanje slovenskih strokovnjakov doma in po svetu in tokratno tematiko namenil pomenu turizma in gostinstva v slovenskem gospodarstvu. Konference so se udeležili vrhunski strokovnjaki iz sveta in Slovenije, ki delujejo na področju turizma in gostinstva, častno pokroviteljstvo konference pa je prevzel predsednik Vlade RS, Miro Cerar. Srečanja so se udeležili tudi vidni predstavniki slovenske politike; takratni minister za gospodarski razvoj in tehnologijo, Jožef Petrovič, minister za Slovence v zamejstvu in po svetu, Gorazd Žmavc, direktor Direktorata za turizem in internacionalizacijo, Marjan Hribar, glavni pokrovitelj konference predsednik upravnega odbora podjetja Postojnska jama d.d., Marjan Batagelj ter številni drugi strokovnjaki iz turistične stroke. Konference se je udeležilo preko 130 obiskovalcev, sama Konferenca pa je doživela veliko odmevnost v medijskih in strokovnih krogih. Na voljo je tudi zbornik s povzetki predavanj vseh sodelujočih.

Strokovnjaki iz sveta in domovine so konferenco obogatili s svojimi neposrednimi izkušnjami, konstruktivnimi kritikami in predlogi za izboljšanje te gospodarske panoge, zato v naslednjem sestavku povzemamo kratke zaključke in usmeritve I. Konference slovenskega turizma in gostinstva doma in po svetu.

- **RAST TURIZMA:** Turizem velja za enega najpomembnejših strateških sektorjev in kljub trenutni finančni krizi beleži skromno a vztrajno rast. V Sloveniji predstavlja 12 odstotkov BDP (indirektni vplivi), ustvarja preko 2 milijard evrov prilivov iz naslova izvoza potovanj in predstavlja 40 odstotkov izvoza storitev. Še vedno beležimo porast predvsem tujih gostov (Koreja, japonska, Kitajska, ZDA, Velika Britanija,...), medtem ko domači turizem stagnira, oziroma pada. Porast se čuti tudi na področju poslovnih potovanj v svetu (porast MICE sektorja – Meetings, incentives, conferencing, exhibitions). Poleg tega ima turizem tudi velik potencial pri ustvarjanju delovnih mest. Kljub tem podatkom pa ugotavljamo, da je slovenski turizem že nekaj časa v krizi, saj prevelik pomen namenjamo beleženju statistik o prenočitvah in številu gostov, premalo pa namenimo ustvarjanju novih kakovostnih produktov in promociji na ne-tradicionalnih trgih. Poleg tega je v turizmu prevelika zadolženost hotelskih kompleksov/holdingov, nejasna lastniška struktura, izčrpavanje in premalo direktnih tujih investicij.
- **PROMOCIJA IN POVEZOVANJE:** Velika težava slovenskega turizma je prepoznavnost Slovenije, predvsem v tujini. Glede na nizek proračun, ki je temu namenjen, bi morali promocijo Slovenije povezati s sosednjimi državami. Z združenim kapitalom bi lažje in bolj učinkovito promovirali Slovenijo po vsem svetu. Za dodatno prepoznavnost bi bilo potrebno izpostaviti povezavo s turističnimi agenti širom sveta, ki bi v svojo ponudbo vključili našo deželo. Tu so pomembna vez Slovenije s tujino naši rojaki, ki na področju turizma delujejo po vsem svetu.
- **TURISTIČNA TAKSA:** Turistična taksa je med najnižjimi v Evropi. Z dvigom le-te bi lahko večji del namenili promociji Slovenije.

- **LETALSKE POVEZAVE IN VIZE:** V zadnjih letih beležimo upad turistov iz Italije, Avstrije, Nemčije in tudi Rusije. Glede na te podatke bi morali iskati nove skupine obiskovalcev, prebivalce drugih držav, predvsem obiskovalce iz držav Arabskega polotoka in prekomorskih držav (Latinska Amerika, Azija). Za pridobitev te skupine gostov bi bilo potrebno urediti direktne in indirektne letalske povezave, poskrbeti za ponudbo Halal in ekološko pridelane hrane ter prilagoditi nastanitve (hoteli višjega cenovnega razreda). Težave se kažejo tudi v pomanjkanju tujih elitnih hotelskih verig. Dodatno breme pa predstavlja slovenski vizni sistem. Poudariti moramo, da je sistem preveč zapleten in bi veleposlaništva morala igrati aktivno vlogo pri njegovi poenostavitvi in izboljšanju.
- **ZUNANJI KAPITAL:** Za razvoj turizma je premalo domačega kapitala, tujega pa praktično ni. Posledično nastane problem v pomanjkljivo opremljenih turističnih krajih, ki kot taki ne morejo pritegniti zahtevnejših gostov. Več energije je tako potrebno usmeriti v iskanje novih investorjev iz tujine (predvsem v arabskih državah, Aziji in Rusiji) in v vstop tujih hotelskih verig.
- **INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKA ORODJA:** Zgolj naravne danosti ne zagotavljajo uspeha turističnih ponudnikov, predstavljajo pa konkurenčno prednost in osnovo za uspeh. Potrebno je povezati sodobnega turista z naravnimi danostmi določenega kraja, potreben je aktiven pristop, večjo pozornost pa nameniti uporabi novih informacijsko komunikacijskih orodij za pritegnitev gosta. Uporaba sodobne tehnologije, družabnih omrežij in mobilnih aplikacij je pri nas še vedno premajhna.
- **TALENTI:** Pomembno je iskati nove talente tudi izven področja turističnih delavcev, privabiti mlajše talente, ki iščejo nove izzive in razumejo tehnologijo, socialna omrežja in njihovo komercialno vrednost. Potrebno je pritegniti ljudi z izkušnjami v različnih panogah, z novimi idejami, strateškim pogledom in inovativnimi pristopi. Pomembna je vzpostavitev programa razvoja mladih preko delovne prakse, vzpostavitev mednarodne konkurence na nivoju praktičnega usposabljanja, vzpostavitev KPI-jev (Key performance indicator) kot merilo za nagrajevanje in napredovanje na vseh nivojih družbe. Zaradi slabšega šolskega sistema na področju turizma v Sloveniji je potrebno mlade usmeriti v študij v tujini (Švica, Avstrija, Nemčija, ...), v Sloveniji pa med tem ustvarjati pogoje za vrnitev. Z njihovim znanjem in izkušnjami bi pripomogli tudi k izboljšanju kvalitete slovenskih šol in fakultet, kjer bi lahko kasneje sodelovali kot predavatelji. Pomembno je, da se delo in predavanja prepletajo in nadgrajujejo.
- **CILJNI SEGMENTI TURIZMA:** Čeprav se porast turizma čuti tudi na področju poslovnih potovanj v svetu (porast MICE sektorja) je v Sloveniji potrebno čimbolj internacionalizirati kongresno dejavnost. Večjo pozornost je potrebno nameniti tudi starejšim gostom, ki polnijo kapacitete izven sezone, osebam s posebnimi potrebami in mladim, ki potujejo več, ostajajo dlje časa in porabijo vse več denarja.
- **EKO/ZELENI TURIZEM:** Ena najpomembnejših smernic prihodnjega razvoja turizma je prav trajnostni, zeleni turizem, ki omogoča globalno trženje Slovenije. Turisti vedno pogosteje iščejo zelene, odgovorne destinacije.
- **ZDRAVSTVENI IN MEDICINSKI TURIZEM:** Zdravstveni in medicinski turizem predstavljata v mnogih deželah Evrope, Azije, Severne in Južne Amerike pomembno gospodarsko dejavnost. Slovenija je dežela v centru Evrope z odličnim podnebjem, izjemno lepim okoljem, ugodnimi turističnimi zmogljivostmi, hotelskimi kvalitetai s sprejemljivo ceno in svetovno priznanimi zdravniki. S tem si lahko zagotovi odlično bazo za izgradnjo vrhunskega zdravstvenega in medicinskega turizma.



dr. Boris Pleskovič
Predsednik Svetovnega slovenskega kongresa