

Rezultati SPLETNE ANKETE

ANALIZA SPLETNE ANKETE V OKVIRU PROJEKTA PRIPRAVE Strategije turizma za občini Solčava in Luče 2030



Analitično-grafični prikaz rezultatov spletne ankete,
s kratko interpretacijo rezultatov in s
prikazom podanih komentarjev/pogledov/predlogov

Logarska dolina
Solčavsko
harmonija treh dolin



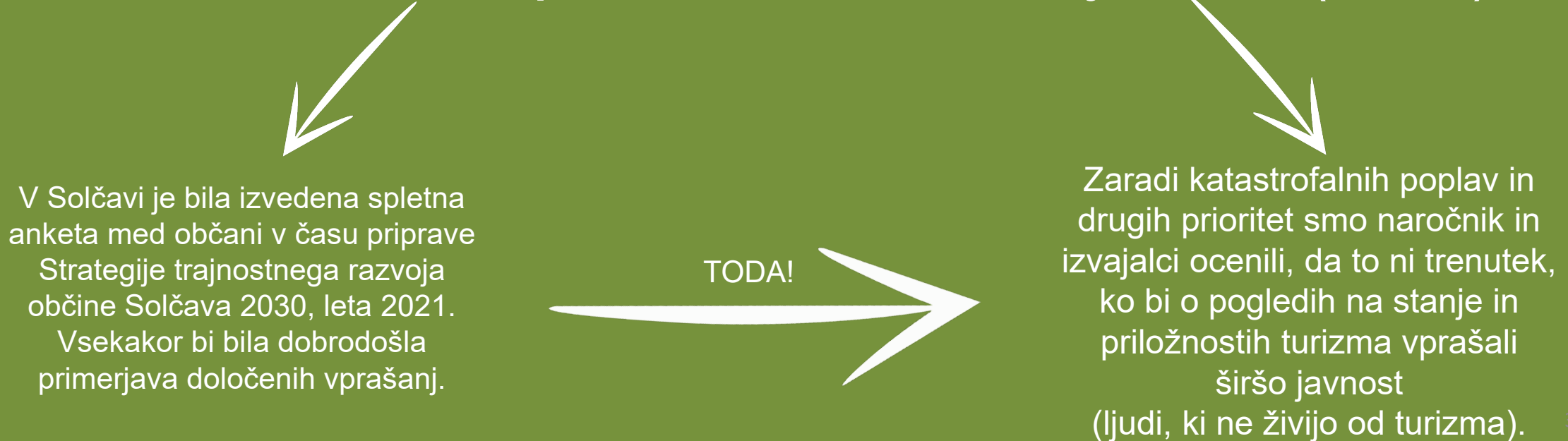


ZNAČILNOSTI ANKETE

Spletna anketa je bila izvedena zgolj med STROKOVNIMI JAVNOSTMI NA OBMOČJU OBČIN SOLČAVA IN LUČE

(naslovljena je bila na ponudnike in organizacije,
ki delujejo v turizmu in v sektorjih, povezanih s turizmom).

**Zakaj ni bila spletna anketa v okviru projekta
izvedena tudi med splošnimi zainteresiranimi javnostmi (občani)?**

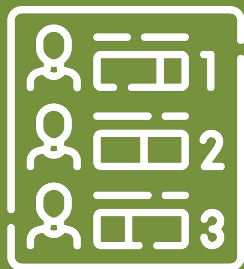


V Solčavi je bila izvedena spletna anketa med občani v času priprave Strategije trajnostnega razvoja občine Solčava 2030, leta 2021. Vsekakor bi bila dobrodošla primerjava določenih vprašanj.

TODA!

Zaradi katastrofalnih poplav in drugih prioritet smo naročnik in izvajalci ocenili, da to ni trenutek, ko bi o pogledih na stanje in priložnostih turizma vprašali širšo javnost (ljudi, ki ne živijo od turizma).

DVA TIPA VPRAŠANJ



KVANTITATIVNA – ZAPRTA VPRAŠANJA

Velik del vprašanj je bil pripravljen na način, **da sodelujoči opredelijo stopnjo strinjanja**

(npr. zelo se strinjam / strinjam se / ne strinjam se),

ali opredelijo pomen

(npr. zelo pomembno / pomembno / manj pomembno/ni pomembno).

**TA VPRAŠANJA OMOGOČAJO
PRIMERJAVE oziroma NATANČNO
IZMERO MNENJ.**



+ KVALITATIVNA – ODPRTA VPRAŠANJA

Nekaj vprašanj pa je bilo odprtih, saj nas zanimajo **kvalitativni opisni pogledi, predlogi, ideje, mnenja.**

+Tudi pri zaprtih vprašanjih so imeli sodelujoči vedno možnost kaj dodati (pod DRUGO)

in izraziti svoje mnenje
(vprašanje na koncu zaprtega vprašanja
Bi želeli dodati komentar?).

VPRAŠANJA SO BILA ZA SKUPNO OBMOČJE OBČIN SOLČAVA IN LUČ KOT TURISTIČNE DESTINACIJE



**VEČINSKI DEL
VPRAŠANJ
JE BIL VEZAN NA
CELOTNO OZIROMA
SKUPNO OBMOČJE**
(občini Solčava in Luče).

ZAKAJ?
Zanimalo nas je stanje,
izzivi in priložnosti
skupnega območja kot
**TURISTIČNE
DESTINACIJE.**

**Nekaj uvodnih vprašanj
je bilo vezanih na
območje posamezne
občine**
(ocena kakovosti bivanja
ter obsega in kakovosti
storitev – izven turizma).

SOLČAVA

4 naselja:

**LOGARSKA DOLINA, ROBANOV
KOT (in MATKOV KOT),
PODOLŠEVA**

in občinsko središče **SOLČAVA.**



LUČE

6 naselij:

**KONJSKI VRH, KRNIC,
PODVEŽA, PODVOLOVLJEK,
RADUHA IN STRMEC**

in občinsko središče **LUČE**



Območje ima odmaknjeno lego, v Zgornji Savinjski dolini, povezava je v smeri Savinjske doline, preko prevalov pa tudi z Ljubljansko kotlino ter avstrijsko in slovensko Koroško, vendar so prometnice slabo urejene.

Koncept 4 vzporednih dolin, 2 gorniških vasic, 2 krajinskih parkov.

TEMELJNE ZNAČILNOSTI SPLETNE ANKETE

OBJAVA

Anketa je bila objavljena na obeh občinskih spletnih straneh (www.solcava.si in www.luce.si), distribucija je potekala preko družbenih kanalov in direktne e-mail pošte na naslovnike. Dodatno je potekala telefonska animacija.

OBJAVA

TRAJANJE

Anketa je bila objavljena 13. decembra 2023 – in odprta do 28. decembra 2023, nato pa je bila podaljšana do 12. januarja 2024, s ciljem pridobiti večji odziv.

TRAJANJE

ODZIV

Skupaj je bilo 273 klikov na anketo, v celoti (do zadnjega vprašanja) pa jo je izpolnilo **56 ponudnikov oziroma deležnikov.**

ODZIV

Uporabnih pa je vsaj 60 do 70 anket, ki so izpolnjene večinsko.

INTERPRETACIJA ŠTEVILA SODELUJOČIH

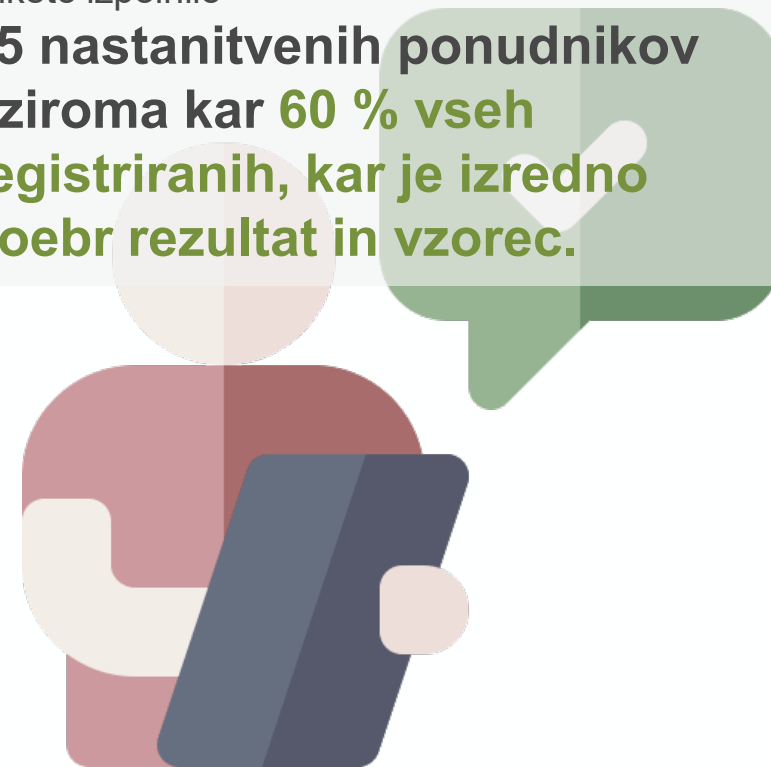
Po RNO AJPES bazi je januarja 2024:

- V Lučah registriranih 39 ponudnikov (29 je aktivnih, 10 neaktivnih)
- V Solčavi je 52 registriranih ponudnikov (47 aktivnih in 5 neaktivnih)

▪ **= SKUPAJ v obeh občinah torej 91 nastanitvenikov**

Glede na podatke o strukturi respondentov je torej anketo izpolnilo

55 nastanitvenih ponudnikov oziroma kar 60 % vseh registriranih, kar je izredno dober rezultat in vzorec.



KDO SO RESPONDENTI GLEDE NA SVOJO DEJAVNOST:

NASTANITVENI PONUDNIKI

- Največji (četrtninski) delež so predstavljale turistične kmetije (25 %)
- S 17 % so sledili apartmaji, zasebne sobe in prenočišča + dodatno še s 5 % hoteli in 6 % planinske koče in počitniški domovi

GOSTINSKI PONUDNIKI

- 9 % so predstavljali gostinski ponudniki

OBČANI, KI NE DELAJO V TURIZMU

- 14 % je bilo občanov, ki ne delajo v turizmu

JAVNI SEKTOR

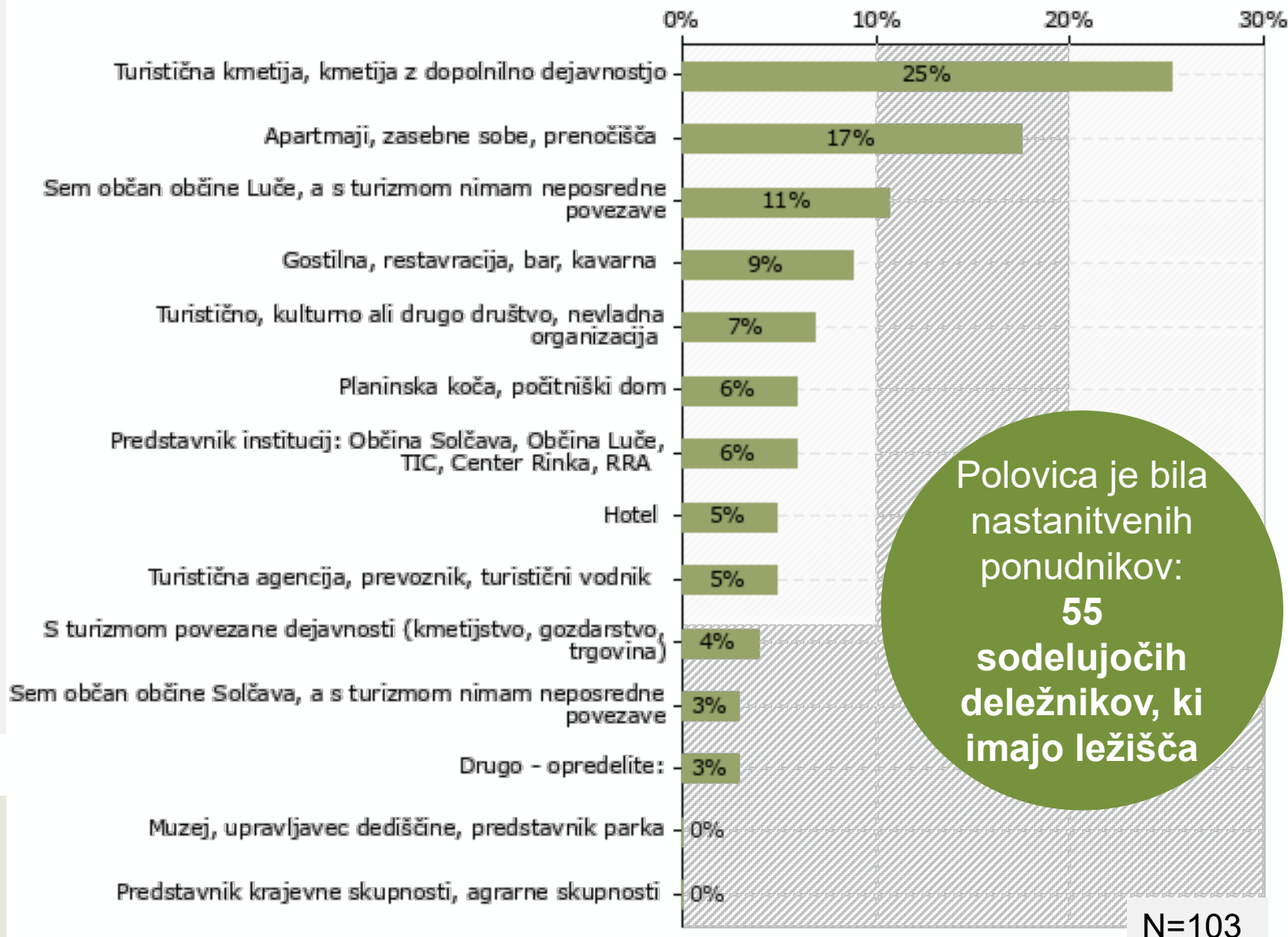
- 6 % predstavniki javnega sektorja

POVEZANE DEJAVNOSTI

- Kmetijstvo, gozdarstvo, trgovina: 4 %

POD DRUGO:

- Sem občan občine Luče, ampak imam s turizmom v občini načrte
- Predelava mleka in prodaja mlečnih izdelkov



PRIKAZ PODROBNEJŠE ANALIZE – KLIKI, ČASOVNI POTEK IN ODGOVORI PO STRANEH

KLIKI NA ANKETO (?)

Preusmeritve	Število klikov
1KA email – odgovor	0
www.logarska-solcavsko.si	10
com.google.android.gm	24
mail.google.com	3
www.1ka.si	3
posta.siol.net	5
www.solcava.si	6
www.google.com	2
luce.e-obcina.si	60
www.luce.si	8
Neposreden klik	152
Skupaj enot	273

Podrobnosti

Seznam preusmeritev

Seznam IP števil

KLIKI NA ANKETO

Velika večina je do ankete dostopala preko neposrednega linka, ki so ga prejeli z e-mail povabilom. Izstopa še občinska spletna stran Občine Luče.

ČASOVNI POTEK (?)

<input checked="" type="checkbox"/> Skrij vrednosti 0 (?)	<input checked="" type="checkbox"/> Kumulativa
Osnova: Klik na nagovor	Oblika: Dnevi
2023-12-13	27
2023-12-14	12
2023-12-15	1
2023-12-16	1
2023-12-18	19
2023-12-19	19
2023-12-20	3
2023-12-21	6
2023-12-22	7
2023-12-24	1
2023-12-25	1
2023-12-26	1
2023-12-27	2
2023-12-28	8
2023-12-29	1
2023-12-30	4
2023-12-31	1
2024-01-02	4
2024-01-03	2
2024-01-04	1
2024-01-05	44
2024-01-06	28
2024-01-07	7
2024-01-08	14
2024-01-09	31
2024-01-10	14
2024-01-11	3
2024-01-12	8
Skupaj enot	270

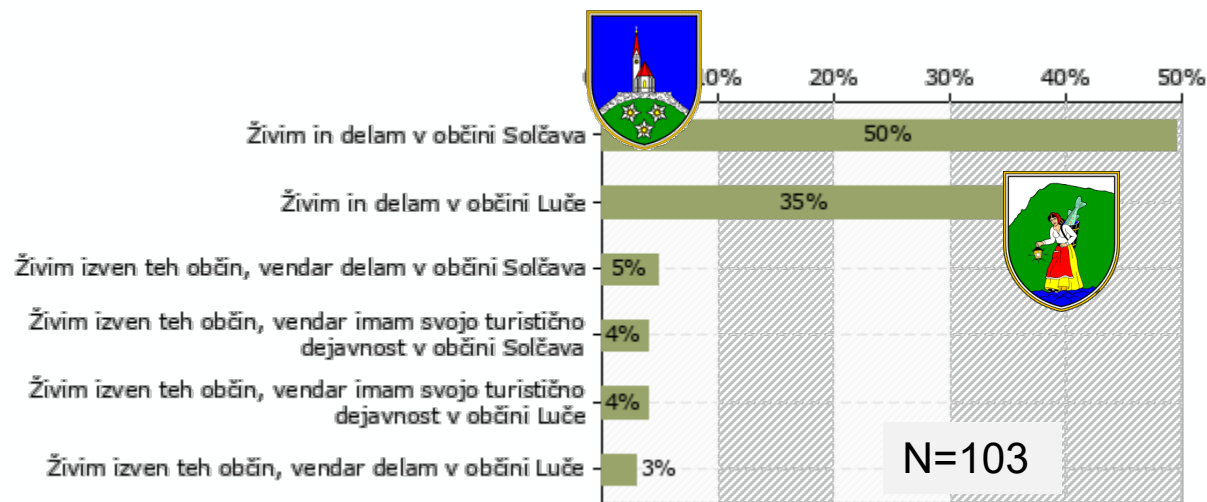
POTEK PO STRANEH (?)

Osnova: Klik na nagovor	
Kumulativni status	Število klikov
Klik na nagovor	273
Klik na anketo	145
Delno izpolnjena	103
Stran 1	135
Stran 2	103
Stran 3	103
Stran 4	97
Stran 5	90
Stran 6	76
Stran 7	71
Stran 8	46
Stran 9	67
Stran 10	67
Stran 11	67
Stran 12	66
Stran 13	65
Stran 14	65
Stran 15	65
Stran 16	62
Stran 17	62
Stran 18	61
Stran 19	57
Stran 20	56
Končal anketo	56

Osip od klika na anketo do izpolnjene ankete je povsem standarden v tovrstnih projektih.

Največ odgovorov je bilo januarja, po telefonski osebni animaciji.

VPRAŠANJE: Označite občino, v kateri delujete kot turistični ponudnik ali v kateri prebivate.

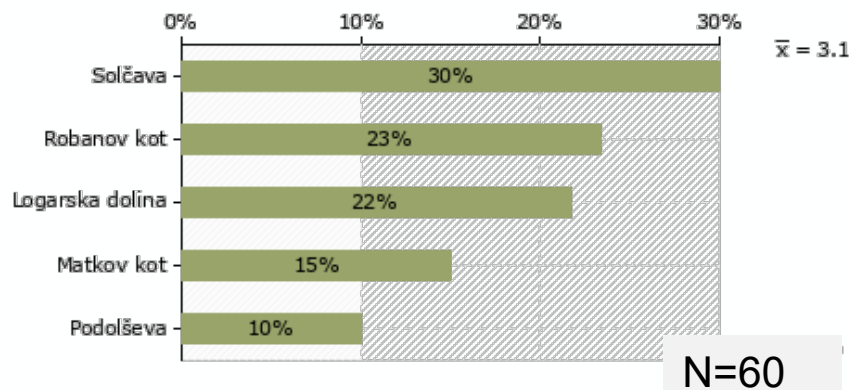


STRUKTURA GLEDE NA OBČINO:

- 50 % je bilo ponudnikov, ki živijo in delajo v občini **Solčava** + 9 % takšnih, ki živijo drugje, a delajo v Solčavi.
- 35 % je bilo ponudnikov, ki živijo in delajo v občini **Luče** + 7 % takšnih, ki živijo drugje, a delajo v Lučah

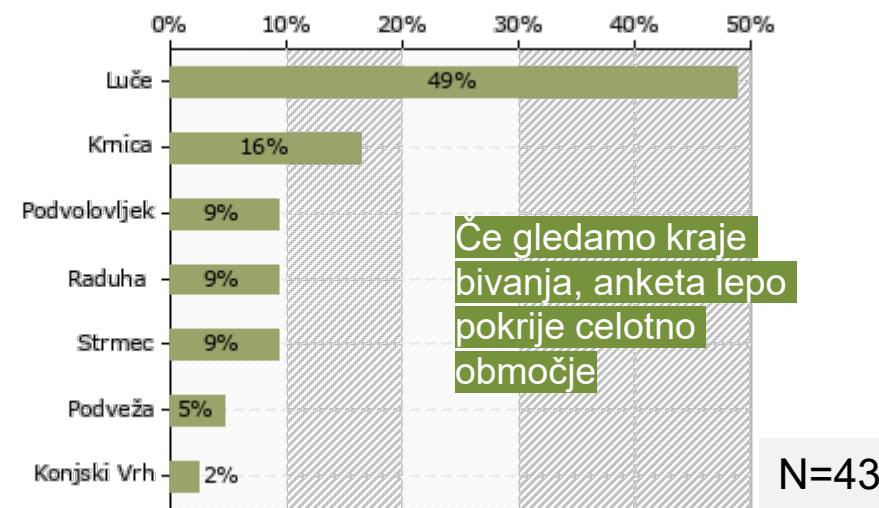
Število odgovorov je povsem primerljivo s številom ponudnikov v obeh občinah.

VPRAŠANJE: Označite še, v katerem naselju živite oziroma delujete/poslujete.



STRUKTURA GLEDE NA KRAJ PREBIVANJA/DELOVANJA

- V občini Solčava izstopa Solčava, ostali kraji precej uravnoteženo
- V občini Luče pa je izstopal kraj Luče





PRIKAZ IN INTERPRETACIJA
ODGOVOROV – REZULTATOV

VPRAŠANJE: Splošna raven zadovoljstva

Kako ste zadovoljni s svojo občino (Solčava oziroma Luče) kot krajem za prebivanje?

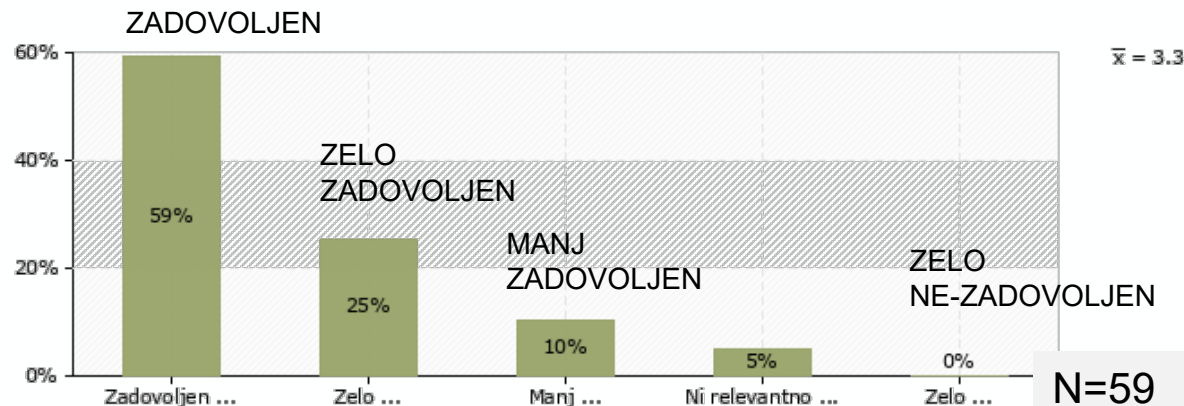
Zelo podobni odgovori v obeh občinah glede kakovosti bivanja:

- Dobra polovica zadovoljnih
- Četrtnina zelo zadovoljnih
- Okvirno desetina manj zadovoljnih
- V Solčavi ni bilo zelo ne-zadovoljnih, v Lučah pa je ta odgovor izbralo 5 % sodelujočih.

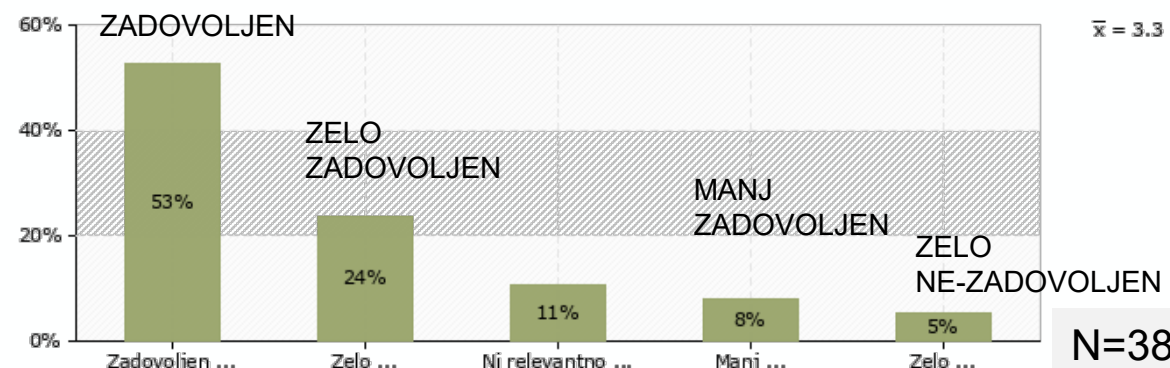
POVPREČNA
OCENA
ZADOVOLJSTVA:
3,3 od 4
(v obeh
občinah) – kar
je lepa ocena

K številkam bi veljalo dodati, da visoka ocena kaže, da imajo deležniki radi svoj kraj (visoka pripadnost) – saj so ocene res visoke, kljub izredno težki situaciji zaradi poplav.

SOLČAVA



LUČE



VPRAŠANJE: Kako ste zadovoljni s trenutnim razvojnim položajem vaše občine kot turistične destinacije?

Različni odgovori v obeh občinah:

- V Solčavi je 59 % zadovoljnih (3 od 4), v Lučah pa več kot polovica (55 %) manj zadovoljnih (2 od 4)
- Okvirno tretjina je manj zadovoljnih v Solčavi in dobra tretjina zadovoljnih v Lučah.
- V obeh občinah okvirno desetina ne-zadovoljnih.
- V Solčavi ni bilo zelo zadovoljnih, v Lučah pa je ta odgovor izbralo 3 % sodelujočih.

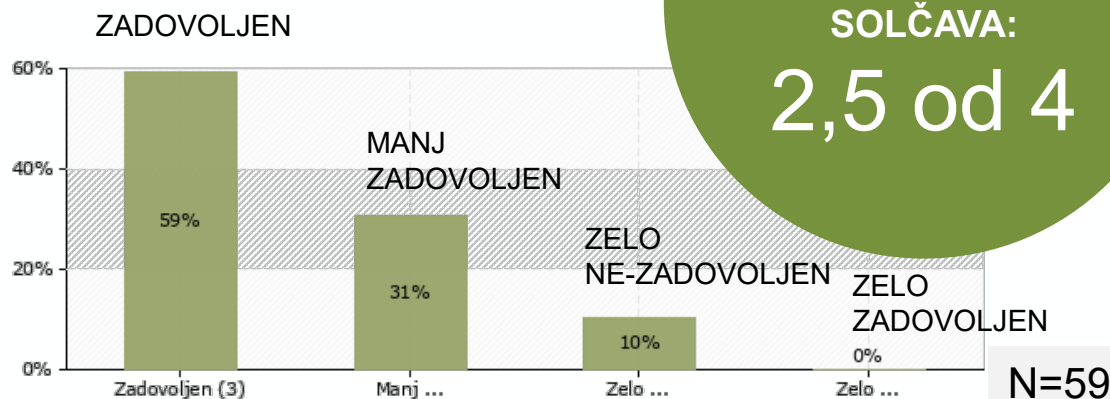
Deležniki so precej kritični do stanja turizma v obeh občinah

Splošno zadovoljstvo z bivanjem/občino je 3,3 od 4, s turizmom pa precej nižje in sicer 2,5 (Solčava) oziroma 2,3 (Luče) od 4.

SOLČAVA

Logarska dolina
Solčavsko
harmonija treh dolin

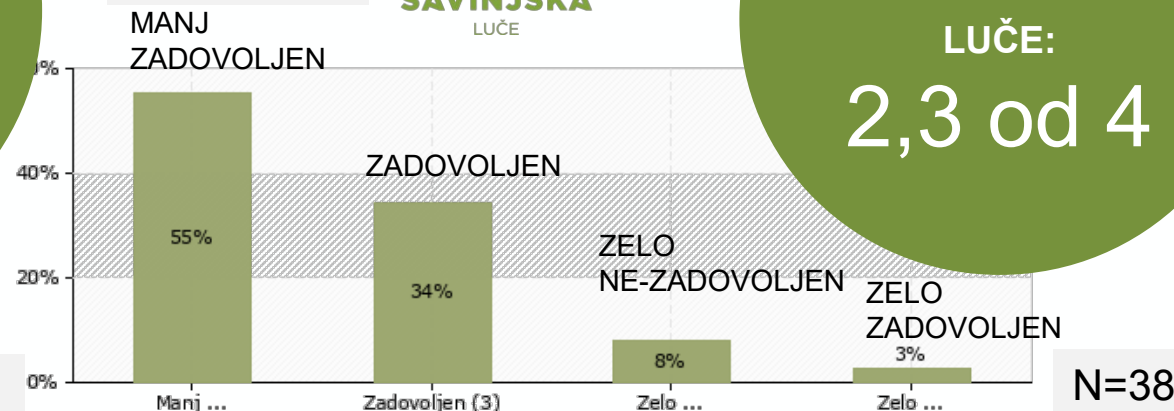
POVPREČNA
OCENA
ZADOVOLJSTVA
SOLČAVA:
2,5 od 4



LUČE

SAVINJSKA
LUČE

POVPREČNA
OCENA
ZADOVOLJSTVA
LUČE:
2,3 od 4



- ▶ **Razvoj turizma je nekoliko nazadoval, ker se premalo oseb ukvarja s samim razvojem turizma.** Želimo si močno ekipo, ki pozna okolje, ljudi in išče možnosti za uravnotežen razvoj v skladu z ostalimi panogami.
- ▶ **V zadnjih letih je na področju razvoja turizma prišlo do stagnacije in posledično do nazadovanja.**
- ▶ **Nimamo organizacije, ki bi aktivno delovala na področju turizma.** Bilo je veliko poizkusov, se pa mnogokrat izkaže najboljša možna varianta, ko je vpleteno tudi gospodarstvo, ki je proaktivno in zato poriva razvoj in aktivnosti naprej. Predlagam razmislek v to smer.
- ▶ Turistično nazaduje. Oglaševalsko jo prehitevajo ostale občine Zgornje Savinjske doline (bili smo daleč pred njimi) ...
- ▶ Da se vidi v turizmu več potenciala, priložnosti,...
- ▶ **Če ne bi bilo kriz, ki so turistični sektor prizadele zadnja tri leta, bi bil položaj verjetno boljši.** Je pa kljub temu destinacija Logarska dolina - Solčavsko prepoznana na turističnem zemljevidu Slovenije. Krize so dale tudi priložnost, da se je marsikaj izboljšalo in ni vse tako slabo, kot se morda zdi na prvi pogled. Kritičnost se je povečala zlasti po poplavih. Pričakovanja turističnih ponudnikov in drugih deležnikov so bila usmerjena v hitrejše in učinkovito reševanje njihovih težav zaradi velikega izpada dohodka. V prvi fazi se je urejala zlasti infrastruktura, turizmu pa je bilo namenjeno manj pozornosti, kot bi bilo potrebno za hitrejše okrevanje.
- ▶ Izjemen kraj, ki mu **manjka vsebine na področju turizma.**

“

- ▶ **Slabo povezovanje in sodelovanje...** Morali bi delati na skupnih projektih in povezovanju. Lahko bi se uredile male in preproste zadeve, za katere se ne potrebuje veliko denarja. Bolj bi morali izkoristiti reko Savinjo - več dostopov do reke in "malih plaž". Ureditv sprehajalnih poti okrog vasi - Breznica ...

Glavnina ponudnikov dela na ležiščih, na prehrani skoraj nič ali samo za svoje goste.

- ▶ **Mladi nimamo možnosti prebivanja v Solčavi,** saj ni na voljo hiš/stanovanj, ki bi jih lahko najeli/kupili, da bi zaživel na svojem. Posledično, se veliko mladih seli iz Solčave, kar je žalostno. Poleg tega, če nisi vpleten v turizem, ni veliko možnosti za zaposlitev. Turizem je dobro razvit, je pa veliko možnosti izboljšav.
- ▶ Izboljšuje se kakovost ponudbe, ki je tudi v skladu z nekoč zastavljenim s trajnostnim konceptom destinacije, pri redkih posameznih ponudnikih. **Opažamo količinsko upadanje gostinske ponudbe. Upočasnen je razvoj kakovosti gastronomske ponudbe. Drastično nazadovanje na področju turističnega menedžmenta.**
- ▶ Za turizem se u občini Luče naredi absolutno premalo. Ljudi s polnimi denarnicami spuščamo v Logarsko dolino, ker jih ne znamo ustaviti.
- ▶ Preveč se reklamira dotične doline, nekatere pa sploh niso omenjene.
- ▶ Zaposleni na občini delajo samo za izbrane ponudnike.
- ▶ Pomanjkanje turistične signalizacije, urejanje cest in parkirnih mest.
- ▶ Ponudba hrane.

Na delavnici bi želeli preveriti, težave/poplave in neizpolnjena pričakovanja dodatno negativno vplivajo na percepcijo stanja turistične ponudbe

VPRAŠANJE: 3.

Uspešnost razvoja turizma v Solčavi in Lučah v primerjavi z drugimi destinacijami v Sloveniji - od tu naprej se vprašanja nanašajo na skupno destinacijo (območje občin Solčava in Luče kot zaokrožena destinacija, znotraj širše regije Zgornja Savinjska dolina)

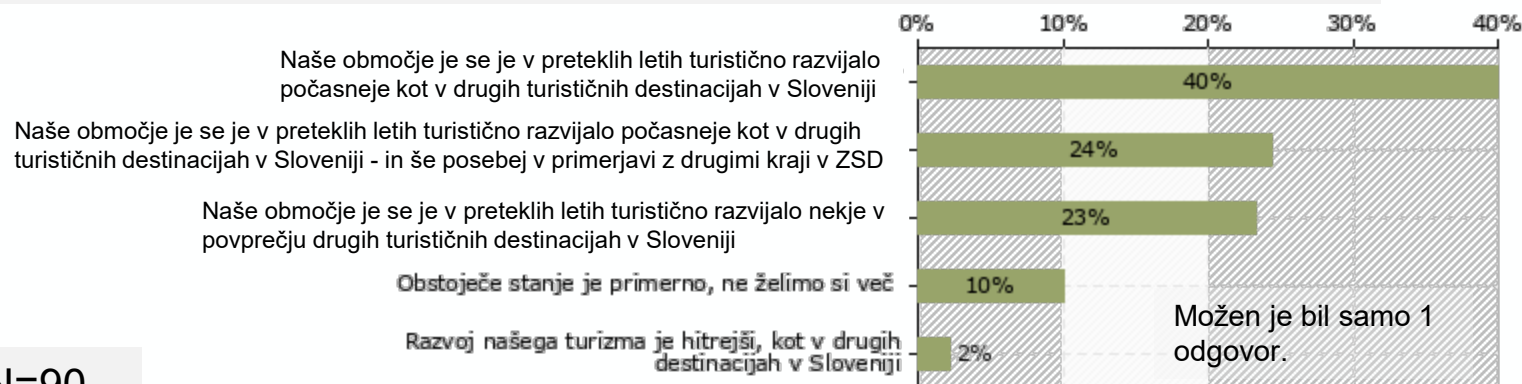
Kako bi ocenili razvojno dinamiko in uspešnost turizma v Solčavi in Lučah v primerjavi z drugimi turističnimi destinacijami v preteklih 5 letih?

- **Kar 40 %** sodelujočih je mnenja, da se je območje v preteklih letih turistično razvijalo **počasneje** kot v drugih turističnih destinacijah v Sloveniji.
- **Dodatno je še 24 %** mnenja, da se je območje v preteklih letih turistično razvijalo **počasneje** kot v drugih turističnih destinacijah v Sloveniji – **kot tudi v drugih turističnih destinacijah ZSD.**
- **= SKUPAJ TOREJ KAR TRI ČETRRTINE!**
- **23 %** jih meni, da se območje razvija v **povprečju Slovenije.**

Desetina je mnenja, da je stanje primerno – „da si ne želimo več“

Precej kritični!

TRI ČETRRTINE SODELUJOČIH MENI, da je bil razvoj območja počasnejši kot drugod v Sloveniji ali v ZSD.



N=90

“

V zadnjih štirih letih smo izjemno nazadovali kot destinacija, ostale turistične destinacije nas že prehitevajo, nikakor se ne moremo več predstavljati destinacijsko kot primer dobre prakse.

Nekoč smo bili primer dobre prakse in so k nam hodili iz drugih destinacij po izkušnje, zdaj pa so nas le-ti prehiteli po obeh straneh.

“

- Ta odgovor velja za poletno sezono. **V mesecih od oktobra do maja pa si zagotovo želimo več, saj zdaj imamo zelo malo obiska oziroma imamo prazno.**
- Oglaševanje (občina Luče nas je že zdavnaj prehitela)...
- **Naša občina bi morala prioritetno urediti infrastrukturo, ki bi zagotovila večjo varnost pešcev in kolesarjev v prometu.** Iz tega vidika vidimo nujnost **v ureditvi kolesarskih stez in sprehajalnih poti, ki bi povezovalе vse zaselke občine Solčava kot tudi ostale kraje v Savinjski dolini.** Takšna infrastruktura bi znatno izboljšala privlačnost turistične destinacije in izboljšala kakovost življenja tudi lokalnemu prebivalstvu.
- **Manjka kolesarska povezava Mozirje - logarska dolina.**
- **Na Solčavskem bi Center Rinka moral imeti kompetence za razvoj turizma na Solčavskem.** V zadnjih petih letih tega ni bilo, ker se je vodstvo Centra Rinka večkrat zamenjalo. KP Logarska vodi občina, ostalo pa bi naj Center Rinka. Da bi naloge in cilje dosegali skupaj bi morali sodelovati. Kar zaenkrat v Solčavi še ni možno. Drugje razvoj turizma pelje ena institucija seveda s supportom občine in vsi stremijo k nekem cilju in delajo na tem.
- Okoljevarstvo, ponudba postelj je v sorazmerju nosilnosti okolja.

ZAOSTANKI

- **Premalo je novih produktov** oziroma se prepočasi lansirajo na trg.
- **Zaostanki so na informiranju turistov, označevanju infrastrukture, delajo se novi projekti, stari se ne izkoristijo (gorniška vas).**
- **Razvoj turizma pomeni razvoj programov, ki jih nudi in promovira tudi glavni nosilec v destinaciji. Produkti in programi, ki so zaživel, so tisti, ki so jih pripravili, tržili in se z njimi ukvarjali ponudniki sami.**
- **Oddaljenost, nepovezanost turističnih ponudnikov.**
- **Zaostanek: - turistična infrastruktura, premiki: - gradnja novih kapacitet \"apartmajev\", toda to v 90% nima nobene zveze s turizmom.**
- **Glede na veliko število nastanitvenih obratov je premalo ponudnikov hrane, kot so gostilne in restavracije**
- Največja težava za hitrejši razvoj je **neusklajenost javnih služb** (občina Solčava, upravljalec KP Logarska, Center Rinka) z razvojnim potencialom ponudnikov, premalo konkretne podpore in neusklajena, šibka dvosmerna komunikacija interna in eksterna. **Zanemarjanje oz. neustrezno vzdrževanje turistične infrastrukture, neangažiranost in neusklajeno delovanje javnih institucij pri prenovi turističnih programov in spodbujanju razvojnih priložnosti. premajhni koraki v smeri trajnostne mobilnosti.** Nezainteresirano in nestrokovno upravljanje s KP Logarska dolina. Preslabo spodbujanje razvoja in trženja lokalnih produktov. Prodaja v Tinki se je zmanjšala na minimum. V javnih institucijah nekonsistentno in odločno premalo dela s kadri. Pridobivanje projektov za razvoj turizma je bolj kot ne naključno in neusmerjeno.

“

- **Zaostanek je v povezovanju z ostalimi občinami, destinacijami in manjko turističnih programov, paketov. v preteklosti je bil zelo velik napredek v turizmu, sedaj nazaduje.**
- **V zadnjih 5. letih se je sicer mogoče nekoliko povečalo število nastanitvenih kapacitet, manjka pa spremljajoča ponudba,** ki gostu omogoča aktivno preživljanje prostega časa. Konkretno v Lučah manjka tudi ponudba hrane, saj imamo samo eno "restavracijo", ki je redno odprta samo v visoki sezoni, izven nje pa "prosto po Prešernu".

- Menim, da je turizem v Solčavi bolj razvit kot v Lučah. Skupno pa mislim, da je nekje v povprečju drugim destinacijam v Sloveniji. Obe občini imata veliko znamenitosti, ki jih turisti obiskujejo. Obe občini imata na voljo nastanitve. **Zaostanke vidim pa pri posodabljanju ponudbe, torej vse kar ponujamo, ponujamo že zadnjih 10 let,** s čemer ni nič narobe. Vendar v današnjem svetu je pomembno, da ponujamo tudi kaj drugačnega, saj turisti ob toliki ponudbi v sloveniji iščejo nekaj drugačnega... Npr. Digitalizacija ponudbe, storytelling ipd. Tega je v občinah premalo.
- **Urejanje prometne in turistične infrastrukture je v stagnaciji.** Še vedno ni urejenega koncepta pobiranja vstopnine v KP Ogarska dolina preko rampe, posledično ni doslednega pobiranja, ni varnosti in ni prave statistike.
- **Ceste so katastrofa,** že pred poplavami. Ne samo glavne, tudi tiste občinske, ki naj bi vodile do turist. Destinacij. Gostinska ponudba slaba. Črpalk ni, omejeno polnjenje avtomobilov. Kolesarskih ni, pločnikov ni. Izbira v trgovini je naravnost smešna. Smučišče in delavci na njem nesramni. Odpiralni čas je pod vsako kritiko. Počutila sem se s svojo družino, kot da se nekomu na dvorišče vsiljujemo. Javna povezava skoraj ne obstaja. Kar pa imate, je lepa pokrajina.
- **Premiki: večja promocija kraja, možnost promocije preko booking, airbnb, drugih tujih agencij zaostanki: premalo povezanosti in sodelovanja, slaba turistična infrastruktura** (ni urejenih kolesarskih poti, premalo informacijskih tabel, itd..) Ni ustreznega kadra oz. Ga težko dobiš
- V skupnosti ni enotnosti.
- Premalo sredstev namenjenih za turizem.
- Izvensezonska ponudba, prepoznaven turistični produkt(i).

“

- **Premiki v obliki trajnostne naravnosti in padec pri ponudbi.** So izjeme. Generalno se zadosti potrebam z apartmaji. Turisti so prepuščeni sami sebi. Animacije, ki bi turiste zadržale v kraju ni.
- **Smer, kam gre razvoj turizma, je preveč v masovno in premalo osebno butično.**
- Turistični ponudniki so posodabljali in nadgrajevali svoje kapacitete. Urejala se je skupna turistična infrastruktura. Smo pa bili kot območje brez potrebnih razvojnih sredstev za večje investicije. **Moje mnenje je, da bi morali oba tic-a povezati, obe občini prispevati sredstva za financiranje zaposlenih ter zaposliti kadre, ki bodo delali na razvoju in izvajali projekte, ki bodo prinašali koristi za obe občini.** Veliko dela čaka obe destinaciji na urejanju prometne infrastrukture in krepitvi javnih prevozov, hkrati pa tudi povečanja odpornosti turističnih ponudnikov na morebitne nove krize in tudi podnebne spremembe. Obe občini sta v zadnjih petih letih pridobili pomembna priznanja za trajnostni razvoj, kar tudi nekaj pove, da se razvoj odvija v pravi smeri in da imamo skupaj velike primerjalne prednosti pred drugimi območji.
- Občina Luče - v zadnjih letih ni bil razvit niti en produkt, s katerim bi se lahko promoviralo naše območje in ki bi pritegnil turiste v naš kraj, predvsem izven sezone, kar se čaka in naslanja vse na Logarsko dolino.

- Področje razvoja in promocije turizma v Zgornji Savinjski dolini uradno pokriva RA SAŠA. V ta namen ima zaposleno le eno osebo, ki pa nima dovolj širokega znanja, izkušenj, niti organizacijskih sposobnosti, da bi učinkovito povezovala vse TIC-e in turistične deležnike v dolini. Drugi problem pa je, da tudi nimajo dovolj velikega budgeta (vseh 10 občin (ZSD in Šaleške doline) skupno prispeva za letni budget 46.000 eur. Na razvojnih projektih, ki bi povezali posamezne turistične deležnike v dolini in bi kandidirali na razpisih za razvoj dodatnih vsebin in infrastrukture ter tako pridobili sredstva za razvoj, pa se sploh ni delalo. Sredstva, ki pa so jih prejeli od MGRT ter sto za vodilne turistične destinacije v zadnjih letih, pa niso potrošili učinkovito oziroma so izvedli aktivnosti, ki so bile pod povprečjem vseh ostalih turističnih destinacij v Sloveniji. Več kot pol sredstev pa ni bilo porabljeno za razvoj destinacije, ampak za neučinkovite akcije slabe kvalitete. Center Rinka, ki pa pokriva destinacijo Logarska dolina-Solčavsko, pa je kadrovsko in tudi finančno čisto "podhranjen" zavod za razvoj turizma, ki lahko v obstoječi sestavi realno opravlja samo zadolžitve TIC- a. Saj z 50.000 eur letnega budgeta in eno zaposleno, ter dvema polovičnonikakor na morejo pokrivati vseh delovnih področij, ki jih takšen center zahteva, kaj šele delati na področju razvoja turizma, novih produktov, iskanju dodatnih sredstev financiranja oz. sodelovanja na razpisih, itd. **Center Rinka opravlja delo informativnega centra za celotno destinacijo Zgornja Savinjska dolina (10 občin), njeno delovanje pa financira samo občina Solčava, kot najmanjša občina, ki pa ima na svoji destinaciji največjo turistično atrakcijo oz. Naravno znamenitost destinacije - Logarsko dolino, kot "must see" znamenitost za vse turiste** ki pridejo v ZSD. Dolina - kot celotna destinacija, kakor tudi center Rinka, kot zavod, ki pokriva trenutno razvoj turizma za Logarsko Solčavsko bi se moral kadrovsko in finančno močno okrepiti, pripraviti strateški in izvedbeni načrt razvoja in trženja, ter razvojno in produktno povezati celotno dolino.

VPRAŠANJE 3a: Bi lahko izpostavili kakšno relevantno destinacijo v SLOVENIJI – kot primer dobre prakse, ki je po vašem mnenju v zadnjih letih naredila vidne premike – takšne, ki so vam všeč?

- ▶ **Ljubljana** - naredili so, kar so vsi mislili, da je nemogoče... zaprli promet v središču Ljubljane, okrepili javni prevoz, komunicirali, da je Ljubljana zelena in trajnostna, naredili zanimive ogleda - s posnetimi vodenji v različnih jezikih in na različnih vozilih do katerih te pripelje tehnologija... na tak način ni zahtevanega dodatnega kadra, je pa celo leto na voljo vodenje, kjer se povedo prave zgodbe (za individualne goste)... Seveda ne bi radi zapostavili vodnikov, vendar vemo, da delajo vodenja le za skupine.
- ▶ **Bohinjsko:** sistematičen razvoj naravoslovnih programov in dogodkov (festival gorskega cvetja), sistematično delo na kolektivni blagovni znamki, sistematične in prodorne aktivnosti na področju trajnostne mobilnosti, proaktivna vloga v širših povezavah (Julijske Alpe).
- ▶ **Koroška** vidno napreduje.
- ▶ **Vinski in gastronomski turizem** na področju cele Slovenije. Občina Brežice povezovanje z drugimi občinami za ponudbo celovitih doživetij tudi izven občinskih/državnih meja.
- ▶ **Podčetrtek, Rogaška Slatina, Šmarje, območje Goriških Brd, Bovec** obnavljajo staro, gradijo novo. imajo raznovrstno ponudbo. agencije za športne dejavnosti, gostinstvo in kulinarika vrhunska, imajo kolesarske, pločnike, prireditve. imajo vse označeno, markirano, TIC dostopni. Dodatna ponudba npr. soba pobega, urejeni dostopi do rek, rentanje različnih stvari, stolpi...
- ▶ **Jezersko,** zelo podobno območje, manjše, a znajo izkoristiti prednosti, ki jih imajo pred drugimi večjimi destinacijami. izpostavila bi planinstvo, alpinizem, pohodništvo, tek na smučeh, skratka outdoor. So nam zelo blizu, čez Savinjsko sedlo ali pa po Solčavski panoramski cesti čez Pavličovo sedlo.
- ▶ **Črna na Koroškem.**
- ▶ **Zgornje Jezersko.**
- ▶ **Kranjska gora, Posočje, Bela krajina ...**
- ▶ **Gorenjska s Kranjsko Goro** - močen tudi poletni turizem (daljša sezona).
- ▶ **Bohinj:** omejitve avtomobilskih prevozov z uvedbo javnih prevozov. Ponujanje izdelkov, ki so značilni za celotno destinacijo.
- ▶ Občina **Jezersko** in še bolj občina **Bovec**. Prizadevajo si za trajnostni in elitni turizem, ki ne temelji na masovnosti, ampak ponuja tiste storitve, ki gostom drugje niso na razpolago (planinarjenje, pohodništvo, spust po rekah in kanjonih, ferate, kolesarstvo).

- ▶ **Koroška** Sodelovanje med ponudniki. Kolesarstvo, turistične kmetije.....
- ▶ **Bela krajina**
- ▶ **Kočevje, jezersko**
- ▶ **Kras**
- ▶ Primerjava s katerokoli občino ni smiselna, saj ima vsaka svoje posebnosti. Če bi gledali primere dobre prakse v drugih občinah, bi potem te stvari kopirali. Vsaka destinacija more izpostaviti svoje adute in na teh graditi prepoznavnost.
- ▶ V Sloveniji še ni destinacije, ki bi jo lahko izpostavila.
- ▶ **Gorenjska (kranjska gora), kočevje.**
- ▶ **Jezersko**
- ▶ **Podčetrtek** je primer dobre prakse, le da imajo oni te stvari urejene že več kot 10 let.
- ▶ **Prekmurje, Goričko**
- ▶ **Dolina soče** --dobro povezovanje, skupno trženje,...
- ▶ Menim, da lahko primerjave iščemo v alpskem delu slovenije, saj imamo podobne pogoje za razvoj turizma. izpostavila bi **Dolino Soče**, kjer se je povezalo več občin. Omenila bi še **Kranjsko Goro** z okoliškimi vasm, kjer je vidna urejenost in podpora turizmu s strani deležnikov in prebivalcev. Verjetno vsi tudi niso zadovoljni, vendar so vlaganja v razvoj turistične infrastrukture v zadnjih letih prinesla viden napredek. Napredek in veliko dobrih praks je viden tudi na **Jezerskem**, ki nam je blizu. Na splošno pa ocenjujem, da se je v zadnjih letih v večini destinacij oz. po celotni Sloveniji zgodil velik razvojni preboj z številnimi dobrimi praksami, ki ob podpori organizacij, ki delujejo na nivoju države in tudi lokalno, prispevajo k pozicioniranju Slovenije kot pomembne turistične države. Vse destinacije se trudijo, uspeh pa je seveda odvisen od tega, koliko posamezna destinacija vlaga v razvoj turizma. Za razvoj turizma so izjemno pomembni strokovno usposobljeni kadri, ki poznajo svojo destinacijo z vsemi njenimi danostmi in so visoko motivirani za svoje delo in pripadnost.
- ▶ **Kočevsko**-razvoj ponudbe, ki sovпада s trajnostnim turizmom in je v tesnem stiku z naravo, obnova starih zgradb, ki so dober \"finančni bonbonček\" (sobe, muzeji, apartmaji...)
- ▶ **Kozjansko jabolko, Radovljica**
- ▶ Destinacije, ki je naredila največje premike na področju organiziranosti in profesionalnega vodenja ter dela, je **Šaleška dolina**, zaradi sposobne vodje in močne ekipe ter velikega budgeta 1,2 mio eur. Z novimi produkti, doživetji in dogajanjem so uspeli iz ne turistične destinacije prepoznavne predvsem po industriji (teš, premogovnik, gorenje,...) zaradi širine razmišljanja, angažirati tudi sposobne zunanje sodelavce, ki so jim pomagali razviti produkte in jih implementirati na destinaciji. hkrati pa so na zavodu za turizem Šaleške doline sami poskrbeli za učinkovito promocijo, preko imidž dogodkov in aktivno promocijo. Primerljiva destinacija bi lahko bila mogoče Bohinj in Jezersko, glede na naravne znamenitosti, vendar ju ne bi mogli izpostaviti kot resničen primer dobre prakse, saj obema še veliko manjka do kvalitetne ponudbe doživetij, prepoznavne kulinarike, učinkovitega trženja in ustvarjanja prihodkov na osnovi prepoznavnih kvalitetnih produktov in storitev, ki bi privabili ciljno skupino, ki bi se vračala na destinaciji večkrat ne samo zaradi čudovite narave in par kvalitetnih nastanitev, ampak tudi zaradi odlične kulinarike, avtohtonih doživetij in izdelkov, ki generirajo prihodke lokalnemu prebivalstvu na dolgi rok. V obeh destinacijah turisti nimajo priložnosti poleg lepe narave kupiti temu primernih lokalnih izdelkov in storitev. destinacije s tako malo nočitvenimi kapacitetami kot jih imajo Logarska-Solčavsko, Bohinj in Jezersko potrebujejo jasno vizijo in strategijo, za katerega tipa gosta bodo razvijale produkte in storitve na destinaciji in potem temu primerno razviti ponudbo, cenovno politiko, predvsem pa dvigniti kvaliteto storitev, ki je mogoče dobra le v par redkih objektih, ostala ponudba pa ne sledi pričakovanju bolj zahtevnih gostov, ki cenijo neokrnjeno naravo, mir ter dobro storitev.

VPRAŠANJE 3b: Bi lahko predlagali kakšno primerljivo destinacijo v TUJINI – kot primer dobre prakse, ki je po vašem mnenju primer dobre prakse in direktno primerljiva z destinacijo Solčava-Lučé? Na kratko utemeljite.

- ▶ Mogoče bi bilo potrebno pogledati ne le destinacijo ampak ponudbo, ki jo imajo smučarske destinacije za ne-smučarje in jo nadgraditi z doživetjem, ki je edinstveno v Lučah in Solčavi.
<https://www.Inntravel.Co.Uk/winter-snow-breaks/germany/short-break-berghotel-rehlegg>
- ▶ **Železna Kapla** v sosednji Avstriji. Kraj živi, ima ponudbo v katero se vključujejo domači deležniki vsak s svojo ponudbo in vse lepo zapakirano in ponujeno turistu.
- ▶ Težko je najti direktno primerljivo destinacijo, bi se pa lahko marsičesa naučili od razvoja turizma v naslednjih destinacijah: werfenweng (trajnostna mobilnost), **Großes Walsertal** (biosferno območje, skupnostno upravljanje destinacije in turistične infrastrukture), **Vulkanland** (povezovanje ponudnikov, razvoj skupnostnih projektov),
- ▶ Mogoče destinacija, ki je primerljiva z Logarsko dolino - Solčavsko + Luče je kraj **Heiligenblut** z okolico, v okraju Špital ob Dravi na avstrijskem Koroškem. Kraj leži na višini 1.288 m ob vznožju velikega Kleka (Grossglockener). Primer dobre prakse je potrebno iskati v Švici,... Se sigurno najde kakšna res primerljiva dolina, ki je nacionalni park in ima v svojem sklopu dve ali več vasic.... Ter je naravnana na sonaravni razvoj ter ima dobro razvito ponudbo v smeri izvirnih doživetij ter dobre ponudbe lokalnih izdelkov, storitev in infrastrukture.
- ▶ **Trentinsko-Zgornje Poadižje:** veliko boljše so zorganizirani, ves pobran denar gre direktno nazaj v razvoj destinacije-regije in se denar ne preusmerja in porablja za druge namene kot se to počne pri nas. Ljudje, ki so neposredno zaposleni na račun turistične infrastrukture so tudi veliko bolj pripadni in efektivni.
- ▶ Adventna pot po Kačjaku (Avstrija).
- ▶ Menim, da so nam primerljive destinacije na Južnem Tirolskem in v vzhodni Avstriji. Destinacije so se najbolj uspešno razvile tam, kjer je prišla pobuda s strani prebivalcev, prisluhnili pa jim je tudi lokalna oblast, torej princip "od spodaj navzgor" in ne ravno obratno. Politika mora prisluhniti pobudam vsem vrstam deležnikov. Dober primer, ki ga lahko izpostavim, je **Innervillgraten**. Tam je pred desetletji nastala pobuda za predelavo lokalne volne. Razvili so celo vrsto produktov, ne le iz volne. Dober primer mi je tudi pokrajina **Waldviertel**, kjer so na pobudo lokalnega prebivalstva ponovno oživili pridelavo maka in razvijali produkte na osnovi tradicionalne pridelave. Vsaka destinacija mora prepoznati svojo prednost, svoje razvojne potencialne in graditi na njih. **Menim, da ni univerzalnega pravila. Če skupnost prepozna lastne potencialne in sprejme ustrezne strategije za uresničitev postavljenih ciljev, se lahko uspešno razvija.**

VPRAŠANJE 3b: Bi lahko predlagali kakšno primerljivo destinacijo v TUJINI – kot primer dobre prakse, ki je po vašem mnenju primer dobre prakse in direktno primerljiva z destinacijo Solčava-Lučé? Na kratko utemeljite.

- ▶ **Železna Kapla.**
- ▶ **Vulkanland steiermark** v Avstriji. Pred 10-timi leti je prof. Janez Bogataj na strokovni ekskurziji udeležencev eden destinacij dejal, da je edino Solčavsko primerljivo z Vulkanlandom.
- ▶ **Trbiž in okolica z Višarji** podobna pokrajina, ponudba neprimerljiva.
- ▶ Tujine ne poznam toliko. Lahko bi omenila majhno vasico v Italiji- **Balme** in vasica v Nemčiji- **Bad Reichenhall**. So z aplikacijo in z zapornicami ter parkirišči uredili prometni kaos.
- ▶ Razvoj turizma v **Železni Kapli** skupen razvoj njihovega območja.
- ▶ **Livigno** v Italiji. Nepremičnin ne prodajajo tujcem ampak samo domačinom. Celoletni turizem.
- ▶ **Avstrija v celoti je primer dobre prakse**, lahko gledamo že kar sosednjo **Železno Kaplo**

Med primeri dobre prakse v tujini večkrat omenjena **ŽELEZNA KAPLA**



VPRAŠANJE: 3. Kako bi ocenili obseg, razvitost in kakovost ponudbe in posameznih s turizmom povezanih storitev v občinah Solčava in Luče? S tem hkrati nakažete področja, kjer bi po vašem mnenju morali izboljšati kakovost/obseg/konkurenčnost ponudbe oziroma storitev – tako za vidik kakovosti bivanja kot za Solčavo-Luče kot zaokroženo turistično destinacijo. POMEMBNO: tukaj gledamo na konkurenčnost celotnega območja.



3 NAJSLABŠE OCENJENE STORITVE

- Primernost in obseg javnega prometa (1,7/4)
- Število in urejenost kolesarskih poti (2/4)
- Gostinska ponudba (2,2/4)

3 NAJBOLJŠE OCENJENE STORITVE:

- Kakovost nastanitvene ponudbe (3,5/4)
- Delo Centra Rinka in TIC-a Luče (3,2/4)
- Število in urejenost planinskih poti (3/4)

POD DRUGO:

- Odpiralni čas TIC-ev v času praznikov, vikendov, nedelj.
- Urejenost vaškega jedra in vaške kavarne, ki bi morala biti center dogajanja
- Aktivnosti za turiste v deževnih dneh



POMEMBNA
TEMA:
upravljanje
krajinskih
parkov (!)

Na tem mestu velja izpostaviti, da je glede na ponavljajoče komentarje o ne dovolj aktivnem upravljanju destinacije (finančna in kadrovska podhranjenost Centra Rinka in TIC-a Luče) – da je to področje res visoko ocenjeno. **Tema za delavnico!**

“

- **Ko bo ponudnik v lokalnem okolju živel in delal tudi izven sezone, tedaj bomo lahko rekli, da kraj živi.**

Lokalno prebivalstvo je med sezono v svojem kraju gostincem v napoto, ko se sezona zaključi pa ostanemo še brez tistega, saj se jim ne "izplača" delat. Komaj čakam, da se odpre Zadružnik v Solčavi. Tam čutim, da smo z družino vedno dobrodošli.

- **Pomanjkanje kadrov** v gostinsko turistični panogi.
- **Upravljanja parkov Logarska/Robanov kot/Panoramska cesta** sploh ni. Ni posluha prebivalcev, ki prosijo za ureditev prometa in sami pomagajo s predlogi. Režijski obrat KPLD sam pripravi plan, ki se ne posvetuje z drugimi in ga predstavi in da v potrditev konec aprila. To ni sodelovanje, niti dolgoročno poslovanje, saj smo prebivalci tisti, ki bi morali aktivno sodelovati pri tem...
- Veliko in še več prostora za izboljšave. Pogumno!
- Ocena je sicer bolj fokusirana na Luče (npr. smučarsko tekaške poti so v Logarski dolini zelo dobro urejene, v Lučah pa...?). Prav tako že iz ankete izhaja, da v Solčavi imajo več "podpornih lokacij" kot jih je v Lučah, **torej se v Solčavi bolj zavedajo spremljajoče ponudbe, pri katerih v Lučah zaostajamo.**
- Povezava Solčava-Luča ne bo šlo skozi.

Pomembno
delovati tudi
zven
sezone!

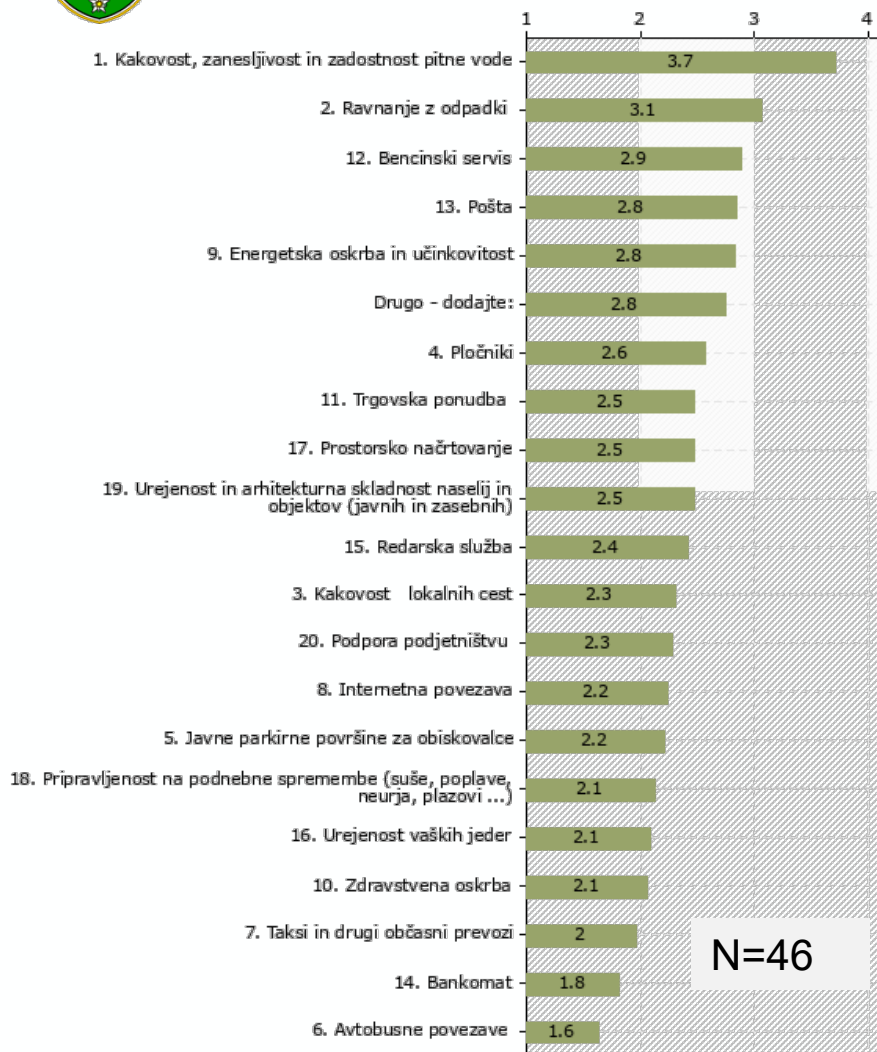
Kadri!

Sodelovanje,
vključevanje
domačinov –
šele takrat lahko
kraj živi.

VPRAŠANJE: 5. Kakovost in dostopnost javnih in drugih osnovnih storitev oz. objektov v občini Solčava – ki so pomembni za kakovost bivanja, hkrati pa so osnova urejene turistične destinacije. Pri tem upoštevajte tako kakovost storitev oz. objektov (njihovo zmožnost zadovoljevanja potreb uporabnikov) kot tudi njihovo dostopnost (geografsko in cenovno dostopnost ter enostavnost stika z osebjem).



SOLČAVA



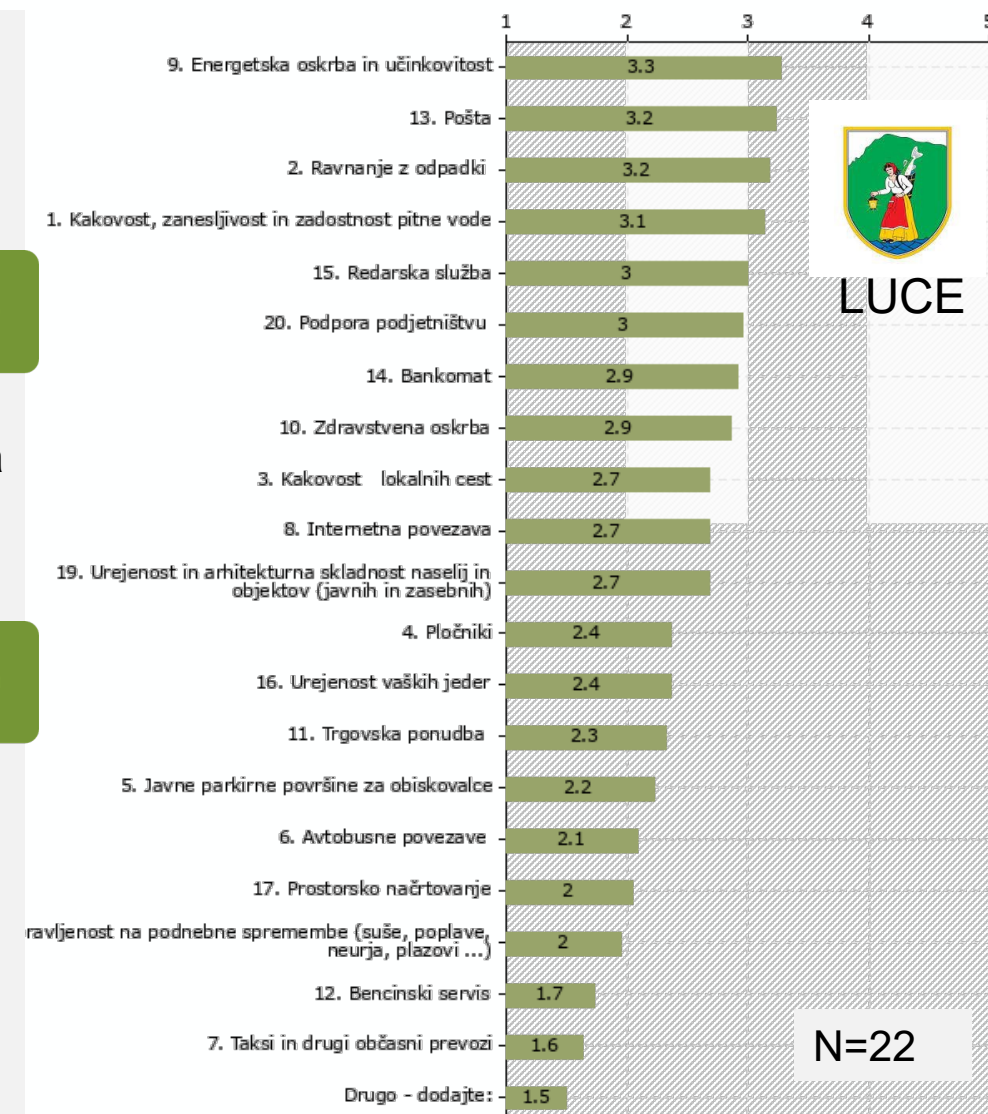
Relativno različni odgovori med občinama (najbolj razlika bencinski servis, prostorsko načrtovanje).

**3 V OBEH OBČINAH
NAJBOLJŠE OCENJENE
STORITVE:**

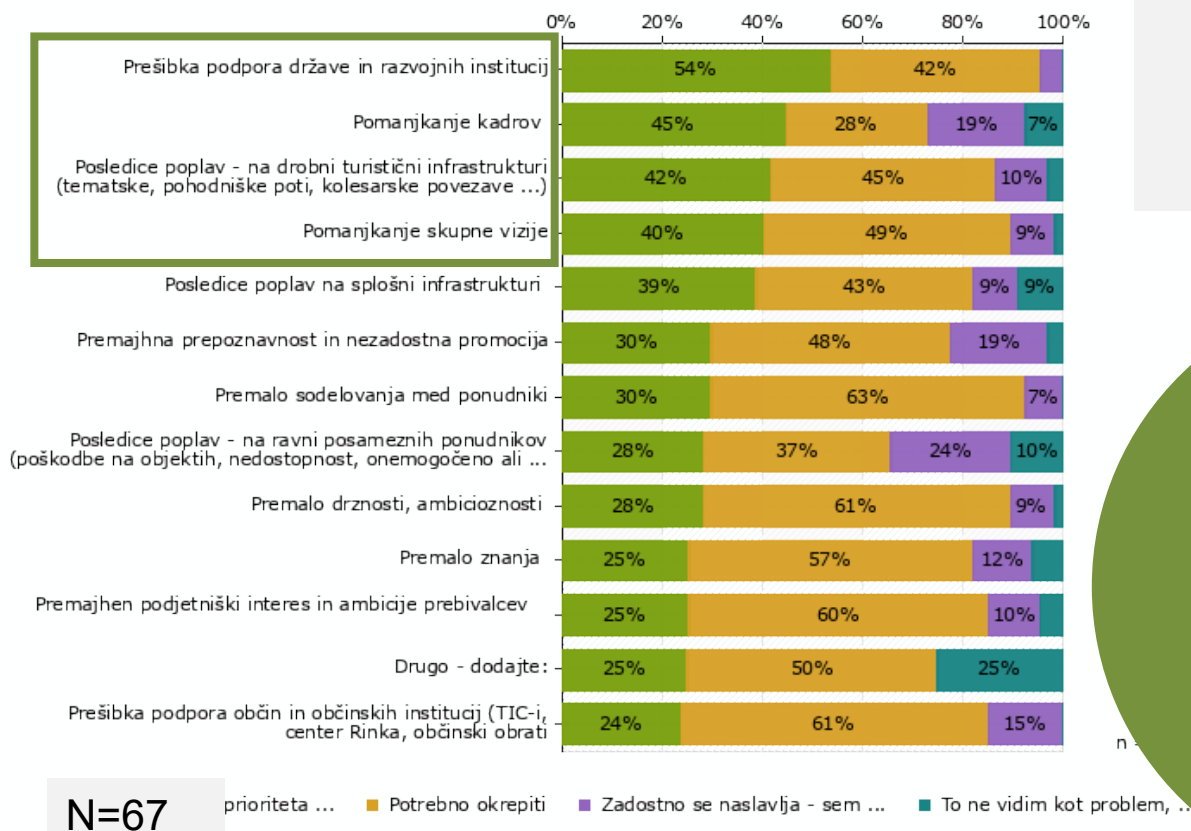
- Energetska oskrba, pitna voda in ravnanje z odpadki
- Pošta

**3 V OBEH OBČINAH
NAJSLABŠE OCENJENE
STORITVE:**

- Povezave (avtobusne, taksi in občasni prevozi) – precej
- Pripravljenost na podnebne spremembe
- Parkirne površine za obiskovalce



VPRAŠANJE 6: Na katerih področjih vidite največje ovire z nadaljnji uspešni razvoj turizma v destinaciji - kam moramo usmeriti resurse?



TOP 3 OVIRE – TOP PRIORITETE, POTREBNO OKREPITI:

- V VELIKI MERI **ZUNANJE OVIRE**, na katere imamo manjši vpliv (!): **Prešibka podpora države in razvojnih institucij**
- **Pomanjkanje kadrov**
- V VELIKI MERI ZUNANJE OVIRE: **Posledice poplav**:
 - Najbolj izpostavljeno v kategoriji poškodovana dobra javna turistična infrastruktura (in Savinja)
 - Tudi na splošni infrastrukturi
 - Na ravni ponudnikov

**MOČNA
„MEHKA“
OVIRA:**
Pomanjkanje
skupne VIZIJE
in
SODELOVANJA

TUDI POTREBNO OKREPITI – **NOTRANJI IZZIVI:**

- Promocija
- Drznost, ambicioznost
- Podjetniški interes in ambicija prebivalcev
- Podpora občin in občinskih institucij

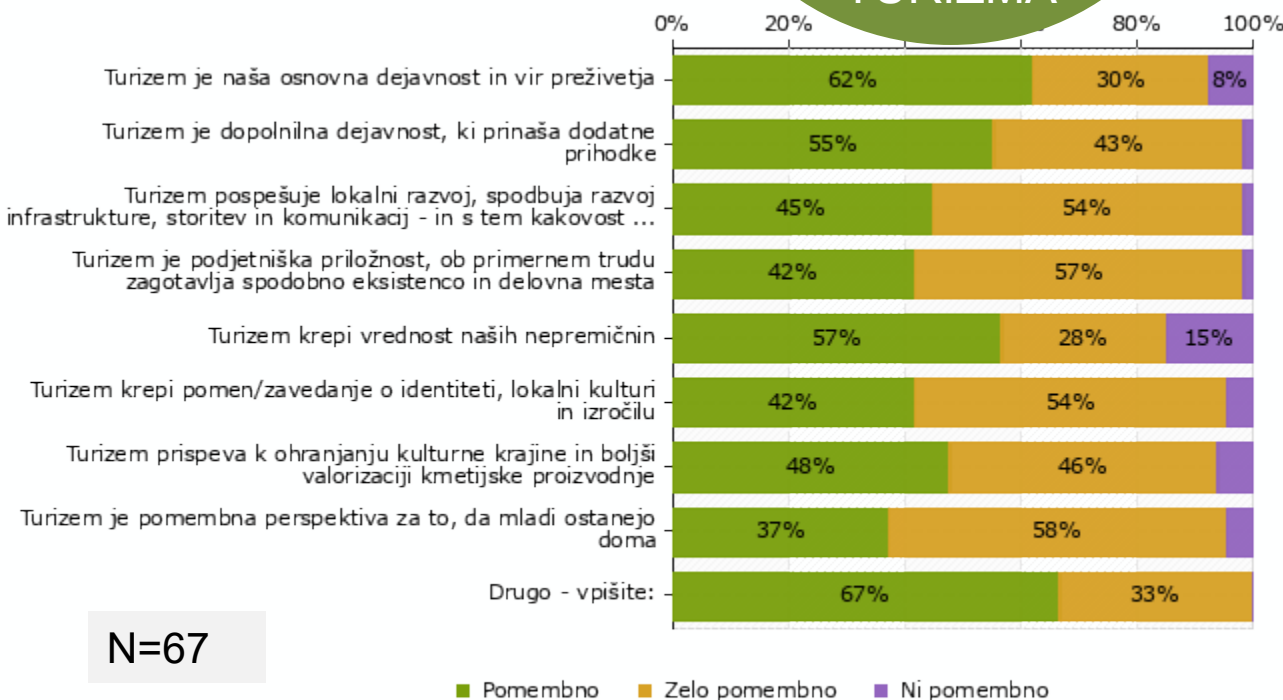
POD DRUGO DODANO:

- Premalo interesa
- Nepravilna podpora države, porušena vizija lokalnih institucij

VPRAŠANJE 7: Zakaj naj bi sploh razvijali turizem, zakaj je ta dejavnost pomembna za prebivalce in lokalno skupnost? Opredelite vašo stopnjo strinjanja.



Visoko
strinjanje z
vsemi vidiki
turizma –
pomembno ►
ŠIRŠE
RAZUMEVANJE
TURIZMA



NAJBOLJ IZPOSTAVLJENO:

- **Turizem je pomembna perspektiva za to, da mladi ostanejo doma!**

NA 2. MESTU PO POMENU

- Turizem je podjetniška priložnost, ob primernem trudu **zagotavlja spodobno eksistenco in delovna mesta**

NA 3. MESTU PO POMENU

- Od turizma so širše koristi: Turizem pospešuje lokalni razvoj, spodbuja razvoj infrastrukture, storitev in komunikacij - in s tem **kakovost bivanja**

KAKO SE ŠE RAZUME TURIZEM

- **Je več kot zgolj osnovna dejavnost in vir preživetja, prispeva k ohranjanju kulturne krajine, boljši valorizaciji kmetijstva, krepitvi identitete**

OMEJITEV ► ODGOVARJALI SO PONUDNIKI

- Pomembno bi bilo, da to vprašanje zastavimo širše v lokalni skupnosti – vsem prebivalcem!

N=67

VPRAŠANJE 8: Kakšen nadaljnji razvoj turizma si želite v občinah Luče In Solčava? Opreделите vašo stopnjo strinjanja.

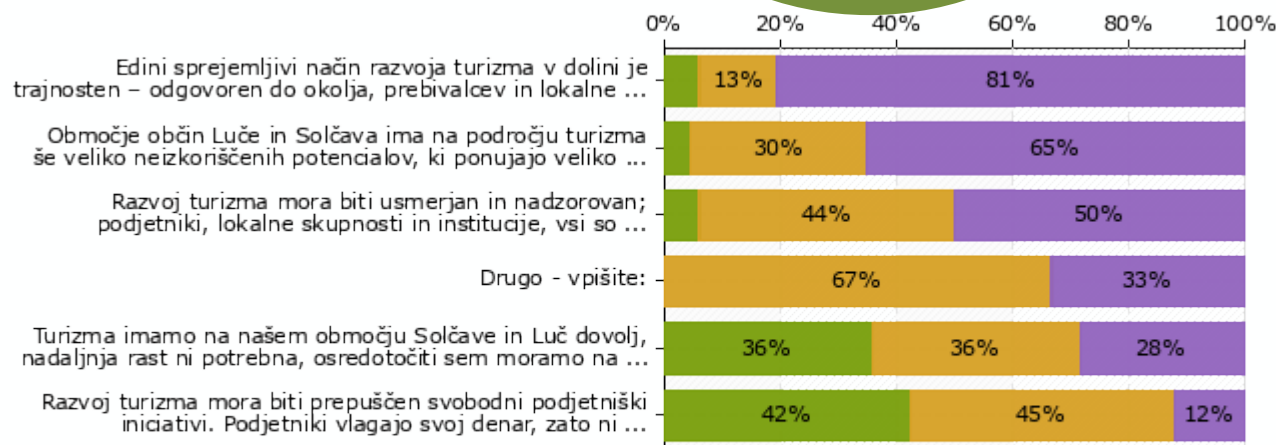


NAJBOLJ IZPOSTAVLJENO:

- Edini sprejemljivi način razvoja turizma v dolini je trajnosten – odgovoren do okolja, prebivalcev in lokalne kulture.**

VISOKO STRINJANJE (na 2. MESTU)

- Območje občin Luče in Solčava ima na področju turizma **še veliko neizkoriščenih potencialov, ki ponujajo veliko razvojnih priložnosti, predvsem za mlade**. Potrebno jih je izkoristiti na odgovoren način!



N=67

■ Se ne strinjam ■ Se delno strinjam ■ Popolnoma se strinjam

VISOKO STRINJANJE GLEDE USKLAJENEGA DELOVANJA – SLEDENJE DOGOVORJENIM STRATEŠKIM SMERNICAM + TUDI PO POTREBI OMEJEVANJE

- Razvoj turizma mora biti **usmerjan in nadzorovan**; podjetniki, lokalne skupnosti in institucije, **vsí so dolžni slediti dogovorjenim strateškim smernicam**. Spremljati je potrebno nosilne kapacitete naravnega in socialnega okolja in posamezne aktivnosti po potrebi tudi omejevati.
- Razumevanje, da gre za skupni prostor in da turizem ne more biti prepuščeno zgolj podjetniški iniciativi.**

VIZIJA

VPRAŠANJE 9:

**Vizija Solčave in Luč skozi prizmo turizma 2030
(turistična kot tudi širša - kakovost bivanja ter
ravnotežje med obiskom in življenjem)**

Kakšno naj bo življenje in kakšna podoba občin Solčava in Luče leta 2030, da bo po vaši meri in da bo privlačna za obisk tako domačih kot tujih obiskovalcev? Opišite, kako želite, da se živi, kaj se dogaja, kako naj izgleda vaša občina/kraj/destinacija čez okvirno 10 let. Kakšna je pri tem vloga turizma in kakšen je odnos med prebivalci in gosti?

V nadaljevanju so najprej prikazani VSI ODGOVORI SODELUJOČIH – VSI ZAPISI V CELOTI, nato pa jih povzamemo in oblikujemo presečne elemente – vsebine, koncepti, poudarki, ki se ponavljajo, izstopajo in imajo značilnost gradnikov vizije.

2030+

Ti elementi bodo nato osnova za oblikovanje vizije (kratek zapis skupne vizije).

Z rdečo barvo smo izpostavili tiste elemente, ki so „predmet“ vizije

- **Pomembno je, da ostane čista narava**, brez pretiranega poseganja in posiljevanja z neprimerno infrastrukturo. Skrbimo za okolje, ločujmo odpadke.. Lokalno prebivalstvo mora biti na prvem mestu, seveda pa s strpnostjo in prijaznostjo do turisti. Enako se pričakuje tudi od turistov.
- Zgradite ceste, dovolj široke, da se lahko srečata dva izletniška avtobusa. Že to bo veliko spremenilo.
- **Želim si, da se uredi prometna infrastruktura ter dostopi do obeh krajev iz vseh možnih smeri.** Posebej si želim kolesarsko stezo, ki bo varna za kolesarje. Potrebni je več urejenih parkirišč. Število motornih vozil je potrebno omejiti in okrepiti javni prevoz. Okrepiti je treba servisne storitve, ki so podpora turizmu. Večji poudarek je potrebno dati ponudbi hrane, saj se turistični ponudniki zaradi pomanjkanja in drage delovne sile otepajo nudenja hrane. Obiskovalce je potrebno usmerjati, da se v največji meri ohranijo naravne in kulturne vrednote. Potrebno je uravnotežiti pričakovanja turističnih ponudnikov in prebivalcev. Vsi prebivalci ne živijo od turizma, turistični ponudniki pa si želijo urejeno destinacijo in v tem smislu tudi podporo vseh prebivalcev. Želim si, da bi se oba TIC-a povezala, zaposlila kadre, ki bodo z veseljem delali v turizmu. Organizacija, ki bi skrbela za razvoj turizma, bi morala delovati bolj samostojno, avtonomno in ne imeti prevelikih pričakovanj do nenehne podpore občine. Seveda pa mora biti delo organizacije v skladu z razvojnimi usmeritvami obeh občin.
Skupno destinacijo vidim kot zelo perspektivno, saj ima ohranjeno naravo z številnimi naravnimi znamenitostmi in prav tako ohranjeno tradicijo ter kulturo, ki postajata vse bolj pomemben dejavnik vključevanja v turistične produkte. Ocenjujem, da je število turističnih kapacitet že nekje na zgornji meji. Potrebno jih je le bolje izkoristiti ter povečati število nočitev in dati prednost stacionarnim gostom pred dnevnimi obiskovalci.

“

Več interesa pomoči države, občine medsebojnega sodelovanja. In to bo potem naredilo boljši odziv gostov. Podučiti je treba prvo prebivalce, kako se do gostov obnaša šele potem se bo turizem razvijal v pravo smer.

- Trajnost, tradicija, okoljevarstvo, gostoljubje, butičnost, avtentičnost.
- **Območje naj v prvi vrsti omogoča kvalitetno življenje domačinov.** S tem namenom je pri razvoju turizma **potrebno upoštevati nosilno zmogljivost posameznih lokacije**, pri čemer je nujno ugotavljanje in spremljanje okoljske, gospodarske in socialno-kulturne zmogljivosti okolja. Turizem naj bo privlačen za obiskovalce (atraktiven, avtentičen), koristen za domačine (za vse, ki se ukvarjajo s turizmom in tiste, ki se ne) in naj spodbuja varovanje narave ter ohranjanje kulturne identitete (odgovoren, omejen-zdržen, v ravnovesju s tradicionalnimi dejavnostmi).
- **Življenje in turizem mora vključevati ohranjanje in promocijo naravnih lepote, kulturne dediščine ter trajnostnega turizma.** Urejene pohodniške in kolesarske poti, gostoljubne namestitve ter lokalno kulinariko - vse mora slediti smernici - kaj je avtohtono za Luče in Solčavo! Turistični produkt je lahko tudi **avtohtono doživetje kraja**, ki vključuje npr. eko-prijazno - **uporaba naravnih materialov**, kot so les, kamen in glina, ter obnovljivih energetskih virov za ogrevanje in osvetlitev; tradicionalna arhitektura - ohranjanje tradicionalnih gradbenih slogov in estetike, ki se sklada z okoliškim podeželskim okoljem; okolju prijazni vrtovi - ustvarjanje zelenih površin z avtohtonimi rastlinami in trajnostnim urejanjem okolice; vključitev lokalnih umetnikov in obrtnikov v oblikovanje turistične infrastrukture; razgledne točke - postavitve teras, balkonov ali panoramskih "oken", ki omogočajo čudovite razglede na naravne lepote okoliškega območja.

“

- ▶ Ključna vloga razvoja turizma na takšno destinacijo kot je naša, ki ima skupno manj kot 3000 prebivalcev, celotna destinacija ZSD pa 16.500 prebivalcev je: da se izkoristi potencial naravnih danosti in kulturne dediščine, ki nam jo ponuja dolina v smislu, da se generirajo dodatna delovna mesta za prebivalce v dolini, **da lahko ostanejo in delajo doma ter s tem preživljajo sebe in svojo družino, hkrati pa imajo dovolj sredstev za nadaljnji trajnostni razvoj, ki omogoča stabilno poslovanje in prihodke na dolgi rok.** Odnos med gosti n gostitelji: prijazen, prijateljski in individualen, kar generira stalne goste , ki se vračajo, ker cenijo avtohtono ponudbo in ne masovni turizem, naravnan na sobivanje z naravo, počitek, zdrav način življenja, dobro hrano in dobro počutje..... **Cilj: dolina kvalitetnim gostom, postane drugi dom - mesto pobega od hektičnega življenja, ki je prisoten v večini mest, službah in bolj naseljenih okoljih.**
- ▶ Ohraniti moramo dobrine, ki jih v krajih že imamo (trgovine, pošta, bankomat, zdravnik, lokali) in okrepiti gostinsko ponudbo ter urediti turistično infrastrukturo (že obstoječe poti) ter poskrbeti za razvoj novih (kolesarska, nova ureditev planinskih poti). Trenutno na prvi pogled ni privlačen noben od krajev, vendar v Solčavi pričakujem, da se bo to uredilo v naslednjih 10 letih, če se ne bo vsake par let zgodilo nekaj izrednega (covid, poplave).
- ▶ **Čez 10 let bi si želela, da bi bil naš kraj središče vasi urejeno** ne da se vse podira in propada. Da bi ljudje bili povezani in sodelovali v skupnih dogodivščinah za turiste. Da bi naredili kaj zanimivega in novega za goste.... Od projekta Panoramska cesta se ni naredilo nič kaj bi bilo zanimivo za turiste...
- ▶ V Solčavi je veliko praznih hiš, ki propadajo in s tem povzročajo, da je vas nepriljubljena. Z nivoja občine je potrebno nekaj ukreniti v to smer, da se z propadajočimi nepremičninami uredijo stanovanjski objekti, kjer bodo mladi lahko bivali. **Zagotoviti je treba tudi dodatne parcele. To je osnova za razvoj turizma v obeh občinah.** Paziti je potrebno, da ne bo preveč kapacitet, ki nudijo zgolj namestitve - potrebujemo višjo dodano vrednost s ponudbo hrane, pijače, trgovin, vodenj, animacij, ponudbe za zdravje...
- ▶ **Vlaganje v prihodnost mladih z poudarkom na turizmu in razvoju.** Več vodenih tur, ogledov, boljše povezave tako lokalne kot medkrajne. Boljša organizacija dogodkov in boljše oglaševanje (socialna omrežja, obvezno tik tok profil). Odnos med prebivalci in gosti mora biti pozitiven, prijazen. Domačini smo srčni ljudje, tega je premalo v svetu in na to moramo biti ponosni in to tudi pokazati
- ▶ **Ohranjati lastništvo v domačih rokah. Razvijati inovativne prakse v predelavi kmetijskih in lesnih izdelkov. V turizmu...** Manj je več oziroma upoštevati nosilnost okolja in delovne sile. Najti vlogo ekoloških občin za širšo skupnost in trženje teh kakovosti. Razvoj inkubatorjev za mlade podjetnike, prenos znanja, na mladino.
- ▶ Urejena infrastruktura (ceste, kolesarske poti, tematske, planinske poti) športna infrastruktura za domačine in obiskovalce. Usmerjen turizem, organizirana dodatna ponudba vključno z lokalno kulinariko široka ponudba lokalnih izdelkov in pridelkov, večina domačinov zaposlenih doma, domačini skrbijo za urejeno in neokrnjeno naravo, obiskovalci so spoštljivi do narave, domačinov.

“

Občini naj bosta urejeni: urejena kakovostna trajnostna, subtilno umeščena in zgolj za kakovostno življenje potrebna infrastruktura, kakovostno trajnostno urejeno področje komunale - pitna voda v Lučah,, območji urejeni na področju prostorskega razvoja, ki naj bo v skladu z davnimi tradicijami in ne izključno smernicami posameznih inštitucij, ki pogostoma nimajo tradicionalnih znanj in vedenj. Tako urejeni kraji in zadovoljni samodržni in samooskrbni domačini bodo najboljši turistični produkt in magnet za število in strukturo turistov, ki jih območji dostojno preneseta.

- ▶ ***Najprej bo potrebno poskrbeti stanovanja/prebivališča za domačine za mlade, ki odhajajo, da se bo čez nekaj let še sploh kdo ukvarjal s turisti.** *Veliko škodo predstavlja tudi načrtovana obvoznica v Lučah, ki bo turistom namesto prekrasnega sprehajanja ob reki in ohlajanja v poletnih mesecih popolnoma onemogočila dostop do reke, ki je premalo izkoriščena. Res je, da je v preteklem letu pokazala zobe, ampak, če se primerno sanira, lahko zopet normalno zaživimo z njo. *Promet bi lahko zmanjšali z redno linijo enega ali več mini busov, ki bi skozi cel dan vozili relacijo Luče-Solčava-Logarska dolina in nazaj, tako bi močno povezali kraje.
- ▶ 1. Gospodarstvo in kmetijstvo ima močno javno podporno okolje, ki ga pomaga vzdrževati **2. Prebivalca, domačina se spoštuje in vključuje v načrtovanje razvoja in vzdrževanje okolja in prostora** 3. Spoštujemo različna mnenja, ki se lahko odlično dopolnjujejo 4 **Zadovoljen, srečen domačin** zagotovi, da bodo tudi obiskovalci zadovoljni odhajali iz destinacije in to je najboljša promocija.

- ▶ **Turistično sezono moramo razširiti - podaljšati.** Turistov je v juliju in avgustu po našem mnenju dovolj oz. Toliko, da je prebivalcem še omogočeno normalno življenje in turisti v okolju niso "motečiči". Zato povečevanje kapacitet za sezono ni potrebno. **Moramo pa zagotoviti dodatne dejavnosti in dodatno ponudbo, ki bo turistom zapolnjevala njihove počitnice** in ki bo turiste privabljal tudi izven navedenih dveh mesecev. Strategija bi torej morala biti usmerjena v kakovostnejšo ponudbo z večjim vključevanjem prebivalcev in v podaljšanje turistične sezone in ne v večjo količino nastanitvenih kapacitet
- ▶ **Nujno potrebna je umiritev prometa na celotnem območju obeh občin.** Oblikovati je potrebno skupno blagovno znamko in pristopiti k enovitemu trženju. **Omejiti kapaciteto sob v obeh občinah glede na čistilne naprave, ravnanje z odpadki...** In nenazadnje - zaposlenim pri zasebnikih dati spodobno plačilo za njihovo delo, saj bodo le na tak način mladi ostali v kraju in videli priložnost v turizmu. Mladim vcepiti v glavo ponos in samoumevne lepote naših krajev.
- ▶ **Pomembna se mi zdi skladna/enotna podoba obeh krajev,** kjer se kot domačin ali obiskovalec v prvi sekundi počutiš domače. Da vseeno ne bi bilo prenasičenosti z obiskovalci in da bi shajali skladno en z drugim. Vsekakor mora biti turistična ponudba privlačna in raznolika, da bi se ustvarilo čim več delovnih mest in da bi se obiskovalce lahko usmerjalo. Pomembno se mi zdi, da se uredi javni promet (lokalni kombi, več e koles...). Velik doprinos imajo tudi prireditve/večerne aktivnosti...Da imajo obiskovalci možnost "zapraviiti" denar :)
- ▶ **Tako Solčavi kot Lučam manjka ožvitev vaškega jedra, kjer bi se turisti kot tudi domačini radi sprehajali.** Manjka dodatne ponudbe kot so razne trgovinice s spominki in podobno, ki bi vabile obiskovalce, da se ustavijo, pogledajo in tudi kaj kupijo. Središče vasi bi moralo biti namenjeno le pešcem in kolesarjem. Promet bi moral potekati po obvoznici.

“

- ▶ Če bo kot pred poplavami bo vredu, ker v 10 letih se kaj več narediti ne bo moglo.
- ▶ Podoba vasi se more vrniti, kar nekaj desetletij nazaj, če hočemo da bodo turisti obstali dlje kot en dan, to ne pomeni za trende ki se uveljavljajo ampak izgled kraja. Lahko imaš asfalt do vsake kmetije ampak kaj to pomeni za turizem?! Lahko imaš vse v betonu, kovini \"pločniki, stavbe, ograje, klopi,...\". Ne vem katera populacija gostov išče navdih v takšnem kraju, predvsem se moreš osredotočiti na izgled kraja z neko vizijo, ki pa more biti podprta širše. Povezovanje med turističnimi subjekti vsak vedeti za ponudbo v destinaciji, toda dokler se bo samo peščica trudila in živela direktno od turizma, ostali pa bodo sam primaknili lonec, to ne bo funkcioniralo.
- ▶ **Sodelovanje.** Turist išče in najde ponudbo 9 mesecev v letu in ne samo 4. Lokalna skupnost, ki sobiva s turizmom in se s ponudbo dopolnjuje. Na tak način turist odide zadovoljen in se vrne.
- ▶ Potrebno je delati na skupnih programih in paketih širše, postaviti jasno mejo zmogljivosti, torej urediti parkirišča za omejitev dostopa v destinacijo, urediti javni promet.
- ▶ **Truditi se je potrebno za kvalitetni in usmerjen butični turizem,** veliko gostov ki si želijo neokrnjeno naravo in mir. Kvalitetno življenje za nas ki tu živimo. Če se bomo mi dobro počutili, se bodo tudi naši obiskovalci. **Urejen umirjen promet posebej čez poletje,** urejene kolesarske poti in celotna infrastruktura. Več ponudbe kvalitetne domače hrane.
- ▶ **Želim si, da bi imeli varne in sonaravno urejene vodotoke,** bolje urejeno cestno infrastrukturo, veliko več kolesarskih poti in tekaških prog ter kakovostno gostinsko ponudbo.

V nadaljevanju iz zapisanih komentarjev, pogledov izpostavljam elemente, ki se ponavljajo in imajo značilnost gradnikov vizije.

Turizem je še vedno najbolj pomembna panoga za prebivalstvo Solčave, prav tako Luč. vedno bolj bo treba pogledati na mlade, da ostanejo doma. jim dati priložnost za bivanje, za delo, za ideje. turizem še vedno mora biti trajnosten, odgovoren. potrebno omejiti prevoze, uvesti več avtobusnih prevozov. posodobiti ponudbo. tako lahko turist doživi nekaj posebnega pri bivanju v občini Solčava in Luče. **Nujno je potrebno sodelovanje, povezovanje vseh deležnikov - ponudniki, lokalno prebivalstvo, javni sektor ...** potrebno je okrepiti najprej osnovne stvari - restavracije ipd. Če imamo toliko nastanitev, gostov... le-ti pa nimajo možnosti, da nekje pojedjo kosilo ??? trgovine ipd.

ELEMENTI VIZIJE, KI IZSTOPAJO

Kakovost
življenja
domačinov
(povezana
gorska skupnost)

Urejene vasi
(vključno z
dostopnimi
javnimi storitvami)

2030+

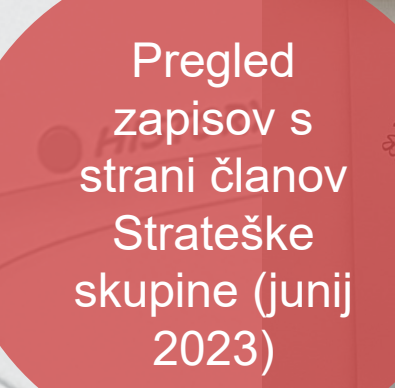
TRADICIJA,
AVTOHTONOST

Priložnosti
za mlade

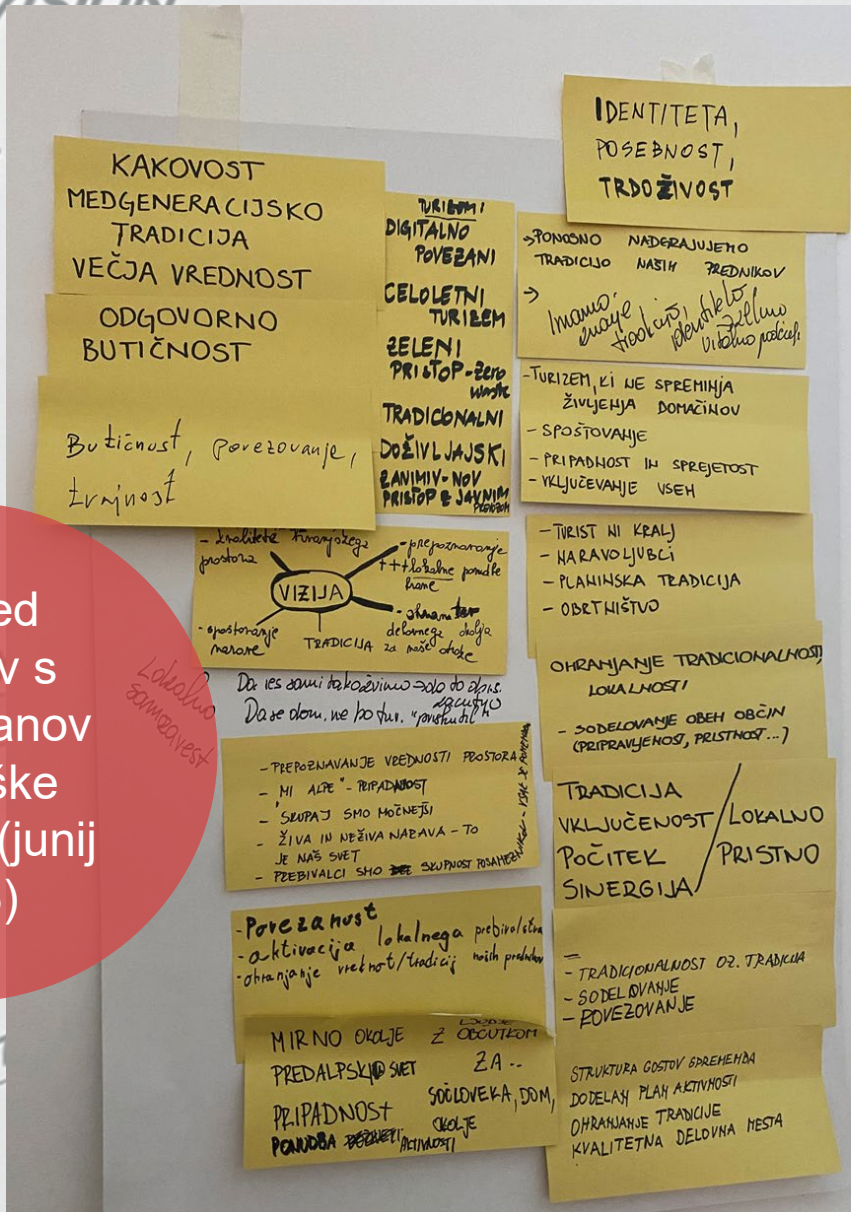
Uravnotežena
in celoletna
ponudba

Urejena
infrastruktura
(prometna in
turistična)

JOURNEY VISION™



Pregled
zapisov s
strani članov
Strateške
skupine (junij
2023)



- Identiteta, posebnost, trdoživost
- Ponosno nadgrajujejo tradicijo naših prednikov (imamo znanje, tradicijo, samozavest in smo zeleno vitalno podeželje)
- Turizem, ki ne spreminja življenja domačinov; spoštovanje; pripadnost in sprejetost; vključevanje vseh; turist ni več kralj; smo sami in nagovarjamo naravoljubce; planinska tradicija; obrtništvo
- Ohranjanje tradicionalnosti in lokalnosti; sodelovanje vseh občin (pripravljenost, pristnost ...)
- Tradicija, vključenost, počitek, sinergija; lokalno in pristno
- Tradicionalnost oziroma tradicija; sodelovanje in povezovanje
- Struktura gostov – sprememba; dodelan plan aktivnosti; ohranjanje tradicije; kakovostna delovna mesta
- Digitalno povezani; celoletni turizem; zeleni pristop – zero waste; tradicionalni; doživljajski; zanimiv – nov pristop z javnim prevozom (razlaga - primeri iz Zelenega dne, kako motivirati k uporabi javnega prevoza
- Kakovost; medgeneracijsko; tradicija, večja vrednost; odgovorno; butičnost
- Butičnost; povezovanje; trajnost
- Ohranjanje kvalitetnega bivanjskega prostora, prepoznavanje lokalne ponudbe hrane; ohranitev delovnega okolja; tradicija za naše otroke; spoštovanje narave
- Prepoznavanje vrednosti prostora; „MI-ALPE“ – pripadnost; skupaj smo močnejši; živa in neživa narava – to je naš svet; prebivalci smo skupnost posameznikov, vsak je pomemben
- Povezanost; aktivacija lokalnega prebivalstva; ohranjanje vrednosti, tradicij naših prednikov
- Mirno okolje; ljudje z občutkom za sočloveka, dom, okolje; pripadnost; ponudba aktivnosti
- Lokalna samozavest

VPRAŠANJE 9: Kako vidite prihodnji razvojni model turizma za Solčavo-Luče kot turistično destinacijo? Izberite enega od spodaj predstavljenih možnih scenarijev prihodnjega razvoja turizma, ki se vam zdi ustrezen za naše destinacijo.

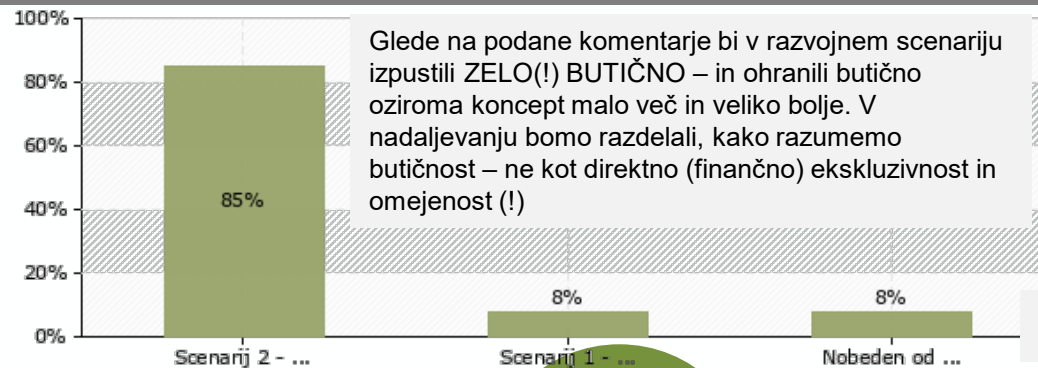


8 %

Scenarij 1 - »POSEL KOT PONAVALI«:

Nadaljevanje dosedanjega načina razvoja turizma po modelu sledenja trendom povpraševanja

(gre za manj aktivni model razvoja turizma, ki ga v preveliki meri opredeljujejo sezonske špice - tako glede stacionarnega kot še posebej dnevnega obiska - kjer se daje več poudarka na urejanju prometa in infrastrukture, sicer pa ohranjanje dosedanjega pristopa brez večjih sprememb)



N=65

85 %

Scenarij 2 - »ZELO BUTIČNO – MALO VEČ IN VELIKO BOLJE«:

Ciljno načrtovani razvoj z aktivnim upravljanjem in partnerstvu turizma, kmetijstva in gozdarstva za doseganje višje dodane vrednosti, skozi zmerno rast obsega kapacitet ter s poudarkom na trajnostni rasti in krepitvi kakovosti nastanitvene in raznolikosti spremljajoče ponudbe,

za večjo uravnoteženost in desezonalizacijo

(razvoj turizma se aktivno vodi na uravnotežen in trajnosten način, z zelo osredotočenim delom na razvoju kakovostne ponudbe in jasne pozicije destinacije, ki pritegne zahtevnejše obiskovalce in prinaša večjo vrednost za vse dejavnosti - in to v vseh 4 letnih časih)

POJASNILO:

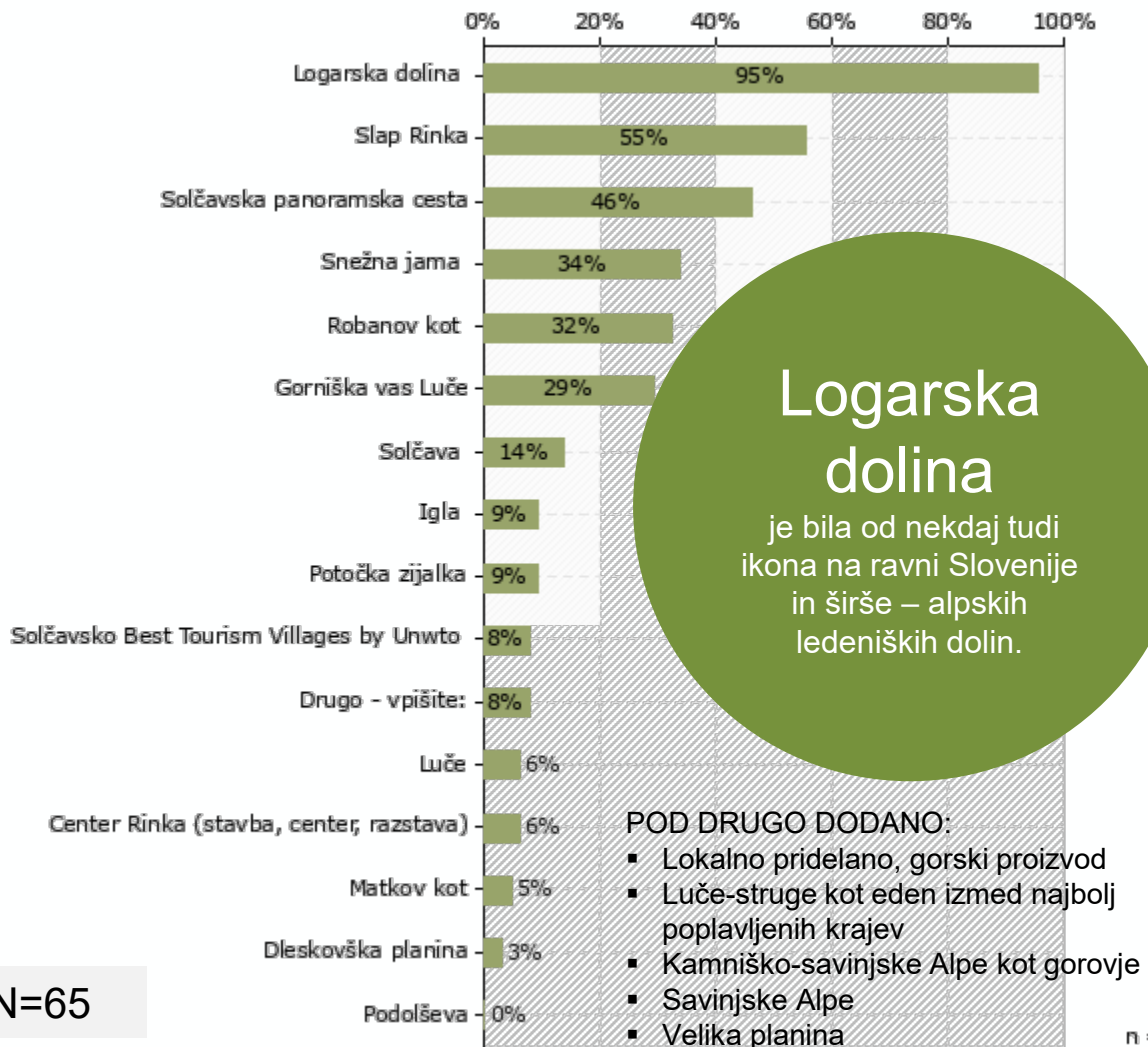
Metodologija scenarijev je namenjena bolj jasnemu prikazu tega, kaj želimo oziroma kaj ne želimo. Vemo, da v praksi ni tako jasnih končnic in da gre za postopne procese prehoda – pomembna je smer in vizija.

8 %

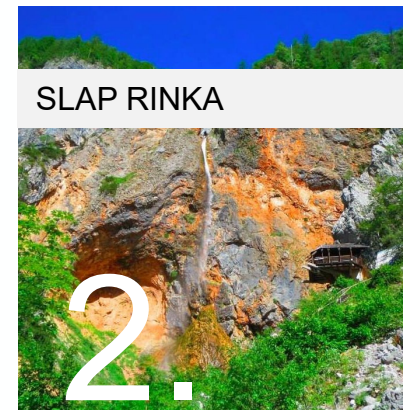
NOBEDEN OD SCENARIJEV – pogledi:

- „Zlato sredino, ne preveč butično, da bo na voljo večji populaciji, a omejeno glede števila da ne bo množičnega turizma“.
- Scenarij 2, vendar dodelano, da ni samo butično, zahtevnejši obiskovalci so v manjšini.
- „Nekaj vmes. Zelo butičnega se boste lahko šli le iz zraka. Zato mora biti najprej 1., ki napreduje v 2. Vi pa niste niti v 1.“

VPRAŠANJE 11: Po čem menite, da je vaša turistična podoba na trgu najbolj prepoznavna, kateri element k tej prepoznavnosti največ prispeva? (POZOR – upoštevajte celoto, torej območje obeh občin, Solčave in Luč; možni so največ pet odgovorov)



NAJBOLJ PREPOZNAVNE IKONE PO MNENJU DELEŽNIKOV



POJASNILO:
Navedeni so bile vse ključne prepoznavne točke/ikone/atrakcije/znamke.

OMEJITEV: Gre za pogled od znotraj – kaj mi vidimo kot najbolj prepoznavno (tudi skozi fidbeke s trga in od gostov).

VPRAŠANJE 12: Kateri motiv menite, da je najbolj pomembne za prihod in večdnevno bivanje vaših gostov?

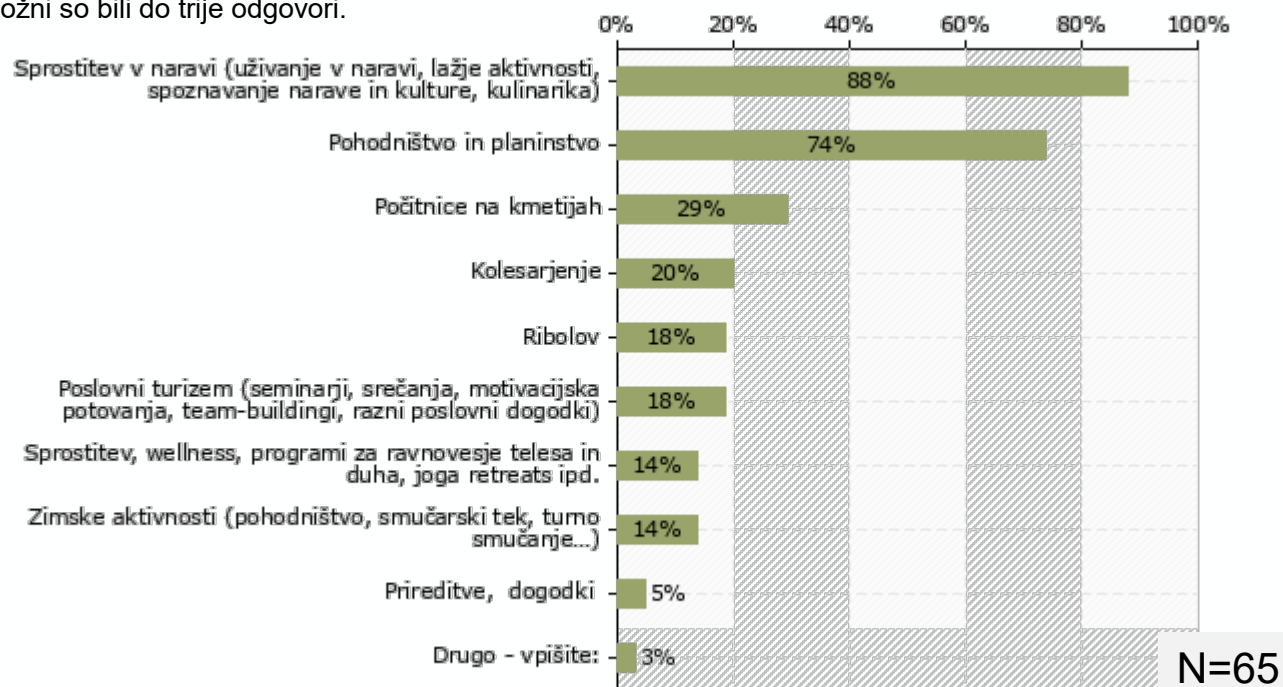
KAJ MENI STROKOVNA JAVNOST – KAJ JE NAJBOLJ PREVLADUJOČ MOTIV PRIHODA?

Sprostitev v naravi

(uživanje v naravi, lažje aktivnosti, spoznavanje narave in kulture, kulinarika)

88
%

Možni so bili do trije odgovori.



SLEDIJO

Pohodništvo in planinstvo

Počitnice na kmetijah

(PODAN KOMENTAR: kolesarjenje bi lahko bilo pomembno, če bi imeli urejene kolesarske poti).

Kolesarjenje

Ribolov*

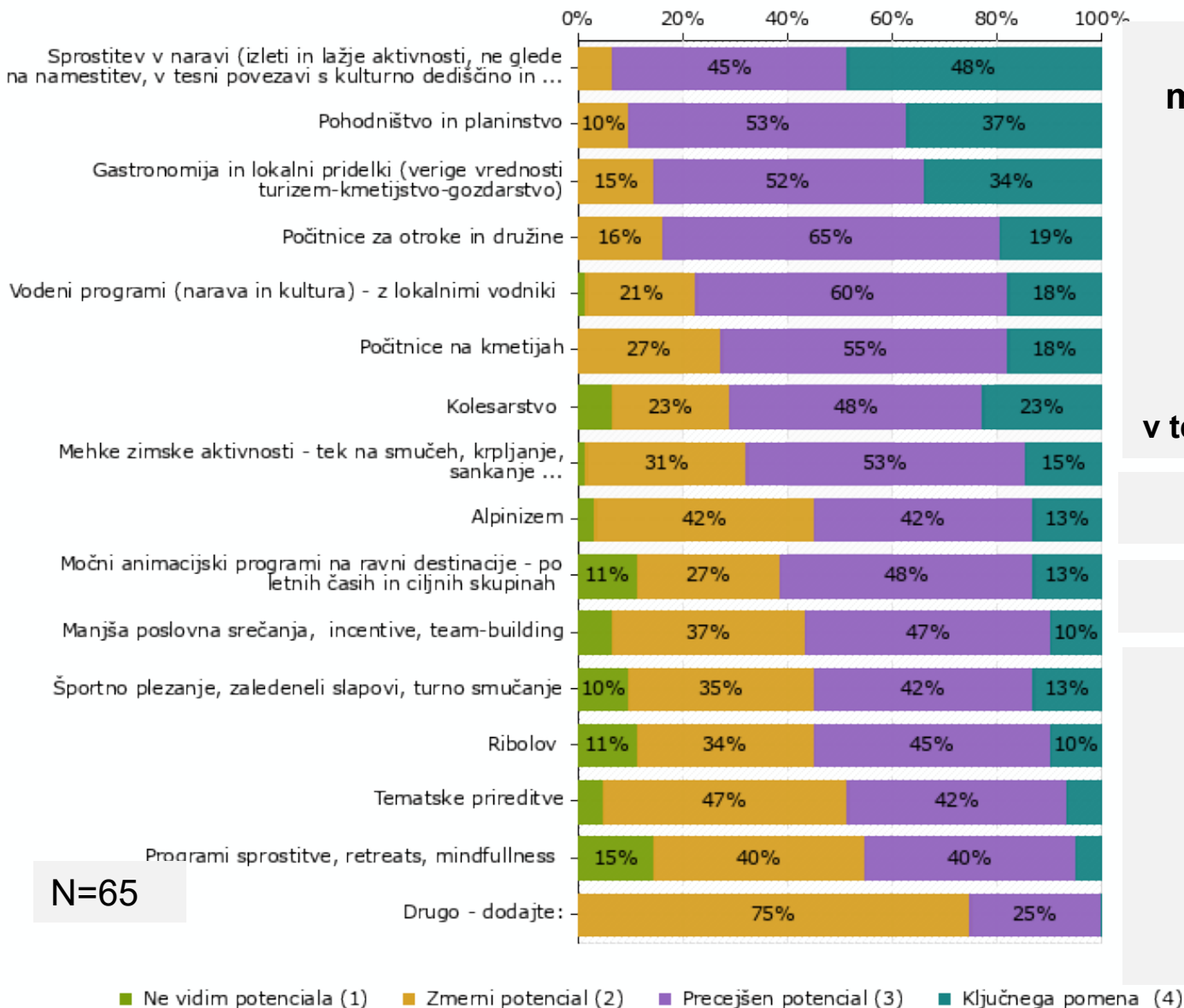
(*Nišni, omejen produkt, z omejenim številom dovolilnic)

POMEMBNI TUDI
(za zelo jasne ciljne segmente)

Poslovni turizem

Sprostitev, wellness, programi za ravnovesje telesa in duha, retreati ...

VPRAŠANJE 13: Na katerih področjih ponudbe/produktov vidite največje priložnosti za Solčavo-Luče?



V prejšnjem vprašanju smo vprašali, kateri motivi/produkti so trenutno najpomembnejši, na tem mestu pa, kje vidijo deležniki še potencial za naprej.

Tudi tu je na prvem mestu:

1. Sprostitev v naravi

(izleti in lažje aktivnosti, ne glede na namestitev, v tesni povezavi s kulturno dediščino in tradicijo tega prostora)

2. Pohodništvo in planinstvo

3. Gastronomija in lokalni pridelki

Nato v podobnih deležih sledijo:

Počitnice za otroke in družine

Vodeni programi

Počitnice na kmetijah

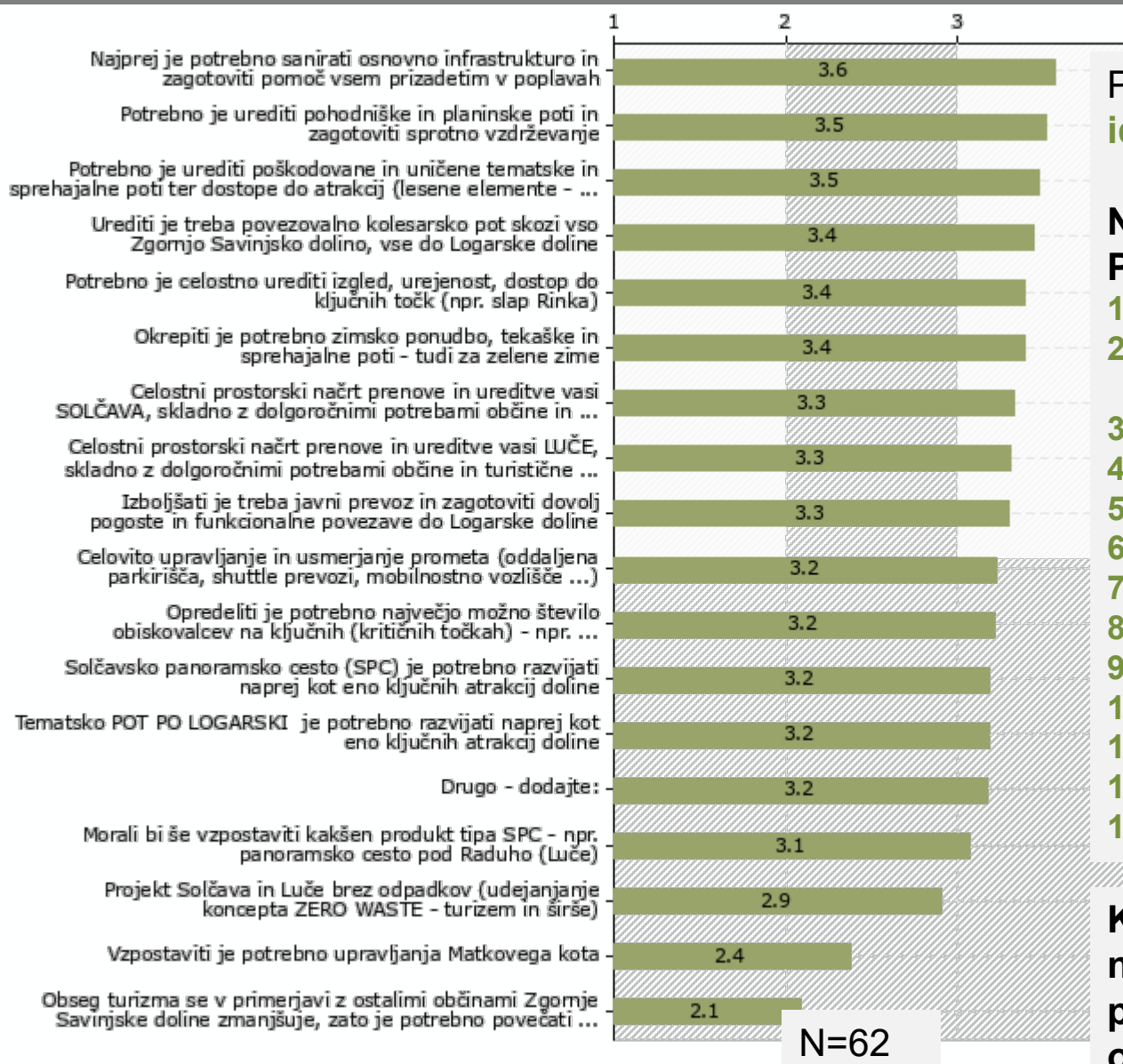
Kolesarstvo

Mehke zimske aktivnosti

Močni animacijski programi na ravni destinacije

Manjša poslovna srečanja

VPRAŠANJE 14: Kateri infrastrukturni in programski projekti so po vašem mnenju za destinacijo najbolj pomembni in v katere je potrebno vlagati največ?



Pravokotna struktura stolpca **nakazuje, da so vsi identificirani večji projekti POMEMBNI!**

NAJBOLJ PA JE IZPOSTAVLJEN POMEN SANACIJE PO POPLAVAH, sledijo:

1. Ureditev pohodniških in planinskih poti – z vzdrževanjem
2. Urediti poškodovane in uničene tematske in sprehajalne poto ter dostope do atrakcij
3. Urediti kolesarsko pot skozi ZSD
4. Urediti izgled, urejenost, dostop ključnih točk (slap Rinka)
5. Okrepiti zimsko ponudbo
6. Celostno urediti vasi Solčava in Luče
7. Izboljšati javni prevoz in povezave do Logarske doline
8. Celovito upravljati promet
9. Določiti in upravljati nosilno zmogljivost
10. Nadalje razvijati SPC + Pot po Logarski dolini
11. Potrebno razviti še kakšen produkt, kot je SPC – pod Raduho
12. Zero waste koncept v obeh vaseh/občinah
13. Upravljanje Matkovega kota

Krepitev obsega nastanitvene ponudbe je najnižje ocenjena.

DODANO POD DRUGO:

- Plezalna stena Igla
- Turizem ni samo v Logarski dolini.
- Upravljanja Robanovega kota

- ▶ Vse našteti projekti (ključnega pomena) + **javni prevozi (po Logarski dolini, iz mestnih središč - iz Ljubljane tudi poleti), upravljanje s parkirišči povsod, tudi v sami Solčavi.**
- ▶ Solčava....naj vas?? Kaj pa lahko obiskovalec vidi, doživi, okusi? Zaprte lokale in propadajoče hiše... Luče....gorniška vas?? Oglušujoč promet skozi vas, nikakršne izvensezonske ponudbe.... **Kar nekaj je skupnih stvari, ki bi jih lahko izvedli skupaj, na primer: planinski muzej, olcarski muzej, lovska hiša**
- ▶ **PRODUKTI: Planine Robanov kot, Grohot, Logarski kot, Matkov kot Podolševa...kmetije, lepa kulturna dediščina in kulinarika Solčavskega.**
- ▶ **Zapreti cesto med hotelom Plesnik in kmečko hišo Ostrica,** saj je to najlepša sprehajalna pot. In ustrezno urediti obvoz okrog.
- ▶ **Ureditev tematske poti v Podolševi, postavitve kakšnega razglednega stolpa....**
- ▶ **1. Razgledne točke Luč.** Strmec - pogled, Krnica - Volerske njive, Raduha - Nadlučnik....ureditev peš/kolesarskih poti in infrastruktura na lokacijah. **2. Kolessarski marš.** 4 skupine. Prva starta ob pol osmih. Lokalni zajtrk v s baru. Pot čez Duplje pod Snežno jamo. Ogled jame, kosilo na loki in vračanje v vas. Idej je veliko, treba bo gledat širše in se povezati.
- ▶ **Občinska celostna prometna strategija (OCPS)** bo osnova za izboljšanje vseh investicijskih projektov na področju trajnostne mobilnosti..... Ključnega pomena.
- ▶ **Planinski muzej, sprehajalne in pohodniške poti** (Solčava-tisa- Firšt), urediti Medvedovo pot, obnoviti markacije na poti Strevc-Potočka zijavka, pomoč pri ureditvi Fidove zijalke, dodatna ponudba na temo celjskih grofov, fida, solčavski Romeo in Julija...
- ▶ Kot zgoraj: celovito upravljanje s prometom (tudi mirujočim), učinkovito upravljanje KP ogarska dolina, učinkovito upravljanje in vzdrževanje, nadgrajevanje in trženje obstoječe turistične infrastrukture. Vse po principu manj je več. **Visok nivo kakovosti brez nepotrebne navlake.**
- ▶ **Planinska razstava v župnišču, kolessarnica za kolesa** (e kolesa, ki jih izposoja rinka) skladna označitev po vasi Solčava, pešpot do tise, Medvedova pot
- ▶ **Prvo je potrebno popraviti stare poti, nadgraditi s kakšnim razgledom, potem misliti na nove!**
- ▶ **Nujna ureditev vseh že obstoječih poti, ki se še propagirajo v preteklih materialih.** Ne veliko potrebujemo novih, ki bodo čez par let spet propadle, ampak samo kakšno/par, ki jih zmoremo vzdrževati in se k tem kot destinacija tudi zavežemo.
- ▶ **Kolessarske down hill proge** - že narejene (Vršnik Marko), v dogovoru z lastnikom izvesti takšno stanje, da bo proga lahko koristila tudi širša javnost (plačana uporabnina) in da bo na njej mogoče izvajati tekmovanja. Trim steza s pripomočki za izvajanje različnih vaj. Lahko ob poti iz Luč proti Igli ali na prodih. **Urejeno kopališče na Lučnici /Savinji.**
- ▶ **Ureditev možnosti prodaje lokalnih izdelkov** (trgovinica, samopostrežna tržnica,...).

EN SKLOP ODGOVORA, KI JE ZA VEČJO PREGLEDNOST PO POSAMEZNIH PROJEKTIH:

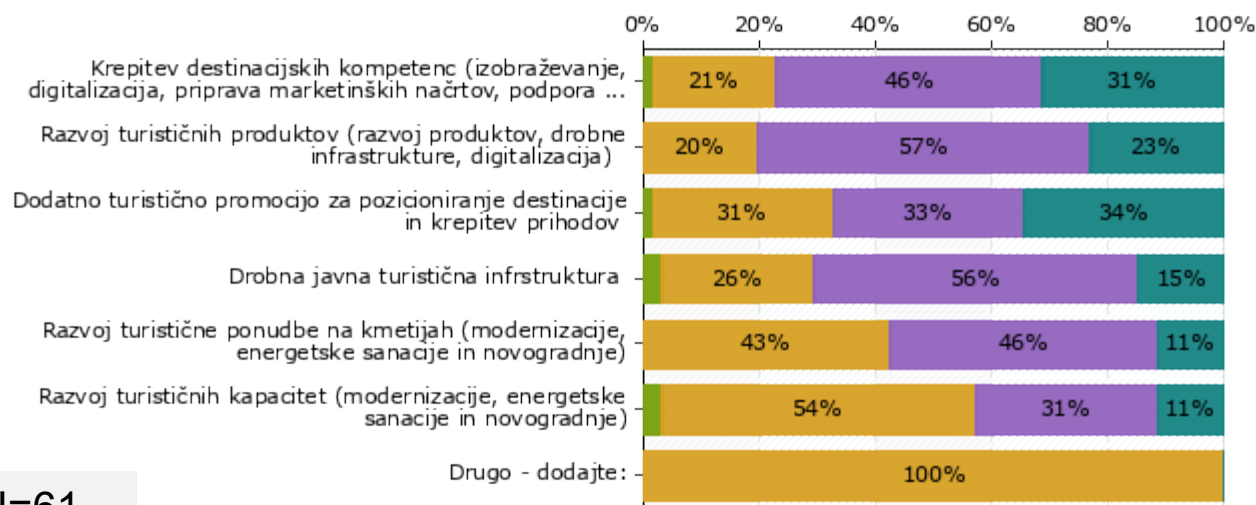
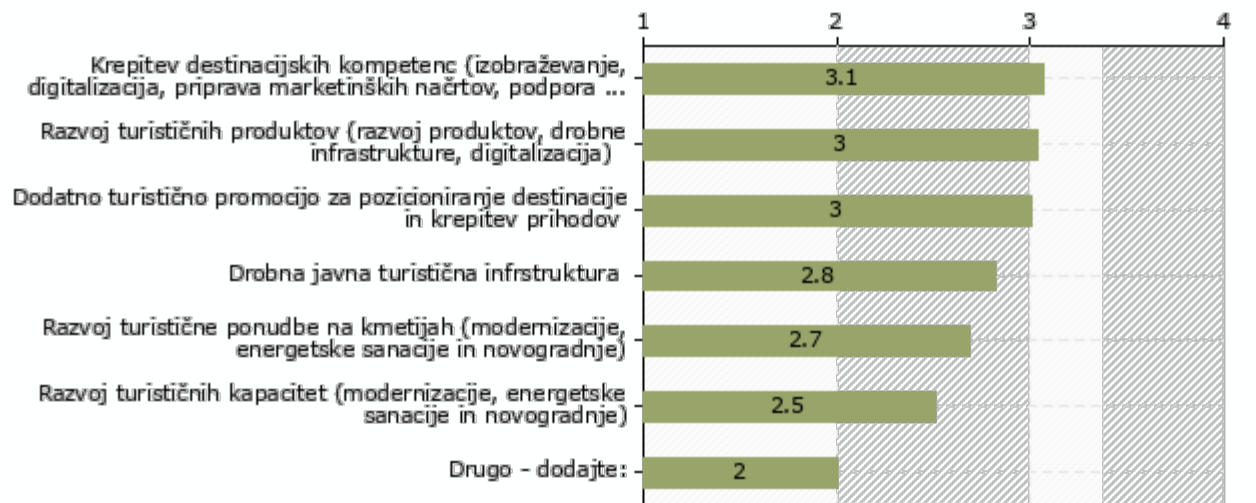
- ▶ **Pripraviti načrt turistične infrastrukture**, ki jo je v prihodnosti potrebno vzpostaviti za bolj kvalitetno ponudbo destinacije.
- ▶ **Obnoviti planinsko kočo na Klemenči jami**. Obnoviti dom planincev, ki je v izredno slabem stanju, prav tako njegova okolica.
- ▶ **Pregledati in obnoviti ključne planinske poti do bližnjih planinskih koč: Klemenče jame, Okrešlja...**
- ▶ **Pregledati usmerjevalne table in oznake za planinske poti, če so na vseh ključnih mestih in v dobrem stanju ter po potrebi postaviti nove.**
- ▶ **Obnoviti SPC**: odstraniti poškodovanega zmaja in nadomestiti z novo tablo (ki opiše delovanje njega ob poplavi). Kajti na tej lokaciji je sedaj deponija kamenja, ki ga je nanosila voda, to je potrebno prikazati kot atrakcijo...rezultat delovanja lintverja :-). Urediti ograje (točka železna voda), ki so vse porušene, nadomestiti manjkajoče zmajčke, urediti razgledno ploščad na Klemenčem (avtomat ne more biti na ploščadi - zahteva avtorja arhitekta. Zato ga je potrebno postaviti na drugo lokacijo).
- ▶ **Urediti lesene stopnice do bifeja Orlovo gnezdo in v okolici slapu Rinka, prav tako v okolici slapu Palenk.**
- ▶ **Potrebno je pripraviti dolgoročni in kratkoročni programski načrt, kjer se opredelijo vodilni produkti, doživetja in dogodki na destinaciji po letnih časih.**
- ▶ Vzpostaviti jasno pozicioniranje destinacije ter dosledno temu izvajati promocijo, zato je potreben **tudi operativni trženjski načrt.**
- ▶ **Razviti produkt kulinarike in ga implementirati v praksi pri ponudnikih gostinskih storitev na destinaciji** - usmerjenost v sonaravni razvoj in kvaliteto sestavin ter obrokov.
- ▶ **Vzpostaviti prepoznavne tradicionalne dogodke**, ki generirajo prihod gostov za več dni in ki so zanimivi tudi za medije (posredna promocija destinacije).

JAVNA
TURISTIČNA
INFRASTRUKTURA
(pohodniške, tematske
poti in kolesarske poti,
urejen dostop do
znamenitosti in
ureditev znamenitosti)

PRODUKTI in
DOGODKI

PROMOCIJA-
TRŽENJE

VPRAŠANJE 15: Katere vsebine s področja turizma bi po vašem mnenju moral vključevati poplavlani razvojni program?



N=61

■ Ne vidim potenciala (1) ■ Zmemi potencial (2) ■ Precejšen potencial (3) ■ Ključnega pomena (4)

Najvišjo pozicijo je dobila
**potreba po krepitvi
 destinacijskih kompetenc**
 – torej okrepitev destinacijskega
 upravljanja (pomen 3,1 od 5).

Sledijo:

- Razvoj turističnih produktov** (razvoj produktov, drobne infrastrukture, digitalizacija) (pomen 3 od 4)
- Dodatna promocija** (prav tako pomen 3 od 4)
- Drobna turistična infrastruktura** (pomen 2,8 od 4)
- Izpostavljena tudi modernizacija in energetske sanacije** na turističnih kmetijah kot tudi drugih nastanitvah (pomen 2,7 oziroma 2.5 od 4)

VPRAŠANJE 16: Radi bi vas še malo konkretnije vprašali glede tega, koliko, kje in na kakšen način še imamo po vašem mnenju prostor za rast oziroma še želimo rasti?
Izberite lahko 1 odgovor – trditev, ki najbolj ustreza vašemu pogledu.

ALI JE PROSTOR ZA RAST?

48 % se strinja:

Da, imamo še **PROSTOR ZA ZMERNO RAST - TUDI GLEDE KAPACITET** (ter večjo glede obiska izven poletja), seveda pa moramo turizem še naprej usmerjati v višjo kakovost in s tem doseganje višje cenovne pozicije in večje dodane vrednosti.

PROSTOR ZA RAST?

Precej enotno razdeljeni odgovori med dovolj in zmerno rastjo!

A le 10 % meni, da je še precej prostora za rast.

ALI JE PROSTOR ZA RAST?

44 % je mnenja, da je:

Naša destinacija je **ŽE DOSEGLA OBSEG KAPACITET, KI JE VZDRŽEN z vidika ustreznega ravnotežja med kakovostjo bivanja in obiskom** - delati moramo predvsem na **desezonalizaciji** ter dvigu kakovosti ponudbe, doseganju višje dodane vrednosti, na vseh področjih, s tem pa izboljševanju cenovne pozicije in strukture obiskovalcev.



N=61

n = 61

JASNO IZRAŽENA POTREBA PO:

DESEZONALIZACIJI

VIŠJI KAKOVOSTI
IN DODANI
VREDNOSTI

VPRAŠANJE 16: V najbolj obiskanih mesecih so določene točke v destinaciji Solčava-Lučé že precej obremenjene in zahtevajo aktivnejše upravljanje. Katere točke so po vašem mnenju najbolj obremenjene in kaj bi morali storiti – vpišite točko obremenitve in podajte vaše mnenje glede možnih rešitev.

Slap Rinka (obračališče pod slapom)	Cesta Luče-Logarska dolina	Logarska dolina	Solčavska panoramska cesta	Luče (ozko grlo na državni cesti pri pekarni v Lučah)
Robanov kot	Lokalne "višinske" ceste v obeh občinah	Snežna jama (premalo parkirišč)	Koča na Loki pod Raduho	Okrešelj
	Solčava	Podolševa	Žagerski mlin	

LOGARSKA DOLINA

- Ureditev objektov in režim prometa za celo Logarsko dolino
- Dolino zapreti za promet in organizirati skupne prevoze (razen za domačine in mogoče za stacionarne goste)
- Opredeliti maksimalno število vstopov
- Urediti prostor pred Logarsko dolino in s parkirninno prevažati ljudi po Logarski dolini (el. vlakci). Z možnostjo izstopa kjerkoli in vstopa na fiksnih mestih. Urediti tudi parkirne prostore višje, samo da so ure dražje za 50 %. Pod slapom najdražje.
- Zapreti za vozila, urediti parkirišča, postaviti "rampo" s števcem obiskovalcev
- Omejiti dostop neposredno do slapišča ter zaračunavati vstopnino
- Omejitev obiska ob praznikih, takrat je ljudi bistveno preveč.
- Povečati vstopnino

SPLOŠNO PROMET in PARKIRNI REŽIMI

- Umirjanje prometa (manj avtomobilov, ležeči policaji, hitrostne omejitve, večje št. parkirišč, redarji)
- Učinkovito upravljanje s prometom že v Lučah in Solčavi
- Urejena parkirišča in možnost drugih oblik prevoza / kočije, električni panoramski vlakec, Izgradnja obvoznice mimo Luč
- sistem prometne ureditve, ki bi morala prepričati vse prebivalce območja, obiskovalci bi morali čutiti dolžnost upoštevati določeno ureditev
- Urejenost parkirišč
- Organiziran prevoz na lokacijo
- Javni prevoz, izposoja električnih skuterjev, koles, vlagati v pohodne poti
- Redarji
- Kolesarska pot do Logarske doline
- Javni prevoz čez SPC, boljše cestne povezave - širša, varnejša cesta
- Električni turistični vlak, ki bi povezoval Logarsko dolino, Panoramsko cesto, Solčavo, Robanov kot in Matkov kot. Krožna vožnja

NOSILNA ZMOGLJIVOST

- V višku sezone (ob najbolj frekventnih dneh) omejiti število obiskovalcev – na vseh obremenjenih točkah in ostale usmeriti drugam v destinaciji.
- Omejitev število obiskovalcev v glavni sezoni in spodbujanje v nižji.
- Omejitev vstopa
- Opredeliti max. Št. Obiskovalcev na vročih točkah (npr. Slap Rinka),
- Omejitev števila obiskovalcev

KROVNO

- Butični turizem
- Vrhunska ureditev cestne infrastrukture, minimalni dodatek atraktivne turistične infrastrukture, omejevanje prometa s vstopnino in zapiranjem ob prekomerni obremenitvi

DRUGO

- Snežna jama pod Raduho Odprtost jame vse dni v tednu v času turistične sezone.
- organiziran prevoz na lokacijo
- Predhodno naročanje skupin in animacija od prihoda do izstopa. Gostje, ki niso prišli planinarit, se lahko usedejo na organiziran prevoz že v Strugah (in jih ne skrbi za avto in ostale stvari.
- Omejiti število obiskovalcev na h (?), omejiti števila avtomobilov na h (?)

VPRAŠANJE 18: Občini Solčava in Luče želita združiti moči, pripraviti skupno strategijo razvoja turizma v naslednjih letih in okrepiti upravljanje destinacije.

Ali podpirate koncept skupne destinacije Luče & Solčava, torej združevanje lokalne turistične ponudbe obeh občin v skupno destinacijo? Ta skupna destinacija pa se programsko povezuje znotraj regije (najprej v skupno zgodbo Zgornje Savinjske doline, projektno pa tudi z drugimi območji Kamniško Savinjskih Alp.

Odgovori kažejo:

- Da 74 % sodelujočih podpira povezovanje, združevanje resursov in s tem okrepitev upravljanja destinacije.
- A skoraj četrtina (23 %) se v tej fazi težko opredeli.
- 4 % ne podpira.



ZELO VISOKA, TRIČETRTINSKA PODPORA
skupnemu sodelovanju občin Solčava in Luče (!)

SLABA ČETRTINA se v tej fazi težko opredeli.

KOMENTARJI:

- Potrebno je aktivno povezovanje z alpsko slovenijo, še zlasti z območji okoli KSA.
- Z destinacijo Solčavsko že imamo težavo, ker je premalo financ namenjenih za delovanje javnega zavoda, z združevanjem dvakrat večje občine bo ta problem se večji.
- Vzpostavitev kolesarske steze in sprehajalne poti med obema krajema ter sanacija vodotokov.
- že sodelujemo.

VPRAŠANJE 19: Kompetentna destinacijska organizacija (DMO - Destination management organisation) je pomemben element konkurenčnosti vsake uspešne destinacije.

Katere naloge destinacijske organizacije, kakšna podpora ponudnikom in obiskovalcem, so po vašem mnenju najbolj pomembne (ne glede na sedež ali organiziranost)?



N=57

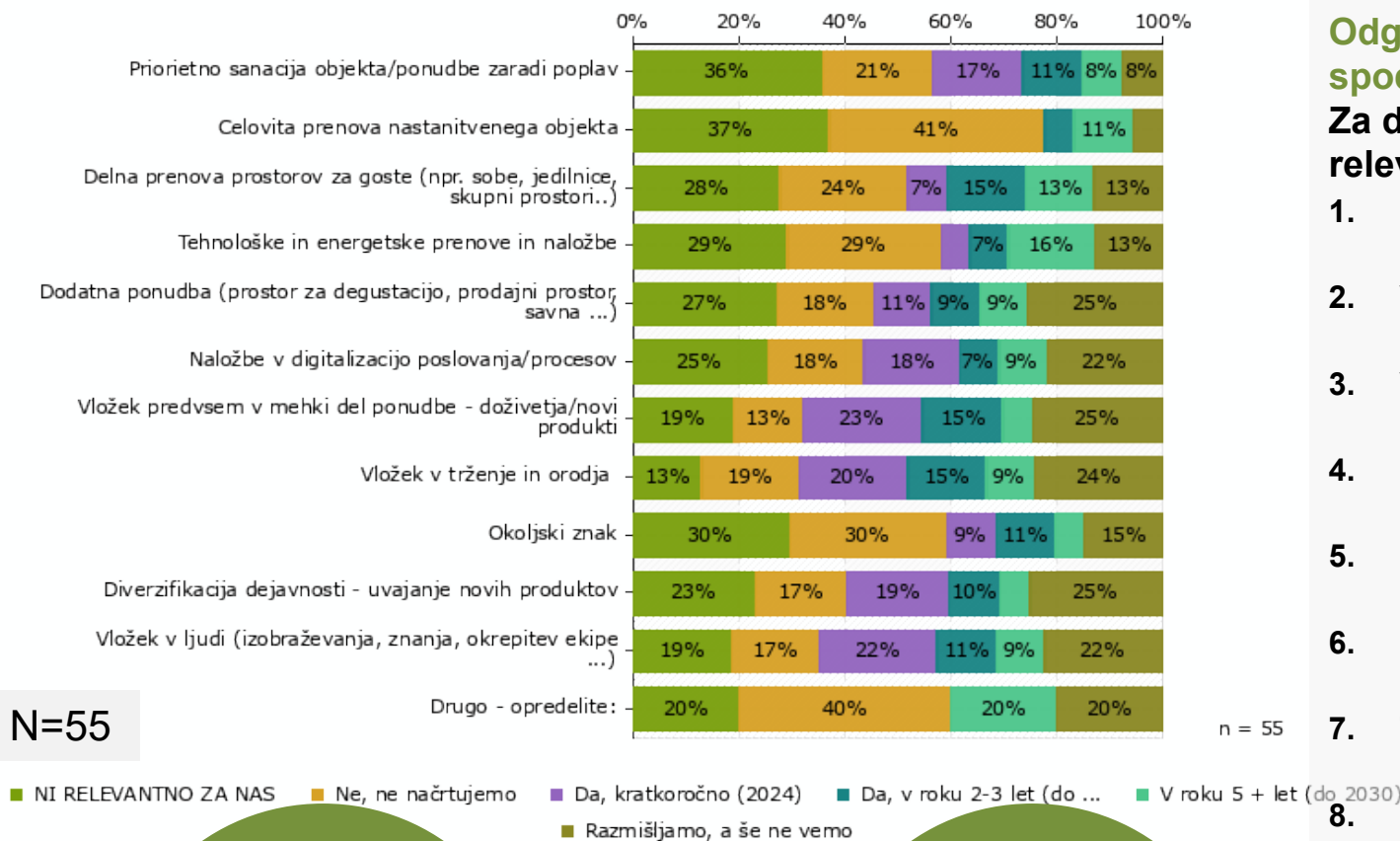
POD DRUGO:

- Sledenje tradicionalnim vrednotam območij vključno z nam lastnimi trajnostnimi pristopi, za kar pa ni nujno vključenost v Zeleno shemo, v kolikor se bo še naprej razvijala v smeri, ki ni relevantna z našimi območji.

Pomen kompetentne organizacije in okrepitev upravljanja območja je bil jasno izražen tekom ankete (komentarji oziroma odgovori), **pogled na vrednotenje posameznih nalog pa kaže, da so praktično vse pomembne (vse so ocenjene med 3 in 3,6 od 4), po tem vrstnem redu:**

1. **Redno in aktivno sodelovanje s ponudniki** in ključnimi deležniki v destinaciji, zagotavljanje pretoka informacij, izobraževanje in usklajevanje vsakoletnega programa dela
2. Razvoj, vzdrževanje in upravljanje drobne infrastrukture
3. Informacijska funkcija (TIC)
4. Razvoj, upravljanje in vzdrževanje turističnih točk
5. Promocija, destinacijska znamka
6. Certificiranje lokalnih produktov
7. Razvoj ponudbe in produktov
8. Upravljanje turističnih tokov
9. Sodelovanje v regiji in nacionalno
10. Razvijanje in udeležanje trajnostnih načel
11. Izvajanje strategije in evalvacija
12. Zagotavljanje podatkovne podpore za kakovostno odločanje

VPRAŠANJE 20: Za konec bi vas želeli vprašati še glede vaših načrtov za prenove/nadgradnje vaše ponudbe. Kakšne naložbe in spremembe načrtujete do leta 2030 pri vas - v vaši ponudbi? Hkrati jih, prosimo, časovno umestite.



Odgovori so glede na trenutno situacijo na območju precej spodbudni.

Za določene deležnike (glede na tip organizacije) vložki niso relevantni – in če jih izločimo, so odgovori:

- 1. Produkti/doživetja** (23 % načrtuje kratkoročno + 15 % srednjeročno + 5% v roku 5 let + 25 % razmišljajo, a še ne vedo = **68 %**)
- 2. Vložek v trženje in orodja** (20 % načrtuje kratkoročno + 15 % srednjeročno + 9 % v roku 5 let + 24 % razmišljajo, a še ne vedo = **68 %**)
- 3. Vložek v digitalizacijo** (18% načrtuje kratkoročno + 7 % srednjeročno + 9 % v roku 5 let + 22 % razmišljajo, a še ne vedo = **57%**)
- 4. Dodatna ponudba** (11 % načrtuje kratkoročno + 9 % srednjeročno + 9% v roku 5 let + 25 % razmišljajo, a še ne vedo = **55 %**)
- 5. Delna prenova prostorov** (7 % načrtuje kratkoročno + 15 % srednjeročno + 13 % v roku 5 let + 13 % razmišljajo, a še ne vedo = **48 %**)
- 6. Sanacija objekta po poplavih** (17 % načrtuje kratkoročno + 11 % srednjeročno + 8 % v roku 5 let + 8 % razmišlja, a še ne vedo = **43 %**)
- 7. Tehnološke in energetske sanacije** (6 % načrtuje kratkoročno + 7 % srednjeročno + 16 % v roku 5 let + 13 % razmišljajo, a še ne vedo = **42 %**)
- 8. Okoljski znak** (9 % načrtuje kratkoročno + 11 % srednjeročno + 5 % v roku 5 let + 15 % razmišljajo, a še ne vedo = **40 %**)
- 9. Uvajanje novih produktov-diverzifikacija** (19 % načrtuje kratkoročno + 10 % srednjeročno + 6 % v roku 5 let + 25 % razmišljajo, a še ne vedo = **40 %**)
- 10. Vložek v ljudi** (20 % v roku 5 let + 20 % razmišlja, a še ne vedo = **40 %**)
- 11. Celovita prenova nastanitvenega objekta** (6 % srednjeročno + 11 % v roku 5 let + 5 % razmišlja, a še ne vedo = **22 %**)

**CELOVITE
PRENOVE
OBJEKTOV –
najnižje in bolj
dolgoročno**

**Kratkoročno
vlaganja v bolj
mehke vsebine
in manjše
prenove.**

“

- ▶ Želim si, da strategije ne bo ostala le razvojni dokument, na katerega se sčasoma pozabi. **Potrebna je sprotne evalvacija uresničevanja ukrepov in doseganja ciljev, v ta namen pa imenovanje skupine, ki bo nadzirala izvajanje strategije.** Potrebno bo okrepiti prizadevanja obeh občin in združiti moči zlasti za tista področja, ki so vitalnega pomena za razvoj trajnostnega turizma in življenja celotne skupnosti obeh občin, zlasti pa zadovoljnih prebivalcev, katerih življenjski prostor bo ohranjen in omogočal življenje tudi naslednjim generacijam.
- ▶ Izjemno fajn anketa. **Pričakujem delavnico s ponudniki.**
- ▶ **Pričakujemo, da bo nad vsem tem res bedel nekdo in se s tem ukvarjal...** Da ne bo ta dokument pristal v predalu in se bomo vsake toliko spomnili nanj. Razmislite kako in kdo, nato poiščite možnosti financiranja. Vključite tudi aktivne ponudnike, da prevzamejo del.
- ▶ Srečno!
- ▶ Zadovoljni, srečni, pristni in neodvisni domorodci ter urejena krajina naj bodo izhodišče za zmeren turizem (okoljsko in socialno na še sprejemljivi ravni), ki sloni na primerjalnih prednostih obeh območij.
- ▶ **Pričakujem, da se bo situacija čimprej izboljšala,** da sam vodstveni vrh začne poslušati izkušene in strokovne osebe in da se zadeve čimprej začnejo izboljševati, saj je ugled destinacije v slovenskem prostoru že porušen.
- ▶ **Vso srečo pri ustvarjanju in naj potem ne ostane samo na papirju, ampak naj preide iz besed v dejanja.**
- ▶ **Da se začnemo zbliževati s t. subjekti v resno turistično destinacijo, razmišljati z odprto glavo.** Pozabiti na stare zamere, kateri jih gojijo že na leta. In da ne bo spet neka brošura v predalu za katero je nekdo plačal...
- ▶ Absolutno predolga in preobširna anketa. Do max 10 vprašanj in če želite konkretne odgovore, potem opisni tip vprašanj.
- ▶ **Čim realnejša strategija, ki jo bo ponotranjilo dovolj ljudi.** Uspešno izpeljavo strategije v življenje. Časi se spreminjajo, z njimi ljudje ne pričakujem čudežev. Osebna dragocenost so solčavske družine, domovi, kmetije gradil bi na tem brez posebnih adrenalinskih dogodivščin. Redkost je nas način življenja, dela, kulture.

Pričakujemo oziroma želimo si, boljše črpanje evropskih sredstev in izgradnjo infrastrukture, ki jo naše območje najbolj potrebuje. Črpanje sredstev zgolj za mehke vsebine je metanje denarja in časa skozi okno. To pride v poštev, ko je infrastruktura zadovoljiva. **Trenutno je najbolj pomembno, da se najprej sanira po katastrofalnih poplavah, ne le, da se vrne v stanje pred poplavami, temveč, da se s pametnimi ukrepi poskrbi za večjo varnost, da se podobne katastrofe v prihodnje ne bodo dogajale.**

Živimo v času podnebnih sprememb, pričakovati je, da bodo podobne ujme v prihodnosti čedalje pogostejše in hujše. In na to se moramo ustrezno pripraviti. **Potrebno je sanirati vodotoke, poiskati ključne problematične točke in odpraviti probleme na posameznem vodotoku**, saj bi, če bi bili ustrezno regulirani že na začetku ne povzročali težav, ali pa bi bile le-te v veliko milejši obliki. Na določene napake se opozarja že desetletja, a brez pravega posluha. Na koncu nihče ne prevzame odgovornosti in ni pristojen, ljudje pa trpijo škodo in tako enostavno ne gre. Potrebno bo stopiti skupaj in poiskati primerne rešitve. Vsi se moramo zavedati, da v kolikor najprej ne ne poskrbimo za ustrezno varnost destinacije, tudi turizma ne gre pričakovati. V kolikor sedaj ne bomo odpravili problemov, nas bo v prihodnosti zagotovo še drago stalo. Najbrž si nihče ne želi, da bi se kaj podobnega ponovilo, a nihče z gotovostjo ne more reči, da se ne more, ali da se ne bo. **Zato je izredno pomembno, da si sedaj ne zatiskamo oči, ampak pametno in odgovorno saniramo in popravimo napake, ki so bile storjene v preteklosti na vseh vodotokih**, da v prihodnosti, ne bodo mogli povzročati takšnih katastrof. Poleg strokovnjakov je potrebno vključiti tudi ljudi, ki ob teh vodotokih živimo že desetletja in poznamo naravo le-teh, ter na podlagi lastnih opazovanj in izkušenj lahko povemo, kje so ključne težave in ne zgolj strokovnjaki iz pisarn nekje v Ljubljani, ki si pridejo ogledovat stanje hudournikov, ko imajo le-ti 2 dcl pretoka na sekundo in na podlagi tega potem načrtujejo prepuste vodotokov in samo izgradnjo rečnih strug. Sočasno s tem se lahko gradi tudi kolesarska steza in sprehajalna pot ob reki Savinji. Projekte je potrebno čimbolj združevati in povezovati, ter razmišljati o širši sliki in bolj dolgoročno in ne da se enkrat dela preplastitev ceste, nato pa se pol leta za tem razkopava nov asfalt in se vleče kabel za elektriko, drugič za telefon, tretjič zopet nekaj drugega. **Potreben je celosten pristop in dolgoročno načrtovanje in povezovanje z nacionalnimi institucijami ter usklajevanje prostorskih in časovnih načrtov.**

“

MOČNO
IZPOSTAVLJENA
PRIORITETA
INFRASTRUKTU
RE IN SANACIJE
VODOTOKOV (!)



POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV –
KAJ IZHAJA IZ ANKETE

POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV – KAJ IZHAJA IZ ANKETE

Visoko zadovoljstvo (pripadnost) s kakovostjo življenja v občinah, a precej večja kritičnost do turizma (*zaostajamo, ni premikov v zadnjih letih*).

Številni izzivi v turizmu so vezani na promet – umirjanje prometa, upravljanje tokov, parkirni režimi, trajnostna/mehka mobilnost.

Več kot tričetrtsko strinjanje, da moramo delati na kakovosti/butičnosti – malo več in veliko bolje!

Potrebno okrepiti dodatno ponudbo, produkte, programe, animacijo – nastanitve niso dovolj! In to tudi izven poleta!

Po-poplavne ukrepe je potrebno usmeriti ne samo v odpravo škode, temveč tudi izboljšanje temeljne in drobne infrastrukture.

Ponudniki si želijo urejeno okolje (tudi urejena vaška jedra) ter odgovoren turizem v ravnovesju z lokalno skupnostjo.

Tričetrtsko strinjanje/podpora, da je smiselno in pomembno razvijati obe občini skupaj kot zaokroženo turistično destinacijo.

Zelo močno izražena potreba po aktivnejšem upravljanju turizma – destinacije (Center Rinka kot okrepljena destinacijska organizacija - DMO).