
Projekt RDO Pomurje

ANALIZA STANJA OBLIKOVANJE POSLANSTVA, CILJEV IN VIZIJE

Tomaž Štefe

Andrej Šumer

Tina Hedi Zakonjšek

Grad, 8. maj 2014

DNEVNI RED

UVOD

10:00 – 10:05 DELO NA PROJEKTU – Kje smo, kam gremo

ANALIZA STANJA

10:05 – 10:55 ANALIZA STANJA – PREDSTAVITEV

10:55 – 11:25 ANALIZA STANJA – STROKOVNA RAZPRAVA (Q&A)

11:25 – 11:45 ODMOR

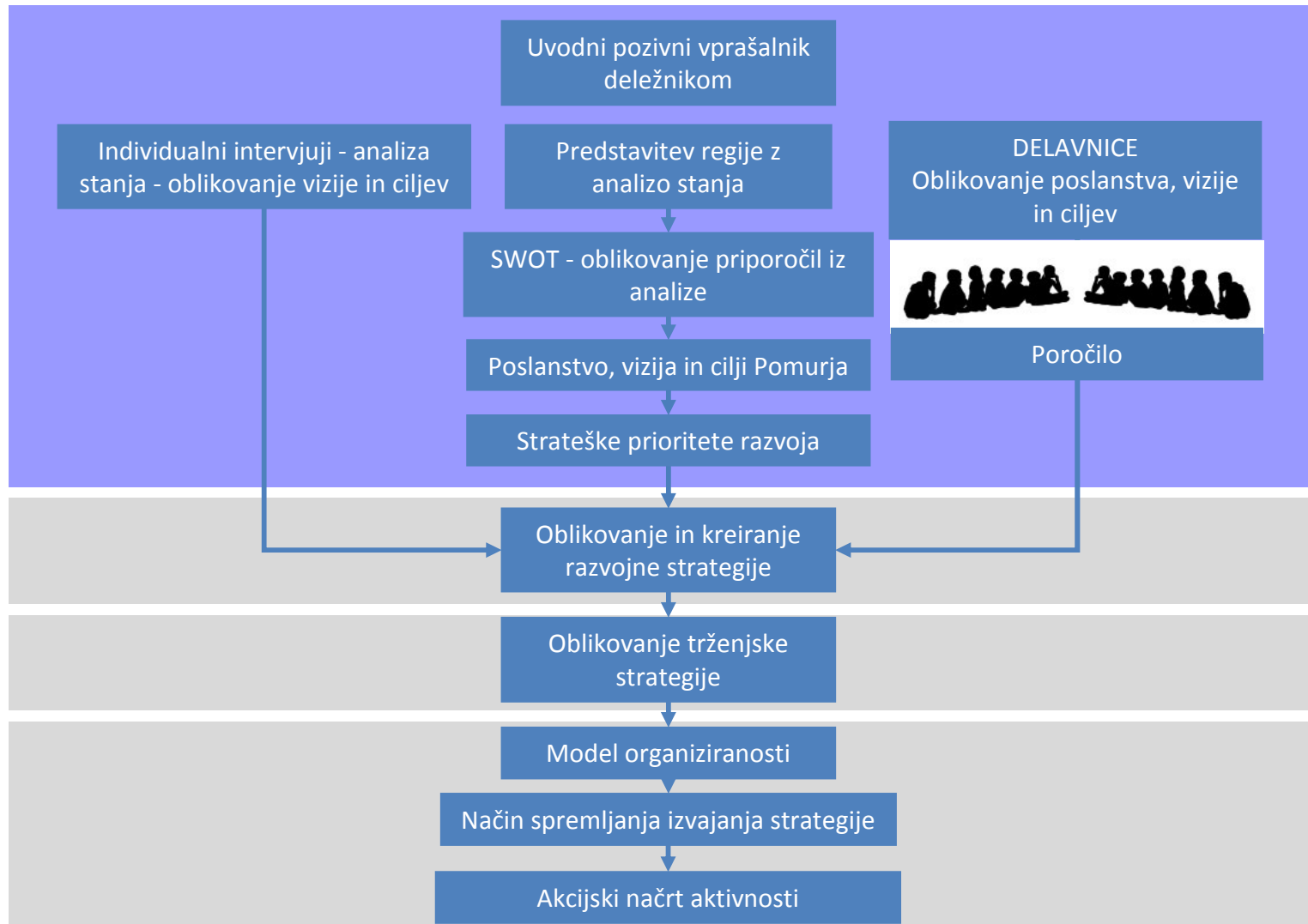
DELAVNICE

11:45 – 12:25 OBLIKOVANJE POSLANSTVA

12:25 – 13:05 POSTAVLJANJE CILJEV

13:05 – 13:50 OBLIKOVANJE VIZIJE

OBLIKOVANJE STRATEGIJE - GRAFIČNO



OBLIKOVANJE STRATEGIJE; AKTIVNOSTI 0-6

AKTIVNOST	TERMIN							JA	MG	DK	AP	TŠ	AŠ	THZ
	2	3	4	5	6	7								
0. UVODNI VPRAŠALNIK								X	X	X	X	VP-V	X	X
* priprava poziva in vprašalnika za vse deležnike v regiji - elektronska anketa		X						X	X	X	X	VP-V	X	X
1. PREDSTAVITEV REGIJE Z ANALIZO STANJA		X	X									VP-S	X	XX-V
* kratka predstavitev regije												VP-S	X	XX
* analiza primarne ponudbe (naravnih danosti in kulturne dediščine)												VP-S	X	XX
* analiza sekundarne ponudbe												VP-S	X	XX
* prostorski prikaz primarne in sekundarne turistične ponudbe											X	VP-S	X	XX
* analiza turističnega povpraševanja												VP-S	X	XX
* analiza trženja												VP-S	X	XX
* analiza stereotipov o Pomurju v turizmu												VP-S	X	XX
* analiza organiziranosti področja turizma v regiji												VP-S	X	XX
2. DELAVNICA: ANALIZA STANJA + OBLIKOVANJE VIZIJE IN CILJEV			X									VP-V		
* priprava delavnice								X	X	X	X	VP-V	X	X
* izvedba delavnice											xx	VP-V		X
* zapis rezultatov delavnice														X
3. POGLOBLJENI INTERVJUJI - ANALIZA STANJA + OBLIKOVANJE VIZIJE			X									VP-V		
* priprava vprašalnika in metodologije								X	XX	XX	X	VP-V	X	X
* izbor ključnih intervjuvancev								x	x	x	x	VP-V	x	x
* izvedba do 10 intervjujev									xx			x		
* zapisniki intervjujev									xx			x		
4. SWOT ANALIZA IN OBLIKOVANJE PRIPOROČIL IZ ANALIZE			X									VP-V	XX	XX-V
* SWOT analiza												VP-V	XX	XX
* priporočila na podlagi SWOT												VP-V	XX	XX
5. OBLIKOVANJE POSLANSTVA, VIZIJE IN CILJEV POMURJA KOT TD			X	X				X	X	X	X	VP-V	XX	XX-V
* oblikovanje poslanstva, vizije in ciljev														
6. OPREDELITEV STRATEŠKIH PRIORITET RAZVOJA TURIZMA V POMURJU				X				X	X	XX-V	X	VP-S	X	X
* opredelitev strateških prioritet										XX		x		

OBLIKOVANJE STRATEGIJE; AKTIVNOSTI 7-11

AKTIVNOST	TERMIN						JA	MG	DK	AP	TŠ	AŠ	THZ
	2	3	4	5	6	7							
7. RAZVOJNA STRATEGIJA - SMERNICE IN UKREPI PO STRATEŠKIH PRIORITETAH				X			X	X	XX-V	X	VP-S	X	X
* smernice in ukrepi po stretških prioritetah									XX		X		
8. OBLIKOVANJE TRŽENJSKE STRATEGIJE			X	X	X		XX-V		X	X	VP-S	X	X
* oblikovanje trženjskega pozicioniranja							XX-V				VP-S		
* opredelitev ciljnih skupin							XX-V				VP-S		
* strategija krovne znamke regije							XX-V				VP-S		
* strategija turističnih produktov (ITP-jev)							XX-V				VP-S		
* strategija geografskih trgov in vstopa na trge							XX-V				VP-S		
* oblikovanje trženjskega spleta in vrednotenja							XX-V				VP-S		
* komunikacijska strategija							XX-V				VP-S		
9. MODEL ORGANIZIRANOSTI NA RAVNI REGIJE					X		XX		XX		VP-V		
* model organiziranosti podpornega okolja							x		XX		VP-V		
* poslovni model RDO							x		XX		VP-V		
* vključenost javne, civilne in gospodarske sfere v delovanje RDO							x		XX		VP-V		
* Aktivnosti RDO							x		XX		VP-V		
10. NAČIN SPREMLJANJA IZVAJANJA STRATEGIJE					X		X	X	X	X	VP	X	X
* način spremljanja izvajanja strategije													
11. AKCIJSKI NAČRT AKTIVNOSTI					X	X	X	X	X	X	VP	X	X
* akcijski načrt (projekti, termini, financiranje, nosilci)							XX		XX				

ANALIZA STANJA

KAJ JE BIL NAMEN ANALIZE STANJA

- pregled obstoječega stanja razvoja turizma v regiji
- izhodišča za pripravo razvojne in trženjske strategije razvoja turizma v Pomurju + oblikovanje ITP

STRUKTURA DOKUMENTA ANALIZA STANJA

1. kratka predstavitev regije
2. analiza primarne ponudbe (kulturne dediščine in naravnih danosti)
3. analiza sekundarne ponudbe
4. prostorski prikaz primarne in sekundarne turistične ponudbe
5. analiza turističnega povpraševanja
6. analiza trženja
7. analiza stereotipov o Pomurju v turizmu
8. analiza organiziranosti področja turizma v regiji

VIRI PODATKOV ZA ANALIZO STANJA

- spletne strani občin, LTO-jev, TIC-ev
- uradni viri podatkov (SURS, Situla...)
- prejeta gradiva o Pomurju
- vprašalniki – občine
- vprašalniki – turistični ponudniki
- globinski intervjuji
- uvodna delavnica
- delavnica Dobrovnik, 17. 4. 2014
- drugo

KRATKA PREDSTAVITEV REGIJE

- sedma po velikosti, peta po turističnem obisku
- reka Mura (deli in obenem povezuje)
- Prekmurje // Prlekija // Pomurje
- griči na eni strani (vino), njive na drugi
- zdravilišča, naravne danosti
- Romi, brezposelnost, odseljevanje



ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE KULTURNA DEDIŠČINA – POPIS STANJA

Popis stanja (224 elementov
dediščine)

Kot ključne kulturne znamenitosti
lahko štejemo:

- Otok ljubezni (občina Beltinci),
- grad Negova (občina Gornja Radgona),
- grad Gornja Radgona (občina Gornja Radgona),
- grad Grad (občina Grad),
- Lendavski grad (občina Lendava),
- Plečnikova cerkev (občina Moravske Toplice),
- Rotunda (občina Moravske Toplice),
- lončarska vas v Filovcih (občina Moravske Toplice),
- dvorec Rakičan (občina Murska Sobota),
- grad Murska Sobota (občina Murska Sobota),



- Pokrajinski muzej Murska Sobota (občina Murska Sobota),
- Babičev mlin (občina Veržej),
- Center domače in umetnostne obrti (občina Veržej),
- različni manjši in večji muzeji in muzejske zbirke,
- ostali ohranjeni mlini na Muri,
- sakralna dediščina,
- vaška jedra,
- romska naselja.

ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE KULTURNA DEDIŠČINA - UGOTOVITVE

- pomembno vlogo v turistični ponudbi Pomurja imajo gradovi
- med ključne turistične znamenitosti Pomurja štejemo tudi mline na Muri, od katerih so nekateri tudi obnovljeni in delujoči
- ena izmed pomembnih razlik Pomurja od ostalih delov Slovenije so romske vasi
- pomemben doprinos h kulturni dediščini območja je Center domače in umetnostne obrti

ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE KULTURNA DEDIŠČINA - UGOTOVITVE

- na območju deluje en večji (Pokrajinski muzej Murska Sobota) in več manjših muzejev
- v Pomurju je tudi 53 evidentiranih cerkva, ki doprinašajo k popestritvi kulturno-turistične ponudbe
- ohranjena so vaška jedra in panonske hiše, od katerih so nekatere namenjene ogledom in turistični dejavnosti, spet druge so namenjene bivanju prebivalcev in niso na voljo za turistične ogleda
- kulturno dediščino je mogoče bolje izrabiti v turistične namene (valorizirati)

ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE KULTURNA DEDIŠČINA - RAZMISLEK

Ključna dilema: „Kako kulturna dediščina dejansko vpliva na turistično povpraševanje v Pomurju?“

V razmislek: „Kako bi lahko kulturno dediščino ustrezneje valorizirali in interpretirali, da bi posredno ali neposredno prinašala višje prihodke?“

ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE NARAVNA DEDIŠČINA - VODE

vode kot atribut Pomurja

termalna voda (zdraviliški turizem)

reka Mura

reka Ledava

Bukovniško jezero

Soboško jezero

Ledavsko jezero

gramoznice



ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE NARAVNA DEDIŠČINA – FLORA IN FAVNA

Flora in favna

- štorklje (evropska vas štorkelj Velika Polana),
- živalske vrste (kačji pastirji, dnevni metulji, netopirji, plazilci, vidra, ptiči, čmrlji, hrošči)
- rastlinske vrste in ekosistemi (mokrišča, suhi in polsuhi travniki, dišeči volčin, murski gozd, sibirski perunika...)



ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE NARAVNA DEDIŠČINA – UGOTOVITVE

- štoklja kot eden simbolov Pomurja – v turistične namene do sedaj premalo izkoriščena
- veliko vrst ptic in drugih živalskih vrst, ki pa se jih ne izkorišča v zadostni meri za komercialne vsebine
- ribolov na rekah in jezerih ter vodni športi - nadgradnja
- primanjkuje ustreznih programov in produktov, ki bi naravno dediščino dejansko prodajali

ANALIZA PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE NARAVNA DEDIŠČINA - RAZMISLEK

Ključna dilema: „Kaj dejansko ima turistično gospodarstvo danes od naravne dediščine?“

V razmislek: „Ali lahko naravno dediščino ustrezno nadgradimo v turistične produkte/ponudbo, da na eni strani zadostimo ekologiji ter na drugi strani ekonomiji – in kako?“

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE

Turistične dobrine, ki omogočajo turistom bivanje na zeleni turistični destinaciji.

1. nastanitveni objekti
2. kulinarika
3. zdravilišča, wellness
4. kongresi
5. poti (kolesarske, pohodniške, vinske, tematske)
6. prireditve
7. drugo



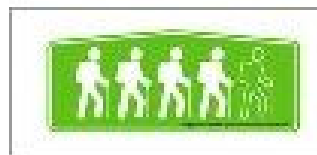
ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE NASTANITVENI OBJEKTI

- 6,8 % slovenskih sob, 5,6 % slovenskih ležišč (rahlo manj kot 2008)
→ hoteli: 48 (2008) / 52 (2010) / 46 (2012)
- pisana struktura: 51 % hotelskih ležišč, 15 % kampi, 34 % drugo (apartmajska in počitniška naselja, turistične kmetije, apartmaji, sobe, hostli, mladinski domovi)
- Moravske Toplice: 25 % hotelov, 45 % vseh sob
- 4 + 2 občine: 96 % vseh sob, 94 % vseh ležišč (nad 99 % nočitev!)
- največji ponudnik Sava Turizem: 15 % hotelov, 56 % hotelskih sob, 63 % vseh sob

Op: SURS nudi podatke za 19/27 občin

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE NASTANITVENI OBJEKTI

- malo certificiranih objektov (znaki kakovosti, eko certifikati, kolesarski in pohodniški standardi...)



- pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov VS. funkcionalna kakovost (booking.com)
 - Pomurje 8,4 / Sv. Martin 8,4 / Bad Radkensburg 9,0
 - manjši obrati (sobe Panker, vila Anna, Hrvatova domačija) ocenjeni bolje kot hoteli (Zeleni gaj 8,6, Termal 7,2)
 - hotel Livada Prestige v drugi polovici petzvezdičnih hotelov v SLO

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE NASTANITVENI OBJEKTI

- večina obstoječe ponudbe primerna za obstoječi tip zdraviliškega turizma
- 5 % ponudnikov razdrobljenih po 21 občinah
- ponudniki nepovezani na ravni regije

IZZIVI:

- *Kako privabiti nov tip gostov? Kateri tip gostov sploh želimo?*
- *Kako v skladu s tem preoblikovati strukturo nastanitvenih objektov?*
- *Kako izboljšati funkcionalno kakovost nastanitev?*

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE KULINARIKA

- bogata kulinarična in vinska tradicija
- Gostilna Rajh
- kulinarične blagovne znamke – poreklo, kakovost (Diši po Prekmurju, Krajinski park Goričko, Ekoprlekija)



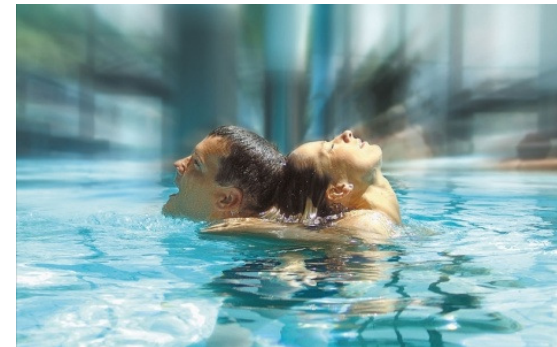
IZZIVI:

- poudariti, izpostaviti lokalno, tradicionalno
- povečati prepoznavnost blagovnih znamk
- promocija blagovnih znamk
- uporaba tradicionalnih jedi na drugih področjih (npr. wellness)
- dodatne jedi (poleg gibanice in šunke še bograč, bujta repa, prekmurske koline...)



ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE ZDRAVILIŠČA, WELLNESS

- zdraviliški turizem kot najpomembnejši/najbolj razvit tip turizma v Pomurju (3 naravna zdravilišča, 83 % sob, 93 % nočitev)
- v preteklosti veliko vlaganj v infrastrukturo, manj v diverzifikacijo storitev



ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE ZDRAVILIŠČA, WELLNESS

IZZIVI:

- v ponudbo zdravilišč in term vpeti še ostalo turistično ponudbo (*Kako preseči samozadostnost sistemov?*)
- razviti avtentične, razlikovalne produkte v ponudbi term
- *Se pozicioniramo kot wellness destinacija (mir) ali gradimo vodno-zabaviščne parke/resorte (smer Čatež)?*
Je mogoče sobivanje obeh tipov turizma?

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE KONGRESI

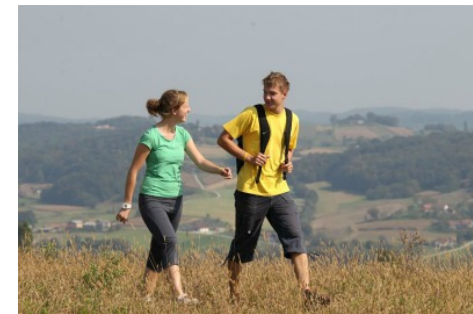
- Pomurje ni prepoznavna poslovno-kongresna destinacija
- infrastruktura umeščena predvsem v dva zdraviliška centra (Moravske Toplice in Radenci) in Mursko Soboto
- kapacitete cca. 1.500 sedežev

V RAZMISLEK: Ali je poslovno-kongresni tip turizma sploh ena naših ključnih usmeritev ali gre le za podporni steber drugim vrstam turizma?



ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE POTI

- številne urejene kolesarske in pohodniške poti + vinske ceste
- velika vlaganja, interes občin (EU-projekti)
- urejanje poti, čezmejne povezave
- kolesarjenje kot primarni turistični proizvod
- pohodništvo kot sekundarni (komplementarni) turistični proizvod



ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE POTI

IZZIVI:

- pred gradnjo/urejanjem novih poti obstoječe vpeti v turistično ponudbo
- poti povezati (nacionalno in čezmejno)
- razviti osnovno infrastrukturo ob poteh
- certificiranje objektov ob poteh
- skupna promocija



ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE PRIREDITVE

- veliko različnih dogodkov in prireditev (kulturnih, športnih, etnoloških, zabavnih idr.)
- občine jim pripisujejo velik pomen za turizem (kmečke tržnice, semnji, tradicionalne prireditve)
 - *Kdaj gre za dogodke, primarno namenjene lokalnemu prebivalstvu, in kdaj za dogodke, zaradi katerih obiskovalec pripotuje v Pomurje?*
- Maraton treh src, Grossmanov festival fantastičnega filma in vina...
 - *Identifikacija ključnih (etnoloških) prireditev.*

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE

DRUGO



izleti po Muri
Vulkanija (Grad)



Pustolovski park (Dobrovnik)
romsko naselje (Črenšovci)
gojitveni lovišči (Beltinci, Šalovci)
prazgodovinski naselbini (Razkrižje)
jahaška poligona (Tišina, Murska Sobota)
tropski vrt Ocean Orchids (Dobrovnik)

...

ANALIZA SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE

DRUGO

IZZIVI:

- povezati ponudbo in jo vključiti v turistične programe
- skupna promocija
- vzpostaviti skupno točko, kjer posameznik dobi informacije o vsej turistični ponudbi v regiji
- prometna signalizacija/označbe na terenu
- spodbujati razvoj določenega tipa ponudbe, kar bo regiji omogočalo lažje pozicioniranje

ANALIZA TURISTIČNEGA OBISKA (2008-2012)

- **peta** najbolj obiskana slovenska regija (7,8 % prihodov, 9,8 % nočitev) *2013: padec na šesto mesto po prihodih (7,6 %), peto mesto nočitve (9,4 %)*
- (neenakomerno) **narašča** število prihodov in nočitev (Ljutomer +93 %, Murska Sobota -16 %) *2013: 0,5-odstotni padec prihodov, 3-odstotni padec nočitev*
- (neenakomerno) **upada** dolžina bivanja (Pomurje 3,62; Radenci 4,16, Gornja Radgona 1,94) *2013: Pomurje 3,53*
- povprečna stopnja zasedenosti višja od slovenske, primerljiva z zdraviliškimi kraji (nad 40 %, hoteli nad 50 %)

Op: SURS vodi podatke za 12/27 občin

Op: SURS ne vodi evidence prihodov v neregistrirane objekte, k družini in prijateljem, prav tako ne enodnevnih obiskovalcev

ANALIZA TURISTIČNEGA OBISKA (2008-2012)

- štiri zdraviliške občine: 89 % prihodov, 93 % nočitev
- 4 + 2 občini : 99 % prihodov, >99,5 % nočitev
- Moravske Toplice nad 50 % (peta najbolj obiskana slovenska občina)
- razmerje domači:tuj gostje cca. 6:4, raste v korist domačih **2013: padec domačih, rast tujih**
- nad 50 % tujih gostov iz Avstrije (% enak, številčno upad)
- upad glavnih emitivnih trgov: Avstrija, Italija, Nemčija, Hrvaška, Madžarska

Op: SURS vodi podatke za 12/27 občin

Op: SURS ne vodi evidence prihodov v neregistrirane objekte, k družini in prijateljem, prav tako ne enodnevnih obiskovalcev

ANALIZA TURISTIČNEGA OBISKA (2008-2012)

IZZIVI:

- ustaviti trend upadanja tujih gostov, predvsem gostov iz sosednjih držav
- privabiti nov tip gostov (višja potrošnja)
- podaljšati povprečni čas bivanja (?)
- zadržati enodnevne obiskovalce

POGOJI:

- (re)pozicioniranje regije
- strateško načrtovanje razvoja turizma
- razvoj inovativne, butične, kakovostne ponudbe

ANALIZA TRŽENJA

- na nivoju posameznih mikro destinacij za promocijske in tržno-komunikacijske aktivnosti skrbijo turistične organizacije (LTO, TIC, zavodi, druge institucije)
- nastopi na sejmih, organizacija dogodkov, Facebook, spletne strani, elektronsko obveščanje, prodaja preko agencij
- tržnih aktivnosti na nivoju regije Pomurje do sedaj ni bilo veliko

ANALIZA TRŽENJA TRŽNE ZNAMKE

- RE(J)DNO DOBRO
- Sava Hotels & Resorts
- Krajski park Goričko
- Diši po Prekmurju
- Naša republika Prlekija



ANALIZA TRŽENJA

TIP GOSTA

- gost z nizko kupno močjo, veliko pričakovanj za manj denarja
- starejši gostje (50+), družine, zdraviliški gostje
- srednje izobraženi
- motivi prihoda: oddih, preventivno zdravljenje, naravne lepote in mir
- želeni gost (?)

ANALIZA TRŽENJA

Ključna dilema: „Ali je obstoječe trženje dovolj usmerjeno k povečanju prodaje?“

V razmislek: „Ali lahko z obstoječimi sredstvi učinkoviteje tržišimo destinacijo Pomurje – in kako?“

KAJ JE STEREOTIP?

- stereotipi so opredeljeni kot urejena in bolj ali manj trdna slika o svetu, ki smo ji prilagodili svoje navade, okus, zmožnosti, udobje in upe
- niso popolna slika o svetu, a so vendarle slika o možnem svetu, ki smo se ji prilagodili
- širijo se od osebe do osebe in ljudje zanje ne potrebujejo empiričnih dokazil
- je skupinski koncept, reflektira rezultat manjvrednostne sodbe, a ni vedno napačen, je tako kot drugi koncepti selektiven, kognitiven organizirajoč sistem in značilnost človeške misli

ANALIZA STEREOTIPOV

- veliko različnih stereotipov
- glavni trije stereotipi, pomembni za turistični razvoj in turistično podobo Pomurja:
 - v Pomurju je vse poceni
 - Pomurje je nerazvito in zaostalo
 - v Pomurju ni dovolj kreativnosti, podjetnosti in ustvarjalnosti
- *Kdo dejansko ustvarja stereotipe?*

ANALIZA ORGANIZIRANOSTI TURIZMA V SLOVENIJI - RDO-JI

- 12 RDO-jev do leta 2013,
- 8 RDO zavod (6 javni zavod), 3 RDO so d.o.o. (nepridobitni)
- v povprečju 1,7 zaposlenega na RDO
- vprašljivo je nadaljnje financiranje RDO-jev

ANALIZA ORGANIZIRANOSTI TURIZMA V POMURJU

Občina	Naziv organizacije	Vrsta lastništva/pravno formalni status
Apače	TIC Apače	Javni zavod
Beltinci	Zavod za turizem in kulturo Beltinci	Javni zavod
Cankova	Občina Cankova	Občina, javna institucija
Črenšovci	Občina Črenšovci	Občina, javna institucija
Dobrovnik	Zavod za okolje in turizem Dobrovnik	Javni zavod
Gornja Radgona	Zavod za kulturo, turizem in promocijo Gornja Radgona, TIC Gornja Radgona	Javni zavod
Gornji Petrovci	Občina Gornji Petrovci	Občina, javna institucija
Grad	Občina Grad	Občina, javna institucija
Hodoš	Javni zavod za turizem in promocijo občine Hodoš	Javni zavod
Kobilje	Občina Kobilje	Občina, javna institucija
Križevci	Občina Križevci	Občina, javna institucija
Kuzma	Občina Kuzma	Občina, javna institucija
Lendava	Turizem Lendava d.o.o.	Javno-zasebno partnerstvo
Ljutomer	LTO Prlekija – Ljutomer	Javni zavod
Moravske Toplice	TIC Moravske Toplice	Javni zavod
Murska Sobota	Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota	Javni zavod
Odranci	Občina Odranci	Občina, javna institucija
Puconci	Občina Puconci	Občina, javna institucija
Radenci	Zavod za turizem in šport Radenci	Javni zavod
Razkrižje	TIC Razkrižje	Javni zavod
Rogašovci	Občina Rogašovci	Občina, javna institucija
Sveti Jurij ob Ščavnici	Občina Sveti Jurij ob Ščavnici	Občina, javna institucija
Šalovci	Občina Šalovci	Občina, javna institucija
Tišina	Občina Tišina	Občina, javna institucija
Turnišče	Zavod Kouštra Turnišče	Javni zavod
Velika Polana	TIC Štrk	Javni zavod
Veržej	TIC center Duo	Zavod – Selezijanci

ANALIZA ORGANIZIRANOSTI TURIZMA V POMURJU

- 14 turističnih organizacij v 27 občinah
- za turistični razvoj posredno ali neposredno skrbijo tudi druge institucije (npr. razvojne agencije na nivoju občin, javni zavodi za kulturo, šport, muzeji...)
- na podlagi pridobljenih podatkov je le Turizem Lendava d.o.o. v javno-zasebnem lastništvu, Zavod Marianum Veržej je zasebni zavod, ostale organizacije so ustanovljene s strani javnega sektorja

ANALIZA ORGANIZIRANOSTI TURIZMA

Ključna dilema: „Kako vidite obstoječe organizacije vlogo RDO? So pravila igre jasno postavljena ali jih je potrebno še postaviti?“

V razmislek: „Na kakšen način bo RDO prevzel določene funkcije obstoječih organizacij in kakšna bo nato vloga obstoječih organizacij?“

ZAKLJUČNA RAZPRAVA

HVALA ZA POZORNOST!

ČAS JE ZA KOMENTARJE, VPRAŠANJA IN ODGOVORE.



Hvala za sodelovanje in
Lep pozdrav!

