



Terme Snovik - eko svet termalnih užitkov.

Foto: Primož Hieng

TERMALNA VODA – VIR ŽIVLJENJA IN RAZVOJA
Pomen Term Snovik za razvoj turizma na Kamniškem

Z B O R N I K

Snovik, januar 2015

Dobro delo je vedno srečo imelo.

(Slovenski pregovor)



20 let od prvega bazena

TERMALNA VODA – VIR ŽIVLJENJA IN RAZVOJA

Pomen Term Snovik za razvoj turizma na Kamniškem

Z B O R N I K

Snovik, januar 2015

Vsebina

ZBORNIKU NA POT	7
UVOD	9
Bojana Planina	10
TERMALNA VODA – VIR ŽIVLJENJA IN RAZVOJA	11
Pomen Term Snovik za razvoj turizma na Kamniškem v zgodbi	
GEOTERMALNI SISTEM VASENO – SNOVIK	
Vladimir Čoh	16
KRATEK PREGLED DEJAVNOSTI ODKRIVANJA IN RAZISKAV VODE	
TER PODATKI ANALIZE SESTAVE VODE	17
Dušan Rajver	20
GEOLOŠKE, HIDROGEOLOŠKE IN GEOFIZIKALNE RAZISKAVE V OPREDELITVI	
GEOTERMALNEGA SISTEMA VASENO – SNOVIK V TUHINJSKI DOLINI	21
Janez Kraševac	24
ZDRAVILNI UČINKI IN NAMENSKA KORISTNOST TERMALNE VODE TERM SNOVIK	25
Povzetek raziskave iz leta 2002	
NARAVNA IN KULTURNA DEDIŠČINA V LUČI TURIZMA IN KAMNIŠKEGA TURIZMA	
Bogomir Kovač	32
NARAVNA DEDIŠČINA KOT PODJETNIŠKI IZZIV IN NJEN VPLIV NA RAZVOJ REGIJE	33
Marjan Hribar	36
Irena Milinkovič	37
TRAJNOSTNI ALI ZELENI TURIZEM: KLJUČNA USMERITEV RAZVOJA SLOVENSKEGA TURIZMA	38
Manja Žebaljec	42
POUSTVARJANJE KULTURNE DEDIŠČINE, KI BOGATI TUHINJSKO DOLINO IN PONUDBO TERM	
SNOVIK ALI BREZ PRETEKLOSTI NI SEDANJOSTI IN BREZ SEDANJOSTI NI PRIHODNOSTI	43
Tadeja Jere Jakulin	46
TURISTIČNA PONUDBA - VEZ MED KULTURNO DEDIŠČINO DOMAČINOV	
IN TURISTIČNIM PODJETJEM	47

POVEZOVANJE, MREŽENJE IN TRŽENJSKO KOMUNICIRANJE

Janja Kokolj Prošek	52
NAČRTOVANJE RAZVOJA PODEŽELJA TUHINJSKE DOLINE S TERMAMI SNOVIK	53
Aleksandra Gradišek	58
MOŽNOSTI ZA OKREPITEV ZELENIH LOKALNIH DOBAVITELJSKIH VERIG – MREŽENJE TURISTIČNIH IN S TURIZMOM POVEZANIH PODJETIJ	59
Maja Pak	64
ZGODBE V SLOVENSKEM TURIZMU KOT ORODJE UČINKOVITEJŠEGA TRŽENJA	65
Alenka Hribar	68
TURIZEM NA KAMNIŠKEM NEKOČ, DANES S TERMAMI SNOVIK, JUTRI S SKUPNIM DELOVANJEM	69
Drago Bulc	72
UMESTITEV TERM SNOVIK V SLOVENSKE IN MEDNARODNE TURISTIČNE TOKOVE	73

OD BESED K DEJANJEM

Ivan Hribar	78
TERME SNOVIK – KJE SO BILE PRILOŽNOSTI, KAKŠNE IZZIVE SPREJEMAMO IN KAKŠNA JE NAŠA VIZIJA	79
SKLEP SKLEPOV ZA USPEŠNO IN UČINKOVITO PRIHODNOST TURIZMA	85
SPOROČILO IZ STEKLENICE	86



ZBORNIKU NA POT

Voda je vir življenja. Njenega pomena se vse premalo zavedamo in z njo velikokrat nerazumno ravnamo. Poleg življenjskega pomena je voda biser narave, ki jo lahko koristimo tudi v namene zdravljenja, turizma, gospodarstva.

Že v 19. stoletju je bil Kamnik, poleg Bleda, znan predvsem po zdraviliškem turizmu, saj je na sotočju Kamniške Bistrice in Nevljice delovalo zdravilišče Bad Stein oziroma tako imenovani »kurhaus«.

Danes, v zavetju Tuhinjske doline, zdraviliški turizem uspešno nadaljujejo najvišje ležeče ekoterme, Terme Snovik. Tudi z njimi se je Kamnik postavil na turistični zemljevid Slovenije, kjer igra pomembno vlogo. Zaradi zavedanja o tem in prispevka term k razvoju kamniškega turizma, jih Občina Kamnik vedno znova podpira pri projektih in produktih, ki jih ponujajo. Podpora je tudi finančna ter pri razvoju dodatne ponudbe, kot so tematske pešpoti, fitnesa na prostem, dogodkov v okviru lokalnega turističnega društva in podobno.

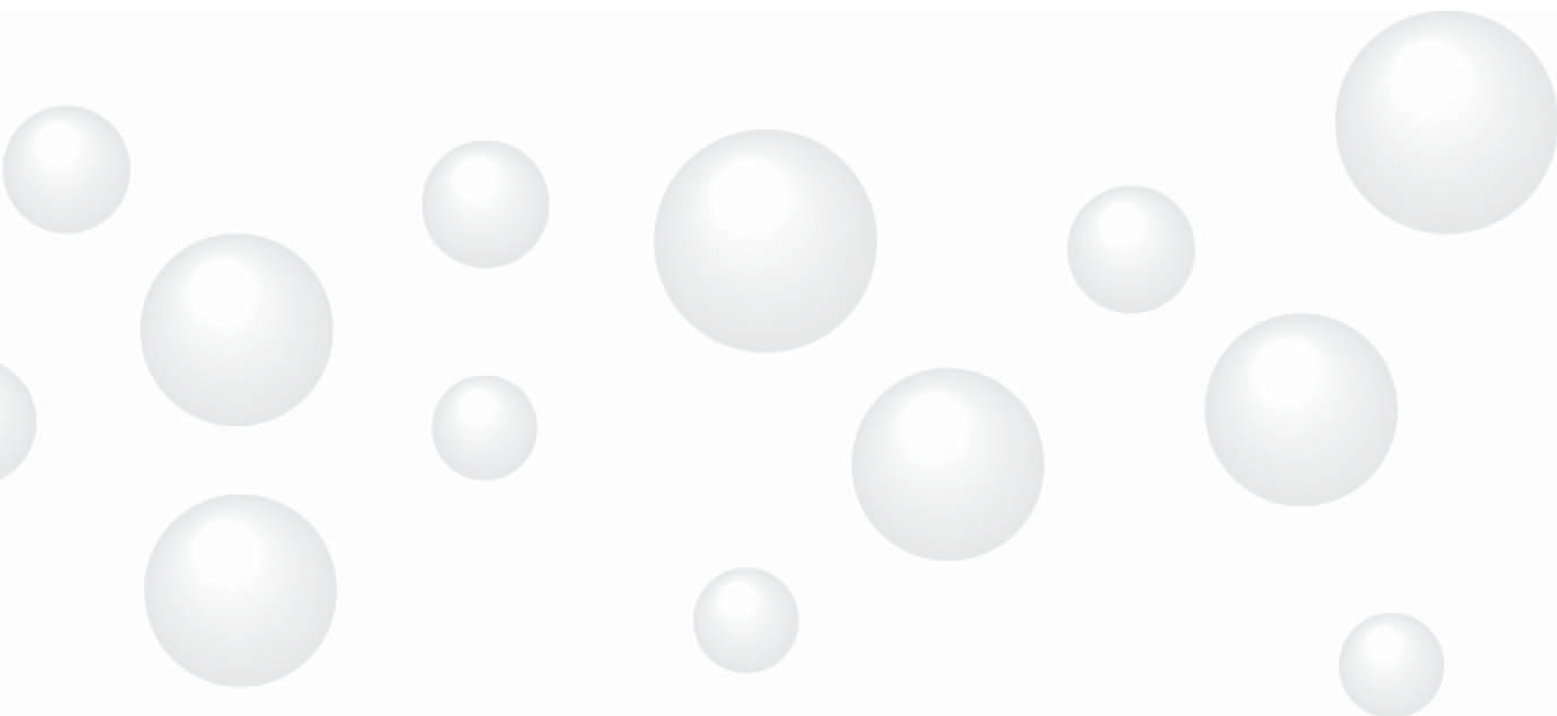
Terme Snovik že 20 let predstavljajo zgodbo o uspehu ne le v Kamniku, ampak tudi v Sloveniji in so primer dobre prakse. Le delovanje v duhu trajnostno naravnane razvoja in nikoli na račun nepremišljenega poseganja v naravo, dolgoročno prinese kar najboljše rezultate.

Če imaš izziv, močno voljo in željo, če se ne ustaviš pred preprekami, ki so pred teboj, potem lahko dosežeš zastavljeni cilj. In Terme Snovik so to dosegle in so danes eden izmed paradnih konjev kamniškega turizma, ki se usmerjajo v prihodnost.

Srečno!

Marjan Šarec
župan
Občina Kamnik

UVOD





Bojana Planina, mag. posl. ved

Bojana Planina je izvršna direktorica v Studiu Mozaik, podjetju za trženjsko komuniciranje in filmsko produkcijo. Podiplomsko stopnjo je dosegla na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani (mentorica prof. dr. Vesna Žabkar), visoko na Turistici, Portorož (mentor prof. dr. Janez Bogataj), višjo na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani (mentor mag. Franc Arh).

Že v študijskih letih je postala turistična vodnica, kot zaposlena je opravila posebni strokovni izpit za delo pri zunanjetrgovinskih poslih, si pridobila diplomu International Advertising Associations (IAA) ter posebna znanja iz direktnega marketinga (Gospodarska zbornica Slovenije, Ljubljana), strateškega marketinga (Ekonomski fakulteta Univerze v Ljubljani) ter projektnega managementa (Ekonomsko poslovna fakulteta Univerze v Mariboru).

Ima več kot 30 let delovnih izkušenj, polovico v podjetju Kompas, v Domačem turizmu, Inozemskem turizmu, Turizmu in Kompas Designu, kjer je delovala v kadrovske službi, v operativi v času OI Sarajevo 1984, operativi jugoslovanskega trga do marketinga, kjer je bila nazadnje vodja oddelka marketing. Nekaj časa je bila vodja sektorja tržnih komunikacij Založbe Mladinska knjiga, nato samostojna raziskovalka, registrirana pri Ministrstvu za znanost in tehnologijo ter vodja projektov v Agenciji Promo.

Kot gostujoča predavateljica je predavala poslovni bonton na Univerzumu Ljubljana in Ljudski univerzi Šentjur pri Celju ter priredila in izdelala skripta za ta predmet ter predmet osnove turizma. Predavala je tudi na seminarjih za usposabljanje delavcev za delo v turizmu in gostinstvu ter turistične vodnike s predmetom turistično poslovanje. Predmet marketing v turizmu je predstavila tudi na Gea College. Polovico šolskega leta je poučevala osnove turizma na Srednji gostinski in turistični šoli v Ljubljani.

Njeni projekti, ki obsegajo delovanje tako na področju turizma kot drugih dejavnosti, vključujejo tržne raziskave, strategije in operativne načrte trženja ter trženjskega komuniciranja. Svoja prizadevanja usmerja v pripravo projektov od ideje do koncepta uresničitve ter organizacijo in izvedbo posebnih dogodkov, piše pa tudi scenarije za promocijske in dokumentarne filme.

Za skupščino občine Kamnik je s sodelavci iz podjetja Kompas Design vodila in izvedla raziskavo turističnega potenciala v občini, opredelila cilje in vizijo ter strategijo turizma v občini. Je tudi avtorica zmagovalnega slogana Kamnik – V naročju planin na anonimnem natečaju Občine Kamnik.

S Termami Snovik sodeluje od obdobja njihovega nastajanja s tržnimi raziskavami in trženjskimi koncepti ter operativnimi plani, kot so koncept razvoja (raziskava povpraševanja in konkurence), strategija razvoja, oblikovanje segmentov ponudbe, trženje ponudbe, cenovna politika prenočitvenih zmogljivosti z izračuni pragov rentabilnosti, plani trženjskega komuniciranja in izvedbe nekaterih projektov promocije.

Bila je soorganizatorica okrogle mize ob 20-letnici prvega bazena, ki jo je tudi vodila.

TERMALNA VODA – VIR ŽIVLJENJA IN RAZVOJA

Pomen Term Snovik za razvoj turizma na Kamniškem v zgodbi:

Zgodba se začne z vzklikom: »Odkril sem toplo vodo!«

Da je odkril toplo vodo, je pred desetletji pripovedoval vaški kovač Janez Kovač iz Tuhinjske doline in omenil tudi, kako si je v njej ozdravil od revme zvite roke ter umiril želodčne težave. Da je voda zdravilna, je razširil ljudski glas. Ljudje so po vodo hodili s steklenicami, posodami, čebri ter uživali v njeni zdravnosti in blagodejnosti.

Pa kaj potem. Saj voda ni nič kaj posebnega!

Raziskav in analiz so se po več ročnih vrtinah lotili tudi s strojnimi vrtinami, a rezultati za ljudi, ki so odločali o nadaljnjih korakih, niso bili dovolj optimistični, da bi projekt oživili. S sklepom, da je voda neaktualna, je bilo leta 1990 odločeno, da se projekt opusti. Tako se zgodba takrat konča ter (p)ostane le še ena zgodba o neizkoriščenem slovenskem zakladu ter še en sanjavi projekt.

Voda je vir življenja!

A nekaterim, predvsem domačinom, ta odločitev ni dala miru. Niso verjeli, da bi bila voda neaktualna, saj so po njo toliko let hodili ljudje od blizu in daleč in imeli z njo le pozitivne izkušnje. In res so kasnejše raziskave pokazale, da je voda čista, brez primesi, bogata s kalcijem, magnezijem in drugimi koristnimi sestavinami ter da je njena temperatura do 30,6° C. Hkrati so ugotovili učinkovite balneološke lastnosti ter da je je tudi količinsko dovolj.

Zgodbo vode je potem z domačini in somišljeniki oživil ter jo ekonomiziral inženir Ivan Hribar, direktor Zarje Kovis, s svojo ekipo iz podjetja za proizvodnjo kovinskega stavbnega pohištva, strojno in plinsko inštalacijo, energetske sisteme in elektro inštalacije iz Kamnika, ki je tudi domačin. Danes tja, v vas Potok, v naročje Kamniških planin, le 30 km iz Ljubljane in 7 km iz Kamnika, vabijo v svoj eko svet termalnih užitkov Terme Snovik. Do danes jih je obiskalo že 1.850.000 gostov. Nastala je zelena zgodba o uspehu.

Topla voda je vir življenja in razvoja

Ta zgodba je 24. avgusta 2014 praznovala 20 let, odkar je bil postavljen prvi pilotni bazen. Termalna voda je s Termami Snovik postala vir življenja in razvoja turizma na Kamniškem. Kako to?

Ker so bile to nekoč sanje tukajšnjih otrok, mladine, ki so risali, kako bodo zgradili bazen. Predvsem pa je uspela zato, ker je bila in je še tu posebna podjetniška in strokovna ekipa, ki je verjela v projekt in se je od vsega začetka ukvarjala z energetiko ter ji je bil projekt tudi energetski izziv. Seveda pa tudi zaradi domačinov, ki so vztrajali pri zahtevah o izkoriščanju tople vode za razvoj Tuhinjske doline. Skupaj so to vodo pripeljali v povirje uspešnega poslovanja podjetja naših najvišje ležečih term. In še več. Ta voda danes blagodejno zaliva in plemeniti celoten kamniški turizem in tudi omogoča, spodbuja in motivira cvetenje turizma in komplementarnih dejavnosti v Tuhinjski dolini ter celotni občini.

Posebni so ključni ljudje podjetja in lokalne skupnosti, ki znajo in delajo povezano, zavzeto, srčno, motivirano in motivacijsko

Da je to res, izpričujejo dejanja ljudi, ki so verjeli v svojo idejo, znanje in delavnost ter jo navkljub dvomom uresničili in spisali svojo edinstveno zgodbo o uspehu. V svojem slogu so se zato tudi odločili, da bodo 20. rojstni dan praznovali, kot so navajeni – delavno in organizirali so strokovno okroglo mizo.

Ob 20. rojstnemu dnevju - vodomet idej

Okrogla miza je v krogu partnerjev, domačinov in novinarjev gostila deset odličnih sogovornikov, ki so delili svoje znanje, izkušnje, poglede, ugotovitve in ideje v nadaljnji razmislek, nove ideje in spodbude kot pravi vodomet idej. Vsi so izpostavili odločujočo vlogo tako vodstvene ekipe kot lokalne skupnosti ter njihovo usmeritev v zeleni oziroma trajnostni turizem.

Zaključna misel o temi Svetovne turistične organizacije (UNWTO) 2014 o vlogi lokalne skupnosti

S temo Svetovnega dneva turizma (27. september) »Turizem in razvoj skupnosti« tudi Svetovna turistična organizacija potrjuje izjemen pomen in vlogo različnih skupnosti pri udeležanju trajnostnega razvoja turizma. S pomočjo turizma želi tudi pospešiti izmenjavo izkušenj pri doseganju sprememb v lokalni skupnosti.

Gre za usmerjenost v trajnostni turizem, ki izhaja iz zgodb doživetij oblikovane turistične ponudbe in ki v sebi nosi sporočila medgeneracijskega povezovanja ter dialog v kulturni raznolikosti. Ta usmerjenost teži k trajnostnemu turizmu, ki izhaja iz turistične ponudbe, oblikovane na podlagi zgodb in doživetij, in ki v sebi nosi tudi sporočila medgeneracijskega povezovanja ter dialog kulturne raznolikosti.

Terme Snovik so dober in živ primer tega sporočila in veseli smo, da to zgodbo delimo z vsemi bralci. Zgodba Terme Snovik namreč ne bi bila tako uspešna in izstopajoča, in se celo ne bi utegnila zgoditi, če ne bi lokalna skupnost – domačini odigrala tako odločne podporne vloge.

Ta zbornik prispevkov odličnih strokovnjakov je darilo z zakladnico idej, dostopno vsem

Teme prispevkov okrogle mize in tega zbornika izhajajo s področja delovanja sogovornikov, avtorjev ali pa so povezane z njihovim sodelovanjem s Termami Snovik. Vključujejo predstavitev geotermalnega sistema Vaseno–Snovik, predstavitev vrednotenja naravne in kulturne dediščine, opise uspešnega in učinkovitega načina povezovanja, mreženja in trženjskega komuniciranja, uresničitev zgodbe Terme Snovik z osvetlitvijo pogledov avtorjev na preteklost, stanje sedanjega časa ter njihovimi mislimi in tvornimi smernicami za prihodnost.

V prispevkih je posebej izpostavljena vrednost in nujnost strokovnega, načrtnega in odgovornega razvoja trajnostnega turizma na Kamniškem in tudi vloga Terme Snovik pri tem. Predvsem pa je izpostavljen pomen volje, želje in odločnosti vseh akterjev ter deležnikov v tvornem, iskrenem in srčnem povezovanju ter delu na konkretnih turističnih projektih.

Z željo, da bi bili prispevki, misli in porajajoče ideje trajno dostopne najširšemu krogu, ta zbornik Terme Snovik poklanjajo vsem v nadaljnja razmišljanja, predvsem pa za spodbudo in pogum pri uresničitvi zamisli.

Vsi skupaj želimo, da turizem kot svojo konkretno perspektivo opredelijo tako občina kot podjetniki in domačini, predvsem pa vsa mlada generacija.

Ponujena roka Term Snovik

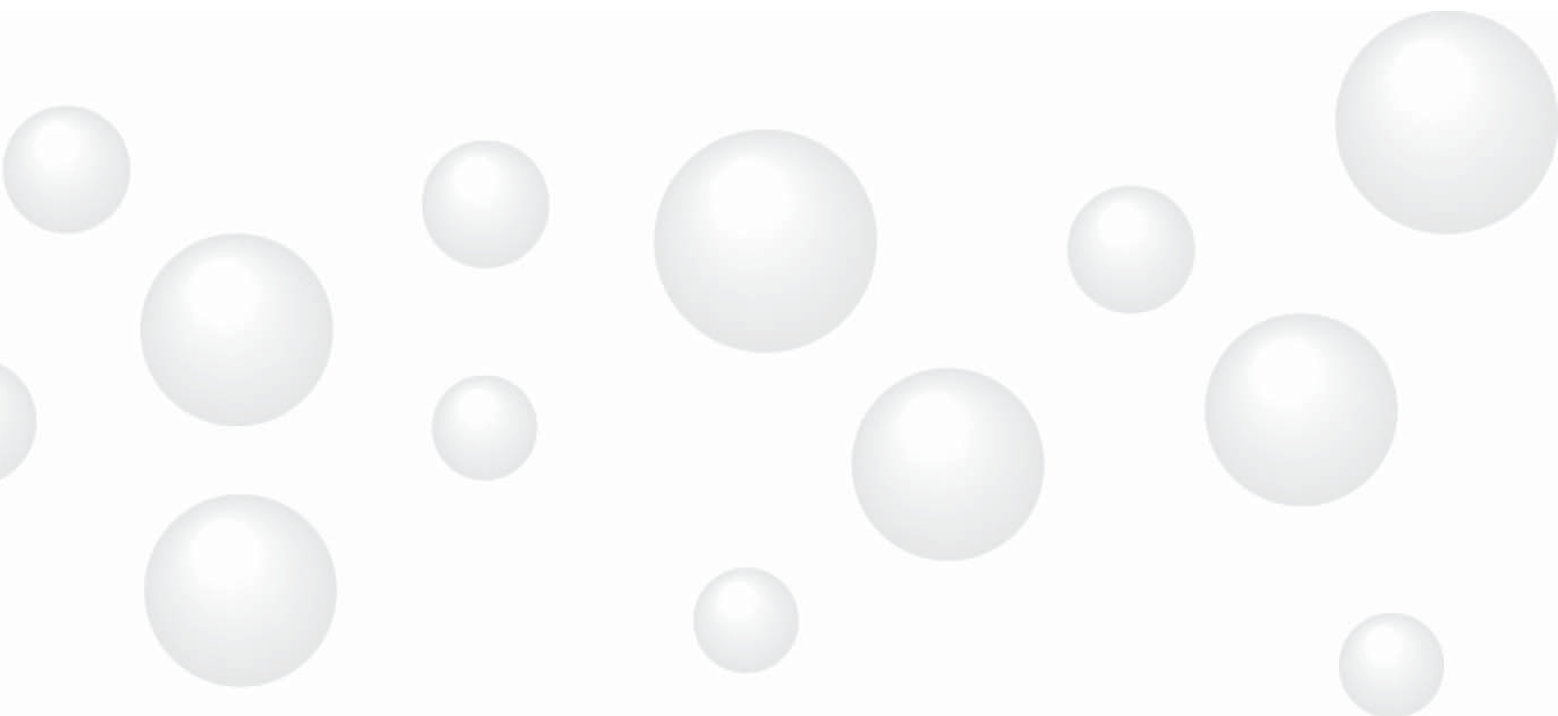
Terme Snovik mladim in malim podjetnikom ponujajo priložnosti, da uresničijo svoje programe, da izkoristijo danosti termalne vode in njihove tržne pozicije za oblikovanja svoje ponudbe ter dopolnjevanje in nadgradnjo celokupne turistične ponudbe.

Turizem potrebuje ustvarjalnost, raznovrstnost in fleksibilnost zaradi novih in drugačnih turistov, ki iščejo drugačna, predvsem pa avtentična doživetja. Pri tem pa, razen pri večjih naložbah, niso potrebni visoki kapitalski vložki. Z zanimivim in presenetljivim programom ter dobrim trženjem in vztrajnostjo je vedno moč dobiti zadostno število udeležencev, da tak program postane tudi ekonomsko upravičen in učinkovit.

Tudi male ideje manjših turističnih ponudnikov manjših krajev lahko postanejo velike zgodbe prebivalcev in ena od številnih priložnosti razvoja.

Vsak čas je za to pravi čas. Z dobrim delom lahko uspe vsak. Za pozitivne in drzne ljudi pa je priložnosti še več.

GEOTERMALNI SISTEM VASENO – SNOVIK





Vladimir Čoh, univ. dipl. inž. kem. inženirstva

Vladimir Čoh je vse svoje življenje posvetil raziskovanju mineralnih vod in je eden naših vidnejših strokovnjakov balneologov z mednarodno licenco na področju kliničnih raziskav učinkovitosti vode tudi v evropskem merilu.

Diplomiral je na Fakulteti za naravoslovje in tehnologijo Univerze v Ljubljani na Oddelku za kemijo in kemijsko tehnologijo. Po prvi zaposlitvi v kemijskem laboratoriju Železarne Štore se je leta 1963 zaposlil v Zavodu za balneologijo LR Slovenije, kasneje Centru za razvoj in znanstveno raziskovanje mineralnih vod, ki je bil večkrat preimenovan in nato prestavljen v Rogaško Slatino. Tam je delal do svoje upokojitve.

Po prakticiranju v biokemičnem laboratoriju na Infekcijski kliniki v Ljubljani je začel opravljati tudi razne biokemične analize, ki so razkrivale biološko dogajanje v človeškem organizmu ob pitju mineralne vode (pitni kuri). Sodeloval je pri raziskavah, ki so se nanašale na mineralne in tudi termalne vode.

Sodeloval je z Zavodi za zdravstveno varstvo Maribor, Celje in Ljubljana, z Oddelkom za kemijo in kemijsko tehnologijo Fakultete za naravoslovje in tehnologijo Univerze v Ljubljani, s Fakulteto za kemijo in kemijsko tehnologijo Univerze v Mariboru, Inštitutom Jožef Stefan, Kemijskim inštitutom v Ljubljani, Ministrstvom za zdravstvo, Skupnostjo slovenskih naravnih zdravilišč, Združenjem proizvajalcev mineralnih vod Jugoslavije in pozneje Slovenije in drugimi. V tujini je sodeloval z Balneološkim inštitutom univerze v Münchnu ter inštitucijami nemškega Združenja proizvajalcev mineralnih vod.

Kot avtor ali soavtor je pisal ter objavljajal v strokovnih revijah in sodeloval na konferencah, napisal pa je tudi precej poljudnih člankov.

KRATEK PREGLED DEJAVNOSTI ODKRIVANJA IN RAZISKAV VODE TER PODATKI ANALIZE SESTAVE VODE

Kratek pregled dejavnosti odkrivanja in raziskav vode

Povod za raziskovanje, ki je vodilo do današnjih Term Snovik, je bil bržkone izvir pri kovačiji ob potoku Nevljica, katerega temperatura je bila 19,5° C, njegova pretočna količina pa 0,7 l/sekundo. Tako ugotavlja Geološki zavod Ljubljana v svojem poročilu »Hidrogeološke razmere na termalnem območju pri Vasenem v Tuhinjski dolini« dne 31. 5. 1973.

Poročilo navaja, da so bile leta 1953 izvršene prve raziskave v neposredni okolici termalnega izvira z namenom ugotoviti možnost zajetja termalne vode ter njene hidrogeološke, kemične in bakteriološke značilnosti. Preiskave je opravil Geološki zavod Ljubljana. Takrat so ročno izvrtali sedem plitvih vrtin.

Pri raziskovalnem vrtanju v letih 1972 in 1973 so ugotovili, da plitvo ležeča termalna cona ni primerna za izkoriščanje, ker bi pri večjem izkoriščanju prišlo do padca temperature vode, poslabšala pa bi se tudi bakteriološka slika.

Pri nadaljnjih raziskavah so ugotovili, da poleg plitvo ležeče obstaja še srednje globoka termalna cona in to v globini od 40 m do 150 m. V to cono je bilo izvrtanih več vrtin. Od teh je bila najbolj ugodna 103 m globoka vrtina V-11/73¹, iz katere je prosto iztekalo 8 litrov na sekundo vode s temperaturo 29° C.

Vrtine so omogočile ugotoviti strukturno zgradbo ozemlja oziroma izdelavo geološke karte. Določena sta bila ožji in širši varstveni pas. Predvsem pa je bilo pomembno, da so na podlagi dobljenih podatkov locirali kaptažo² za novo vrtino, ki naj bi dala dodatne količine termalne vode s temperaturo okoli 30° C, kar je bilo pozneje udejanjeno za več vrtin.

V letih 1992, 1997 in 2000 je bilo opravljenih več kemičnih analiz na glavne sestavine in elemente v sledovih ter mikrobiološke lastnosti termalnih vod iz več različnih vrelcev. Vse analize kažejo veliko skladnost analiznih podatkov.

Analize so izvajali: Zdravilišče Rogaška, Zdravstvo, d. o. o., Center za razvoj in znanstveno raziskovanje mineralnih vod Rogaška Slatina; Zavod za zdravstveno varstvo Celje, Sanitarna mikrobiologija; Zavod za zdravstveno varstvo Maribor, Inštitut za varstvo okolja.

Na podlagi teh analiz, katerih rezultati kažejo veliko skladnost, je možno uporabiti analizo na glavne sestavine in mikrobiološke lastnosti za termalno vodo iz vrtine V-17 kot informativni prikaz sestave z oceno za termalno vodo (na koncu prispevka), ki jo uporabljajo v Termah Snovik.

Podatki analize sestave vode

Voda je nizko mineralizirana in po kemični sestavi kalcijevo-magnezijev-hidrogenkarbonatni tip srednje mehke oziroma precej trde vodovodne vode (studenčnice).

Koncentracije zdravju škodljivih elementov v sledovih v vodi ne presegajo dovoljenih vrednosti.

¹ Razlaga oznak npr. V-11/73: V - vrtina, 11 - zaporedna številka vrtine, 73 - leto vrtanja.

² Kaptaža - umetna zajezitev izvira zaradi koriščenja.

Ker znaša temperatura vode na vrelcu več kot 20° C, jo uvrščamo med termalne vode. Ker temperatura vode ne dosega 34° C, dobi še predpono hipo, torej gre za hipotermalno vodo.

Voda ne vsebuje železa, zato njegovo odstranjevanje ni potrebno.





Analiza na glavne sestavine in ionska bilanca (Tabela 1) ter mikrobiološke lastnosti vode iz vrtine V-17/96 (Tabela 2).

Tabela 1: Glavne sestavine in ionska bilanca iz Analize poročila o fizikalno-kemični preiskavi termalne vode iz vrtine V-17, črpališče Potok (faksimile).

Glavne sestavine in ionska bilanca			
Kationi	mg/l	Ekvivalentna koncentracija v mmol/l	Ekvivalentni delež v %
Amonij (NH ₄ ⁺)	< 0,01	0,000	0,00
Litij (Li ⁺)	< 0,01	0,000	0,00
Natrij (Na ⁺)	4,1	0,178	3,63
Kalij (K ⁺)	1,3	0,033	0,68
Magnezij (Mg ²⁺)	28	2,303	46,91
Kalcij (Ca ²⁺)	48	2,395	48,78
Stroncij (Sr ²⁺)	< 0,01	0,000	0,00
Železo (Fe ²⁺)	< 0,01	0,000	0,00
Vsota		4,909	100,00
Anioni			
Fluorid (F ⁻)	0,3	0,015	0,32
Klorid (Cl ⁻)	3,5	0,099	2,09
Bromid (Br ⁻)	< 0,01	0,000	0,00
Jodid (I ⁻)	< 0,01	0,000	0,00
Nitrat (NO ₃ ⁻)	0,8	0,013	0,27
Nitrit (NO ₂ ⁻)	< 0,01	0,000	0,00
Sulfat (SO ₄ ²⁻)	10	0,208	4,39
Hidrogenfosfat (HPO ₄ ²⁻)	0,14	0,003	0,06
Hidrogenkarbonat (HCO ₃ ⁻)	268	4,4	92,87
Vsota		4,738	100,00
Šibki elektroliti			
	18,3		
Metasilicijeva k. (H ₂ SiO ₃)			
Metaborova kislina (HBO ₂)	≤ 0,01		
Vsota raztop. trdnih sestavin		382 mg/l	
Izparilni preostanek, sušen pri 180 °C	290 mg/l		
Celokupna trdota: 12,8 °n			
pH ob odvzemu: 7,0			
Specifična prevodnost: 390 uS/cm			
Balneokemijska karakteristika: Kalcijeva-magnezijeva-hidrogenkarbonatna hipoakratoterma.			
Voda predstavlja dokaj pogost tip precej trde vodovodne vode. Ker znaša temperatura vode več kot 20 °C, spada med termalne vode.			

Vir: Zdravilišče Rogaška - Zdravstvo, d. o. o., Center za razvoj in znanstveno raziskovanje mineralnih vod, maj 1997.

Tabela 2: Mikrobiologija št. 1628 (faksimile)

ZAVOD ZA ZDRAVSTVENO VARSTVO CELJE Sanitarna mikrobiologija, Gregorčičeva 5 Celje Tel: 063 442 246, fax: 063 442 245				
Datum : 27.5.97 Vzorec : 9701685		MIKROBIOLOGIJA št.: 1628 Pitne vode Preiskan do dne: 27.5.97		
POROČILO O PRESKUSU : Pitne vode - razširjeni pregled				
Zarja Kovis Kamnik 1240 KAMNIK		Izvor : V - 17 ČRPALIŠČE POTOK Lastnik: Zarja Kovis Naročil: Rog.Slatina, Center za znanst.razisk.mineral. Odvzem: 19.5.97 ob 10:10 Naročnik Sprejem: 19.5.97 ob 17:49		
TERENSKI PODATKI: Vreme : lepo , Temperatura vode: - Tip vira: Zaprti Voda : ni prečiščena, ni klorirana Vonj : - Okus:- Izgled:B.p.				
z.št.	PREISKAVA	ENOTA	REZULTAT	MDK: (3)
1.	MPN skup.kolif.b.	v 100 ml	0	10
2.	Sk.št.aerob.mezof.b.	v 1 ml	1	100
3.	Koliformne bakt. fekal. izvora	v 100 ml	0	0
4.	Streptokoki fekalnega izvora	v 100 ml	0	0
5.	Sulfitreducirajoči klostridij	v 100 ml	0	1
6.	Proteus sp.	v 100 ml	0	0
7.	Pseudomonas aeruginosa	v 100 ml	0	0
8.	Skup.št.aer.bakterij 22°C 72 h	v 1 ml	4	
Preiskave označene z * prekoračujejo MDK				
				Točke : 16,00
MNENJE IN OCENA: Glede na obseg izvršenih preiskav vzorec ustreza Pravilniku o higienski neoporečnosti pitne vode (Uradni I.SFRJ št.33/87, 13/91).				
Mira Šepec , prof.biol. spec.mikrobiologije Odgovorni mikrobiolog 			Alenka Štorman, dr.med. spec.mikrobiologije Predstojnica 	
Rezultati preskusa se nanašajo izključno na vzorce, ki so bili preskušeni. Poročilo se brez pisnega pristanka preskusnega laboratorija ne sme reproducirati, razen v celoti.				
				Stran: 1/1

Vir: Zavod za zdravstveno varstvo Celje, Sanitarna mikrobiologija, 27. maj 1997



mag. **Dušan Rajver**, univ. dipl. inž. geol.

Mag. Dušan Rajver je razvojni svetovalec na Geološkem zavodu Slovenije. Po diplomi na Naravoslovnotehniški fakulteti Univerze v Ljubljani, smer geologija, je opravil specializacijo na International Institute for Geothermal Research, International school of Geothermics, Pisa, Italija in postal magister znanosti na Naravoslovnotehniški fakulteti, Univerze v Ljubljani.

Že od leta 1987 je zaposlen na Geološkem zavodu Slovenije in se ukvarja z geotermalnimi raziskavami in geotermijo kot geofizikalno metodo.

V geotermični dejavnosti izvaja meritve toplotne prevodnosti na vzorcih kamnin iz vrtin in s površja, sodeluje v meritvah temperatur in drugih parametrov v vrtinah in rezultate interpretira. Tako ustvarja bazo geotermičnih podatkov iz naših vrtin ter izdeluje geotermične karte in profile.

Sodeluje pri projektu GeoMol, katerega cilj je modeliranje geoloških in geotermičnih pogojev v nastopajočih geotermalnih vodonosnikih na območju molasnih sedimentnih bazenov v državah širšega alpskega prostora in projektu Legend, katerega cilj je večji prenos dobrih praks izkoriščanja geotermalne energije v naše okolje ter priprava strategij za večji razmah geotermalnih toplotnih črpalk v jadranskem območju v obdobju 2014–2020. Bil je soudeležen pri projektu T-JAM (operativni program Slovenija – Madžarska 2007-2013: Pregled rabe geotermalne energije, ocena podzemnih teles termalne vode in priprava skupnega načrta upravljanja vodonosnikov v Mursko-Zalskem bazenu) in v projektu Geo.Power (v sklopu programa Interreg IVc), kjer je bil cilj projekta pripraviti strategijo povečanja dolgoročnih naložb v geotermalne toplotne črpalke. Strategija temelji na pristopu prenosa najboljših praks učinkovite rabe nizkotemperaturnih geotermičnih sistemov v vsako okolje. Vključen je bil tudi v raziskavo nacionalnega pomena pod nazivom 3.3 Geotermalni viri za Ministrstvo za Infrastrukturo in prostor Republike Slovenije ter v projekta TransThermal (raziskava geotermalnega potenciala obmejnega območja med Slovenijo in Avstrijo) in TransEnergy (raziskava prekomejnih geotermalnih energetskih virov, predvsem v termalnih vodonosnikih predterciarne starosti v obmejnih območjih Slovenije, Avstrije, Madžarske in Slovaške). Deluje tudi v NATO znanstvenemu programu »Povezanost zračnih in talnih temperatur v treh različnih podnebjih, tj. na Češkem, v Sloveniji in na Portugalskem«.

O področju in poznavanju geotermičnih danosti je objavil (v soavtorstvu) več strokovnih in znanstvenih člankov, njegova bibliografija pa obsega skupno več kot 180 različnih del.

GEOLOŠKE, HIDROGEOLOŠKE IN GEOFIZIKALNE RAZISKAVE V OPREDELITVI GEOTERMALNEGA SISTEMA VASENO – SNOVIK V TUHINJSKI DOLINI

Na območju ozko omejene šibke geotermalne anomalije Vaseno v Tuhinjski dolini so se od leta 1953 občasno izvajale geološke, hidrogeološke in geofizikalne raziskave. Podlaga za raziskave so bili naravni termalni izviri, ki si sledijo od mostu pri žagi do opuščene kovačije ob potoku Nevljica, s temperaturami med 13° C in 19,5° C. Izvor toplote so vroče kamnine v večjih globinah, ki so posledica Zemljine notranje toplote in razpada radioaktivnih izotopov v njeni skorji.

Naravni geotermalni sistem pri Vasenem ima nekakšen krogotok, saj meteorna voda pronica s površine do toplih kamnin v globinah okrog 1,5 km do 2 km in se nato ogreeta zaradi vzgona (manjše gostote) dviga na površje. Ta sistem je pogojen s svojimi hidrogeološkimi, tektonskimi in toplotnimi lastnostmi. Ima določeno izdatnost in temperaturo, ki ju z umetnim posegom (črpanjem) lahko spremenimo v smeri povišanja ali znižanja teh dveh količin. Za optimalno izkoriščanje geotermalnega sistema je potrebno poznavanje vseh geotermičnih in hidrogeoloških parametrov, kar je privedlo do uporabe skoraj vseh tedaj dostopnih metod raziskav.

Prenos toplote od toplih kamnin do površja vrši premikajoča se podzemna voda, ki se ob teh kamninah segreva in se sama arteško dviga s prosto konvekcijo ali pa jo na površje črpamo iz vodnjakov in vrtin. Povezava toplih kamnin s površjem je lahko naravna s prelomi in skozi zelo porozne krovne kamnine ali pa umetna z vrtinami. Na območju vasi Vaseno obstaja naravna povezava. Topli izviri ob Nevljici so nastali na območju za podzemno vodo zelo prepustne prelomne cone oziroma sečišča več takih con različnih smeri.

Prve geofizikalne raziskave so se izvajale leta 1953 z meritvami kratkih geoelektričnih sond. Vendar so geofiziki in geologi šele pozneje z daljšimi geoelektričnimi sondami, s petimi leta 1982 pri vaseh Potok in Vaseno ter sedmimi leta 1989 severneje pri Snoviku, lahko ocenili globine do dolomitnih kamnin (neke vrste visokoupornostna podlaga) v bližnji okolici termalnih izvirov. Hidrogeološke raziskave so se intenzivneje pričele leta 1972 in se nadaljevale z vse globljimi vrtinami. Iz raziskovalne vrtine V-11/73 ob kovačiji je leto dni po kaptiranju iztekalo še 7 l/s vode s temperaturo 28° C. Ta vrtina je še aktivna, saj je bil samoizliv do leta 2002 napeljan v zajetje ob kovačiji. Nazadnje so izliv uredili ob kolovozu na južni strani travnika. Izmerjene temperature v različnih globinah v vrtini (termogrami) v treh vrtinah, V-8/72, V-10/73 in V-12/74, so, čeprav pogoji meritev niso bili idealni, pokazali inverzni značaj poteka temperatur z globino. S temi vrtinami so dosegli srednje globoko termalno cono med 40 m in 150 m globine na ožjem termalnem območju ob Nevljici. Termogrami so pokazali, da se z večanjem globine le oddaljujemo od cone glavnih dotokov termalne vode. Kmalu za tem so izvrtali 171 m globoko vrtino V-13/75, ki je bila najboljša vrtina, kar se tiče razmerja izdatnost/temperatura. Ta je poldrugo leto neprestano prelivala s količino 7 l/s pri ustaljeni temperaturi 28° C.

Namen nadaljnjih raziskav je bil poglobiti vrtino V-13/75, vendar so zaradi tehničnih težav pri tem poskusu to lokacijo morali opustiti. V neposredni bližini so izdelali globljo vrtino V-14/83, ki je skozi neprepustne skrilave glinavce prišla v dolomit srednjetriasne starosti v globini 149 m in v njem ostala vse do končne globine 610,5 m. Dotoki v vrtino z največ 5 l/s so se javljali iz ozko lokaliziranih tektonsko pretrtih

geotermalnega sistema pri Vasenem. Skoraj ni verjetno, da leži tu v večji globini geotermalni vodonosnik s povišano temperaturo in primerno izdatnostjo.

Snovik je na območju nizkega geotermičnega gradienta¹, nižjega od 15° C/km. Pri geotermičnem gradientu, ugotovljenem iz meritev v tej vrtini, lahko temperaturo npr. 30° C dosežemo v globinah okrog 1400 m do 1800 m, 40° C pa v globinah okrog 1800 m do 2300 m. Pri teh ocenah predvidevamo v teh globinah približno take kamnine, kot so bile navrtane v vrtini V-15/90, globlje od 1 km pa predvsem dolomit; upoštevamo pa tudi dejstvo, da vrtina med zadnjim merjenjem temperature še ni bila povsem toplotno stabilizirana. Na lokaciji vrtine je določena približna gostota toplotnega toka 36 mW/m², ki je kot osnovni geotermični parameter značilno nizek za alpski orogen².

Zato se je spet nadaljevalo z izdelavo novih proizvodnih vrtin v Vasenem. Vrtina V-16/95 z globino 124 m (z zadnjimi 3 metri v dolomitu) je pokazala na možno količino črpanja 16 l/s vode s temperaturo 30,4° C. Dne 21. marca 1996 je merjena temperatura termalne vode iz vrtine V-16/96 na bazenu v Snoviku (27,07° C) in na ustju vrtine V-16/96 (30° C), 30. maja 1996 pa še vzdolž stolpca same vrtine. Vendar so po večmesečnem obratovanju vrtine pričeli nihati pretok, temperatura in motnost vode. Zato se je naslednje leto le 3 metre stran izdelala nova vrtina V-17/96. Najvišji dotoki čiste vode so se pojavili v razpokanem dolomitu od globine 140 m dalje in so zvezno naraščali vse do končne globine 151 m, kjer je bilo izmerjeno 8 l/s s temperaturo 29,0° C. Zdaj se izkoriščajo vse tri vrtine, vsaka s poprečnim letnim pretokom med 1,5 l/s in 2,5 l/s, iz V-16/95 in V-17/96 s temperaturo 29° C do 30,6° C ter iz vrtine V-15/90 s temperaturo 20° C.

Že iz same oblike termogramov lahko sklepamo na bližino in položaj geotermičnega sistema. V Vasenem imamo splet več različnih razpok z dvigajočo vodo, ki ima razen tega še različne temperature. Če bi želeli na ožjem območju termalnega izvira v Vasenem priti v področje z višjo temperaturo od zdaj dosežene 30,6° C, bi predvidoma morali tam izdelati precej globljo vrtino od sedaj najgloblje (610 m), seveda ob izpolnjevanju pogoja, da bi istočasno še vedno ostali v vodonosni prepustni prelomni coni. Taka vrtina bi morala biti globoka vsaj 1,5 km do 2 km. Pri tem lahko upoštevamo tudi možnost delnega ohlajanja dvigajoče se globlje termalne vode z vmesnimi bočnimi hladnejšimi dotoki. Dejansko bi se moralo vrtati v prelomni coni, oziroma tako, da vrtina globlje zanesljivo zadene prelomno vodonosno cono. Subvertikalni vodonosniki pa tudi niso nujno povsem linearni, kar onemogoča natančnejše predvidevanje uspešnosti takih vrtin.

Vir podatkov:

Lapanje, A., Rajver, D., Mozetič, S., Vrabc, M., Ratej, J., Rikanovič, R., Bole, Z., 2008: Hidrogeološke strokovne osnove za izkoriščanje termalne vode v Termah Snovik – Kamnik. Poročilo GeoZS, Ljubljana, str. 45.

SKLEP OKROGLE MIZE

Izdatnost vode iz vrtin 15, 16 in 17 je dobra in je do maksimalne temperature 30,6° C količinsko dovolj za nadaljnje izkoriščanje.

Za iskanje višjih temperatur bi morali izdelati globlje vrtine, vendar glede na geološke lastnosti tako verjetnost ne moremo predvideti, poleg tega pa tako globoke vrtine tudi niso ekonomske.

¹ Gradient = sprememba količine na enoto razdalje.

² Orogen = nanašajoč se na navpično izoblikovanost zemeljskega površja; orogeneza = gibanje zemeljske skorje, ki povzroča nastajanje gor, gorovij; gorotvorno gibanje.



prim. prof. dr. **Janez Kraševac**, dr. med., balneolog, otorinolaringolog - alergolog

Prim. prof. dr. Janez Kraševac je na področju balneologije in z njo povezanih kliničnih raziskav priznana evropska eminenca.

Po študiju na Medicinski fakulteti v Ljubljani je specializiral otorinolaringologijo v Celju. Od leta 1967 do 1970 je bil vodja oddelka za socialno medicino in končal postdiplomski študij javnega zdravstva na Školi narodnog zdravlja dr. Andrija Štampar v Zagrebu ter leta 1971 postal magister znanosti. Po letu 1970 je bil samostojni zdravstveni svetovalec Regionalne in kasneje Medobčinske zdravstvene skupnosti v Celju ter direktor Inštituta za balneologijo in klimatologijo v ustanavljanju.

Leta 1976 je zagovarjal disertacijo, ki vključuje vpliv mineralnih vod oziroma aerosolov na dihalno sluznico in postal doktor znanosti področja balneologije. Leta 1978 je postal habilitirani docent za balneologijo na Medicinski fakulteti v Ljubljani, leta 1985 izredni profesor, leta 1991 pa primarij.

Sodeloval je v dodiplomskem študiju s področja balneoklimatologije. Je aktivni udeleženec mnogih strokovnih srečanj in kongresov v domovini in tujini na področju aerosologije, otorinolaringologije, alergologije in ekoloških problemov dihal. Je tudi član domačih in tujih strokovnih združenj. Za svoje strokovno in raziskovalno delo je poleg drugih priznanj prejel Red republike z bronastim vencem.

Njegovo raziskovalno delo s področja balneologije obsega 58 raziskav slovenskih, bosanskih, makedonskih in indonezijskih termalnih in mineralnih vod. V zadnjih letih je raziskoval tudi zdravilnost blata in šote Lepa Vida v sečoveljskih solinah ter *Persian mud* v Iranu. Poleg raziskav je objavil več kot 130 znanstveno strokovnih člankov ter poročil in 64 poljudnoznanstvenih prispevkov. Sodeloval pa je tudi kot pisec uvodne besede, soavtor in recenzent strokovnih knjig, zbornikov in skript.

ZDRAVILNI UČINKI IN NAMENSKA KORISTNOST TERMALNE VODE TERM SNOVIK

Povzetek raziskave iz leta 2002¹

Izhodišča raziskave in njena vsebina

Naravna danost v Tuhinjski dolini nudi dokazano akrototermalno zemeljskoalkalno vodo, ki jo lahko z ozirom na izhodiščno količino ob vrtini in temperaturo koristno uporabimo za rekreativno turistične namene, šport in ob ustreznih gradbenih in kadrovskih pogojih za rehabilitacijsko balneološke namene. Voda je po kemijski sestavi podobna večjemu številu naših akrototermalnih vrelic. Glede na danost celoletnega turizma, ki je tudi lokacijsko dobro dostopen, je ponudba rekreacije v bazenih, kopelih in spremljajočih dejavnostih še pomembnejša, saj bi se tako približali znanim renomiranim rekreacijsko-turističnim centrom. Moja študija naj služi kot orientacija, izhodišče za razmišljanje in primerjave tistim, ki naj bi v prihodnje odločali o usodi termalne vrtine, seveda v povezavi z prenekaterimi drugimi gospodarskimi dejavniki.

V elaboratu podajam nekaj rezultatov geoloških in kemičnih analiz iz začetka 80. let in na podlagi kemičnih analiz ugotavljam balneološko kakovost vode v balneološke namene, tako rekreativno turistične kot v perspektivi balneološko medicinsko rehabilitacijske. Podajam pregled ionov, to je kationov in anionov, ki so nosilci posameznih značilnosti in so učinkoviti tako v termalnih kot v mineralnih vodah. V prikazu učinka sestavin sem se držal širše analize in podal vse možnosti fiziološkega učinkovanja posameznih sestavin na telo, tudi če so v minimalnih količinah. Prav tako sem na podlagi primerjave vseh posameznih analiz geologov, zdravilišča in zavoda v Mariboru, primerjal sestavine vod. Osnova za moja razmišljanja in elaborat je bila količina in sestavina V-16 in V-17, ki sta vodilna izvira Term Snovik. Za V-14 je podana karakteristika, da je izvir kalcijevomagnezijeva hidrogenkarbonatna hipoterma, prav tako obe analizi V-16 in V-17 iz leta 2000. Iz podatkov logično sklepam, da je voda kalcij magnezijeva akrototermo do homeo terma. Predstavil sem 12 tovrstnih razvitih bolj ali manj medicinsko rehabilitacijsko delujočih zdravilišč poleg nekaj drugih izvirov. Sledi razprava o delovanju akrototerm v okviru balneoloških ciljev, učinkih na telo, nekaterih pogledih na nudenje moderne rekreacije obiskovalcem tako po svetu, kot naj bi bilo v ponudbi tu. Nekaj še o klimatoloških vplivih, sodobnih problemih otrok in srednje populacije, o starostnikih in možnostih preprečevanja nepokretnosti ter podaljševanju osnovnih človekovih opravil v samostojnosti.

Osnove za analizo vode vrtin Term Snovik

Termalno področje v Vasenem so hidrogeologi smatrali kot edino v širši ljubljanski okolici z obstoječo termalno vodo 30° C in možnostjo uporabe v rekreacijske in tudi zdravstveno rehabilitacijske usmeritve. Vzporedno so bile narejene tudi prve kemične analize (Inštitut Borisa Kidriča, Inštitut Jožefa Stefana). Ugotavljali so nizkomineralizirano hipotermalno vodo, rahlo radioaktivne kalcijevo magnezijevo hidrokarbonatnega tipa. Na lokaciji je bil ugotovljen ožji varstveni pas za preprečitev morebitnih novih gradenj

¹ Vsebino povzetka raziskave gre jemati glede na čas, v katerem je nastala. Za kakšno koli konkretno razmišljanje in morebitno oblikovanje idej konkretnih programov, povezanih s termalno vodo, se obrnite na vodstvo Term Snovik, ki ima s posameznih področij novejšo raziskavo ter podatke. Povzetek je pripravila urednica z avtorizacijo avtorja.

in nastajanja odplak ter širši varstveni pas, ki zavzema neposredno napajalna območja, kjer naj ne bi bilo morebitnih kamnolomov in drugih rudarskih posegov ter varstvo površinskih vodnih tokov in odpadne vode.

Osnove za analizo so bile hidrogeološke raziskave in poročila (5. 5. 1973), ugotovitve hidrogeologa Antona Nosana, dipl. ing., ki v monografiji (1973) opiše izvir Vaseno pri Selah v Tuhinjski dolini, hidrogeološka poročila vrtin V-14, V-15 in njihova dokaj natančna balneokemična sestava obeh vod (Zdravilišče Rogaška Slatina, Vladimir Čoh, dipl. ing. kem. in Peter Junež, dipl. ing. geol.) ter poročila o kaptažnih vrtinah V-16 in V-17, ki sta po izjavah glavna vira sedanjega koriščenja akrototerme (Renato Verbovšek, dipl. ing. geol.).

Kaj je balneologija oziroma balneoterapija?

Izviri akrototermalnih oziroma termomineralnih vod in mineralnih vod imajo lastnosti, ki jih od rečnih, vodovodnih vod ločijo po nekaterih kemičnih značilnostih, sestavi, količini raztopljenih rudnin, po vsebnosti morebitnih plinov, zlasti CO₂, po temperaturi, radioaktivnosti in še drugih biološko aktivnih dejavnikih. Balneologija kot stroka proučuje tudi druge oblike uporabe naravnih zdravilnih dejavnikov, kot so zdravilno blato, mulj, fango, blatne kopeli, inhalacije in pitje zdravilnih vod in ob včasih obsežnejših postopkih tudi fizioterapije, mehanoterapije, kineziterapije, elektroterapije. Tudi klimatološke značilnosti kraja (vetrovnost, sončno sevanje, meglovitost, nadmorska višina) in neoporečnost ozračja so pomemben dodatni dejavnik. Zato pogosto združujemo pojem balneo-klimatologije oz. -terapije. Učinke balneoloških možnosti izrabimo v razne smeri pozitivnega delovanja na človeški organizem za ortopedske, postoperativne kirurške, pediatrične, revmatološke in travmatološke cilje, da ne omenjam učinkov pitnih kur mineralnih voda za gastroenterološke, kardiološke namene.

Učinki uporabe akrototerme na telo in možnosti terapevtskih programov v Termah Snovik

Izviri Term Snovik V-16, V-17 spadajo med zanimive, primerljive, zdravilne, balneološke izvire. Njihovo uporabnost je potrebno razumeti kompleksno skupaj z okoljem. Gre tudi za kompleksno delovanje vseh sestavin, ki pridejo do izraza ob učinku na telo. To so tudi dejavniki spremembe okolja, boljše ali dietalne in redne prehrane, bivanje v miru, brez stresov, hranjenje počasi, mir v okolici, drug dnevni ritem, drug ritem počitka, sprostitveni programi, plavanje, medicinsko programirana in dozirana gimnastika oz. fizioterapija, podvodne masaže v kadeh, prav tako biserne kopeli, razvedrilni programi, vpliv okolice itd. Vse to je ključno za dobro obnavljanje človeškega organizma, telesa in psihe v organiziranem, rekreacijsko-turističnem centru, da o zdraviliškem okolju ne govorimo.

Znano je, da umetna akrototerma, v katero bi dodali enake sestavine in jo ogreli, ne daje enakih balneoloških in nespecifičnih učinkov, kot jih nudijo naravni vreli. Uporaba take umetne kompozicije bi bila tudi v zdravilišču, če bi jo uporabili, brez učinka.

V strokovnih krogih velja mnenje, da je specifično delovanje termalnih akrototermalnih ali termomineralnih vod adaptacijski proces na vrsto dražljajev, izzvanih s posameznimi, tudi nepoznanimi, lastnostmi določenega izvira. Med posameznimi funkcijami organizma delujejo neposredno reaktivno regulacijski procesi, katerih cilj je koordinacija delovanja celotnega telesa. Organizem namreč odgovarja na zelo

zapletene načine, odvisno od izhodiščnega reakcijskega stanja ter od jakosti in vrste posameznih dražljajev. Pri zdravem telesu so ti normalni reaktivno regulatorni mehanizmi uravnovešeni, pri oslABLjenem oz. izčrpanem, bolnem, iztrošenem telesu pa oslABLjeni, prekomerni ali pa celo patološki. Dokazano je, da lahko s termalnimi oz. termomineralnimi vodami vplivamo na te mehanizme in da s pravilno količino balneoloških dražljajev dosežemo uravnovešenje in utrjevanje organizma.

Prijemališče vpliva zdravilnih oz. balneoloških učinkovitih voda je konstitucija organizma, ne pa povzročitelj patološkega procesa. Zato ni neposrednega vpliva, kakršen je na primer pri antibiotikih na infekt. Z balneološkimi sredstvi (kopeli, pitje, itd.) skušamo ustvariti pogoje, da bi organizem s svojimi preostalimi močmi in skupaj z naravnimi sredstvi, zmožel zdravljenje bolezni, ki je večinoma kronična, hkrati na ta način preprečujemo težave in izboljšamo kondicijo (revmatizem, degenerativna obolenja hrbtenice, kolikov, itd.). Pitne kure pri kroničnih vnetjih prebavnega trakta in sečil pospešujejo odvajanje urina in pospešujejo izločanje fosfatnih in oksalatnih soli ter kamenčkov oz. peska.

Balneoterapijo in zdravstveno rekreacijo lahko razumemo tudi kot blago obliko "stresne" terapije, katere cilj je vzpostaviti funkcionalne sposobnosti adaptacijskih mehanizmov in s tem ravnotežje pri nevroendokrinih disregulacijah. Pri tem pa balneomedicina ne predstavlja le kurativno, zdravilno, temveč tudi preventivno zdravstveno vejo. Ta vključuje tudi skrb za kondicijo, šport, rekreacijo in osnovni cilj našega iskanja.

Tako lahko tudi za kopalca predvidevamo ugodne učinke na telo iz rehabilitacijskega kot tudi edukacijskega vidika. Vse to še poudarja neokrnjena narava in perspektivno ohranjeno okolje. Razvojno-turistična funkcija in varovalna ekološka funkcija je za kakršen koli razvoj zdraviliškega turizma *conditio sine quanon*¹. Tu moramo upoštevati tudi odsotnost prometa, odsotnost hrupa, ohranjanje okolišnih vodnih in lastnih virov, po možnosti pridobivanje biološko čiste hrane, primerne prehrabene kapacitete, zabavo itd. Vzporedna ponudba drugih rekreacijskih možnosti (npr. tenis, sprehajalne poti) predstavlja dodatno obvezno ponudbo vsakega zdraviliškega kraja oz. perspektivo razvoja. Z ozirom na akrototermalno vodo je ravno kopalno balneološki oz. rekreativno rehabilitacijski razvoj pravilna smer.

Razprava iz raziskave

V kombinacijo balneoloških metod za vzdrževanje zdravja sodi tudi ekonomično uravnovešenje vegetativnih funkcij. Ob vsem "treningu" za izboljšanje kondicije poleg kopeli in plavanja v akrototermi vključimo tudi medicinsko programirano gimnastiko, trim, fitness, dozirane športne aktivnosti in fizikalno terapevtske postopke. Poleg nespecifične hidrobalneoterapije je kombinacija še termoterapija, elektroterapija, nizko in visoko frekvenčni tokovi, ultrazvok, obsevanja, solariji, ročne, suhe in podvodne masaže. Vse to v možnostih ekonomike in ob načrtovanem obsežnejšem razvoju balneorekreativnega turističnega centra lahko vključimo v podporo in pospeševanje ponudbe ter rekreacijsko-turistične možnosti.

Osnove za oblikovanje programov Term Snovik

Vedeti moramo, da o uporabi balneološke metode oz. koriščenju akrototerme ne moremo podati točne meje med medicinskim vplivom za telo, rehabilitacijo, rekreacijo, športom in dvigovanjem kondicije ter

¹ Pogoj, brez katerega ne gre.

preventivnim delovanjem. Točne meje med kurativo ali že zdravljenjem in preventivo ali preprečevanjem bolezni, težav in nadlog, namreč ni. Vendar v našem primeru še ne gre za organizacijo in delovanje zdravstvene rehabilitacije. Ob možnostih izvajanja rekreacijske športnega delovanja pa ne smemo mimo možnosti naravne krajevne danosti, ki bi jo lahko izrabili tudi za manjše rehabilitacijske "ambulantne" posege pri manjših okvarah, poškodbah, za razgibavanja okončin in sklepov po zlomih, izvinih, izpahih, pri korektivni gimnastiki s plavanjem v bazenu pri šolarjih z nepravilno formirano hrbtenico in držo, pri fizioterapevtskih vajah in hidrogimnastiki pri številnih motnjah vratne hrbtenice itd.

Zdravstveni programi kurativne in preventivne balneoterapije: Pri uporabnosti hipotermalne termomineralne ali akrototermalne vode Snovik v balneomedicinske namene upoštevamo indikacije, ki pogojujejo uporabo v obliki bazenskih, skupinskih, individualnih in kadnih kopeli, in sicer: kronične degenerativne bolezni hrbtenice in gibal, kronični degenerativni revmatizem, kronični vnetni revmatizem, sklepní in izvensklepni revmatizem, artroze, spondiloartroze, cervikalna diskopatija z vertebrogenim sindromom, humero skapularne, periartropatije, degenerativni procesi v hrbtenici in stanje po operacijah na njej, stanje po operaciji diskus hernije, ankilizirajoči spondilitis (Mb Bechterew), deformantne artroze in osteohondroza, okvare medvretenčnega diskusa s kompresijskimi simptomi, neuralgije raznih vzrokov, stanje po implantaciji endoproteze kolena in kolka, obolenja sklepov vključno z metaboličnimi motnjami (protin). Vse te indikacije zajemajo tudi kombinirano rehabilitacijo naravnega zdravilnega dejavnika s suho in mokro gimnastiko, mehanoterapijo, fizioterapijo, elektroterapijo in fango po indikacijah ortopeda, kirurga in fiziatra. Ne smemo pa pozabiti tudi na splošne kontraindikacije, kot tudi specifične vezane na posamezen organ in bolezen. Kot mi je bilo na licu mesta povedano, so praktične izkušnje z vodo term Snovik tudi kar zadeva prebavne motnje oz. težave z želodcem in dvanajsternikom. Kalcijmagnezijeva hidrojenkarbonatna voda je zemeljsko alkalna voda in lahko pred uživanjem hrane zavira izločanje želodčnega soka, ob uživanju obroka pa kaže, da bo lahko dvokis stimuliral želodčni sok. Z našo vodo so mogoča tudi izpiranja po Weisenflühu ustne sluznice in obzobnih tkiv, inhalacije pri kroničnih obolenjih nosne, sinusne sluznice in kroničnih obolenjih sapnika, vendar so te možnosti sekundarne.

Rekreacija, vzdrževanje kondicije in šport: Poleg že navedenega moramo upoštevati tudi psihologijo gostov, ki jo koristijo moderni rekreacijski centri, kot so npr. Schuls, Tarasp, Vulpera v Švici. Psihologija temelji na: "Včeraj še bolnik, danes preventivni gost," ki istočasno zahteva šport, družbo in še kaj. Vsi bi radi, da bi se jim podaljšala življenjska kondicija in da bi ostali naravno zdravi čim dlje. Zato je pričakovati goste, usmerjene v zdravo, polnovredno življenje in preprečevanje težav. Poleg vseh dejavnosti tovrstnih centrov ti nudijo tudi povezavo z agencijami, razne ogleda, tudi sami izdelujejo razna rastlinska olja, šampone, mila, mlečne proizvode. Ena od nalog modernih centrov je danes spoznati, kar bo jutri vprašanje. Obstoji pojem pasivne ter aktivne terapije v rekreacijsko-turističnem centru s široko ponudbo (od klasične turške kopeli, savne, jakuzija, raznih rimskih oblik kopališč in programov wellnessa do thai-chi, shiatsu, watsu ipd.). Gost ne išče več trga, temveč trg gosta; ne išče hotelske postelje, temveč postelja gosta; ne želi biti bolan, temveč ostati zdrav.

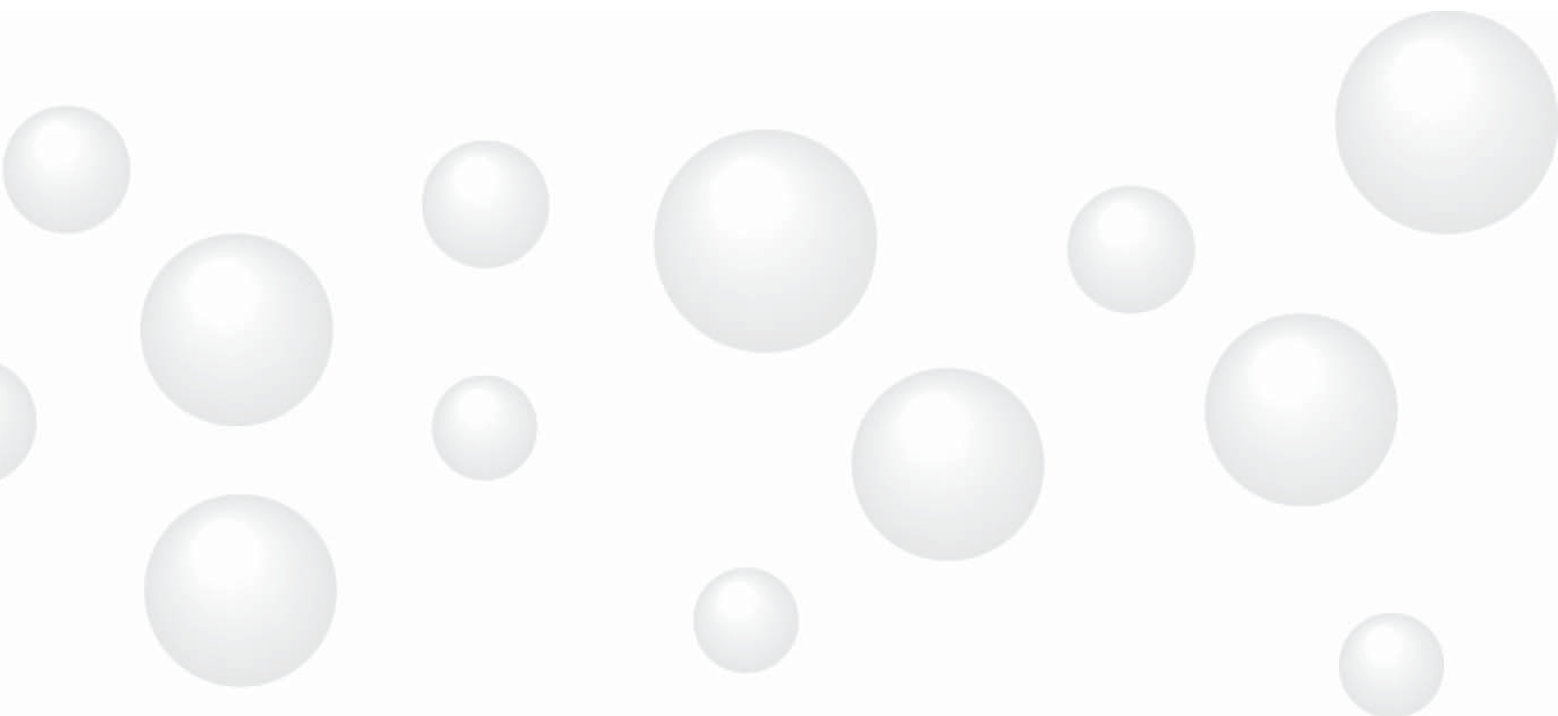
Upoštevati moramo tudi življenjsko obdobje gostov: otroci, mladina, srednja generacija ... Specifična skupina uporabnikov naših storitev so starejši gostje. Populacija ljudi starih 60 let in več je tudi multimorbidna, saj ima med 60. in 70. letom v povprečju tri telesne težave oziroma bolezni, po 80. letu pa sedem! Prav tako gre za prevenco starostnih težav, posebej vzdrževanja gibljivosti, s ciljem zadržati odvisnost od drugih čim dlje in ostati neodvisen v vsakdanjih življenjskih dejavnostih. V tej geriatrični

profilaksi velja moto: rehabilitacija pred nego in ostati čim dlje v aktivnem delovnem življenju. S tem so povezane posebne tehnike preprečevanja obolenj, pri tovrstnih obiskovalcih pa je potrebno upoštevati njihovo telesno stanje, kardiovaskularno obolevnost, elastičnost in prožnost mišic in vezi, pa tudi psihično stanje ter zmožnost aktivnega sodelovanja. Gre za organizirane preventivne zdraviliške kure, ki bi bile v Snoviku smiselne šele v končni izgradnji tovrstnih zdraviliško-hotelskih namestitev z vso potrebno opremo in kadri. Tako na primer že sedaj v Laškem obstoji dom upokojencev v sestavi zdravilišča in lahko nudi tudi preventivne geroprofilaktične storitve. Sorodni je tudi dom upokojencev v Izlakah, ki ima v svoji sestavi celo bazen njihove akrototermalne vode.

Ne smemo mimo klimaterapevtskih učinkov bivanja v gozdnih območjih. Za spremljajočo klimaterapijo so po mednarodno priznanih normativih osnovni pogoji obremenjenost s prašnimi delci, število dni z meglo, temperatura zraka in drugi pogoji, ki so potrebni za klimatski ali zdraviliški kraj, kot možnost zabave, športov, miru, rekreacije, gostinske možnosti, diete itd.

Terme Snovik lahko v vsem tem najdejo popolnoma novo mesto svojega delovanja.

NARAVNA IN KULTURNA DEDIŠČINA V LUČI TURIZMA IN KAMNIŠKEGA TURIZMA





prof. dr. **Bogomir Kovač**, univ. dipl. ekon.

Prof. dr. Bogomir Kovač je redni profesor na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani. Je redni član Katedre za ekonomijo ter pridružen član Katedre za mednarodno ekonomijo in poslovanje ter Katedre za podjetništvo. Predava predmete ekonomika okolja, makroekonomija, primerjalna analiza ekonomskih in poslovnih sistemov ter ekonomska analiza tržnih institucij.

Diplomiral in doktoriral je na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani in se izpopolnjeval na različnih ekonomskih inštitucijah na Dunaju (WIIW, Universitat Wien, UNO; 1981-1982), raziskoval v okviru projekta o ekonomskih reformah v vzhodnih socialističnih državah na London School of Economics in Faculty of Economics and Politics – University of Cambridge (1989), se na povabilo francoske vlade aktivno udeležil seminarja iz poslovanja državne administracije v Parizu in Metz (1990) ter na študijskem obisku University of Berkley (1991). Študijsko se je izpopolnjeval na Babson Collegu (Boston; 1992), ki velja za vodilno podjetniško izobraževalno institucijo v ZDA ter občasno na ekonomskih institucij na Dunaju, Berkleyu, Parizu in Londonu (1993–2007). Za diplomsko delo je prejel študentsko Prešernovo nagrado Univerze v Ljubljani, ob tem pa tudi nagrado EM Beograd za najboljšega podiplomskega študenta (1977) in nagrado za najboljšo družboslovno knjigo leta v SFRJ (1988).

Po krajši zaposlitvi na Gimnaziji Kamnik (1976) je od leta 1977 zaposlen na ljubljanski Ekonomski fakulteti ter v času 1988–1991 tudi na Ekonomski fakulteti v Splitu. V letih 1981–1997 je bil gostujoči profesor na različnih fakultetah Univerze v Ljubljani (FNT, FF, FDV, AGRFT, ALU, AG in MF), Univerze v Splitu (Ekonomska fakulteta), Univerze Beograd (Ekonomska fakulteta), na Filozofski fakulteti Zadar (oddelek za komunikologijo in ekonomiko kulture) ter University of Berkley (Economic Department). Je član European Economic Association, European Association for Evolutionary Economy, Strategic Planning Society in Hegell Gesellschaft Berlin.

Ves čas je izjemno aktivno in tvorno znanstveno, politično in družbeno angažiran. Bil je član reforme skupine vladne administracije SFRJ (v vladah Branka Mikulića in Anteja Markovića). Od leta 1987 izvaja svetovanja na vladni ravni, od leta 1990 tudi poslovna svetovanja na podjetniški ravni. Bil je član strateških vladnih svetov (1992–2004), vodja Kadrovske-akreditacijske komisije Republike Slovenije (2009–2010), član fiskalnega sveta pri vladi Republike Slovenije (2010–2012), od leta 1996 pa je član vodstva ali je član štirih nadzornih svetov podjetij.

Njegova bibliografija je zavidljiva. V slovenskem in tujem tisku obsega 1467 različnih del, 308 objav v strokovnem tisku in 8 samostojnih knjižnih del. Kot kolumnist (Mladina, Teleks, Ekonomska politika, Finance, Sobotna priloga - Delo) in komentator je pronicljiv in konstruktiven kritik političnih in gospodarskih vprašanj, tudi področja turizma, na katerem je bil s soavtorji tudi avtor Strategije slovenskega turizma 2002–2006.

NARAVNA DEDIŠČINA KOT PODJETNIŠKI IZZIV IN NJEN VPLIV NA RAZVOJ REGIJE

Naravna dediščina

Naravna dediščina se zdi v tehnološkem svetu sodobnega razvoja vedno manj pomembna in zapostavljena tema. Toda dejansko postaja zadnja desetletja središče novih razmislekov. Razvoj na globalni, regionalni in lokalni ravni je bolj kot kdajkoli postal odvisen od sozvočja narave in družbe, globalnih in lokalnih razmer. V to nas silijo demografske razmere, omejenost naravnih virov, ogroženost naravnih in družbenih ravnotežij na planetu Zemlja. Zato je že konec osemdesetih let 20. stoletja ekološka zavest, povezanost naravne dediščine, ekonomskega razvoja in načina življenja družbene skupnosti postala temeljna politično ekonomska usmeritev Organizacije združenih narodov.

Turizem

Turizem je gospodarska dejavnost in način življenja, ki to povezanost najbolj jasno dokazuje in pojasnjuje. Turizem je vedno zavezan naravi. Toda med romantičnimi potovanji Herodota, Cooka ali Darwina in sodobnimi oblikami komercializacije ekoturizma obstaja velika razlika. Zeleni turizem danes izkorišča naravno bogastvo kot vzvod poslovne dejavnosti, ohranjanje naravne dediščine in občutljivo ravnotežje med človekom, družbeno skupnostjo in naravo pa je pogosto podrejeno ekonomski logiki razvoja.

Zeleni turizem

Zeleni ali ekoturizem ni zgolj oblikovanje turistične ponudbe skladno z naravo, temveč gre tudi za razvojni model, ki omogoča drugačen način življenja in zahteva nove vzorce vedenja. Ekoturizem vedno pomeni povezovanje od spodaj navzgor, vključuje deležniški pristop in gradi na lokalni turistični destinaciji. Ekoturizem je preprosto način, kako spoštovanje in upoštevanje naravnih danosti postane poslovna priložnost, ki jo lokalna skupnost izkorišča kot svoj razvojni potencial.

Terme Snovik

Terme Snovik so dober primer takšnega pristopa, toda bolj zaradi svoje drugačnosti in sposobnosti generiranja razvojne priložnosti iz relativno skromnih naravnih in družbenih okoliščin. Tuhinjska dolina z zaledjem Kamnika nikoli ni bila turistična destinacija, topli vodni vir v zaledju vasi Snovik je bil skromna popotnica, Zarja Kovic kot podjetniški nosilec je predvsem industrijsko storitveno podjetje.

Toda od leta 1994 do 2005 so razvili turistično infrastrukturo, od bazenskega kompleksa do apartmajskega naselja s turistično ponudbo za začetek z dovolj prepoznavnim razvojnim modelom. Ta temelji na bližini urbanega zaledja Ljubljanske kotline in Gorenjske, izraziti ekološki naravnosti term in družinsko prilagojenemu wellness programu. Terme Snovik so dejansko Kamnik vsaj delno vrnile na nekdanja slavna stara pota avstro-ogrskega gorskega termalnega turizma.

Kamniška turistična destinacija

Turistična dejavnost je v Kamniku še vedno preveč na obrobju, čeprav mesto in občina doživljata težko pot postindustrijske tranzicije. Kamniška turistična destinacija povezuje štiri temeljne stebre, staro mestno jedro, dolino Kamniške Bistrice, Veliko planino in gorski alpski svet, v zaledju pa Terme Snovik in Arboretum. To so dobre naravne danosti, ki omogočajo, da bi večja povezanost in prepoznavnost turistične ponudbe, predvsem pa dobro zastavljen destinacijski menedžment lahko predstavljal razvojni preboj kamniškega turizma.

Vloga Term Snovik pri razvijanju turizma na Kamniškem

Zdi se, da ima podjetniška vitalnost družbe Terme Snovik pri tem osrednjo vlogo. Pomembno je, da jo že do sedaj ni zaneslo in morda v tej krizi tudi odneslo investicijsko megalomanstvo. Trajnostni pristop zahteva skrbno izbiro in postopnost korakov, vključenost domačega okolja in čim bolj jasen razvojni model.

Zato je po dvajsetih letih mogoče reči samo troje. Terme Snovik so dokaz dobrega podjetniškega snovanja in koriščenja naravnih danosti. Kamnik dobiva z njimi osrednjega nosilca regionalnega turističnega razvoja.

Pogled v prihodnost

Za pravi preboj je potreben občinski razvojni konsenz glede razvoja turistične destinacije in še bolj prevetren poslovni model Term Snovik.

Stari poslovni rek, ki ga je izrekel C. Willson, nekdanji obrambni minister ZDA, lahko apliciramo na naš primer in bi se v tem primeru glasil: kar je dobro za družbo Terme Snovik, lahko koristi Kamniku in deželi ter obratno. Ta izrek lahko postavimo za moto naslednjega razvojnega desetletja.

RAZPRAVA

Iz zgodbe Term Snovik lahko izluščimo temeljno sporočilo slovenskemu turizmu: mi potrebujemo sposobne in uporne podjetniške ekipe na področju turizma, ki kljubujejo in tudi uspejo in to z zelo racionalnim pristopom.

Da se je tega projekta lotila podjetniška skupina, podjetje, ki prej v turizmu ni delovalo, je v relativnem smislu čudež. Je dokaz nekega zelo racionalnega pristopa, ki ga je ta skupina tudi ohranila. Izrazito podjetniška usmeritev, z izrazito podjetniško naravnostjo, vpetostjo v lokalno okolje ter žlahtnost in racionalnost je ekipo brez izkušenj v turizmu pripeljalo do uspeha. Njihova zgodba o uspehu je integralni turistični produkt, ki je to vpetost v lokalne koordinate nosil v svoji korenini in zaradi tega uspel v okolju, v katerem ni bilo nobenih ekonomskih in poslovnih parametrov, ki bi vnaprej kazali, da je to zgodba o uspehu. Ampak je bila taka zgodba. Zato ker izhaja iz ljudi, iz njih samih, z ljudmi, zaradi ljudi, z okoljem. Gre za to, da so ljudje verjeli v svojo idejo. Tu ne gre za finančni kapital, ampak za socialni kapital, intelektualni kapital, vse njihovo znanje ... Zato se tudi lažje spoprimejo s problemi in izzivi. Zame so Terme Snovik podjetniški projekt »*par excellence*«.

Turizem lahko postane eden temeljnih razvojnih vzgibov. Poleg vpliva na druge dejavnosti ima še » anti-recesijsko« trdoživost!

Današnji t.i. e-turist je drugačen. Je bolj lokalno usmerjen, bolj precizen, veliko bolj razgledan. To povem zato, ker nam je zelo blizu glede na model, ki ga imajo Terme Snovik. Pred dvajsetimi leti, ko so začeli, najbrž še niso razmišljali o turistu tega tipa. Ampak začeli so iz sebe. In tudi ta sodobni turist, ki je zelo e-informiran, morda še bolj kot tisti v preteklosti, izhaja iz sebe. Vračamo se zelo, zelo nazaj k antičnemu turistu, k Odiseju, ki je potoval s srcem, s tem, da bi razkrival in odkrival. Vse je zgodba. Danes istočasno, ko potujete, že ustvarjate zgodbo na spletu. In ljudje živimo s temi zgodbami. Vsak dan. Vse naše življenje je zgodba. Vedno je povsod zgodba. Turizem je ena sama zgodba. Je biznis. Zdaj je samo stvar umetnosti, ali smo mi pripovedovalci, ali ne.

SKLEP OKROGLE MIZE

V nove podjetniške izzive s svojo idejo, podjetniško naravnostjo, racionalnostjo, invencijami, pogumom, tudi uporništvom ter z občinskim razvojnim konsenzom trajnostnega turizma.

Kamnik je s Termami Snovik dobil osrednjega nosilca regionalnega razvoja.



mag. **Marjan Hribar**, univ. dipl. ekon.

Mag. Marjan Hribar je generalni direktor Direktorata za turizem in internacionalizacijo na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo Republike Slovenije. Diplomiral je na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, smer Ekonomski odnosi s tujino in tam leta 2005 magistriral.

Prve zaposlitvene izkušnje si je pridobil v zavarovalništvu kot predstavnik tuje agencije, ki je sodelovala z Zavarovalnico Maribor, se vmes izpopolnjeval na področju vodenja, prodaje in retorike (Dunaj, Schladming, Tenerife, Rogaška Slatina ...) ter si pridobil najrazličnejša praktična ter teoretična znanja. V turizmu deluje od leta 1994, ko je postal vodja prodaje v Krkinem Zdravilišču Šmarješke Toplice, kasneje vodja prodaje na tujih trgih podjetja Krka zdravilišča ter tam direktor marketinga. Leta 2005 je kot generalni direktor prevzel vodenje Direktorata za turizem na Ministrstvu za gospodarstvo. Poleg kreiranja in izvajanja turistične politike doma se je aktivno udeleževal sestankov Enote za turizem pri Evropski komisiji v Bruslju, kjer je sooblikoval in vodil politike turizma držav članic EU. Na mednarodnem področju je kot predavatelj predstavljal razvoj slovenskega turizma na številnih srečanjih (Bolgarija, Litva, Bosna in Hercegovina, Kazahstan, Avstrija ...), vodil je intenzivne priprave kandidature Slovenije na mesto predsedujoče Komisiji za Evropo pri Svetovni turistični organizaciji (UNWTO), kar ji je leta 2009 na Generalni skupščini UNWTO v Kazahstanu uspelo. V času slovenskega predsedovanja Evropski uniji je pri Evropski komisiji vodil formacijo Turizem.

Med njegovimi referenčnimi projekti gre izpostaviti velik napredek Slovenske turistične organizacije v času njegovega predsedovanja Upravnemu odboru tega javnega zavoda, ki je postala moderna marketinška organizacija. Izvedla je številne nove projekte (uvedba Centralnega rezervacijskega sistema, Banka turističnih priložnosti, prvi Sistem kategorizacije nastanitvenih obratov v Evropi v elektronski obliki, Akademija STO, nova znamka, razvoj letalskega sektorja, številni novi turistični produkti ...) ter leta 2008 prejela dve nagradi (za najboljšo sejmsko predstavitev na londonski borzi World Trade Market – WTM in na največjem ruskem turističnem sejmu Moscow International Travel & Tourism Exhibition – MITT). Bil je predsednik Upravnega odbora Slovenske turistične organizacije, predsednik nadzornega sveta podjetja Novoles, d. d. in član nadzornega sveta Slovenskega podjetniškega sklada, d. d. ter Marine Portorož, d. d.

Maja 2011 ga je Vlada RS imenovala za vršilca dolžnosti generalnega direktorja Direktorata za turizem in internacionalizacijo, kjer je bil poleg turizma odgovoren tudi za razvoj internacionalizacije slovenskih podjetij ter za povečanje obsega tujih neposrednih naložb v Sloveniji. Novembra 2011 mu je Vlada RS potrdila mandat za generalnega direktorja navedenega direktorata za obdobje petih let.

Nekdanjemu vrhunskemu športniku, tudi večkratnemu državnemu prvaku v namiznem tenisu, poseben izziv predstavlja mednarodna vpetost slovenskega turizma, zato se nenehno neformalno izobražuje ter izmenjuje strokovna mnenja doma in v tujini in je tudi velik zagovornik trajnostnega ali t.i. zelenega turizma.



mag. **Irena Milinkovič**, univ. dipl. ekon.

Mag. Irena Milinkovič je sekretarka na Direktoratu za turizem in internacionalizacijo pri Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo. Diplomirala je na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru smer Turizem, kjer si je tudi pridobila naslov magistrica znanosti s področja poslovne politike in organiziranja.

Delovne izkušnje si je pridobivala v gospodarstvu, v storitvenem in proizvodnem sektorju, sodelovala pa je v številnih raziskovalnih projektih.

Njeno delo na direktoratu sodi v okvir mednarodnega sodelovanja. Tako je bila med drugim nacionalna koordinatorica za sodelovanje Slovenije v Svetovni turistični organizaciji (UNWTO), kjer je še posebno intenzivno delovala v času slovenskega predsedovanja Komisije za Evropo pri tej organizaciji v letih 2009 do 2011. Je koordinatorica sodelovanja na področju turizma v makro regijah, v okviru Alpske konvencije, sodeluje na področju uvajanja vizumskih olajšav za turiste, kjer je vrsto let vodila medresorsko strokovno komisijo.

Na direktoratu je zadolžena tudi za izvajanje politike trajnostnega razvoja turizma, je članica strokovne komisije za izvedbo projekta EDEN (European Destinations of Excellence, Evropska destinacija odličnosti) v Sloveniji, skrbi za spodbujanje uvajanja Znaka za okolje EU (Ecolabel) v turističnih nastanitvenih objektih, vodi in koordinira izvedbo delavnic, seminarjev in konferenc v Sloveniji za boljšo informiranost javnosti in prenos dobrih praks. Sodeluje pri pripravi strateških dokumentov in politik, med drugim je tudi soavtorica Strategije razvoja slovenskega turizma 2012-2016.

TRAJNOSTNI ALI ZELENI TURIZEM: KLJUČNA USMERITEV RAZVOJA SLOVENSKEGA TURIZMA

Izzivi trajnostnega turizma

Trajnostne izzive v razvoju turistične dejavnosti poznamo oziroma se jih bolj ali manj zavedamo vsi, ki delujemo v turističnem sektorju. Turizem se povezuje z drugimi ponudniki in institucijami, zaposluje delovno silo iz lokalnega okolja ter pomembno vpliva na razvoj blagostanja v okolju, v katerem deluje, in tudi širše. Vemo pa, da je turistična dejavnost, ki jo v veliki večini izvajajo mala in srednje velika podjetja, tudi porabnik naravnih virov, energije, ter ustvarja odpadke in izpuste emisij v okolje. Kadar se vse aktivnosti skrbno načrtujejo, izvajajo in nadzorujejo, upoštevajoč trajnostne kriterije, potem lahko govorimo o doseganju trajnostnega razvoja v okolju (ki ga lahko tudi merimo s kazalniki trajnostnega razvoja), ki se v končni fazi mora izkazovati tudi v povečanem blagostanju in kakovosti življenja v okolju ter v pozitivnih učinkih poslovanja, brez hkratnega izrazitega obremenjevanja okolja.

Za doseg takšnega stanja je v prvi vrsti potrebno zavedanje vodstva in lastnikov turističnih podjetij o problematiki in sprejetje odločitve za udejanjanje sprememb v poslovanju podjetja, ob dobršni meri entuziazma, znanja in prizadevanja. Največjo moč in tudi odgovornost za trajnostni razvoj v turizmu tako nosijo gospodarski subjekti sami, država in lokalna skupnost pa lahko takšen razvoj z ustreznimi ukrepi podpirata in dodatno spodbujata.

Podlaga za trajnostni turizem

Trajnostni razvoj turizma ali zeleni turizem v Sloveniji nimata zakonske podlage v konkretnem zakonu. Vpliv na trajnostni razvoj turizma sicer izkazujejo nekatera določila in ukrepi nekaterih ključnih strateško-operativnih dokumentov, vendar je vpliv na turizem zgolj posreden. Izjema je Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016 (SRST), ki je v celoti trajnostno naravnani dokument. Trajnosten usmerjenost slovenskega turizma odraža tudi pozicijski slogan: Zelena. Aktivna. Zdrava. Slovenija.

Gre torej za usmeritev in odločitev vseh deležnikov v slovenskem turizmu, da trajnostni razvoj dejavnosti spoštujejo in vključujejo uresničevanje trajnostnih kriterijev in usmeritev.

Vloga in konkretne spodbude Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT)

Na MGRT svojo zavezo trajnostnemu turizmu uresničujemo z vpetostjo načel trajnostnega turizma v vsa področja našega delovanja, kot tudi z izvedbo projektov in aktivnosti ozaveščanja in informiranja o temi spodbujanja razvoja trajnostnega turizma.

Na MGRT aktivno spodbujamo uvajanje ekološkega menedžmenta nastanitvenih zmožljivosti in uvajanje ekoloških standardov storitev v slovenske hotele. Na naši spletni strani (<http://www.mgrrt.gov.si/>) sta na voljo Program in Priročnik za ekološko ureditev in posodobitev slovenskih hotelov.

Že več let zapored izvajamo brezplačne delavnice, na katerih turistične ponudnike seznanjamo s kriteriji za pridobitev Znaka za okolje Evropske unije za turistične nastanitve: *Ecolabel flower* ali okoljska

marjetica. Že nekaj let MGRT tudi sofinancira pridobitev tega certifikata s pomočjo javnega razpisa. Prijavitelji, imetniki okoljske marjetice, lahko pridobijo sofinanciranje svojega projekta tudi do 80 % upravičenih stroškov. Veseli nas, da je v Sloveniji že šest imetnikov tega certifikata in kaže, da interes med ponudniki narašča.

Zeleni turizem je vpet v vse naše promocijske kataloge in prospekte. Sodelujemo v trajnostnih evropskih projektih, kot je Evropska destinacija odličnosti, kjer imamo pet zmagovalcev ter večje število finalistov, ki vsi delujejo v skladu s trajnostnimi načeli.

Poslanstvo in ukrepi Direktorata za turizem in internacionalizacijo

Deklaracije o partnerstvu za trajnostni razvoj slovenskega turizma.

Direktorat za turizem in internacionalizacijo je med pobudniki in podpisniki Deklaracije o partnerstvu za trajnostni razvoj slovenskega turizma, ki smo ga podpisali 9. decembra 2011 s partnerji Slovensko turistično organizacijo, Turistično zvezo Slovenije, Turistično-gostinsko zbornico Slovenije, Obrtno zbornico Slovenije – Sekcijo za gostinstvo in turizem. S podpisom smo se zavezali, da bomo prevzeli odgovornost za konkurenčen in trajnosten razvoj slovenskega turizma ter za izvedbo zapisanih ukrepov, ki izhajajo iz SRST.

Dostopnost. Javni promet. Kolesarstvo.

Med konkretnimi ukrepi smo izpostavili spodbujanje investicij v zeleno turistično infrastrukturo v širšem smislu in podporo razvoja ter vzpostavitve ustreznih letalskih, železniških, cestnih in pomorskih povezav za boljšo dostopnost Slovenije in slovenskih turističnih krajev. Temu bomo v prihodnjih letih posvetili več pozornosti, kakor tudi vzpostavitvi trajnostne mobilnosti, pri kateri želimo spodbuditi večjo uporabo javnih prevoznih sredstev in trajnostih oblik prevozov.

Da bi zagotavljali prihode turistov do turistične destinacije z uporabo javnih prevoznih sredstev in njihovo uporabo znotraj destinacije, nas čaka veliko dela pri vzpostavitvi ustrezne mreže javnih prevozov znotraj destinacije in med destinacijami. Glede na trenutno stanje cestnih povezav do nekaterih turističnih krajev je njihova čim hitrejša ureditev nujno potrebna.

Za kolesarjenje, kot obliko priljubljenega aktivnega in zelenega preživljanja počitnic, pa si bomo v okviru trajnostne mobilnosti prizadevali zagotoviti izgradnjo kolesarske mreže v turističnih krajih s kakovostnimi storitvami za kolesarje.

Verige lokalnih dobaviteljev.

Turistične destinacije in ponudnike pozivamo k vzpostavitvi verige lokalnih dobaviteljev za zagotavljanja lokalne, ekološko pridelane hrane »od njive do krožnika«. Poleg očitnih koristi v turistični ponudbi, v kateri je lokalno pridelana hrana in druga lokalna ponudba (izdelki domače obrti ...) zelo iskana in zaželeno pri turistih, bo takšna samooskrba zagotovila tudi ohranitev delovnih mest na podeželju, zmanjšanje odvisnosti od drugih, manj kakovostnih dobaviteljev, in seveda obdelano zemljo na slovenskem podeželju.

Sodelovanje.

Za doseg te zastavljenih ciljev si v okviru delovne skupine za uresničevanje SRST na MGRT že vseskozi prizadevamo. Še aktivneje pa bomo morali sodelovati tudi med posameznimi resornimi ministrstvi (za infrastrukturo, okolje, kulturo idr.).

Pogled v prihodnost

V kratkem želimo v slovenskem turizmu vzpostaviti zeleno shemo. Ta bo opredelila krovni akcijski razvojni koncept trajnostnega turizma, na podlagi katerega bo omogočeno uvajanje trajnostnih praks v slovenskem turizmu na ravni podjetja, regije in destinacije.

Za nadaljnji razvoj zelenega turizma bo ključnega pomena širitev povezovanja z lokalnim okoljem, z vzpostavitvijo mreže lokalnih dobaviteljev in ponudnikov za oblikovanje nove, inovativne in zelene ponudbe ter integralnih turističnih produktov, ki bodo ponudili preplet doživetij v destinaciji, ki bodo pritegnili turiste, da ostanejo v destinaciji dalj časa. Verjamem, da je priložnosti še veliko in da jih bodo ključni subjekti zaznali in povezali v konkurenčno, zeleno ponudbo, ki bo tudi generator novega zaposlovanja v lokalnem okolju in regiji.

Terme Snovik

Terme Snovik so s svojo ponudbo vodilni turistični ponudnik na Kamniškem. S trajnostno usmerjenostjo, ki jo izkazujejo z znakom za okolje – okoljsko marjetico Evropske unije, ki so ga pridobili kot prvi turistični ponudnik v Sloveniji, in s priznanjem CIPRE (Commission Internationale pour la Protection des Alpes, tj. Mednarodna komisija za varstvo Alp) za okolju prijazne in energetsko učinkovite terme, ter s termalno vodo - naravno zdravilno vodo, so lahko Terme Snovik gonilna sila zelenega turizma na Kamniškem ter eden ključnih turističnih ponudnikov Osrednje Slovenije.

RAZPRAVA, mag. Marjan Hribar

Svetovni turizem nenehno raste in napreduje. V svetovnih razmerah je pred 50 leti potovalo približno 50 milijonov ljudi, v lanskem letu (2013) je ta številka prvič preseгла milijardo. Gre za panogo, ki dejansko izjemno narašča, tudi pri nas. Letos od turizma pričakujemo 2 milijardi 150 milijonov evrov, kar je podvojen rezultat izpred osmih let. Ker gre za rezultate obiskovalcev v podjetjih, so to rezultati slovenskega turističnega gospodarstva in njim gre seveda pripeti »rdeč nagelj« za uspeh. V slovenskem turizmu tako korakamo proti 13 % bruto domačega proizvoda.

Turizem spodbujamo tako na področju izgradnje infrastrukture kot tudi mehkejših oblik. Ko analiziramo, kako kvalitetno so bila naložena evropska sredstva in kako skrbno je upravljanje z njimi, vidimo resnično velike razlike v prid zasebnih investitorjev. Upam si trditi, da so Terme Snovik eden boljših primerov naložbe evropskih sredstev. Kar pa se tiče same občine Kamnik, v zadnjih dveh letih opažamo zelo poudarjeno komuniciranje.

Usmeritev slovenskega turizma gre v smeri naravnih danosti in potencialov ter uravnoveženega razvoja. To bomo dosegli s povezovanjem in dejstvo je, da turizem res povezuje. Gre tudi za naravne povezave

predvsem s kmetijstvom. S sonaravnim razvojem, s skrajševanjem poti od njive do mize, bomo dosegli dvoje: ohranili bomo podeželje in ga povečali, ter s tem, v to trdno verjamem, povečali konkurenčno prednost slovenskega turizma. Tja bodo prek zelene sheme tudi v prihodnje usmerjene spodbude uvajanja trajnostnih praks turizma na ravni podjetja, regije, destinacije.

Ko govorimo o trajnostnem razvoju, seveda pomislimo na naravo, na zeleno, na sonaravnost, a opozoriti želim še na drugo dimenzijo, na družbeno komponento, na sociološki vidik. V turizmu lahko govorimo o sektorju, kjer prihaja do sodelovanja, povezovanja, sobivanja, medgeneracijskega povezovanja. Turizem je tudi idealen sektor za prve zaposlitve mladih. Danes vemo, kaj to pomeni. Mladim v turizmu so odprta vrata po vsem svetu – bistveno lažje kot v drugih sektorjih.

SKLEP OKROGLE MIZE

Bistven pomen za razvoj in širitev zelenega turizma je povezovanje, inovativnost, skupni turistični proizvod. Pri tem je poudarek na podjetniškem vidiku naše zelo močno sporočilo. Tja bodo prek zelene sheme tudi v prihodnje usmerjene spodbude uvajanja trajnostnih praks turizma na ravni podjetja, regije, destinacije.

Turizem je perspektivna dejavnost in ne pozabimo, idealen sektor za prve zaposlitve mladih.



Manja Žebaljec

Manja Žebaljec je ena od ustanovnih članic Turističnega društva Tuhinjska dolina, v katerem je prevzela področje ohranjanja kulturne dediščine Tuhinjske doline, in je nosilka dopolnilne dejavnosti na kmetiji, kjer živi in dela.

Je domačinka, rojena v Srednji vasi v Tuhinjski dolini. Po osnovni šoli na Lokah in v Kamniku ter Gimnaziji Kamnik je študirala slovenski jezik in etnologijo na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani.

Po poroki se je preselila v vas Potok, kjer se nahaja izvir tople vode, ki napaja Terme Snovik, ter se posvetila družini in kmetiji. Ima štiri otroke.

Oblikovanje in interpretacija slovenske besede jo spremljata že iz otroških let. Nastopala je na različnih prireditvah. Njen prvi projekt z naslovom Nocoj je en lep večer! sega že v njena gimnazijska leta. Kasneje se je posvetila moderatorstvu različnih koncertov in prireditev, z možem Rajkom pa je bila soavtorica številnih odmevnih prireditev, ki so na preprost in izviren način pokazale, kako se je na vasi včasih delalo, veselilo in živelo. Njena so tudi skoraj vsa spremna besedila, ki predstavljajo posamezne teme prireditev Turističnega društva Tuhinjska dolina.

Z izredno rahločutnostjo, bogatim besednim zakladom in smislom za besedno oblikovanje ustvarja sestavke za različne priložnosti, ki imajo njej lasten in prepoznaven slog. Največje priznanje in nagrada za njeno delo so priznanja zadovoljnih obiskovalcev in udeležencev prireditev, na katerih sodeluje.

POUSTVARJANJE KULTURNE DEDIŠČINE, KI BOGATI TUHINJSKO DOLINO IN PONUDBO TERM SNOVIK ALI BREZ PRETEKLOSTI NI SEDANJOSTI IN BREZ SEDANJOSTI NI PRIHODNOSTI

Kako se je začelo prijateljevanje med Turističnim društvom Tuhinjska dolina in Termami Snovik

Moje prijateljevanje s Termami Snovik se meri v desetletjih. Drugače povedano, skupaj smo že 20 let, torej vse od njenih začetkov. Z direktorjem Ivanom Hribarjem se poznavata že zelo dolgo, izhajava iz iste vasi in ker je poznal moje delovanje na kulturnem področju, me je povabil k sodelovanju pri pripravi programov in vodenju različnih slovesnosti. Tako smo bili skupaj na otvoritvi prvega pilotnega bazena, pri postavitvi temeljnega kamna za bazenski kompleks, pri njegovi otvoritvi in tudi otvoritvi zunanjega bazena. Skupaj s Francem Pestotnikom – Podokničarjem smo predali namenu tudi prvi del apartmajskega naselja Term Snovik.

Zgodba Turističnega društva Tuhinjska dolina, ki ima svoj sedež prav v Termah Snovik, se je začela pisati pred devetimi leti. Z možem Rajkom sva bila tudi med pobudniki ustanovitve društva, saj sva želela, da se bogata kulturna dediščina naše doline ohrani in dokumentirana shrani za mlajše rodove. Tako sva bila tudi pobudnika in predlagatelja tem za skoraj vse etnološke prireditve, letos že devete.

Program, ki začara z doživetjem

Spomladi 2006, ko je bilo ustanovljeno turistično društvo, smo že takoj poleti pripravili prvo etnološko prireditev z naslovom Od zrna do kruha. Že naslov pove, da je bila osrednja tema kruh in vsa tista opravila, ki so pokazala, kako pridemo do okusnega, dišečega hlebca kruha. Prireditev je potekala v obliki povorke in še danes je to zame ena najljubših prireditev. Seveda, če ne omenim še živih jaslic.

Z etnološko prireditvijo smo popestrili poletni čas. Manjkalo nam je dogajanje jeseni oziroma pozimi. Z možem sva začela razmišljati in ob pogledu na naš travnik in čudovito naravno kuliso dela doline, ki jo s treh strani obdaja gozd, se nama je porodila čudovita ideja, ki smo jo po božiču istega leta tudi uresničili. Pripravili smo dve izvrstni predstavi, navdušili več kot dva tisoč obiskovalcev in, kljub garaškemu delu pri pripravah, pričarali tudi sebi nepozabne praznične dni.

Naslednje leto smo prikazali kmečko ohcet, ki ji je sledil prikaz različnih kmečkih del. V naslednjem letu smo se posvetili furmanstvu, ob svetovnem kongresu o čebelarstvu govorili o čebelah, v nadaljevanju predstavili gozd in gozdarjenje, sledila je košnja in opravila, povezana z njo in lansko leto prireditev namenjena naši lepi Tuhinjski dolini, ki smo jo poimenovali Kot biser si lepa. Letos nadaljujemo s prikazom življenja nekoč s poudarkom življenja na podeželju, saj vsi, ki ustvarjamo naše prireditve, izhajamo s podeželja.

Druži nas prijateljstvo

Potrebno je poudariti, da vsa povezovalna besedila za igre in scenarije pišemo sami. Tudi režiserska in scenska dela so v naših rokah. Pri tem nikoli nismo imeli nobene strokovne pomoči od zunaj. Tudi sestava sodelujočih je že vsa leta skoraj ista. Mnogi niso člani turističnega društva, vendar nas vse druži prijateljstvo in iskrena želja ohraniti našo preteklost. Zavedati se namreč moramo, da vse, kar je novo in sodobno, ni nujno dobro in prijazno do ljudi. Misel, ki jo mnogokrat uporabim v svojih besedilih, je, da brez preteklosti ni sedanjosti in brez sedanjosti ni prihodnosti.

V vseh teh letih se je na naših prireditvah zvrstilo več tisoč obiskovalcev. Nekateri izmed njih so stalni obiskovalci in naša prizadevanja spremljajo prav od začetka in so tudi postali že naši prijatelji. Žal nam je, ker moramo kljub srčnemu prizadevanju organizatorjev, včasih kloniti pred naravo in prireditve odpovedati. V veliki meri je namreč odvisna od vremenskih razmer.

Zavedamo se, da bo vsekakor potrebno članstvo tudi pomladiti in v mladih glavah poiskati ideje ter prisluhniti novim, svežim pogledom.

Sodelovanje s Termami Snovik

Kot že omenjeno, ima Turistično društvo Tuhinjska dolina sedež v Termah Snovik. Terme so običajno tudi naš največji in stalni pokrovitelj, za kar se jim najlepše zahvaljujem. Obenem pa sem mnenja, da Terme z našimi prireditvami lahko kvalitetno bogatijo tudi svojo turistično ponudbo. Zgledno sodelovanje s Termami zadnja leta dopolnjujem tudi kot nosilka dopolnilne dejavnosti na kmetiji.

Ob 20-letnici prvega pilotnega bazena izrekam Termam Snovik iskrene čestitke. Vsem zaposlenim, ki so mnogi skozi dolga leta druženja postali moji dobri znanci, želim veliko dobre volje, poguma in poslovnih uspehov še naprej. Naj jim bo naslednja misel vodilo na njihovi nadaljnji poti: »Kdor išče cilj, bo ostal prazen, ko ga bo dosegel; kdor pa najde pot, bo cilj vedno nosil v sebi.«

RAZPRAVA

Udeleženci naših prireditev so zadovoljni, saj nas velikokrat pohvalijo, kar je velika spodbuda za naprej. Tudi tuji turisti iz Term Snovik radi prihajajo, saj Terme naše prireditve tudi dobro oglašujejo. Ker vsi udeleženci ne razumejo našega jezika, v prireditve vpeljemo pesem in ples, ki je univerzalni jezik in ga vsak razume. Naučimo jih nekaj besed, jim kaj pokažemo ter ponudimo in razpoložnje postane odlično.

Kar pa se tiče sodelovanja mladine, moram priznati, da je morda del problema tudi v nas, starejših. Morda je tudi poustvarjanje preteklosti za njih »mimo«, kot rečejo sami. Vendar zadnji dve ali tri leta poskušamo privabiti tudi njih. Prisluhujemo jim in tudi pustimo, da svojo idejo uresničijo in upam, da se bo društvo tako uspešno pomladilo. To je tudi naša velika želja in močno upam, da bo tako, saj ima naše društvo tudi sekcijo za turistični podmladek ter poleg ekološke sekcije še sekcijo za kolesarstvo in pohodništvo in za estetski izgled doline.

SKLEP OKROGLE MIZE

Tudi društva so vir povezovanja in svežih idej, ki bogatijo življenje domačinov ter ponudbo Tuhinjske doline in Term Snovik. Tu pride do izraza domača gostoljubnost in prijateljstvo med domačini in turisti. So tudi mesto za rekrutacijo mladine, za njihovo morebitno bodoče podjetništvo različnih dejavnosti, ne le turizma in ne samo za načrtovane programe društva. Morda bi dali v društvu mladini priložnost, da tudi oblikujejo in izvedejo kakšen svoj projekt, saj vemo, da znajo pozitivno presenetiti.



prof. dr. **Tadeja Jere Jakulin**

Prof. dr. Tadeja Jere Jakulin je izredna profesorica Univerze na Primorskem in prorektorica za mednarodno sodelovanje. Njeno raziskovalno področje obsega kompleksne sisteme, modeliranje in sistemsko mišljenje ter sistemsko dinamiko kompleksnih sistemov predvsem turizma in njegovih podsistemov (podjetij, ljudi, prireditev, kulturne dediščine in organizacije prostega časa v turizmu).

Turizmu je zapisana že od študentskih let, ko je delala kot turistična vodnica in predstavnica potovalnih agencij Putnik, Slovenijaturist, Yugotours Ljubljana in Beograd ter Yugotours Frankfurt. V okviru univerzitetnega študija na Fakulteti za organizacijske vede Univerze v Mariboru je oblikovala visokošolski predmet organizatorjev prostega časa na kasnejši Visoki šoli za hotelirstvo in turizem. Pedagoško se je kalila od leta 1993 do 1995 na Srednji šoli za gostinstvo in turizem v Ljubljani, birokratsko pa kot svetovalka ministra na Ministrstvu za gospodarske dejavnosti Republike Slovenije od 1995 do 1998.

Od leta 1998 je zaposlena na Fakulteti za turistične študije – TURISTICI. Najprej se je tam po znanstvenem magisteriju leta 2002 ukvarjala s kvalitativnim modeliranjem kompleksnih sistemov s poudarkom na turizmu, po doktoratu leta 2005 s področja systemskega pristopa in vrednotenja systemskih rešitev v turizmu pa je postala docentka. Za predstavitev svoje disertacije je na 13. mednarodnem kongresu WOSC 2005 prejela nagrado za najboljši znanstveni prispevek. Leta 2011 je postala izredna profesorica za področje poslovno organizacijskih znanosti v turizmu. Preko systemske metodologije in gradnje vzročno-posledičnih modelov ter modelov v okviru systemske dinamike sodobnega turističnega sistema predstavlja posnetke stanja v turizmu ter predloge optimalnih rešitev za turizem v prihodnosti. Vseskozi je aktivna v mednarodnem okolju. Je zagonska sila ERASMUS programa, ki ga je kot izvajalka pričela uvajati na TURISTICI leta 1999. Nekaj let je vzporedno s pedagoškim delom vodila mednarodno področje TURISTICE in jo priključila projektu Ministrstva za turizem Črne gore, kjer je UP FTŠ postavila svojo šolo turistične in kulturne animacije za črnogorske študente in animatorje. Vsa leta je krepila sodelovanje in izmenjavo v evropskih programih za študente, učitelje in študije ter z evropskim združenjem ATLAS organizirala zimske in poletne šole turističnih vsebin za domače in mednarodne študente.

Leta 2007 je začela raziskovati zavest kot evolucijski sistem, ki ga ponazarja Majeovski koledar in za svoja dognanja leta 2009 v obliki članka dobila priznanje za znanstveno odličnost in najboljši znanstveni prispevek na simpoziju z naslovom Darwin 2009, Evolution of Living Systems, Society, Consciousness, and Anticipatory Behaviour na 9. Mednarodni konferenci Computing Anticipatory Systems - CASYS'09 v Liegeu. Decembra 2009 je dobila nagrado Slovenske znanstvene fundacije »Prometej znanosti«, listino odličnosti v komuniciranju v znanosti, leta 2010 pa nagrado sklada Univerze na Primorskem za pedagoško odličnost. Med leti 2008 in 2011, ko je opravljala funkcijo prodekanje za mednarodne odnose, je UNWTO sprejela TURISTICO v polnopravno članstvo »Knowledge Network« - mreže znanja. Do leta 2011 je predavala tudi na švedskih univerzah Kalmar in Södertörn, še sedaj pa predava na univerzi VERN v Zagrebu. Je aktivna članica svetovne organizacije pedagogov v turizmu ATLAS, IIAS (International Institute for Advanced Studies in Systems Research and Cybernetics), znanstvena recenzentka UNWTO, dosmrtna častna članica Cambridge fundacije norveške znanstvenice in pesnice Leikny Annadotter Bjoerkli.

TURISTIČNA PONUDBA - VEZ MED KULTURNO DEDIŠČINO DOMAČINOV IN TURISTIČNIM PODJETJEM

Ovrednotenje dediščine

Ko turist prvič obiše čudovito naravno ali zgodovinsko okolje nekega kraja in se sreča z domačini ter z njimi spregovori, pridobijo vsi: turist, ki se s tem okoljem prvič srečuje in domačini, ki z okoljem živijo vsak dan in se trenutka prvega pogleda na njihov raj sploh ne zavedajo. Vrednost njihovega kraja jim s svojimi očmi in opazovanjem predstavi šele turist. In ker je lepo poslušati o visoki vrednosti naravnega in starega, je potrebno pridobiti še več turistov, ki bodo o tem pripovedovali, se čudili in celo plačali za to, da bi prespali v čudovitem okolju ter bi o tem govorili tudi drugim. V tem trenutku okolje domačinov z svojo naravno in kulturno dediščino dobi svojo ceno. Govorimo o ekonomskem ovrednotenju dediščine. Tisti, ki je bolj podjeten, se postavi v vlogo podjetnika in ponudi okolje in dediščino kraja turistom za primeren denarni nadomestek. Kar naenkrat postane kraj turistično zanimiv, »siva narava in stare zgradbe« pa začnejo z vstopninami ter denarjem od prenočevanja turistov dobivati nove razsežnosti. Gredo tako daleč, da naravna in kulturna dediščina lahko postaneta svetovni znamenitosti.

Kulturna dediščina in turizem z roko v roki

Kulturna dediščina in turizem se dopolnjujeta. Oblikovanje turistične ponudbe, ki bo še v prihodnosti ohranjala kulturno dediščino kakovostno in živo, pomeni za rodove naprej ohranjanje narodne in okoljske identitete. Odgovornost za oblikovanje ponudbe običajno prevzamejo turistična podjetja. Ta bodo zagotovo veliko bolj uspešna, če bodo k sodelovanju povabila domačine, katerih kulturna dediščina je predmet turistične ponudbe.

Nepremična kulturna dediščina, ki jo predstavljajo npr. arheološka najdišča, stavbe, krajina in nacionalna prepoznavna območja, povzroča, da jo turisti obiskujejo in s tem ustvarjajo turistične destinacije; turizem oz. turistična podjetja pa jo ekonomsko ovrednotijo prek vstopnin, najemnin. Na tak način kulturna dediščina dobi možnost neposredne predstavitve in uporabe.

Bogastvo premične kulturne dediščine lokalne skupnosti, to so predmeti naravnega in človeškega izvora, arhivi in knjižnično gradivo, se pogosto sramežljivo skrivajo v zbirkah prednikov, ne da bi se lokalno prebivalstvo zavedalo njegove vrednosti. Šele, ko turistično podjetje z oblikovano turistično ponudbo ekonomsko ovrednoti zbirko, lahko ta postane prepoznavna turistom.

Tudi nesnovna kulturna dediščina okolja, znanja, spretnosti, šege in navade, prepričanja in vrednote, kot jih zaznavajo in uresničujejo ljudje, je v turizmu zelo pomembna. Še posebej izstopa tista, ki se širi z ustnim izročilom. Navadno so to zgodbe, legende in miti, iz katerih lahko turistično podjetje črpa vsebino za oblikovanje turistične ponudbe. Taka primera sta Kekčeva dežela v Kranjski Gori, kjer kulturno turistični ponudnik oblikuje okolje nesnovne kulturne dediščine za otroke z vsebino Vandotovih knjig ali pa Božična zgodba z živimi jaslicami, ki jo pri Termah Snovik organizirajo ob koncu leta.

Vzroki za turizem in njegove posledice

Z razvojem turizma se zaradi potreb, želja in pričakovanj turistov v lokalno okolje naseli radovednost, pričakovanje in možnost prebivalcev za predstavitev lastnega okolja, kulturne dediščine ter za dodatni ali osnovni zaslužek. Zato je potrebno kulturno dediščino okolja prilagoditi turistični ponudbi. Pri tem je pomembno spoznanje in vedenje, da je turizem pospeševalec razvoja okolja, hkrati pa tudi njegov ekološki usklajevalec, zato mu morajo načrtovalci in tisti, ki odločajo v turizmu, posvetiti posebno priložnost. Vedno je potrebno kot celoto obravnavati vse tri elemente: turistično ponudbo, kulturno dediščino in turistično podjetje. Ti trije namreč sestavljajo sistem, ki eden brez drugega ne more uspevati v najboljšem smislu. Tako kot turistična ponudba povezuje lokalno okolje s turističnim podjetjem, tako kulturna dediščina domačinov prepleta turistično podjetje z njegovo turistično ponudbo, oblikovano na podlagi kulturne dediščine. Ta postaja vse bolj kulturno turistična ponudba. Turistično podjetje je tisto, ki poskrbi za prepoznavnost kulturne dediščine in to dediščino ponudi obiskovalcem, popotnikom, turistom in gostom, v obliki, ki je za njih najbolj sprejemljiva in privlačna.

Turizem v odnosu do vrednot lokalne kulturne dediščine

Pogosto se tuji turisti zaradi nepoznavanja lokalne kulturne dediščine, jezika in stereotipnih zahtev počutijo v lokalnem okolju nemočne. Hkrati pa lokalno prebivalstvo zaradi pomanjkanja orodij sporazumevanja ne zna pristopiti k turistom. Tu se vključi povezovalna moč turističnega podjetja, ki skupaj z lokalnim prebivalstvom oblikuje ustrezno kulturno turistično ponudbo. Le oba skupaj, domačini in turistično podjetje, se tako lahko izogneta masovni produkciji turistične ponudbe kulturne dediščine, ki lahko hitro postane kič oziroma okrasni predmet brez umetniške vrednosti. Oblikovanje turistične ponudbe mora biti skupno delo lokalnega prebivalstva, ki pozna kulturno dediščino in turističnega podjetja, ki pozna bistvo turizma. Tedaj turistična ponudba postane integralno delo podjetja in kulturne dediščine prebivalstva. V tem primeru se lahko izognemo negativnim posledicam, kot so komercializacija kulturne dediščine (tj. prilagajanje nizkim standardom turistov, napačno oživljanje kulturne dediščine), trk vrednot in stereotipnost (tj. neizvirnost, ponavljanje). Veliko bolj pride do izraza avtentičnost, ki kulturno dediščino ohranja in je ne potvarja.

Kulturna dediščina kot turistična ponudba

Predmeti materialne kulturne dediščine poleg dosežkov prednikov za današnje in prihodnje rodove predstavljajo tudi sekundarno turistično ponudbo. Ta deluje kot vezni člen domačinov in turističnega podjetja. Ohranjanje sekundarne turistične ponudbe za prihodnje rodove pa je povezano s prenavljanjem in finančnimi zalogaji. Pri tem lahko pomaga (in navadno pomaga) državni proračun, v zadnjih časih pa se mora kulturna dediščina bolj ali manj vzdrževati sama. To pomeni, da se v določeni meri predstavlja in prodaja kot turistična destinacija oz. kot lokacija kulturnih, zabavnih in posebnih prireditvev.

Domačini in turistično podjetje v sodelovanju

Organizacijo prireditvenega koncepta lahko domačini prevzamejo v povezavi s turističnim podjetjem. Turistično podjetje pri tem skrbi za ekonomski del organizacije, medtem ko domačini skrbijo za avtentična

okolja in zgodbe prireditve. Avtentičnost v tem primeru pomeni ujemanje z izvirnimi podatki o okolju, kot so dogodki, materiali (les, kamen, lan, volna, papir), glasbena, plesna in upodabljalna umetnost. Po drugi strani pa avtentičnost pomeni tudi ujemanje turistične infrastrukture z okoljem, ki predstavlja stil, kakršnega poznajo in živijo domačini ter pristna doživetja, kar je vse daleč stran od doživetja masovnega turizma.

Skrb za avtentičnost je v domeni tako turističnega podjetja kot lokalnega prebivalstva.

Turistično podjetje mora poskrbeti, da se turistična infrastruktura popolnoma vklopi v okolje in uporablja avtohtone materiale in avtentične ideje pri oblikovanju turističnih proizvodov, pri čemer jih primerno ovrednoti, lokalno prebivalstvo pa poskrbi, da lahko iz avtohtonih materialov in izvirnih legend ter zgodb ohrani kulturno dediščino tako, kot so jo zapustili predniki. Sodelovanje obeh lahko samo koristi turistični destinaciji in vsem, ki se vanjo vključujejo. Posledica tega pa je veselje obiskovalcev, turistov in gostov.

Zadovoljstvo gostov, turistov je merilo uspeha

Zadovoljni gostje se vračajo in širijo dober glas, zaradi katerega prihajajo radovedni novi gostje. Destinacija postaja znana, uspešna in zaslužke vrača in vlaga v lasten razvoj in standard življenja lokalnega prebivalstva. Za zadovoljstvo turistov je čedalje bolj pomembno tudi tisto, kar je nevidno – to so splošne storitve lokalnega prebivalstva (tj. od domačinov in zaposlenih v storitvenem sektorju) in turističnih podjetij (zaposlenih v hotelirsko turističnem sektorju), kot so npr. organizirana parkirišča, kakovost restavracij, gostinske ponudbe in kakovost ponudbe spominkov.

Povzetek

Ko govorimo o turistični ponudbi neke starodavne stavbe, gradu ali pa termalne vode, imamo v mislih turistično ponudbo kulturne dediščine kraja, ki je odvisna od domačinov in turističnih podjetij v kraju. Zavedanje, da turizem lahko ohrani ali uniči kulturno dediščino, je vtakano v zgodbe, ki jih ponujamo turistom. Vsako turistično podjetje pa želi po svoji najboljši moči ponuditi najboljše zgodbe tako, da bodo zadovoljni turisti, domačini in podjetje samo. Pomen sinergije vseh treh se pokaže šele po določenem času, v našem primeru takrat, ko podjetje (npr. Terme Snovik) začne beležiti vračajoče se turiste in privabljati nove, ki postajajo gosti kraja in okolice (npr. Kamnika).

Takrat se je potrebno zavedati odgovornosti: biti danes optimalen v svojih storitvah in medsebojnih odnosih, saj optimalnost, medsebojna povezanost in komunikacija turističnega in ostalega storitvenega sektorja v kraju dajejo dovolj prostora, da smo jutri še boljši.

Moč Term Snovik ni le v ponudbi termalne vode in ponudbi kulturne dediščine kraja, ampak predvsem v ljudeh – v povezovanju, ustvarjanju, predstavljanju in izvajanju skupnih srčnih zgodb s storitvenim okoljem Kamnika, Tunjic, Velike Planine in celotnega področja srca Slovenije.

RAZPRAVA

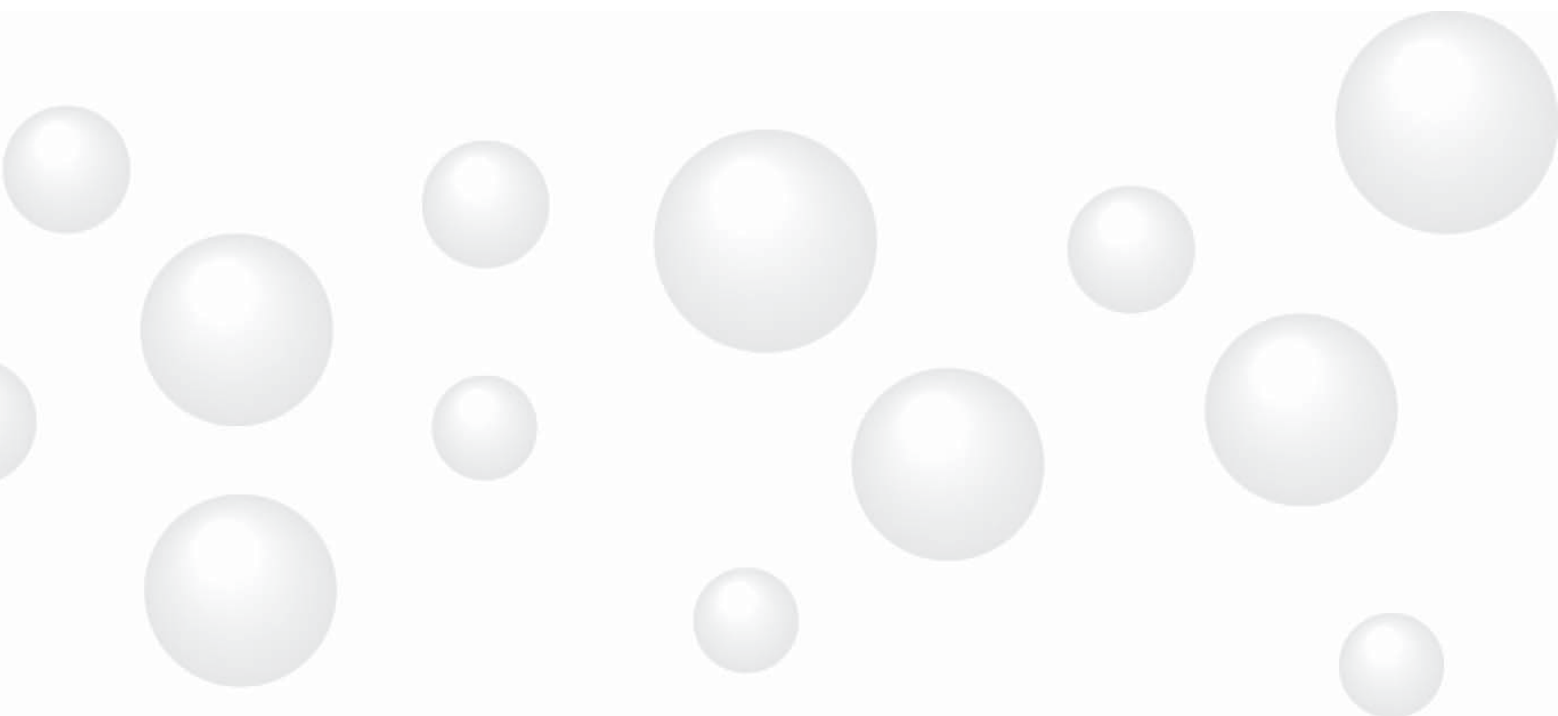
Turizem je pripovedovanje zgodb. Pred dvajsetimi leti je tu stal samo bazen. A jasna misel in dobra sistemski strategija gospoda Hribarja, ki je videl veliko sliko term Snovik (anticipiral je prihodnost), mi je dala

vedeti, da to niso samo pobožne želje, ampak da gre za nekaj, kar se bo zgodilo. Skupaj z voljo lokalnega prebivalstva in optimalno podjetniško naravnostjo jim je uspelo in še uspeva. Ta zgodba ima danes dve bistveni sporočili. Prvo je, da brez sodelovanja med turističnimi ponudniki ni življenja v turizmu. Turizem povezuje narode, smo slišali nekoč na enem mednarodnem kongresu. To predvsem pomeni povezovanje najprej nas vseh na mikroravni in na mikrolokaciji. Bolj kot s svojo termalno vodo Terme Snovik povezujejo celotno okolje s svojo vizijo in svojo filozofijo, ki izhaja iz pozitivnega mišljenja in naravnosti, ki motivira. To je drugo bistveno sporočilo. Vedno moramo gledati pozitivne alternative. Ne problemov. Problem lahko zaznamo. Če se ob problemu zaustavljamo preveč časa, bomo obstali, ga poglobili in se bomo iz njega težko izkopal. Za pozitivne stvari pa moramo biti odprti, radovedni, se nenehno učiti in vedno imeti pripravljen tudi alternativni načrt, rezervo. Tisto, kar v turizmu šteje največ, pa sta profesionalnost in gostoljubnost.

SKLEP OKROGLE MIZE

Zgodbo o uspehu sestavljajo: povezovanje, pozitivna usmeritev, profesionalnost, gostoljubnost. Priložnosti za povezanost je potrebno iskati v avtentičnosti našega kraja, destinacije, v povezavi z domačini, v podjetjih, v medsebojnih pozitivnih spodbudah ter v vsem, kar se navezuje na turistično ponudbo. Vir in moč za to najdemo v nas samih. Videti pa moramo najprej pozitivne alternative in si nato med seboj pripovedovati navdihujoče, srčne zgodbe.

POVEZOVANJE, MREŽENJE IN TRŽENJSKO KOMUNICIRANJE





Janja Kokolj Prošek, univ. dipl. ing. krajinske arhitekture

Janja Kokolj Prošek je vodja službe za živilsko predelovalno industrijo in mednarodno medinstitucionalno sodelovanje na Ministrstvu za kmetijstvo in okolje Republike Slovenije.

Diplomirala je na Biotehniški fakulteti Univerze v Ljubljani. Od leta 1991 je bila na Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano odgovorna za uvajanje programov obnove vasi in razvoja podeželja. Ti so v naslednjih letih prerasli v program Celotnega razvoja podeželja in obnove vasi (CRPOV, 1991–1996) in razvojne programe podeželja (1996–2004). Bila je tudi ena od nosilk projekta CRPOV in programa CRPOV pod imenom Snovik v Tuhinjski dolini.

V letu 1998 je prevzela vodenje sektorja za podeželje, ki ga je vodila do leta 2010. V času pogajanj Slovenije za vstop v Evropsko unijo je bila članica pogajalske skupine s področja kmetijstva, razvoja podeželja in regionalnega razvoja ter članica koordinacijske skupine za pripravo predpristopnega programa SAPARD (Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development) za področje kmetijstva in razvoja podeželja. V naslednjih letih je bila vodja delovnih skupin za pripravo razvojnih programov EPD (Environmental Product Declaration) 2004–2006 in PRP (Program razvoja podeželja) 2007–2014.

Bila je predstavnica Slovenije v različnih delovnih telesih na področju razvoja podeželja in LEADER pri Evropski komisiji. (LEADER – spodbujanje odločanja o razvoju posameznih podeželskih območij po pristopu od spodaj navzgor – pristop LEADER).

V letih med 2000 in 2006 je občasno predavala na oddelku za etnologijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani in na magistrskem študiju razvoja podeželja Biotehniške fakultete Univerze v Ljubljani.

Je soustanoviteljica Društva za razvoj slovenskega podeželja (1996).

Bila je članica nadzornega sveta Javnega sklada Republike Slovenije za podjetništvo.

Deluje kot svetovalka s področja razvoja podeželja v državah, kjer se izvajajo različni projekti na področju razvoja podeželja, ki jih financira Evropska unija ali drugi mednarodni skladi, v ožji specialnosti programiranje in pristop Leader. Je soavtorica različnih publikacij, navodil in dokumentov, ki zadevajo področje razvoja podeželja.

NAČRTOVANJE RAZVOJA PODEŽELJA TUHINJSKE DOLINE S TERMAMI SNOVIK

Beseda podeželje v nas sproža cel niz asociacij: zimsko idilo zasnežene vasi, pomladansko cvetoč travnik in sadovnjak, ki obkroža kmečko domačijo, poletno ožarjena polja ali bogato jesen v vinogradu ali sadovnjaku. Marsikdo, ki živi na podeželju, bi zatrdil, da so to idealizirane podobe, ki zakrivajo realno podobo slovenskega podeželja.

Podeželje se še vedno dnevno sooča z ujetostjo med željami in realnostjo, ko krmari med ponekod še zelo dobro ohranjeno identiteto in tradicijo, med pritiski globalizacije, negotovostjo in stalnimi spremembami. Podeželje ima v sebi željo in moč, da stvari spreminja, izboljšuje in izkorišča svoje danosti.

Celostni razvoj podeželja in obnova vasi (CRPOV) kot del strategije razvoja slovenskega kmetijstva

S samostojnostjo je Slovenija v devetdesetih letih začela z nekoliko posodobljeno kmetijsko in regionalno politiko. V letu 1991 je bil v okviru Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano ustanovljen Sektor za celostni razvoj podeželja in obnove vasi, v letu 1992 pa so se začeli izvajati prvi projekti CRPOV. Pri vseh začelih akcijah uvajanja CRPOV v Sloveniji so bile dosledno uporabljene bogate, preudarno privzete tuje strokovne izkušnje na področju urejanja podeželja in vasi, ob tem pa je bil zaradi specifičnih pogojev sam pristop prilagojen našim konkretnim razmeram in razvita slovenska metodologija.

Izkušnje z razvojem podeželja v Sloveniji

I. Obdobje 1992–1996: projekti CRPOV

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (MKGP) je leta 1992 pričelo s sofinanciranjem priprave razvojnih programov, v katerih so občine in druge institucije na lokalnem nivoju, skupaj s prebivalci, pripravile večletne razvojne programe za izbrana območja. Izdelana je bila enotna metodologija, s katero naj bi se predvsem olajšala in poenotila priprava lokalnih razvojnih projektov. Projekti CRPOV so se izvajali na majhnih zaokroženih območjih in so bili sestavljeni iz faz **priprave, uvajanja in izvajanja** projektov in aktivnosti. Izvedbeni projekti so se nanašali predvsem na spodbujanje razvoja dopolnilnih dohodkovnih virov, turističnih dejavnosti, podeželske infrastrukture in ohranjanje naravne in kulturne dediščine, ter različnih aktivnosti za spodbujanje skupnih nastopov trženja oziroma drugih društvenih in socialnih vsebin.

Osnovo za izvajanje projektov in aktivnosti CRPOV je predstavljala vizija razvoja kraja. Izbrane aktivnosti so s pomočjo ukrepov, intervencij, izvedb in posegov, ob usklajevanju strokovnih, finančnih in upravnopostoparskih aktivnosti, doprinesle k celovitemu in ustrežnejšemu razvoju podeželskega območja.

V tem obdobju je bilo v različnih fazah in različno uspešnih 110 projektov CRPOV. Na podlagi izkušenj in neposrednega spremljanja projektov je ministrstvo pripravilo in publiciralo Navodila za izvedbo programa uvajanja CRPOV in izdelavo Razvojnega projekta CRPOV.

II. Obdobje 1996–2004: Razvojni programi podeželja (RPP)

Ker so se projekti CRPOV izvajali le na manjših območjih, je ministrstvo v letu 1996 začelo s pripravo treh pilotskih projektov za večja zaokrožena območja. Glavni cilj je bil povezati točkovne projekte CRPOV in tematske programe vinskih turističnih cest v zaokroženo celoto. Razvojni programi podeželja so združevali večja območja s skupnimi razvojnimi cilji. Izdelava posameznega Razvojnega programa podeželja je tudi potekala v treh fazah.

Zadnjo fazo priprave Razvojnega programa podeželja je predstavljalo **izvajanje projektov in upravljanje**. V tej fazi so potekale aktivnosti v skladu z načrtom trajanja izvajanja programa.

V Sloveniji je bilo v tem obdobju podprtih 31 Razvojnih programov podeželja, ki so pokrivali skoraj celotno državo. Vsi so bili izdelani po pristopu »od spodaj navzgor«. Največjo težavo za nadgradnjo izvedbe teh programov in prehod na shemo LEADER pa so predstavljala premalo učinkovita ali sploh neobstoječa partnerstva in nejasna razmerja pri izvajanju, upravljanju in financiranju projektov. Pomanjkljivo je bilo tudi medsektorsko sodelovanje in skupno izvajanje javno-zasebnih projektov.

III. Obdobje 2007–2013

V programskem obdobju 2007–2013 je pristop LEADER postal del politike razvoja podeželja EU, ki se je financirala v okviru Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja (EKSRP). V tem programskem obdobju se je v Sloveniji oblikovalo 33 lokalnih akcijskih skupin (LAS) na prav toliko podeželskih območjih.

Podpora LEADER se v okviru novega Programa razvoja podeželja nadaljuje tudi v programskem obdobju 2014–2020.

Program CRPOV Snovik v Tuhinjski dolini

Če strnem zgodovino programov razvoja podeželja in vanjo umestim Terme Snovik z njenim 20-letnim jubilejem, se prepozna, kako lahko skromni začetki z veliko volje, trdega dela, entuziazma, pripeljejo do zavidljivih rezultatov. V nadaljevanju podajam nekaj zgodovine iz arhiva Ministrstva za kmetijstvo, povezanih s skupnimi začetki, učenjem, sodelovanjem in skupno vero, da je razvoj podeželja naša skupna prihodnost:

CRPOV – uvajanje: Občina Kamnik je v letu 1992 pristopila k programu CRPOV za območje Snovik v Tuhinjski dolini. Delež sofinanciranja MKGP je bil v višini 1.000.000 SIT. CRPOV Snovik je bil eden od prvih 20 projektov v Sloveniji.

Razvojna vizija in ključni razvojni motiv v okviru programa CRPOV Snovik v Tuhinjski dolini so bili izkoriščanje termalne vode za kopanje, plavanje, masažo, kopeli in pitje ter na podlagi tega naravnega potenciala izgraditev turistično-rekreativnega kompleksa TERME SNOVIK kot uskladitev razvojno-turistične funkcije prostora z varovalno ekološko funkcijo, še posebej v smislu trajnostnega razvoja naravnega in družbenega okolja. Nato v tej povezavi vzpostaviti dodatno pestro turistično ponudbo, značilno za podeželje, katere nosilci bi bile tamkajšnje kmetije s svojo osnovno dejavnostjo in dopolnilnimi dejavnostmi.

CRPOV – izvedba: V okviru izvajanja programa CRPOV Snovik se je najprej pristopilo k ureditvi osnovne infrastrukture. Pri tem je nekatere izvedbe sofinanciralo tudi MKGP, in sicer:

- v letu 1993: izvedba postavitve zunanje razsvetljave Snovik; delež sofinanciranja MKGP v višini 1.500.000 SIT,
- v letu 1994: ureditev in širitev lokalne ceste Potok–Snovik; delež sofinanciranja MKGP v višini 3.531.300 SIT,
- regulacija potoka Snoviščica; delež sofinanciranja MKGP v višini 2.348.400 SIT,
- po letu 1994, ko je bila uvedena nova lokalna samouprava in oblikovanje novih občin, so se na občinah menjali tudi zaposleni, ki so bili zadolženi za izvajanje programa CRPOV. Od tedaj se je sodelovanje med Občino Kamnik in MKGP bistveno zmanjšalo. Začetni polet je zaustavila pridobitev dovoljenj za nadaljnjo izvedbo programa CRPOV Snovik, ki pa je ponovno stekla v letu 2000,
- v letu 2000: izvedba termalnega cevovoda in črpališča V-17, rušenje obstoječega mostu čez potok Snoviščico in izgradnja novega, gradbena dela za objekt Terme Snovik I. faza podetapa – rekreacijski bazen in izvedba hidroizolacije; delež sofinanciranja MKGP v višini 30.000.000 SIT.

Zaključek

Če se ozremo na skupno prehojeno pot zadnjih 20 let, lahko ob primeru dobre prakse v celoti potrdimo vodilo, ki smo ga na začetku uvajanja programa razvoja podeželja zapisali v enega prvih informativnih dokumentov ministrstva, ki se glasi: Podeželje, prihaja tvoj čas. Na primeru Terme Snovik se je ta slogan v celoti potrdil.

Vsi napori, pozitivne pa tudi grenke izkušnje, ki so bile sestavni del prizadevanj na področju razvoja podeželja tega časa, pomenijo veliko zadovoljstvo in zadoščenje ob tako uspešno uresničenem projektu, kot so Terme Snovik. V letu 1992 je bila predstavljena razvojna vizija CRPOV Snovik le oddaljen sen in le redki so verjeli, da bo ta sen tudi uresničen.

RAZPRAVA

Ko sem pripravljala prispevek in pregledovala svoje materiale zadnjih dvajsetih let, mi je prišla v roke tudi mapa, ki je res že arhivska. V tistih letih je bil Ivan Hribar predsednik Krajevne skupnosti, Občina Kamnik je bila drugačna, reforma lokalne samouprave se še ni zgodila. Takrat je Ministrstvo za kmetijstvo začelo s projektom spodbujanja področja, ki ni bilo povezano le s proizvodnjo in predelavo hrane. V tistem času je bilo to s strani ministra, administracije in vseh nas, ki smo ta program začeli snovati, zelo pogumno. Nismo imeli nobenih posebnih teoretičnih izhodišč. Skupaj s sodelavci, če jim lahko tako rečem, kot je bil g. Hribar, smo delali skupaj. Glede na to, da smo imeli zelo močno hotenje in prepričanje ter željo, da prihaja nov čas, smo vse te korake, ki smo jih sproti preizkušali, tudi naredili. V prvih zametkih CRPOV (CRPOV Tuhinjska dolina in Snovik je bil eden prvih pilotnih projektov) smo iz teorije in pridobljene prakse oblikovali novo teorijo, ki je postala podlaga naslednjim projektom. Ne nazadnje je bil tudi projekt Srca Slovenije eden od naših naslednjih faz (tretji pilotni projekt). Dali smo ji ime Po poteh dediščine, v njej pa smo iskali potenciale v naravni in kulturni dediščini.

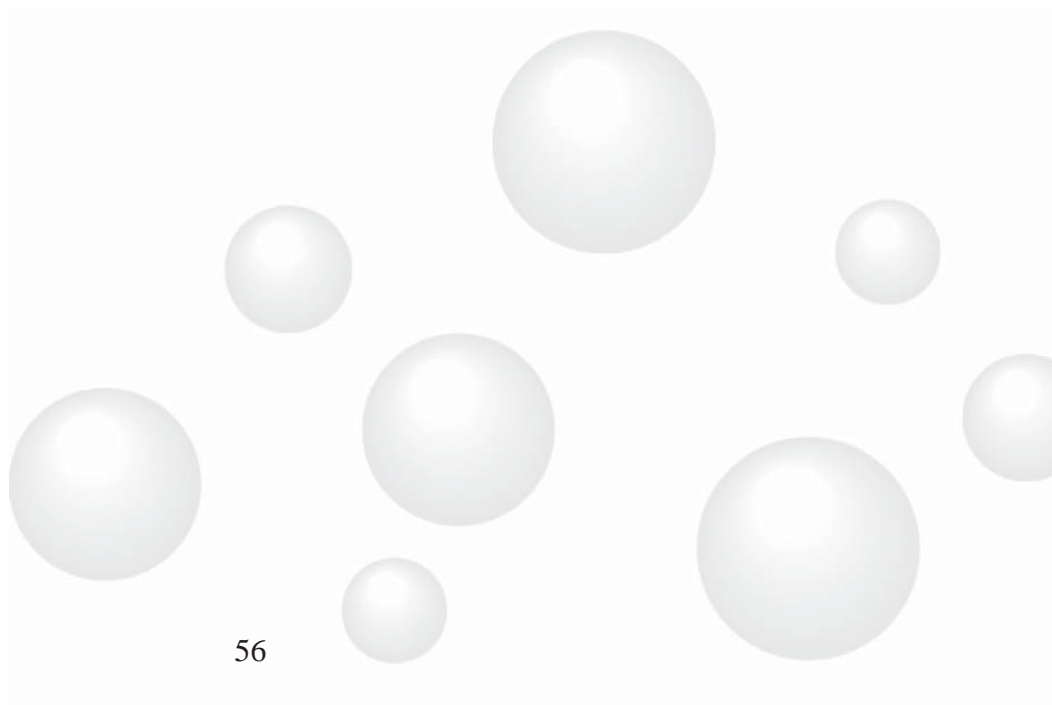
Ta program je z omenjenimi projekti pokazal, da se lahko kmetijstvo najhitreje uresničuje kot turistični produkt.

Zaključiti želim s sklepom, da je potreben ponoven razmislek, kako bolj intenzivno sodelovati, prenašati znanje, informacije ter dobre prakse. Da ne bi začel vsak na začetku ter preučeval učbenike, ampak bi na lažji način prišel do dobrih rezultatov.

SKLEP OKROGLE MIZE

Turizem in razvoj temeljita na ljudeh, na lokalnem okolju in na prepričanosti, vztrajnosti in volji slediti tistim svojim ciljem in viziji, ki jim verjamemo ter da potem najdemo tudi poti ter poiščemo vsa ustrezna vrata in kljuke tako v znanju kot v takšnih ali drugačnih spodbudah zato, da lahko svoje ideje in cilje uresničujemo.

Predvsem je potrebno med seboj deliti informacije in primere dobre prakse. Vir povezovanja in uspešnega dela je medsebojno komuniciranje tako med ljudmi, deležniki, podjetji kot vsemi tistimi inštitucijami, ki so za to poklicane in imajo to poslanstvo. Predvsem pa seveda te dobre prakse tudi nadgrajevati.





Aleksandra Gradišek, univ. dipl. ekon.

Aleksandra Gradišek je direktorica Razvojnega centra Srca Slovenije, ki pod znamko Srce Slovenije s partnerskim povezovanjem občin osrednje Slovenije, ki geografsko segajo od Kamniških Alp do Dolenjske, prepleta podjetništvo s turizmom in trajnostnim razvojem okolja. Skupaj z ekipo centra snuje in uresničuje razvojne vizije, ki spreminjajo kakovost življenja v osrčju Slovenije.

Diplomirala je na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Že v času študija je rada dokazovala, da so tudi na videz nemogoče stvari uresničljive. Tako je leta 2000 iz njene idejne zasnove lokalnega pospeševalnega centra nastal Center za razvoj Litija, v letu 2013 preimenovan v Razvojni center Srca Slovenije. Njeni razvojni navdihi so botrovali tudi ustanovitvi Zadruga za razvoj podeželja Jarina in Razvojne fundacije Pogum.

Destinacija Srce Slovenije, ki jo je ustvarila s priseganjem na sodelovanje med lokalnimi skupnostmi in s pomočjo dobro izbrane ekipe Razvojnega centra, je bila tudi zaradi njene osebne prepričanosti v moč povezovanja med različnimi partnerji dobitnica uglednih priznanj. Med njimi je v letu 2004 prejela nagrado Sejalec za inovativni in kreativen turistični produkt Kolesarske, konjeniške in pohodniške poti Posavskega hribovja ter v letu 2013 priznanje Sejalec za inovativni produkt Karavaning v Srcu Slovenije. Z razvojem prav te ponudbe je Srce Slovenije postalo prva avtodomska destinacija v Sloveniji.

Srce Slovenije se zaradi številnih projektov, ki jih usmerja in uresničuje center pod vodstvom Aleksandre Gradišek, ponaša tudi s priznanjem za najbolj inovativno lokalno skupnost, ki jo podeljuje gibanje InCo (Gibanje za inovativni preboj Slovenije), od leta 2012 se ponaša tudi s certifikatom družini prijaznega podjetja ter s certifikatom okoljsko odgovornega podjetja.

MOŽNOSTI ZA OKREPITEV ZELENIH LOKALNIH DOBAVITELJSKIH VERIG – MREŽENJE TURISTIČNIH IN S TURIZMOM POVEZANIH PODJETIJ

Terme Snovik in območje Srca Slovenije

Srce Slovenije ima jasno načrtano vizijo, da se razvija kot prostor podjetnih priložnosti, kot turistična destinacija in kot znamka, ki pripada ljudem, tistim, ki jo ustvarjajo in tistim, ki jo izberejo zato, ker se lahko zanesejo na njeno srčno poreklo, pristnost in kakovost. Uresničenje te vizije je mogoče le s povezovanjem prek lokalnih meja in prek meja interesov posameznega podjetja ali panoge. In povezovanje je mogoče le tam, kjer ga za svojo pomembno vrednoto prepoznajo ključni partnerji.

Terme Snovik so eden od takšnih partnerjev. So med tistimi turističnimi ponudniki v Srcu Slovenije, ki so dovolj hitro razumeli moč povezovanja. Ta ni pomembna le za širše lokalno in regionalno območje, v katerem deluje podjetje, kakršno so Terme Snovik, temveč je tudi vir doseganja odličnosti v lastnem poslovanju podjetja. Učinki povezovanja se s sinergijo množijo. Okoljska odgovornost podjetja je lahko navdih za še večjo okoljsko odgovornost celotnega okolja. Trajnostni razvoj okolja spodbuja odgovornost podjetij.

Turizem je lahko navdih za podjetništvo v okolju. Podjetno okolje lahko prispeva k razvoju turizma. V Srcu Slovenije in v Termah Snovik je vse povezano, ne samo zato, ker k temu zavezujejo različne strategije in dokumenti, ampak zato ker ljudje tudi s svojim mreženjem krepijo medsebojno zaupanje v to, da so s skupnim delovanjem učinki boljši.

Vir uspešnih turističnih idej so inovativne zamisli

Tam, kjer partnerji zavezo k trajnostnemu razvoju turizma resnično razumejo, se uspeh sicer še vedno meri z ekonomskimi kazalniki, a tudi ti so boljši, kadar je pri razvojnih vizijah in načrtih upoštevan širši vidik vplivov kakršnegakoli razvoja, tako na lokalno okolje, regionalno in širše okolje, kot na dejansko zadovoljevanje potreb končnih odjemalcev in širše družbe. Prebojnih rezultatov ni mogoče več dosežati le z zavzetostjo in znanjem posameznikov, četudi je to še vedno pomembno.

V današnjem spreminjajočem se svetu je za uspeh, bolj kot kdajkoli prej, pomembna inovativnost pri razvojnih pristopih, pri izvedbi načrtovanih aktivnosti, pri promociji in pri trženju. Prava inovativnost pa nima skoraj nič skupnega s priložnostnimi domisljicami, temveč temelji na uresničljivih zamislih, ki poleg ekonomske koristi vselej vključujejo tudi odgovorno ravnanje. Zato so za uspešnost, ki presega kratkoročne finančne uspehe, nujni drugačni pristopi, ustvarjalnost in različne, pogosto za posamezno področje povsem nove kompetence, ki pa jih je mogoče najti v sorodnih panogah, v podjetjih in v različnih delujočih skupinah v okolju.

Turistična destinacija je uspešnejša, kadar ponudniki delujejo povezano

Tako izkušnje kot različni strokovni viri dokazujejo, da današnje turiste bolj kot posamezne zanimivosti privlačijo destinacije, tj. območja, ki omogočijo doživljanje zaokrožene palete ponudbe. Lokalna

povezanost je zato pomemben faktor privlačnosti. Pri različnih projektih se je zato Razvojni center Srca Slovenije zavedal in v svojih projektih tudi izpostavljajal, da ima destinacija, kakršna je Srce Slovenije, več možnosti za uspeh, kadar ponudniki:

- svoje izdelke, storitve, surovine, materiale in ljudi pridobivajo iz lokalnega okolja,
- poleg lastnih izdelkov in storitev, ponujajo tudi komplementarne izdelke in storitve, ki bogatijo osnovno ponudbo in ji dvigujejo vrednost in prepoznavnost,
- dajejo večji poudarek celovitim turističnim programom in paketom, ki so vezani na specifične segmente strank (po vedenju, ne le demografskih dejavnikih),
- povežejo raznoliko, a razdrobljeno lokalno oz. regionalno ponudbo in turistične ponudnike med seboj (poslovne mreže) ter s tem, ko dvigujejo vidnost in prepoznavnost širše regije, hkrati dvigujejo tudi lastno vidnost in prepoznavnost,
- povezujejo klasično turistično ponudbo z avtohtono lokalno dediščino, kulturo in tradicijo,
- gledajo ne le na povečanje števila turistov in njihovih nočitev ter ekonomski izplen, temveč ravnajo družbeno odgovorno, v korist lokalne skupnosti in skrbijo za vpliv lastnega poslovanja na okolje.

Trajnostne zaveze se uresničujejo z lokalnimi orodji

Destinacija, kakršna je Srce Slovenije, je vpeta v razvojne načrte nacionalnega turizma. Slovenija je tudi na državni ravni zavezana k trajnostnemu razvoju, kar se npr. odraža v promocijskih akcijah Slovenija: Zelena. Aktivna. Zdrava! Poleg krovnih zavez in orodij, ki s svojimi učinki krepijo tudi regijska in destinacijska prizadevanja, pa so na lokalni ravni lahko še pomembnejša različna praktična orodja, kot so (povzeto po različnih virih in dokumentih ter izvedenih projektih Razvojnega centra Srca Slovenije in partnerjev):

- merjenje na posameznega gosta na dan (npr. porabe vode, elektrike, hrane, transporta itd.),
- kartice popustov za »odgovorne turiste«, tj. turiste, ki ravnajo skladno z mehko mobilnostjo, potujejo z javnim prevozom,
- prilagojeni vozni redi javnega potniškega prometa ter druge trajnostne oblike transporta,
- »znamčenje« sonaravnih in odgovornih turističnih storitev in produktov,
- aktivno vključevanje v spletna promocijsko-prodajna omrežja (75 % turistov se informira in kupi na spletu, kjer iščejo predvsem uporabniško izkušnjo),
- orodja za interakcijo med obstoječimi in potencialnimi turisti (za izmenjavo izkušenj),
- orodja za odprto inoviranje, ki omogočajo, da se že v fazi oblikovanja novih storitev, produktov, programov vključujejo tudi (potencialni) kupci oz. uporabniki (po principu »My Starbucks Idea«) in drugi deležniki (dobavitelji, konkurenti, zaposleni, partnerji, itd.),
- upoštevanje potreb turistov, ki obiščejo Slovenijo ter lokalizacija teh potreb (26 % turistov v Sloveniji išče mir in lokacije, kjer ni drugih turistov; 22 % jih ceni naravno okolje, kjer se lahko spočijejo; 21 % jih išče možnosti za dobre fotografije; 15 % možnosti zmerne rekreacije; 9 % raziskovalne aktivnosti in bivanje v naravi; 7 % občutek preprostosti¹).

¹ E-Laborat, 2014

Izvirne ponudbe različnih lokalnih panog se povezujejo s turizmom

V Srcu Slovenije prepoznavamo velike priložnosti za razvoj zelene ponudbe, ki je v vzponu tako na področju turizma kot v drugih panogah. Že delujoča mreža lokalne samooskrbe se bo še širila, nadgrajevala in diverzificirala in se bo tako še lažje in močnejše vključevala v turistično ponudbo.

Razvoj ponudbe lokalnih produktov visoke kakovosti, ki se bodo ponašali tudi z zdaj že prepoznavnim poreklom z območja Srca Slovenije (Srce Slovenije je vse močnejše tudi kot zaščitena blagovna znamka) bo omogočil naslavljanje novih, dodatnih, prepoznavnih ciljnih segmentov gostov, kupcev, končnih uporabnikov, partnerjev. Vzpostavljanje izvirne ponudbe za posamezne, dobro določene ciljne skupine bo omogočalo tudi še tesnejše in inovativnejše povezovanje s ponudniki v različnih dejavnostih, kot so šport, kultura, kmetijstvo, gospodarstvo, podjetništvo ...

Skupna znamka bo z nadaljnjim razvojem krepila tudi ekonomske učinke inovativnih razvojnih pristopov, neločljivo povezanih z načeli ustvarjalnosti, odgovornega ravnanja in spoštovanja partnerskih povezav. Del slednjih so tudi društvene turistične ponudbe in prizadevanja, kakršna se kažejo npr. tudi v Kamniški Bistrici kot zeleni osi regije. Različne prireditve in ekipe, ki stojijo za njimi, med drugim kažejo na izjemen človeški potencial Srca Slovenije.

S povezovanjem, z mreženjem turističnih ponudnikov in s turizmom povezanih podjetij, društev, različnih organizacij, občin bodo razvojni načrti zagotovo lažje uresničeni, njihovi učinki pa večji. To velja tako za vpletene ponudnike, kot še posebej za turiste, za končne kupce turistične ponudbe, programov, paketov, prireditev, izdelkov. Ustvarjanje njihove kupne želje, izpolnjevanje in preseganje njihovih pričakovanj, doseganje njihovega zadovoljstva z uporabno vrednostjo zanje je navdih in hkrati pravi rezultat povezovanja v lokalne zelene dobaviteljske verige, brez katerih si pravega razvoja ni mogoče več predstavljati nikjer, ne v turizmu, ne v drugih panogah.

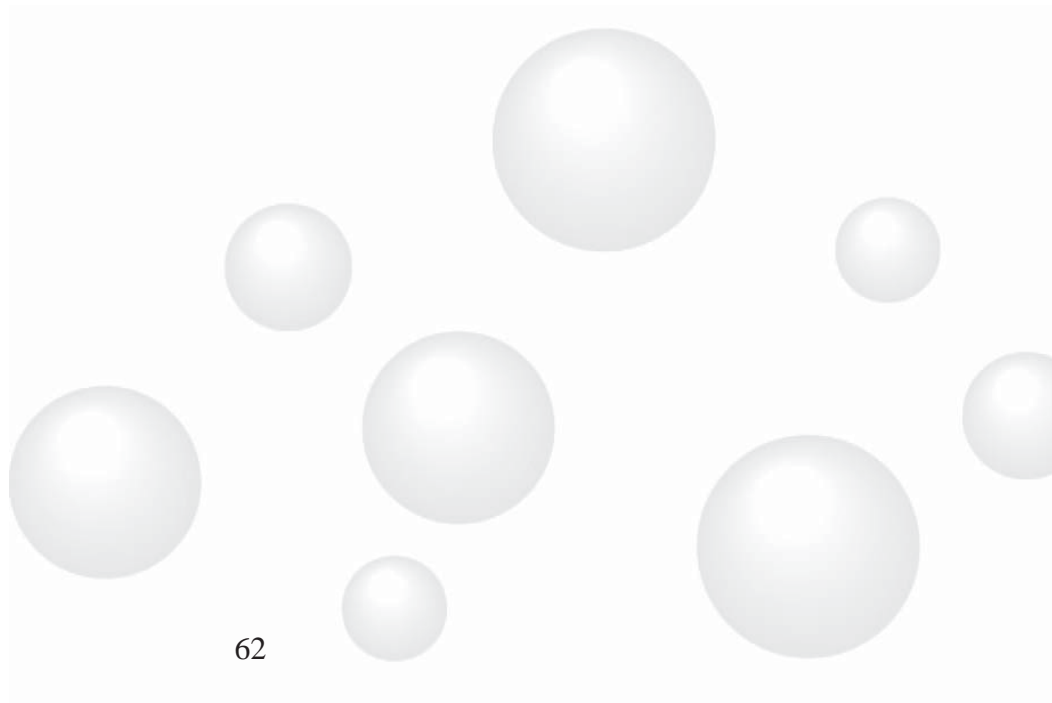
RAZPRAVA

Srce Slovenije je primer destinacije, ki se je vzpostavila z ohranjanjem pristnosti. Tradicionalne značilnosti in posebnosti se tu spogledujejo z novimi oblikami potovanj, bivanj, druženj, doživetij s posebnim čutom za naravo in način življenja. To je bilo in je še mogoče le, ko in če smo vsi skupaj zavezani k lokalnemu pristopu, da izhajamo iz ljudi, ki živijo in delajo na območju destinacije. Njihova znanja, kompetence in motivacija so ključnega pomena za uresničevanje lokalnega pristopa v trajnostnem razvoju. Zaradi tega zavedanja se v Srcu Slovenije že vzpostavljajo lokalne dobaviteljske verige in mreže. Med zagovorniki npr. prve že delujoče dobaviteljske mreže s hrano je Osnovna šola Šmartno v Tuhinju. Številni rokodelci z območja Srca Slovenije so že povezani v mrežo rokodelcev.

Tovrstne mreže, ki se v Srcu Slovenije še načrtujejo in že vzpostavljajo, dajejo ljudem pravo veljavo, olajšajo njihovo povezovanje, omogočajo večjo prepoznavnost sicer razdrobljene ponudbe in ne nazadnje vplivajo na utrip in na celovitost posameznega območja – soustvarjajo destinacijo, kakršno iščejo sodobni turisti z željo po lokalnih specifikah.

SKLEP OKROGLE MIZE

V turizmu je pomembno medsebojno sodelovanje lokalnega prebivalstva in ponudnikov, povezovanje ljudi in dopolnjujoče se povezovanje ponudb na ravni posameznega ponudnika in na ravni ponudbe destinacije. Le s povezovanjem je mogoče ustvariti pravo vrednost za turista in hkrati omogočati trajnostni razvoj območja, destinacije. Sodelujmo. Povezujmo se. Delujmo odgovorno. In bodimo pri mreženju in povezovanju pogumnejši!





mag. **Maja Pak**, univ. dipl. ekon.

Mag. Maja Pak je vodja za raziskave in razvoj pri Javni agencija SPIRIT Slovenija. Diplomirala je na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani, smer ekonomski odnosi s tujino in si tu pridobila naziv magistricice znanosti.

Njeno delovno področje je v celoti posvečeno turizmu. Izhaja iz turistične prakse v Zdravilišču Rogaška, kjer je bila najprej produktna vodja za angleško govoreče države, nato pa vodja predstavništva v Ljubljani. Od leta 1996 je delovala na Slovenski turistični organizaciji (STO), najprej kot generalna sekretarka, nato kot vodja za raziskave in razvoj. Od septembra 2010 je bila v. d. generalne direktorice STO, od decembra 2010 do januarja 2013 pa tudi njena generalna direktorica.

Med njenimi referenčnimi projekti je potrebno izpostaviti oblikovanje prvega načrta trženja slovenskega turizma Indeks 365 (1996) ter oblikovanje sistema merjenja učinkovitosti dela STO na podlagi uravnovečnega sistema kazalnikov (Balanced Scorecard), ki je podlaga za postopno implementiranje sistema v delovanje zavoda (2003), nato projekti s področja pospeševanja razvoja in trženja turističnih produktov (gastronomija, kultura, pohodništvo, kolesarjenje itd.) ter vzpostavitev GIZ (Gospodarsko interesno združenje) Pohodništvo in kolesarjenje, ki danes združuje več kot 50 specializiranih ponudnikov in nastopa kot partner STO pri trženju. V letu 2009 je oblikovala strateške usmeritve razvoja in trženja zelenega turizma ter implementacijo številnih ukrepov v praksi (vključno z oblikovanjem prve ogliščno nevtralne študijske ture za tuje novinarje ter pripravo Priročnika za uvajanje trajnostnih poslovnih modelov; 2009, 2010), v letu 2014 pa je med njenimi prioritarnimi projekti oblikovanje Zelene sheme slovenskega turizma. Oblikovala je tudi razvojno trženjski koncept EDEN projekta (Evropske destinacije odličnosti) tako, da spodbuja trajnostni razvoj destinacij. Delala je na projektu slovenske krovne trženjske zgodbe Zelena. Aktivna. Zdrava. SLOVENIJA. ter pri zasnovi projekta Zgodbe v slovenskem turizmu. Sodelovala je pri vsebinski zasnovi in koordinaciji Dnevov slovenskega turizma v partnerstvu z vsemi pomembnejšimi institucijami s področja turizma v Sloveniji. V letu 2014 je bila soavtorica nastajajoče strategije razvoja in trženja slovenskih naravnih zdravilišč.

Vseskozi predava, da bi predstavila strateške usmeritve in politike dela na področju raziskav in razvoja, (kot npr. kolesarjenje, pohodništvo, gastronomija, zdraviliški turizem, projekt EDEN) ter strateških usmeritev zelenega turizma.

Je tudi članica domačih in tujih turističnih združenj in organizacij. Tako je od leta 2006 članica skupine ETC (European Travel Commission) za raziskave (Market Intelligence Group), med letoma 2008 in 2010 je bila predsednica programskega sveta Skupščine GIZ Pohodništvo in kolesarjenje, od leta 2008 je članica skupščine VIA ALPINA, od leta 2009 članica sveta za raziskave v turizmu (STO), od leta 2009 članica strokovnega sveta STO, med letoma 2010 in 2011 članica EUAG (End User Advisory Group - odbor UNEP/UNWTO za povečevanje energetske učinkovitosti v turizmu) ter med 2010 in 2012 članica skupščine ETC in članica odbora direktorjev ETC. Od leta 2010 je bila tudi članica strateškega sveta vlade za turizem. S samostojnimi deli in v soavtorstvu je dejavna tudi na področju publicistike.

ZGODBE V SLOVENSKEM TURIZMU KOT ORODJE UČINKOVITEJŠEGA TRŽENJA

Zgodbe in zgodbarjenje

Poslovni svet v zadnjih letih vse bolj prepoznava moč zgodbarjenja (angl. storytelling) kot strateškega trženjskega orodja za gradnjo znamke. Hkrati so zgodbe zelo pomembno operativno komunikacijsko orodje. Zgodbarjenje lahko služi za komuniciranje vizije in vrednot, za krepitev organizacijske kulture in krepitev znamke. Danes so uspešnejša tista podjetja, izdelki ali storitve, ki kupca nagovorijo drugače – skozi zgodbo.

Vloga zgodbarjenja v turizmu

Vloga zgodb v turizmu je večja kot v katerikoli drugi panogi. Oblikovanje in pripovedovanje zgodb postaja učinkovito orodje v pomoč razvoju in trženju turističnih destinacij, produktov, znamenitosti in ponudnikov. Turisti namreč želijo produkte, ki zagotavljajo edinstveno izkušnjo, produkte, ki spodbujajo njihove sanje in nagovarjajo čustva. Študije in praksa kažejo, da lahko zgodba pomeni za destinacijo ali podjetje konkurenčno prednost, za zaposlene gradnik močne organizacijske kulture, za turista pa bolj poglobljeno in čustveno izkušnjo ter večje zadovoljstvo. Zgodbe lahko pomagajo pretvoriti doživetja, ki jih obljubljamu turistu, v bolj oprijemljive podobe ter pomagajo graditi čustvene povezave s turisti, ker burijo njihovo domišljijo in predstavljajo močan motiv, da se s čustvi, ki jih sprožijo, njihovo potovanje začne, še preden obišejo destinacijo.

Slovenske zgodbe

Slovenija je bogata z zgodbami, ki imajo tudi turistični trženjski potencial, vendar še niso v zadovoljivi meri vpete v turistične produkte ali pa imamo turistične produkte brez zgodb. Slovenija se tudi na krovni ravni slovenskega turizma že vsa leta sooča z izzivom učinkovitega komuniciranja krovne zgodbe Slovenije kot turistične destinacije. V letu 2007 je nastala prva skupna krovna znamka I feel Slovenia – kot skupna znamka za področje turizma, športa, kulture, gospodarstva in znanosti z jasno opredeljeno identiteto. Z oblikovanjem znamke je bila opredeljena tudi krovna zgodba Slovenije, pa tudi zgodbe za posamezna področja.

Piramida zgodb v slovenskem turizmu

Z namenom povečanja prepoznavnosti in atraktivnosti slovenske turistične ponudbe smo na Agenciji SPIRIT (Sektor za turizem) izvedli projekt z naslovom »Identifikacija in razvoj zgodb za oblikovanje in trženje turističnih produktov in destinacij«. Analizirali smo stanje na področju zgodb v Sloveniji, in sicer na lokalni/destinacijski ravni, regijski in nacionalni ravni. Oblikovali smo piramido zgodb v slovenskem turizmu, ki v svojem vrhu natančno opredeljuje krovno zgodbo slovenskega turizma ter osem podpornih zgodb na krovni ravni, ki pomenijo vstopno točko za regijske in destinacijske zgodbe. S projektom smo želeli spodbuditi vse ključne deležnike v destinacijah k uporabi zgodbarjenja kot strateškega trženjskega in

operativnega komunikacijskega orodja za povečevanje konkurenčnosti produktov in destinacij.

Krovna zgodba slovenskega turizma na zgodbarski način podpre, pojasni in čustveno osmisli znamko I feel Slovenia ter značilnosti Slovenije z bistvenimi lastnostmi: ZELENA. AKTIVNA. ZDRAVA. V osredju je ljubezen, ki poveže vsa občutenja in raznolikost Slovenije. Ljubezen je v Sloveniji posebna, vsak pa lahko odkrije svojo. Namen je, da skozi ključne podporne zgodbe vstopamo v posamezne destinacije in produkte.

Podporne zgodbe prikažejo raznolikost Slovenije in na krovni ravni najbolj neposredno, konkretno in jasno komunicirajo to, kaj je Slovenija, kaj so njene edinstvenosti in kaj nudi. Gre za zgodbo o VODI (zgodbe o virih dobrega počutja in zdravja), KRASU (zgodbe o Krasu in kraških posebnostih so zgodbe o kamnu, ki ima mehko srce), MORJU in SOLI (zgodbe o soli, ki cveti v Jadranskem morju v mediteranskem okolju), GOZDOVIH (zgodbe o zelenem, kamor ti seže pogled), LJUBLJANI (zgodbe o urbanem in ustvarjalnem povezovanju slovenskih različnosti), GORAH/ALPAH/TRIGLAVSKEM NARODNEM PARKU (zgodbe o varovanju naravnih zakladov, Slovenija je ena od osmih držav, ki imajo Alpe, komuniciranje ene od najbolj prepoznavnih slovenskih turističnih ikon: Bleda), GASTRONOMIJI (zgodbe o prvobitnem veselju do življenja) in za zgodbo o DOSEŽKIH LJUDI (zgodbe o dosežkih ljudi so zgodbe o ljubezni, ki ne pozna meja).

V čigavi domeni je zgodbarjenje

Za zgodbarjenje na krovni (nacionalni) ravni je odgovorna Agencija SPIRIT, Sektor za turizem. Na regijski ravni je zgodbarjenje v domeni regionalnih turističnih organizacij, na destinacijski ravni pa je v prvi vrsti to domena lokalnih turističnih organizacij.

Več:

http://www.slovenia.info/si/Zgodbe-v-slovenskem-turizmu.htm?ps_projekt_zgodbarjenje=0&lng=1

Zgodbe Kamniškega in Term Snovik

Terme Snovik so zagotovo del zgodbe o vodi, hkrati pa v destinaciji nastajajo čudovite zgodbe, ki jo delajo privlačno in konkurenčno. Tak primer je edinstvena zgodba o trničih, posebnih sarih z Velike Planine, ki so jih pastirji podarjali dekletom v spomin, kot dokaz ljubezni. Zagotovo pa so možnosti zgodbarjenja tudi v okviru samega podjetja, Term Snovik, s katerimi bodo terme gradile na čustvenih povezavah s svojimi obiskovalci.

RAZPRAVA

V primeru Snovika smo slišali nekaj lepih zgodb, ki vključujejo to temo. Zagotovo so terme del ključne zgodbe o zdravilnih vodah Slovenije, ki so vir dobrega počutja. Trendi naraščajočih potreb po dobrem počutju in zdravju podpirajo njihovo dejavnost in priložnosti, da s to zgodbo še posebej intenzivno komuniciramo. In tu so še podjetniške, hišne zgodbe, mikrozgodbe, med katerimi Palček Snoviček še posebej osvaja srca otrok.

SKLEP OKROGLE MIZE

Zgodbarjenje je postalo strateško in operativno komunikacijsko orodje učinkovitega trženja še posebej v turizmu, zato ga izkoristimo. V ponudbah krepi čustvene vezi, ki izhajajo iz sanj turistov, ki jih na tak način tj. čustveni način povezujemo z našo turistično ponudbo, ki zato postane atraktivnejša.

Torej, če hočemo vzbuditi pozornost in pritegniti goste, turiste, jim moramo pripovedovati zgodbe. Če hočemo, da se gostje vračajo, pripovedujmo zgodbo kot nadaljevanko. Če hočemo, da goste očaramo za vedno, morajo te zgodbe pri nas doživeti, jih pripovedovati drugim, in k nam se bodo vračali, prišli pa bodo tudi novi.



Alenka Hribar, univ. dipl. geogr.

Alenka Hribar je strokovna sodelavka na področju turizma na Zavodu za turizem in šport v Občini Kamnik. Diplomirala je leta 2006 na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. S turizmom se je ukvarjala že v študentskih časih, ko je opravila licenco lokalnega turističnega vodnika, skupaj z mladimi Kamničani pa so ustanovili Turistično društvo Kamn'k, katerega predsednica je bila med leti 2006 in 2014.

Na Zavodu za turizem in šport v Občini Kamnik je zaposlena od leta 2007, kjer pripravlja turistične programe, turistične publikacije, vodi evidence in statistike ter je zadolžena za vzpostavitev in vzdrževanja povezav s turističnimi ponudniki in pripravo receptivnih programov. Sodeluje z Zavodom SPIRIT, aktivna pa je tudi v turističnih projektih, domačih in tujih turističnih organizacijah in združenjih.

V okviru Turističnega društva Kamn'k upravlja Budnarjevo muzejsko hišo, kjer organizira dogodke in skrbi za njeno promocijo. Ukvarja se tudi s fotografiranjem, kolesarstvom, planinarjenjem, obožuje naravo in seveda rada potuje.

TURIZEM NA KAMNIŠKEM NEKOČ, DANES S TERMAMI SNOVIK, JUTRI S SKUPNIM DELOVANJEM

Turizem na Kamniškem skozi čas

V obdobju od nastanka Term Snovik pa vse do danes se je na področju turizma v Kamniku ogromno spremenilo.

Če se vrnemo še nekoliko bolj nazaj v 19. stoletje, vidimo, da je takrat veljal Kamnik poleg Bleda za najbolj priljubljen letoviški kraj v našem delu Avstro-ogrske monarhije. Znan je bil predvsem po zdraviliškem turizmu, saj je na sotočju Kamniške Bistrice in Nevljice delovalo zdravilišče Bad Stein oziroma ti. »kurhaus«. V njem se je med drugim začela uveljavljati Kneippova metoda zdravljenja, zdravilišče pa je bilo celo tako mondeno, da ga je obiskal cesar Franc Jožef I. Celoten kompleks je ustvaril Alojz Prašnikar, čigar zgodba o uspehu se je po njegovi smrti žal končala.

Kamniški turizem je ponovno vzcvetel v času sindikalnega turizma. V tistem obdobju sta bili najbolj aktualni dolina Kamniške Bistrice in Velika planina. Slednja je ponujala letoletni turizem, zaživelo pa je predvsem turistično naselje s kočami, ki so bile v lasti različnih podjetij. V postindustrijskem obdobju je bilo konec tudi sindikalnega turizma. Razvoj Kamnika je bil vprašljiv.

Nato se je začelo govoriti o nastanku term v Tuhinjski dolini. Le malokdo od Kamničanov in najverjetneje tudi širše, je takrat verjel, da se bo ideja kdaj realizirala predvsem tudi zato, ker velja območje Tuhinjske doline za enega najbolj kmetijskih delov občine Kamnik in tudi najmanj razvitih. Na srečo je v zgodbo o uspehu verjela ekipa z Ivanom Hribarjem na čelu in lahko jim čestitamo za pogum.

Terme Snovik so kamniškemu turizmu prinesle ogromno. Kamnik se je ponovno postavil na turistični zemljevid Slovenije, kjer igra pomembno vlogo. Ponovno lahko govorimo o letoletnem turizmu in ob vsakem vremenu, razvila pa se je tudi dodatna ponudba: tematske pešpoti, fitnes na prostem, dogodki v okviru lokalnega turističnega društva. Hkrati so se odprla nova delovna mesta, lokalne prebivalce, predvsem kmete pa je razvoj term spodbudil k odpiranju dopolnilne dejavnosti na kmetiji.

Kaj so Kamniku prinesle Terme Snovik?

Če pogledamo samo statistiko, se je število ležišč v desetih letih več kot podvojilo. Leta 2003 je imel Kamnik 601 posteljo, konec leta 2013 pa je bilo pri nas že 1370 ležišč. Od tega je skoraj 400 postelj v Termah Snovik, kar predstavlja tretjino. Če pogledamo še podatke o številu nočitev, pa se je v istem obdobju to skoraj potrojilo. Leta 2003 so turisti v Kamniku ustvarili 18.754 nočitev, leta 2013 pa že 54.967.

Na Zavodu za turizem in šport v Občini Kamnik se zavedamo, da Terme Snovik igrajo eno od glavnih vlog pri razvoju kamniškega turizma, zato jih pri razvoju projektov in produktov vedno znova postavljamo na vodilna mesta. Terme Snovik namreč predstavljajo zgodbo o uspehu ne le v Kamniku, ampak tudi v Sloveniji, in so primer dobre prakse razvoja trajnostnega turizma.

V prihodnost gledamo skupaj

Z do sedaj uspešnimi projekti, kot so na primer: Okusi Kamnika, Kamnik bus, skupno trženje šolskih počitnic in skupna promocija bomo nadaljevali in jih nadgrajevali. Z rednim spremljanjem trendov, ki se v turizmu hitro spreminjajo, ter z nadaljnjim sodelovanjem si bomo še naprej prizadevali za razvoj novih produktov, katerih uspeh bomo dosegli le tako, da bomo vanje verjeli vsi in bomo za njihovo uresničitev imeli dovolj poguma.

RAZPRAVA

Iz enega majhnega bazena, ki ga je večina ljudi gledala tudi s posmehom, je nastal turistični kompleks. Pri tej zgodbi gre resnično predvsem za ljudi, ki so verjeli v to zgodbo, predvsem pa zbrali pogum in jo ustvarili. Terme Snovik so bile tudi tiste, ki so v postindustrijskem Kamniku in vprašanjih, kaj bomo s turizmom, pokazale luč na koncu tunela. Z njimi se je zgodil »bum«. Naenkrat so se začeli po Tuhinjski dolini sprehajati tuji turisti. To je bil šok za tamkajšnje ljudi. In drugi »bum« - domačini so začeli razmišljati, da bi se dalo od turizma tudi zaslužiti in začeli so udejanjati svoje ideje. Vse zato, ker je ekipa z Ivanom Hribarjam verjela v svojo zgodbo in zbrala pogum za uresničitev. Terme Snovik so tako postale glavni turistični igralec Kamniškega.

Še posebej nas veseli, da so Terme Snovik eko terme oziroma trajnostno naravnane. To trajnost rada povežem z našim arhitektom Jožetom Plečnikom, ki je potem, ko je zarisal načrt, odšel na teren, zbral domače materiale in domače izvajalce del. Mislim, da se vsak lahko tako poistoveti s Plečnikom. Tudi mi se moramo poistovetiti s Termami Snovik, saj gre za naše zgodbe. Prebivalci poznajo zgodbo Term Snovik, tako da so se začeli povezovati in tudi kmetje vidijo, da lahko svoje izdelke prodajajo na ploščadi Term Snovik. Obstaja pa še cela paleta možnosti povezovanja in sodelovanja, hkrati pa se odpira možnost novih delovnih mest, priložnosti za mlade itd.

SKLEP OKROGLE MIZE

Še pogumnejše in odločnejše nadaljevati s projekti povezovanja, jih širiti in spodbujati nove ideje, tudi za manjše »nišne« proizvode in storitve, ki izpopolnjujejo ponudbo. Potrebno je verjeti v projekte, prisluhniti ljudem in se morda večkrat dobiti v takem sestavu. Terme Snovik so danes glavni turistični igralec Kamniškega. Poistovetimo se z njimi, saj gre za naše zgodbe, ki nas vse skupaj peljejo k skupnemu cilju in zagotovo tudi do boljših rezultatov. Z znanjem, zagnanostjo in pogumom ter rednim spremljanjem smernic v turizmu se bomo še naprej in lažje lotevali novih projektov.



Drago Bulc, novinar

Drago Bulc je predsednik Društva turističnih novinarjev FIJET Slovenija. Študiral je novinarstvo na Fakulteti za sociologijo, politične vede in novinarstvo Univerze v Ljubljani in je že od študijskih let dalje zapisan turističnemu novinarstvu. Velja za velikega poznavalca domačega in svetovnega turizma.

Že po prvem letu študija se je zaposlil na Radiu Ljubljana, kjer je spremljal turizem in promet. Od leta 1975 do 1980 je bil dopisnik Radia Ljubljana v Beogradu. Po vrnitvi v Ljubljano je bil na Radiu Slovenija urednik ene najbolj priljubljenih turističnih oddaj na Valu 202 pod imenom Popotniška malha. Leta 1983 je postal urednik za turizem na slovenski nacionalni televiziji, kjer je služboval do upokojitve leta 2012.

Gledalci se ga še posebej spomnijo po oddaji Homo Turisticus in najbolj odmevni turistični akciji v Sloveniji Turistični nagelj in Turistična bodeča neža. Njegovi komentarji so bili vedno konkretni in zelo odmevni. S svojimi bogatimi izkušnjami je z odločno besedo v radijski mikrofoni ali pred kamero kritično dobronamerno predstavljal odličnosti in izpostavljal pomanjkljivosti v našem turizmu ter hkrati prav zato tudi spodbudno vplival na dvig kakovosti in na pestrost naše turistične ponudbe, ki jo je pronicljivo primerjal s tisto iz turistično razvitejših dežel.

Od leta 2006 je predsednik Društva turističnih novinarjev FIJET Slovenija. Od takrat je zelo aktiven tudi v Svetovnem združenju turističnih novinarjev in piscev o turizmu FIJET (Fédération Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme), od leta 2008 pa je tudi član Izvršnega odbora in odbora direktorjev FIJET.

Še vedno veliko potuje, novinarsko raziskuje, se udeležuje študijskih potovanj za novinarje ter objavlja zanimive reportaže in prispevke, v katere vplete veliko zanimivih podatkov in posebnih informacij. Njegova turistična malha je še vedno polna raznovrstnih, presenetljivih, pronicljivih in hudomušnih turističnih zgodb. Vedno iz nje potegne tiste prave, da z njimi spodbudi domače ponudnike, in prav tako vedno z njimi z navdušenjem širi dober glas o naših turističnih posebnostih in kvalitetah doma in po vsem svetu.

UMESTITEV TERM SNOVIK V SLOVENSKE IN MEDNARODNE TURISTIČNE TOKOVE

Uvodne misli

Vesel sem, da sem eden redkih, ki je pri snovanju Term Snovik sodeloval že od samih začetkov. Za to je zaslužen moj televizijski novinarski kolega Tone Smolnikar, ki me je seznanil z idejo o termah v Tuhinjski dolini, ko so bile še povsem v povojih. Kasneje me je kot kamniški župan seznanil tudi s človekom, ki je zagotovo najbolj zaslužen, da terme v Snoviku sploh so, Ivanom Hribarjem, s katerim sem se potem še večkrat srečeval in mu osebno ali pa v novinarskih prispevkih izrazil spodbudo in podporo pri izvedbi niti najmanj lahkega projekta. Prav zato mi je sodelovanje na tej okrogli mizi, ki je posvečena 20-letnici uspešnega poslovanja Term Snovik v veliko čast, pa čeprav na njej nisem fizično prisoten, bom pa ves čas v mislih z vami.

Turistični osamelec Tuhinjske doline

Kljub temu da Terme Snovik ležijo ob cesti, ki po idilični ekološko odlično ohranjeni dolini, po najkrajši poti povezuje Gorenjsko s Štajersko, je bil že ob snovanju term največji problem, kako v ta, celo večini Slovencev neznani raj, pritegniti turiste. Morda je bil ta del projekta zaradi veliko drugih težav pri gradnji Term Snovik celo malo preveč ob strani. Seveda se je takoj, ko so bile terme zgrajene, postavil vse bolj v ospredje. Še posebej takrat, ko so poleg kompleksa bazenov zgradili tudi vodni park in še posebej takrat, ko so zgradili prenočitvene objekte.

Prvi obiskovalci so bili seveda najbližji sosedje. Poleg Kamničanov in Domžalčanov so prišli tudi prebivalci slovenskega glavnega mesta. Goste iz bolj oddaljenih krajev je na začetku privabila radovednost, saj je bilo v medijih kar veliko prispevkov o novih butičnih termah v Tuhinjski dolini, za katero mnogi do takrat sploh niso vedeli. Tretji val turistov pa je prišel že zaradi bolj ali manj uspešnih trženjskih začetkov. Vendar poslovni uspehi kljub začetnim težavam niso izostali.

Kljub čudoviti naravni okolici je bil glavni problem Term Snovik dejstvo, da so bili v celotni dolini nekakšen »turistični osamelec«. V času, ko so odprli terme, se je zaradi zmanjšanega tranzitnega prometa, ki ga je odnesla avtocesta Ljubljana–Celje zgodilo celo to, da so v Tuhinjski dolini zaprli nekaj znanih gostiln. Glede na majhnost turističnega centra Snovik in omejeno ponudbo znotraj njega pa bi za zadovoljstvo gostov potrebovali čim bolj razvejano turistično ponudbo v celotni dolini, na obeh straneh obraščeni s čudovitimi gozdovi. Žal pa v Tuhinjski dolini domačini niso bili tako podjetni kot npr. v Podčetrtru in širši okolici Term Olimia, ki so lahko za zgled vsem turističnim območjem v Sloveniji. Zato so morali vse te pomanjkljivosti turistično zaspanega okolja, kakor so vedeli in tudi objektivno zmogli, s kar najbolj raznovrstno ponudbo opraviti kar v Termah Snovik. In to jim je še posebej z raznimi prireditvami v prvih dvajsetih letih dobro uspevalo. Za to jim je potrebno ob jubileju tudi iskreno čestitati.

Kako iz Tuhinjske doline v Evropo in svet?

Ob dvajsetletnici Terme Snovik lahko ugotovimo, da so poleg pretežne večine domačih gostov pritegnile razmeroma kar veliko gostov iz tujine. K temu je v zadnjih letih zagotovo veliko pripomoglo trženje prek socialnih omrežij, ki je še posebej v mednarodnih okvirih znatno ceneje kot klasične oblike. Pravzaprav je takšna oblika promocije in trženja edino, kar dandanes preostane malim turističnim središčem, kakršen je tudi Snovik.

S pojavom medmrežja, katerega sestavni del so tudi globalni turistični spletni portali, s katerimi je mogoče tržiti prav vsako najmanjšo turistično ponudbo na zemeljski obli, pa so se tudi Terme Snovik odprle vse možnosti za prodor v svet. In prav to priložnost morajo lastniki in upravljalci tega podjetja v prihodnje čim bolj izkoristiti.

Seveda pa sta predpogoja za uspešno trženje in promocijo še vedno stalen dvig kakovosti in raznovrstnost ponudbe. Kajti stari turistični resnici sta, da »gre dober glas v deveto vas«, in »da se vrne samo zadovoljen gost«. Zavedati se je treba, da se dobre in slabe novice danes širijo še hitreje, saj jih po svetu ne sporočajo samo novinarji, temveč zadnje čase tudi vse več turistov. Upravljalci spletnih turističnih rezervacijskih sistemov namreč goste, ki so kupili najrazličnejše storitve prek njih, naprošajo, da so tudi njihovi ocenjevalci. In prav med takimi ocenami sem zasledil tudi negativno oceno Terme Snovik, kjer očitno ne najbolj zadovoljen gost svoje konkretno nezadovoljstvo sporoča tudi ostalim. Torej se je ob vsej pozitivnosti potrebno zavedati tudi vseh negativnih plati novih turističnih informacijskih tehnologij.

Prihodnost - »bio (eco) Terme Snovik«

Potem, ko smo ugotovili, da globalna promocija in celovito trženje dandanes nista več nikakršen problem tudi za manjše turistične ponudnike, pa je treba na koncu povedati tudi, kako naj se razvijajo, da bodo zanimive tako za domači kot za tuji trg. Tako kot so si poiskale svoje mesto pod soncem Terme Snovik in ga morajo tudi stalno iskati, ga na globalnem turističnem trgu išče vse več novih ponudnikov. Konkurenca je vse večja in v vseh ozirih globalna. Zagotovo pa je obenem prevladujoče spoznanje, da je dolgoročno mogoče razvijati turizem le po načelih trajnostnega razvoja.

Terme Snovik imajo srečo, da so svoj razvoj začele v skladu s takrat porajajočim se in zdaj prevladujočim trendom trajnostnega turizma. Merila za trajnostni razvoj so vse bolj stroga in morda so pri tem tudi zaradi gospodarske krize začeli malce zaostajati. Inovativnih pristopov v t.i. ekoturizmu, pa je na vseh koncih sveta nešteto. Zato menim, da bi morali znotraj niše sonaravnega turizma v Termah Snovik v svojem prihodnjem razvoju še bolj izkoristiti vse potenciale še vedno neokrnjene Tuhinjske doline in Velike planine, svojo ekološko usmerjenost pa ob 20-letnici poudariti tudi v imenu term.

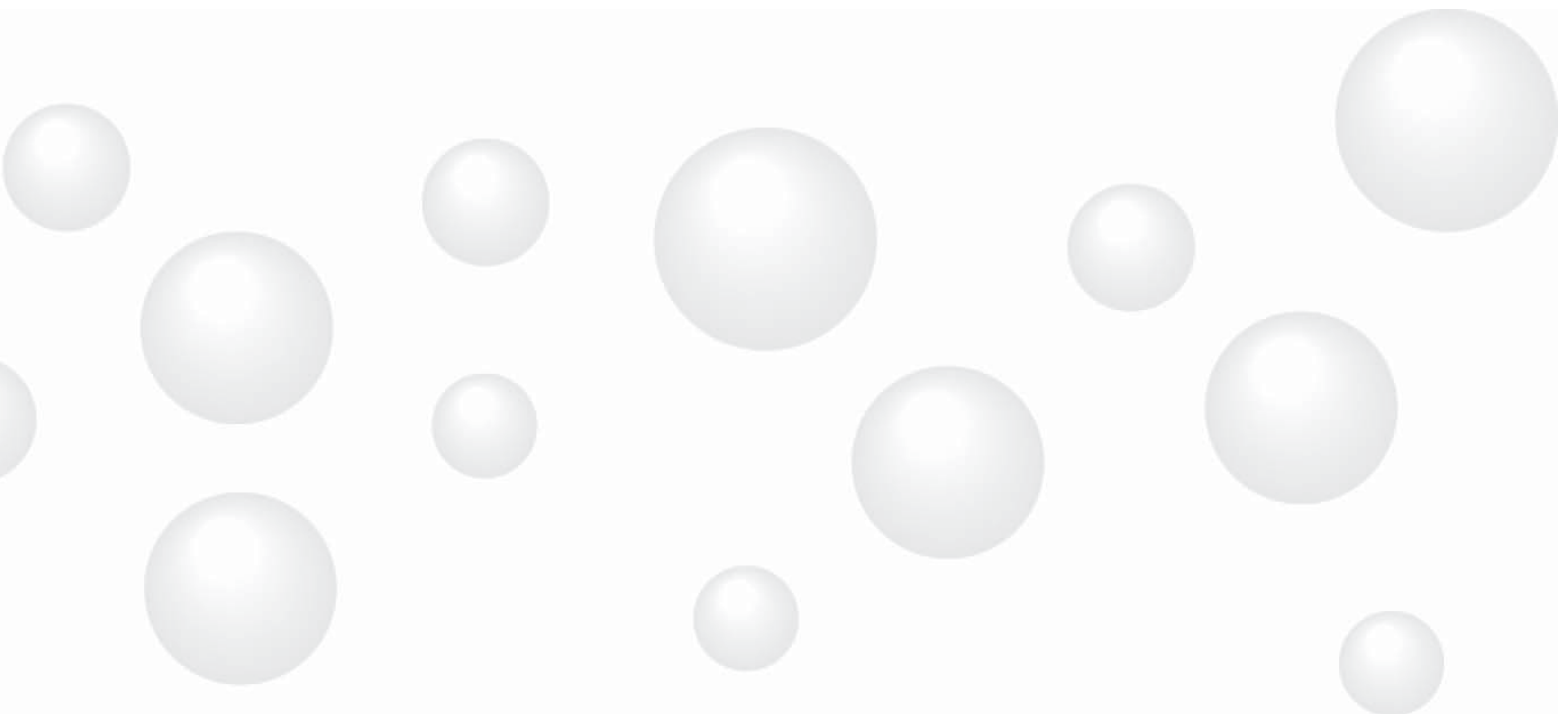
Seveda bo treba hkrati storiti vse, da bo celovita ponudba v skladu z novim imenom. V vse bolj urbaniziranem svetu je turistov, ki želijo počitnice preživeti v takšnem okolju, kot ga imajo Terme Snovik, vse več in v prihodnosti jih bo vedno več. S selitvijo ruralnega prebivalstva v velemesta se bo potreba preživljanja prostega časa v neokrnjeni naravi samo še stopnjevala. Podobno je z biološko pridelano hrano. Ljudje se vse bolj zavedajo, kako pomembna za zdravje je. Zato se morajo vsa trajnostno usmerjena turistična podjetja čim prej in čim bolj povezati z lokalnimi kmeti, ki se še lahko usmerijo v ekološko proizvodnjo. Tuhinjska dolina ima za zdaj še vse te možnosti. Prav gotovo pa bodo med mladimi gospodarji na kmetijah ob pomanjkanju delovnih mest tudi takšni, ki se bodo tako ali drugače usmerili v turizem. To pa bo v

prihodnosti omogočilo tudi Termam Snovik organsko povezovanje v eno najbolj butičnih turističnih mini destinacij v Sloveniji. Terme pa morajo že zdaj sprejeti izziv nosilca tega celostnega turističnega razvoja v Tuhinjski dolini.

SKLEP OKROGLE MIZE

Terme Snovik kot nosilec celostnega turističnega razvoja v Tuhinjski dolini morajo nenehno skrbeti za dvig kakovosti ponudbe in njeno raznovrstnost, pri trženju do maksimuma izkoristiti globalne turistične spletne portale in socialna omrežja, se močneje izpostaviti s svojo eko usmeritvijo in tudi komunicirati z njo ter se organsko povezovati z okoljem in staviti na mlade.

OD BESED K DEJANJEM





Ivan Hribar

Ivan Hribar je 37 let zaposlen v podjetju Zarja Kovic, d. o. o. Kamnik. V njem je začel svojo poklicno pot kot razvojni inženir, jo nadaljeval kot vodja profitnega centra podjetja, zadnjih 23 let pa je njen direktor. Dvanajst let vodi tudi Terme Snovik – Kamnik, tri leta je tudi direktor projektnega podjetja Zarja Ekoenergija, d. o. o., Semič. Triindvajset let je pobudnik in vodja pri raziskavah ter razvoju projektov, povezanih z energetiko, katerih poudarek so obnovljivi viri energije, energetska učinkovitost, in okoljevarstvenih projektov. Razvil je hladilni agregat Howden, ki je namenjen hlajenju večjih živilsko- prehrabmenih sistemov. V različnih domačih in mednarodnih partnerskih projektih, kot npr. Greenbuilding in Geopower, deluje tudi kot partner.

Kot predavatelj sodeluje na srečanjih in predstavitev primerov dobre prakse. Za izhodišče uporablja večkrat nagrajeni projekt s področja učinkovite rabe energije in obnovljivih virov energije Term Snovik, ki jih vodi od začetka od ideje prek razvoja, načrtovanja in izgradnje ter usklajuje upravljanje.

Leta 2005 je prejel zlato medaljo za inovativnost na področju energetike, leta 2008 pa je postal energetski manager leta Slovenije. Je nosilec inovativnih projektov daljinskega ogrevanja na lesno biomaso - DOLB Semič in DOLB Moravče ter projekta učinkovitejše rabe električne energije (UREE) Term Snovik – Kamnik. Vodil je več razvojnih projektov CRPOV, je član razvojnega sveta LAS Litija in LUR Ljubljana, razvojni avtor celotnega kompleksa term Snovik in inovator na področju energetike. Sodeluje pri izvedbi projektov, katerih vpliv na trajnostni razvoj okolja je pomemben. Bil je tudi podjetniški svetovalec za razvoj novih dejavnosti v Tuhinjski dolini. V krajevni skupnosti Šmartno v Tuhinju je vodil razvojne projekte, kot so izgradnje novega gasilnega doma, nove osnovne šole Šmartno v Tuhinju, čistilne naprave in športnega igrišča ter rekonstrukcija in asfaltiranje lokalnih cest.

Že 50 let je prostovoljni gasilec, 23 let je član poveljstva Gasilske zveze Kamnik, en mandat sektorski poveljnik, v preostalem obdobju pa podpoveljnik Gasilske zveze Kamnik. Predaval je na izobraževanjih gasilcev ter se preizkusil kot vodja gasilskih tekmovanj. Danes je v matičnem društvu častni poveljnik društva, mesto poveljnika pa je predal mlajšim.

Pred desetimi leti je soustanovil LIONS klub Kamnik, v katerem je bil en mandat njegov predsednik ter član distrikta, štiri mandate pa conski predsednik.

Je soustanovitelj Turističnega društva Tuhinjska dolina in od tedaj tudi njen predsednik. Ves čas skrbi za uspešno povezovanje društva s profesionalnim delovanjem Term Snovik, ki skupaj razvijajo zgodbo trajnostnega razvoja turizma v Tuhinjski dolini, na Kamniškem in na nacionalni ravni. Prostovoljno delo v društvih mu daje veliko pozitivne energije, da uspešno deluje na profesionalnem področju. Verjame v pozitivno moč mišljenja in je prepričan, da vse tisto, kar počne na profesionalnem in prostovoljnem področju, prinaša prednosti za vse, ki tu živijo, kot tudi za obiskovalce Term Snovik, ki prihajajo od blizu in tudi zelo daleč.

TERME SNOVIK – KJE SO BILE PRILOŽNOSTI, KAKŠNE IZZIVE SPREJEMAMO IN KAKŠNA JE NAŠA VIZIJA

V dvajsetih letih

Te dni mineva 20 let, odkar sem prvič predstavil vizijo razvoja Term Snovik v nastajanju. Podlaga za razvoj term in odločilni dokumenti zanj so bili strategija turizma na takratni občinski skupščini Kamnik, sprejeti Razvojni program za Tuhinjsko dolino in razvojni projekt CRPOV Snovik (celostni razvoj podeželja in obnova vasi). Iz te podlage je sledilo oblikovanje razvojnega programa Tuhinjske doline, katerega prednostna naloga je bila ukrojitev turistične ponudbe na temelju termalne vode z vzporednim ohranjanjem kulturne dediščine.

V obdobju delovanja je naša družba Terme Snovik - Kamnik ustvarila 22 milijonov evrov prihodkov in skoraj milijon evrov dobička, ki smo ga namenili za financiranje dolgovanih virov in za nadaljnji razvoj. Danes omogočamo več kot 50 neposrednih in posrednih delovnih mest. Obiskalo nas je 1.850.000 gostov, zabeleženih imamo več kot 250.000 nočitev. Uporabljamo 100 % obnovljive vire energije in okolju prijazno tehnologijo. Zato se na letnem nivoju zmanjšajo izpusti CO₂ za več kot 500 ton, s projektom učinkovite rabe električne energije pa smo zmanjšali porabo električne energije za 21 %.

Terme Snovik so danes vodilno turistično podjetje v občini Kamnik, spodbujajo pa tudi domačine, da s svojo ponudbo širijo in bogatijo celokupno turistično ponudbo Kamniškega. V neposredni okolici Term Snovik je tako danes na voljo že več kot 100 dodatnih ležišč, na ploščadi pred Termami Snovik domačini prodajajo svoje pridelke in izdelke ter pripravljajo številne prireditve.

Zakaj jaz in Zarja Kovis d. o. o. v ta projekt?

Najprej zato, ker sem domačin in ker sem bil zaposlen v Zarji Kamnik, ki se je ukvarjala tudi s področjem energetike. Že kot otrok sem spremljal takratne raziskave, kasneje pa sem kot predsednik mladine v sedemdesetih letih z Ivanom Malijem z Lok že risal, kako in kje bi na Vasenem zgradili bazen s toplo vodo. Pa tudi zato, ker so v naši občini in krajevni skupnosti v devetdesetih letih sprejeli sklepe, da se projekt toplic Vaseno opusti, ker termalna voda nima dovolj visoke temperature. Predvsem pa zato, ker so govorice o zdravilni vodi, ki naj bi se nahajala v okolici vasi Vaseno, Potok in Snovik, ljudi vznemirjale že od preloma prejšnjega stoletja naprej, saj so si v prosto iztekajoči topli vodi pri Kovaču domačini pogosto namakali roke in noge, češ da jim koristi ter jo odnašali domov za pitje, ker da blagodejno deluje na prebavo.

Prvih sedem let – pridobivanje znanj in analize vode

Kar nekaj let je bilo potrebnih, da sem si pridobil potrebna znanja in opravil potrebne pripravljalne aktivnosti, ki so bile ključne za odločitev in uresničitev projekta. Zaključil sem šolo podjetništva na Gea College, šolo za vodenje investicij na Ekonomski fakulteti, geotermalno šolo, šolo delničarstva ter si pridobil druga interdisciplinarna znanja vodenja. Poleg pridobitve potrebnih znanj je bilo potrebno izvesti več raziskav.

Strokovnjaki iz Raziskovalnega centra Rogaška Slatina so opravili fizikalno-kemične analize termalne

vode in ugotovili, da gre za visoko kakovostno vodo z blagodejnimi balneološkimi značilnostmi, primerno za pitje, rekreacijo in zdravstveno-terapevtske namene. To so potrdile tudi večletne izkušnje.

Drugih sedem let - od postavitve pilotnega bazena do kopališkega kompleksa

Leta 1994 smo postavili pilotni bazen. Že od uradne predstavitve podjetniške zamisli TERME SNOVIK V NASTAJANJU, dne 25. avgusta 1994, je do pričetka izgradnje današnjih bazenov, pilotni bazen obiskalo 70 tisoč kopalcev. V času obratovanja pilotnega bazena smo nadaljevali z opravljanjem meritev in analiz, ki so bile potrebne za potrditev upravičenosti projektne zamisli. Za nas je bil tedaj najpomembnejši dokaz upravičenosti prav navdušenje obiskovalcev nad ponudbo pilotnega bazena ter njihovo vsakoletno poizvedovanje o odprtju kopalne sezone, ki se je začelo že v mesecu maju.

Projektno idejo smo verificirali s sprejetjem prostorskega načrta PN3 Terme Snovik, v katerem smo predvideli izgradnjo pokritega rekreacijskega bazena s spremljajočimi prostori, apartmajskimi objekti, izgradnjo hotelskega kompleksa z zdraviško terapevtskimi prostori in bazeni ter površinami za športne aktivnosti. Pri tem smo se srečevali s številnimi dilemami, nasprotovanji in tudi podporami, kako projekt načrtno in čim bolj primerno umestiti v neokrnjeno snoviško dolino. Vseskozi nas je spremljala usmeritev in skrb, kako načrtovati, da bomo čim bolj energetsko učinkoviti, s čimer bi zagotavljali zanesljivo obratovanje ter poslovanje s čim manjšimi stroški.

To so bila leta priprave na realizacijo projekta. Z lastnikom zemljišča Srečkom Urankarjem sva se dogovorila in podpisala dogovor o ceni zemljišča, namenjenega aktivnostim, ki jih bo vodilo podjetje Zarja Kovic, za ustanovitev podjetja Terme Snovik in vse razvojne aktivnosti ter prizadevanja za zagotavljanje potrebnih finančnih sredstev.

Skupaj z Občino Kamnik smo nato pridobili potrebni Ureditveni načrt PN3 Snovik, ki je bil izhodišče za pridobitev gradbenega dovoljenja, izdelali več poslovnih načrtov, izvedli še dve termalni vrtini in vse potrebno, da smo štirje ustanovitelji Zarja Kovic, d. d., Kamnik, Občina Kamnik, Srečko Urankar iz Snovika in HKS Domžale ustanovili družbo Terme Snovik - Kamnik, d. o. o.

Tretjih sedem let - zgodba Term Snovik se začne

Ta leta so bila najlepša in najbolj ustvarjalna. 17. januarja 2001 smo pričeli z gradnjo rekreacijskega bazena s številnimi atrakcijami ter spremljajočimi objekti, ki smo jih 30. junija istega leta predali v uporabo. Poletje je bilo sončno, številni obiskovalci so izžarevali zadovoljstvo z našo ponudbo in nam dajali dodatno pozitivno energijo za nadaljnje korake. Jeseni smo bazenu nadgradili streho in 25. januarja 2002 pripravili slavnostno odprtje. Od tega dne naše terme delujejo neprekinjeno.

Začeli smo uresničevati svojo vizijo, da ustvarjamo obiskovalcem in okolju prijazne terme, ki so energetsko učinkovite.

Vse naše razvojne aktivnosti smo tako evalvirali in zato v letu 2003 delno tudi spremenili ureditveni načrt. Ta je ob pokritih bazenih omogočal gradnjo zunanjih bazenov, večjo restavracijo in recepcijo ter gradnjo apartmajskega naselja HIŠK NA ROBU GOZDA, hotela ter več objektov, namenjenih wellness ponudbi. Junija 2003 smo odprli zunanje bazene, večjo recepcijo in restavracijo Potočka, leta 2004 atraktivni savna center in masažni salon ter jeseni začeli graditi apartmajsko naselje. Prve nastanitvene goste smo sprejeli

že v juniju 2005 in pričela se je tudi zgodba stacionarnih gostov. Jeseni smo nadaljevali z gradnjo druge faze nastanitvenih objektov in leta 2006 prišli v tretjo fazo, ki smo jo zaključili leta 2007. Apartmajsko naselje, v katerem je 73 apartmajev kategorije štirih zvezdic in Rajski apartma ter 31 dvoposteljnih sob nudi skupaj 371 ležišč.

Leta 2006 smo prejeli odločbo Ministrstva za zdravje, da je voda priznana kot zdravilni faktor.

V tem obdobju smo strogo sledili viziji prijaznih in energetsko učinkovitih term. Sprejeli smo kodeks poslovanja, pridobili certifikate sistema kakovosti ISO 9001 in okoljevarstveni certifikat ISO14001. Za svoje delo in dosežke smo od strokovne javnosti prejeli številna prestižna priznanja in nagrade, med njimi nagrado švicarske vlade na predlog CIPRE, da so terme energetsko učinkovite in okolju prijazne ter nagrado Ministrstva za okolje kot energetsko najbolj učinkovito podjetje v letu 2008 in okolju najbolj prijazno podjetje. Vrsto let naše terme zasedajo prvo mesto med Naj kopališči ter prvo mesto v raziskovalnemu projektu Otroci so nam posodili Zemljo, v sodelovanju z Osnovno šolo Šmartno v Tuhinju.

Četrtil sedem let – ustvarjanje zgodb in produktov

To je obdobje ustvarjanja zgodb, produktov ter povezovanja z okoljem ter evalviranja dosedanjega dela in razvijanja novosti. Razvili smo zgodbo zdravilnih rastlin in dišavnic, ki smo jih posadili ob apartmajskem naselju in izdali brošuro o njih.

Najbolj smo ponosni, da smo leta 2008 kot prvi turistični ponudnik v Sloveniji prejeli Znak za okolje Evropske unije za turistične nastanitve *Ecolabel flower* ali okoljsko marjetico. Smo edini turistični ponudnik, ki potrebno toplotno energijo pridobivamo iz obnovljivih virov energije, z vakuumskimi sončnimi sprejemniki, toplotnimi črpalkami voda-voda in zrak-voda ter kotlovnico na bio maso. Od samega pričetka delovanja imamo svojo biološko čistilno napravo.

Skupaj s Turističnim društvom Tuhinjska dolina smo organizirali številne prireditve, da bi izpostavili turistično prepoznavnost in privlačnost Tuhinjske doline, s poudarjenim zavzemanjem za kvalitetno življenje domačinov in obiskovalcev. Z brezplačno izdajo glasila Tuhinjski glas želimo predstaviti življenje v Tuhinjski dolini in z njim informirati Tuhinjce in goste Term Snovik.

Preko projekta LAS (Lokalna akcijska skupina v okviru projektov Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja) smo zelo uspešno izvedli projekt Promocije in prodaje produktov s podeželja – ponudba na domu, nato projekt Tematske pešpote, ki v dolžini 44 km povezuje občine Gornji Grad, Kamnik in Domžale. Sledili so projekti Telovadnica v naravi, Po poti Palčka Snovička in kulinarčni projekt, poteka pa tudi projekt za etnološke prireditve.

Po čem smo prepoznavni

Prepoznavni smo po naši skrbi za okolje in po trajnostnem delovanju energetsko varčnih objektov. Skrbimo za kakovostno ponudbo in se povezujemo na več področjih ter s tem omogočamo dodatne zaposlitve lokalnim prebivalcem ter krepimo kakovost skupnega življenja.

Z učinkovitejšim komuniciranjem in krepitvijo ugleda že obstoječih znamk (eko terme, ekološka pridelava) dosegamo izrazitejšo prepoznavnost Tuhinjske doline tudi v širši družbi ter prispevamo tudi k utrje-

vanju destinacijske znamke Okusi Kamnika in regionalne znamke Srce Slovenije.

Deležniki Tuhinjske doline si pomagamo in ozaveščamo eden drugega, da smo medsebojno soodvisni in se zavedamo, da v takem okolju in na tem območju radi živimo in delamo.

Kam je usmerjena naša prihodnost

Imamo jasno začrtano vizijo, ki ji uspešno sledimo. Ta sporoča, da bo podjetje Terme Snovik prijazno do obiskovalcev, okolja in zaposlenih in da bo sledilo usmeritvi energetske učinkovitosti ter bo v tem duhu širilo kakovostno zeleno turistično ponudbo. Zgodba Term Snovik je zgodba trajnostnega razvoja turizma, poistovetena z nacionalno strategijo turizma, ki je zelen - aktiven - zdrav.

Tudi v prihodnje bodo Terme Snovik eden od pomembnih stebrov turizma na Kamniškem ter vodilni ponudnik ekoturizma na nacionalni in evropski ravni. Za uresničitev te vizije smo si postavili cilje, ki vključujejo stalno pridobivanje novih znanj, razvoj novih produktov in novih investicij v infrastrukturo, razširitev gostinske dejavnosti, nastanitvenih zmogljivosti, wellness ponudbe, kongresne dejavnosti ter izgradnjo objektov za športno dejavnost, kot so pokrit olimpijski bazen, stadion, športna dvorana s komplementarnimi prostori in opremo. Odzvali se bomo tudi na nastalo potrebo po izgradnji kolesarske steze od Vranskega do Kamnika. S konkretnimi predlogi in dejanji bomo še bolj podpirali učinkovito povezovanje vseh turističnih deležnikov na Kamniškem in širše.

Z našim znanjem in ambicijam po razvoju zelenega turizma na Kamniškem si bomo še naprej prizadevali, da to okolje postane prepoznavno blizu in daleč po celoviti zeleni ponudbi v naročju Kamniško-Savinjskih Alp.

RAZPRAVA

Vprašanje:

O Termah Snovik danes poslušamo veliko lepega. Vendar lepe besede ne bi pomenile nič, če za njimi ne bi bilo trdega dela ter nekompromisnega in nenehnega, zelo konkurenčnega boja, usmerjenega v zaslužek in nova znanja, ki edina omogočata razvoj. Nesporna pokazateljica in kazalca uspeha ter učinka tega boja sta konkurenčnost podjetja na trgu in njegova bilanca. A pravo vrednost podjetja vidimo izza tega. Tam so ljudje ...

Odgovor:

Ob tem, koliko je bilo danes tu lepega povedanega, bi se človek res lahko kar prevzel, ampak realnost je precej drugačna. Kot rečeno, vsak dan je potrebno imeti na računu denar, vsak dan se morajo številke pokrивati. Ta del, ta »šport« je zelo naporen. Je pa delo tudi izjemno prijetno in izjemno navdihujoče. Ko v termah vsak dan srečujemo znane in tudi neznanne obiskovalce, nam tudi ti dajejo energijo in nas motivirajo. Ugotavljamo, da so zadovoljni in da vedo, zakaj prihajajo k nam.

Z nami je tudi inženir Vladimir Čoh, ki je delal fizikalno-kemične raziskave v Raziskovalnem centru Rogaška Slatina. Veliko sva se pogovarjala in razglabljala o naši vodi ter tudi o njeni temperaturi. Podal mi je naslednjo zelo pomembno tezo: »Pa ne obremenjujte se vi s temperaturo vode. Vi se zavedajte, kako kvalitetno vodo imate. Kakšne bogate minerale ima, kakšne fizikalne, kemične lastnosti, kako je kristalno

čista, kako je to izredno kvalitetna pitna voda!«

Ta voda in seveda naše energetske znanje so bila osnova za naš smeli začetek. Seveda takrat nismo vedeli, da bo kaj kmalu postala naša usmeritev, ki smo jo že leta 1994 zapisali v sloganu, da bodo Terme Snovik v nastajanju okolju prijazne in energetske učinkovite, tako zelo aktualna. Taka usmeritev je bila in je še naše vodilo. To so bili argumenti in vedeli smo, da bomo samo na ta način lahko preživel.

Zavedali pa smo se tudi, da je graditi na kmetijski površini obremenitev. To ni »hec«, saj vemo, kaj pomeni zemlja v Tuhinjski dolini. Uspeli smo le z načrtnim delom, nenehnim dialogom in tudi zato, ker smo domače podjetje. Med nami in prebivalci je bilo veliko pozitivne energije. In tudi danes, ko na primer skupaj delamo pri pripravi kakšne prireditve in je naporno, po njej kar ne moremo domov. Kaj je lepšega. To je tisto, kar nam daje energijo tudi za naprej. Zato se pridružujem tistim, ki kreativno razmišljajo in verjamejo v moč pozitivnega mišljenja. Vem, da kjer je volja, je pot, po kateri se pride do cilja. In imamo še veliko idej za naprej, vendar brez učinkov naših zgodb ne bo razvoja.

SKLEP OKROGLE MIZE

Podlaga za začetek Term Snovik so bile številne raziskave in študije vode, elaborati investicij izgradnje, tržne analize in prognoze in tudi pridobivanje dodatnih znanj in veščin. A nobenega uspeha ne more človek ali posamezen igralec doseči sam. Uspeli smo z načrtnim delom ter dialogom tako v podjetju kot in predvsem med prebivalci, kolegi, najbolj pa z veliko pozitivne energije, s katero smo oplajali drug drugega. Smo na 100 % obnovljivih virih energije tako v Termah Snovik kot med seboj!

Skupaj hodimo od besed k dejanjem.

Tudi danes je čas za dejanja. Zgodbo imamo. Zdaj jo je potrebno ustrezno prodati in še enkrat – prodati. Brez učinkov naših zgodb ne bo razvoja.

Vabljeni v Terme Snovik. To bo dobro za vas in za nas.

SKLEP SKLEPOV ZA USPEŠNO IN UČINKOVITO PRIHODNOST TURIZMA

Čeprav sogovorniki okrogle mize prihajajo iz različnih okolij, so izpostavili podobne ter tudi enake ugotovitve in usmeritve za uspešno in učinkovito prihodnost turizma. Strnjene so v naslednjih desetih točkah:

1.
Trajnostni ali zeleni turizem.
2.
Povezovanje z okoljem, domačini, podjetji, inštitucijami ...
3.
Kakovost in profesionalnost.
4.
Znanje. Nenehno učenje in raziskovanje.
5.
Spremljanje turističnih smernic in potreb novodobnega turista.
6.
Podjetnost, racionalnost, inovativnost, pogum.
7.
Sodobno trženje in komuniciranje.
8.
Usmeritev v mlade.
9.
Zaupanje v svoje ideje in iskanje sinergij z njimi.
10.
Veliko pozitivne energije, moči pozitivnega mišljenja, veselja in srčnosti.

SPOROČILO IZ STEKLENICE

Karolina Vrtačnik

Naša žlahtna kapljica

Pravijo, da pravo vrednost vode človek spozna šele v puščavi. No, nam in vam na srečo ni potrebno doživeti podobne izkušnje, da bi imeli priložnost okusiti vodo. Pa ne le »navadne,« ampak celo take z dokazanimi izjemnimi učinki.

Ljudski glas je že pred desetletji opeval in se zavedal zdravilne moči vode, ki teče tod mimo. Prvi se je je zavedal vaški mojster Janez Kovač, ki je pozimi ob strugi Nevljice, kjer je stala njegova kovačija, opazil, da ponekod sneg pobira hitreje. Takoj je pomislil, da ta pojav nemara povzroča termalna voda in po ročnem vrtanju se je njegova domneva potrdila. Pozneje si je lajšal bolečine utrujenih rok z rednim namakanjem v termalni vodi, želodčne težave pa s pitjem te vode.

Njene številne blagodejne učinke danes priznava tudi stroka, saj so znanstveno podprti. V Termah Snovik jo naravnost iz zemeljskih globin zajemamo vsak dan sproti in našim gostom omogočamo, da jo bodisi uživajo, bodisi v njej plavajo ali se razgibavajo.

Naj vas steklenica večkrat opomni, kako kakovostna je naša voda. Četudi boste vanjo nalili kaj rujnega, se vselej spomnite, da imajo Terme Snovik vodo, ki ji prav tako smemo reči »žlahtna kapljica.«

Snovik, 21. avgusta 2014



Terme Snovik - eko svet termalnih užitkov.

Foto: Primož Hieng

TERMALNA VODA – VIR ŽIVLJENJA IN RAZVOJA

Pomen Term Snovik za razvoj turizma na Kamniškem

Izdajatelj

Terme Snovik – Kamnik, d. o. o.

Snovik 7

1219 Laze v Tuhinju

Urednica

Bojana Planina

Jezikovni pregled

Tamara Damjanac

Tehnična izvedba

BOLD

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

338.48:553.7(497.4Snovik)

TERMALNA voda - vir življenja in razvoja : pomen Term Snovik za razvoj turizma na Kamniškem : zbornik / [urednica Bojana Planina]. - Snovik : Terme Snovik, 2015

ISBN 978-961-281-704-6

1. Planina, Bojana

277538304