



STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA

**TURISTIČNE DESTINACIJE
MURSKA SOBOTA
2023-2028**

Dokument:	DELOVNO GRADIVO: Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota 2023–2028
Vrsta dokumenta:	Strateški razvojni načrt turizma za destinacijo Murska Sobota
Naročnik:	Mestna občina Murska Sobota
Odgovorna oseba naročnika:	Damjan Anželj, župan
Izvajalec:	Razvojni center Murska Sobota
Odgovorna oseba izvajalca:	Bojan Kar, direktor
Dokument pripravili:	Helga Lukač, Melani Lukač, Saša Baler, Saša Karlovčec, dr. Tadej Pirc, Aleš Skalič, Rok Petje
Recenzija:	Dr. Ljubica Kneževič Cvelbar, CPOEF Univerza v Ljubljani
Fotografije:	Arhiv
Obdobje priprave:	marec 2022 – maj 2023
Grafično oblikovanje:	Funkit marketing
Lektura:	Patricija Palčnik

Izjava

Strategija temelji na predpostavkah in ocenah, ki so podvržene zunanjim vplivom in spremenljivosti. Pri pripravi dokumenta smo predpostavljali, da so vsi podatki in informacije, ki so nam jih zagotovili drugi, točne. Dokument je bil pripravljen s skrbnostjo in v dobri veri, kjer smo se zanašali na točnost podatkov in informacij, ki so nam bile sporočene s strani tretjih oseb. Kljub skrbnosti pri ravnanju z vsemi podatki in informacijami RCMS ne more zagotoviti njihovih točnosti. V kolikor se izkaže, da so bile informacije netočne ali zavajajoče na način, da vplivajo na vsebino dokumenta, si RCMS pridružuje pravico do spremembe, pri čemer ne nosi nobene odgovornosti.



Spoštovani!

Murska Sobota – srce Pomurja je slogan in vedno bolj prepoznavna blagovna znamka Murske Sobote. Z namenom, da to svojo pozicijo na področju turizma nadgradimo in okrepimo, smo v Mestni občini Murska Sobota pristopili k pripravi Strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota 2023-2028. Pričujoči dokument ni namenjen zgolj obiskovalcem in razvoju turizma, ampak je predvsem naravnán na naše meščane, da se bo mesto za turiste razvijalo v smeri, ki bo nam, lokalcem, prinašalo blagostanje in dobrobit. Da bomo obiskovalce navduševali z našim načinom življenja, urejenostjo in organiziranostjo.

Mestna občina Murska Sobota je obdana z idilično naravo, polji, gozdički ter reko Muro in Ledavo. V tem naravnem okolju se nahaja urbano središče, ki ponuja tako meščanom kot obiskovalcem pristne stike z bogato kulturno in naravno dediščino. Naše mesto je znano po številnih prireditvah, namenjenih tako domačinom kot tudi privlačno za turiste. Ponosni smo, da je Murska Sobota vedno bolj prepoznavno kulinarčno središče regije. Gastronomska ponudba se uvršča na seznam Michelinovega vodnika za Slovenijo, ponujamo edinstvena kulinarčna doživetja ter organiziramo festival prekmurske šunke in gibanice ter festival ulične kulinarike.

Z vzpostavitvijo regijskega promocijskega središča Expano in revitalizacijo degradiranega območja ob Soboškem jezeru smo že na poti trajnostnega delovanja in vzpostavljanja krožnega gospodarstva tudi na področju turizma. Svoje danosti in potenciale želimo obogatiti tudi v prihodnje ter povečati dodano vrednost na vseh segmentih.

Zahvaljujem se vsem, ki so sodelovali pri snovanju tega dokumenta. Zame osebno je najpomembneje, da v ospredje prihodnjega trajnostnega razvoja in trženja destinacije Murska Sobota postavimo človeka in njegove potrebe ter poskrbimo, da bomo ohranili okolje, tako naravno kot kulturno, našim zanamcem. Ob tem si iskreno želim, da bi se v naši občini prijetno počutili tako domačini kot obiskovalci in da bo vsak obisk slednjih pustil pozitiven odtis v mestu.

Damjan Anželj,
župan Mestne občine Murska Sobota

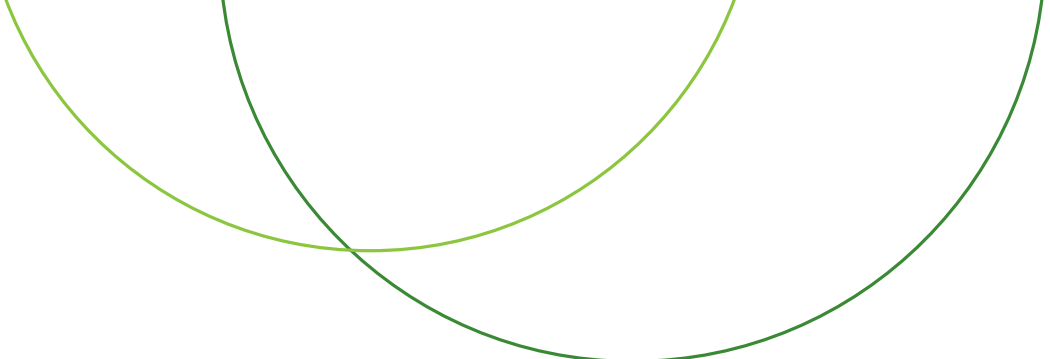
01	UVOD	7
02	POVZETEK ANALIZE STANJA	13
03	KLJUČNI RAZVOJNI IZZIVI IN SCENARIJI RAZVOJA	21
	Ključni razvojni izzivi	22
	Scenariji razvoja	26
	Matrika turističnih produktov	27
04	POSLANSTVO IN VIZIJA	33
05	TRAJNOSTNA STRATEGIJA	37
	Strateška izhodišča	38
	Strateški cilji	41
	Strateška področja razvoja	43
	1. Upravljanje destinacije - pametni menedžment	43
	2. Trajnostni razvoj in infrastruktura	45
	3. Digitalna preobrazba	46
	4. Razvoj turističnih produktov in doživetij	47
	5. Trženje in promocija	49

06	UKREPI IN AKCIJSKI NAČRT ZA REALIZACIJO STRATEGIJE V OBDOBJU 2023-2028	53
	Predlog ukrepov	54
	Akcijski načrt	74
07	VREDNOTENJE IN SPREMLJANJE IZVAJANJA STRATEGIJE	81
08	USKLAJENOST Z RAZVOJNIMI STRATEGIJAMI	85



01

UVOD



TURIZEM V MESTNI OBČINI MURSKA SOBOTA

Turizem v Mestni občini Murska Sobota se je v zadnjih letih razvijal, novi produkti so na voljo, kakovost storitev in ponudbe se dviga in postavljeni so dobri temelji. Vendar se v novem strateškem obdobju soočamo z okoljsko krizo in nestabilnostjo v širši regiji, kar vodi v gospodarsko in ekonomsko nestabilnost. Zato je nujno, da zastavimo nadgrajeno, transformativno strategijo. Nova strategija mora biti usmerjena v trajnostni in uravnotežen razvoj, upoštevati naravo, lokalno prebivalstvo ter ustvarjati višjo dodano vrednost. Poleg tega mora biti v interesu vseh deležnikov v okolju.



Namen strategije je usmeriti in pospešiti razvoj turizma kot pomembne gospodarske panoge mesta. Vzpostaviti želimo trdno strukturo, ki bo povezovala vse deležnike in ustvarjala platformo za skupen razvoj produktov ter storitev.

Turizem ima multiplikativne učinke in prinaša koristi tudi drugim panogam ter dejavnostim, ki so neposredno in posredno povezane z njim. Zato so vlaganja v turizem tudi vlaganja v ostale sektorje ter predvsem pomenijo ustvarjanje prijetnega okolja za življenje domačinov. Ta dokument predstavlja strateške usmeritve z ukrepi za trajnostni razvoj in trženje destinacije Murska Sobota, ki bodo prinašale koristi za vse.

Priprava *Strategije razvoja turizma v Mestni občini Murska Sobota* je potekala na osnovi analize podatkov, dokumentov in strategij na lokalni, nacionalni ter evropski ravni in na podlagi aktivnega vključevanja deležnikov ter ožje delovne skupine v proces načrtovanj. Vključevala je:

01 ANALIZA PODATKOV

Najprej so bili zbrani in analizirani relevantni podatki o turizmu v Mestni občini Murska Sobota, vključno z obiskom turistov, vrstami turističnih ponudb, infrastrukturo, promocijskimi aktivnostmi in ekonomskimi učinki. Ti podatki so služili kot **osnova za razumevanje trenutnega stanja turizma v občini**.

02 PREGLED DOKUMENTOV IN STRATEGIJ

Poudarek je bil na analizi različnih strategij na lokalni, nacionalni in evropski ravni, kar je **omogočilo vpogled v pretekla prizadevanja, cilje, politike ter smernice** ter pripravo usmeritev za prihodnji razvoj turizma v Mestni občini Murska Sobota, ki bodo skladne z drugimi usmeritvami in strategijami.

03 DELO OŽJE DELOVNE SKUPINE

Za uspešno pripravo strategije je bila oblikovana ožja delovna skupina, ki je vključevala strokovnjake s področja turizma, predstavnike občine in drugih relevantnih institucij. Skupina je sodelovala pri **zbiranju in analizi podatkov, pripravi predlogov ter oblikovanju ciljev in ukrepov strategije**.

04 ANKETA Z DELEŽNIKI

Izvedena je bila anketa med ključnimi deležniki, kot so turistični ponudniki, lokalno prebivalstvo, javne institucije in druge zainteresirane skupine, kjer smo imeli 15 respondentov, ki so izpolnili anketo. Z anketnimi vprašanji smo **pridobili njihova mnenja, pričakovanja in predloge** glede turističnega razvoja v Mestni občini Murska Sobota.

05 POGLOBLJENI INTERVJUJI

Izvedenih je bilo 12 poglobljenih intervjujev z relevantnimi akterji in strokovnjaki s področja turizma. Ti intervjuji so omogočili **pridobitev dodatnih informacij, stališč in predlogov**, ki so bili upoštevani pri oblikovanju strategije.

06 DELAVNICE

Organizirane so bile delavnice in srečanja s člani ožje delovne skupine, na katerih so bile predstavljene ugotovitve analize, ankete in intervjujev. Skupaj smo **oblikovali vizijo, cilje ter konkretne ukrepe za razvoj turizma v Mestni občini Murska Sobota**. V procesu priprave *Strategije razvoja turizma v Mestni občini Murska Sobota* so bile organizirane tudi delavnice za turistične ponudnike. Predstavniki ponudnikov so lahko delili svoje poglede, predloge, izkušnje ter prepoznali ključna področja, ki jih je treba obravnavati v strategiji. S pomočjo interaktivnih diskusij, skupinskih dejavnosti in *brainstorminga* so se oblikovali konkretni cilji ter ukrepi, ki so odražali potrebe in interese ponudnikov na destinaciji.

07 ANKETA S SPLOŠNO JAVNOSTJO

Izvedena je bila anketa med splošno javnostjo, ki je **ocenjevala stanje turizma v MOMS**. Odzvalo se je 19 respondentov.

VIRI PODATKOV IN INFORMACIJ ZA PRIPRAVO ANALIZE:

Viri podatkov in informacij za pripravo analize so bili: SURS, AJPES, Mestna občina Murska Sobota, Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota, Pomurski muzej Murska Sobota, Galerija Murska Sobota, Razvojni center Murska Sobota, Slovenska turistična organizacija, spletne strani, obstoječe turistične strategije destinacij v Sloveniji (primerjalna analiza), anketa med prebivalci MOMS, anketa med ponudniki in turističnimi deležniki, poglobljeni intervjuji, skupina študentov mednarodnega magistrskega študija Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, Management akademija STO 2022 in drugi viri.

KLJUČNI STRATEŠKI DOKUMENTI, UPOŠTEVANI PRI OBLIKOVANJU STRATEGIJE:

- **Strategija slovenskega turizma 2022-2028,**
Zelena butičnost. Manjši odtis. Večja vrednost za vse.
Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS, maj 2022
- **Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026,**
CPOEF in Horwath HTL, marec 2022
- **Zelena shema slovenskega turizma**
- **Trajnostna urbana strategija Mestne občine Murska Sobota**
- **Regionalni razvojni program Pomurje 2021-2027**



02

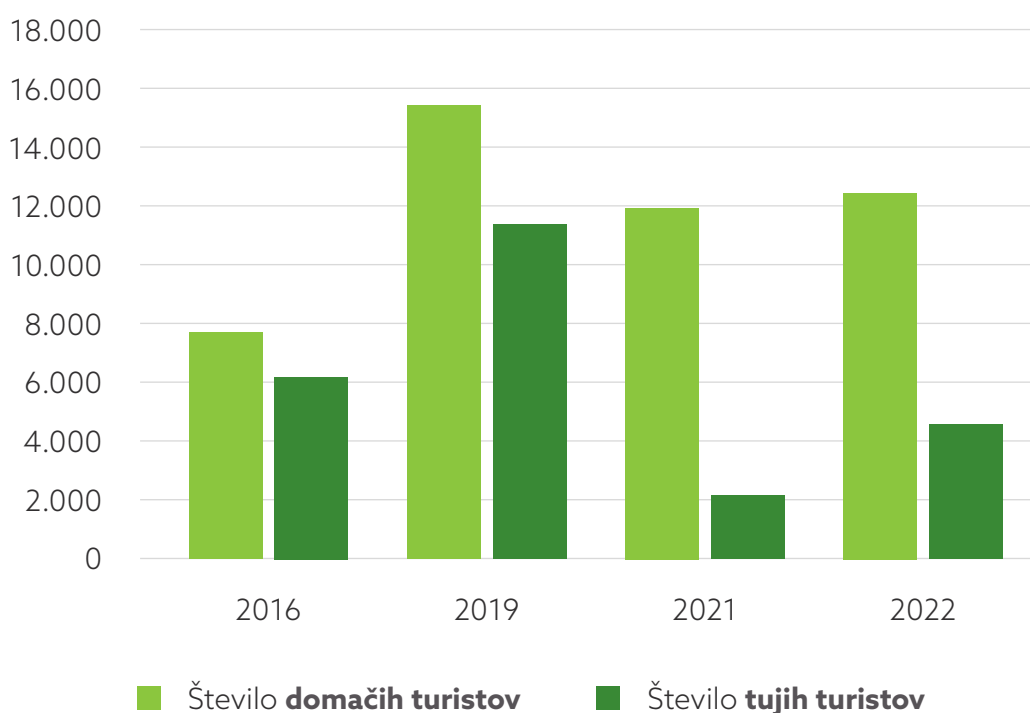
POVZETEK
ANALIZE
STANJA

Murska Sobota je administrativno in urbano središče Pomurja. Umeščena je v termalno-panonsko turistično makrodestinacijo in pozicionirana na križišču poti med termami ter zdravilišči v regiji. Zaradi nižinske lege in ravnega terena je lahko dostopna tako po avtocesti kot tudi z medkrajevnimi in medobčinskimi cestami. Leta 2022 je v MOMS živel 18.619 prebivalcev, pri čemer je povprečna starost znašala 39,93 leta, kar je za 5 let nižje od povprečja regije.

Podatki kažejo, da je v MOMS trenutno na voljo 303 ležišč, ki so razpršena v 4 hotelih, motelu, penzionih in drugih prenočiščih. Število ležišč se je zmanjšalo zaradi zaprtja hotela Diana, ki je ponujalo 160 ležišč. Po drugi strani pa se je v mestu odprl nov butični hotel Belmur z 20 ležišči. V strukturi ponudnikov namestitev prevladujejo hoteli s 47 % deležem, sledijo ostale namestitve s 34,3 % deležem ter gostišča in penzioni, ki imajo 18,7 % delež. V primerjavi z drugimi primerljivi mestnimi destinacijami je gostota ležišč na prebivalca v MOMS nižja, saj znaša 0,02, medtem ko je slovensko povprečje 0,09 ležišč na prebivalca.

ŠTEVILO PRIHODOV V MOMS

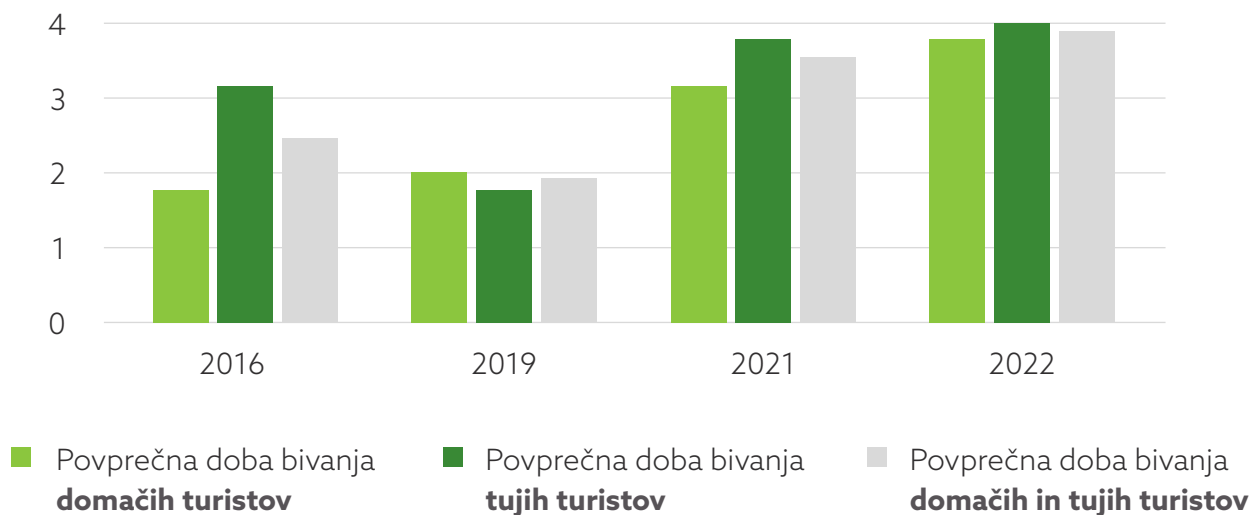
vir: SURS



V preteklih letih se je število turistov, ki so obiskali našo destinacijo, povečevalo, pri čemer se je v letu 2019 podvojilo v primerjavi z letom 2016. Vendar pa je rast prihodov močno omejila pandemija koronavirusa, ki je povzročila predvsem upad prihoda tujih gostov. Od leta 2016 dalje je opaziti tudi padanje deleža tujih gostov, ki so leta 2016 predstavljali 44 % vseh prihodov, medtem ko so v letu 2022 predstavljali malo več kot 26 %. Tuji gostje prihajajo predvsem iz sosednjih in ostalih evropskih držav, kot so Nemčija, Hrvaška, Italija, Avstrija in Madžarska, ter z azijskih in ameriških trgov. Po drugi strani opažamo rast prihodov domačih gostov, ki so v času pandemije ponovno odkrili severovzhodno Slovenijo in jih zanima pestra lokalna ponudba. Pri oblikovanju strategije je zato pomembno ustrezno pozicioniranje destinacije na domačem slovenskem trgu in na bližnjih sosednjih trgih, s posebnim poudarkom na DACH regiji (Nemčija, Avstrija, Švica).

POVPREČNA DOBA BIVANJA TURISTOV V MOMS (V DNEH)

vir: SURS



Povprečna doba bivanja se je na višku v letu 2019 skrajšala iz 2,5 (2016) na 1,9 dni, kar je manj, kot je bilo slovensko povprečje v istem letu. Po pandemiji prihaja do okrevanja in podaljševana dobe bivanja, ki je v letu 2022 znašala 2,9 dni. Prihodi in nočitve so dokaj enakomerno razporejeni čez celo leto, kar pomeni, da nimajo izrazitih sezonskih nihanj.

Povprečna cena nočitve v letu 2022 je znašala 57,06 €. Povprečna dnevna potrošnja turistov vključuje stroške nastanitve, hrane in pijače, ogledov ter drugih pristočasnih dejavnosti in nakup spominkov. V letu 2016 je povprečna dnevna potrošnja znašala približno 90 €, v letu 2019 95 €, v letu 2021 pa je porasla na 116 €. V letu 2022 pa je povprečna dnevna potrošnja upadla na 92 € (Vir: zbrani podatki ponudnikov in izdelana metodologija potrošnje).

V preteklih letih je Murska Sobota (MOMS) izvedla več pomembnih infrastrukturnih investicij, ki so pomembno prispevale k razvoju in turistični privlačnosti mesta. Nekatere od teh so:

1 PRENOVA MESTNEGA SREDIŠČA

Prenova mestnega središča je ustvarila pogoje za razvoj storitvene dejavnosti in srečevanja domačinov ter gostov. Ta investicija je prispevala k oživitvi mestnega jedra, omogočila vzpostavitev novih trgovin, lokalov, restavracij in drugih storitvenih dejavnosti ter ustvarila prijetno okolje za druženje in sprehajanje.

2 REVITALIZACIJA OBMOČJA OB SOBOŠKEM JEZERU

Pomembna investicija je bila revitalizacija degradiranega območja ob Soboškem jezeru. Z urejenimi sprehajalnimi potmi, gibalnim parkom in piknik prostori je bilo domačinom ter obiskovalcem omogočeno, da uživajo v gibanju, sproščanju in druženju ob jezeru. Ta investicija je pripomogla k izboljšanju turistične ponudbe in privabljanju več obiskovalcev v Mursko Soboto ter regijo.

3 REGIJSKI PROMOCIJSKI CENTER EXPANO

Postavitev regijskega promocijskega centra Expano predstavlja pomembno novo turistično atrakcijo v mestu in celotni regiji, ki privablja obiskovalce znotraj Slovenije ter tudi iz tujine.

4 INVESTICIJE V PROMETNO INFRASTRUKTURO

MOMS je vložila tudi sredstva v izgradnjo in urejanje kolesarskih poti, ki povezujejo mesto s primestnimi naselji, naravnimi znamenitostmi ter drugimi občinami v regiji. To je omogočilo domačinom in turistom enostaven dostop do narave, znamenitosti ter drugih območij in spodbudilo trajnostno obliko mobilnosti.

**Poleg tega je Murska Sobota prejela priznanje
»Zelene sheme slovenskega turizma«
in nosi bronasti znak *Slovenia Green destination*.**



To pomeni, da se mesto aktivno zavezuje k trajnostnemu razvoju turizma in ohranjanju okolja. Priznanje potrjuje prizadevanja MOMS za zagotavljanje trajnostnih praks in ohranjanje naravne ter kulturne dediščine tako v mestu kot v regiji.

Unikatne prodajne prednosti (*Unique selling proposition*) Murske Sobote vključujejo:

- **Regijski promocijski center Expansio** z interaktivnim doživljajskim parkom, ki obiskovalcem ponuja edinstvena doživetja ter ga nagovarja k nadaljnjemu raziskovanju mesta, okolice in regije.
- **Zgodovinsko sobivanje** pripadnikov različnih veroizpovedi in sobivanje z romsko skupnostjo. To ustvarja edinstveno kulturno in versko raznolikost, ki je zanimiva za obiskovalce, ki se želijo poglobiti v zgodovino ter kulturno dediščino mesta.
- **Soboško jezero** z urejeno infrastrukturo za sproščanje in razgibavanje ter pobeg iz urbanega okolja.
- **Reka Mura** z urejenimi učilnicami na prostem, ki domačinom in obiskovalcem ponuja avtentično izkušnjo.

Vse te unikatne prodajne prednosti prispevajo k privlačnosti Murske Sobote kot turistične destinacije ter zagotavljajo obiskovalcem edinstvene izkušnje in možnosti za raziskovanje mesta, okolice ter regije.

SWOT ANALIZA

→ PREDNOSTI

- Bogato kulturno, etnično in religijsko izročilo,
- regijski promocijski center Expano,
- dostop do zavarovanih območij narave,
- prenovljeno mestno središče,
- dobra prometna dostopnost,
- bližina treh tujih trgov,
- mesto kot regijsko središče in vrata v Pomurje,
- visoka stopnja varnosti,
- dva turistično informacijska centra z dodatno ponudbo storitev in produktov,
- razviti trajnostni sistemi mobilnosti,
- razvita kolesarska infrastruktura,
- raznolika turistično-rekreacijska infrastruktura,
- širša prepoznavnost gostinske ponudbe,
- množične prireditve in kontinuirana festivalska dejavnost.

→ SLABOSTI

- Organizacijska razdrobljenost upravljanja z destinacijo,
- pomanjkljivo spremljanje in analitika turističnega obiska,
- nizka stopnja sodelovanja in povezovanja med različnimi sektorji ter znotraj turističnega sektorja,
- razdrobljenost in nepovezanost turistične ponudbe ter turističnih akterjev,
- premalo ponudnikov s kakovostno ponudbo,
- prevladujoča struktura gostov z nizko kupno močjo,
- skromen obseg namestitvenih kapacitet,
- pomanjkljive označbe kolesarskih in pohodniških poti,
- digitalna nevidnost,
- šibka inovacijska naravnost v turističnem sektorju,
- slaba prepoznavnost destinacije.

→ PRILOŽNOSTI

- Trend rasti segmenta aktivnega, s športom povezanega in doživljajskega turizma,
- naraščanje povpraševanja po ponudbi za zdrav življenjski slog,
- investicije v varovanje in obnovo kulturne dediščine,
- naravovarstveni ukrepi na zavarovanem območju reke Mure,
- vlaganja v naravoslovni, učni in doživljajski turizem v zavarovanih območjih,
- rast kakovosti kulinarične ponudbe,
- projektno povezovanje lokalnih pridelovalcev hrane in turističnih ponudnikov,
- projektne spodbude za regijsko in čezmejno povezovanje itinerarjev,
- digitalizacija v turizmu,
- investicije v nove kakovostne nastanitve.

→ NEVARNOSTI

- Neuspešno povezovanje turističnih akterjev,
- neizpolnjevanje vizije trajnostnega razvoja destinacije,
- neprimerni arhitekturni posegi v prostor,
- negativne posledice vseh vrst onesnaževanja in podnebnih sprememb,
- opuščanje dejavnosti kot posledica pandemije,
- pomanjkanje kakovostnih kadrov v turizmu,
- pomanjkanje finančnih vzvodov za investicije v turizmu.



Ključni razvojni izzivi
Scenariji razvoja
Matrika turističnih produktov

03

**KLJUČNI
RAZVOJNI
IZZIVI IN
SCENARIJI
RAZVOJA**

KLJUČNI RAZVOJNI IZZIVI

Okoljska kriza, družbeno-ekonomske spremembe in tehnološki razvoj ter ozaveščenost in zahtevnost turistov postavljajo nove izzive ter tako narekujejo smernice razvoja posamezne destinacije. Pri tem se destinacija Murska Sobota sooča s podobnimi izzivi kot ostale destinacije v Sloveniji in širši regiji, zato smo na podlagi nacionalne strategije razvoja slovenskega turizma opredelili ključne vsebine, ki se jih bo nagovarjalo v tem strateškem obdobju.

Med 8. in 20. marcem 2022 je bila izvedena anketa med deležniki v turizmu, na katero se je odzvalo 9 predstavnikov gospodarstva ter 6 predstavnikov javnih institucij, povezanih s turizmom. Na podlagi odgovorov in delavnice, ki smo jo izvedli z ožjo strokovno ekipo, smo definirali matriko bistvenosti, s katero opredeljujemo ključne trajnostne izzive regije v prihodnje.

→ UPRAVLJANJE DESTINACIJE

- 1 Zagotavljanje strokovnega in usposobljenega kadra za upravljanje z destinacijo.
- 2 Oblikovanje vključujočega ekosistema deležnikov.
- 3 Visoka raven sodelovanja med deležniki na destinaciji.
- 4 Inovativnost pri razvoju novih produktov.
- 5 Trajnostno delovanje in razvoj.
- 6 Transparentno delovanje z visokim etičnimi standardi.

→ DRUŽBENO OKOLJE

- 7 Razvoj kadrov v turizmu – izobraževanje in usposabljanje.
- 8 Visoka raven zadovoljstva prebivalcev, zaposlenih v turizmu, in gostov.
- 9 Zagotavljanje ravnotežja med turizmom in kakovostjo bivanja lokalne skupnosti.

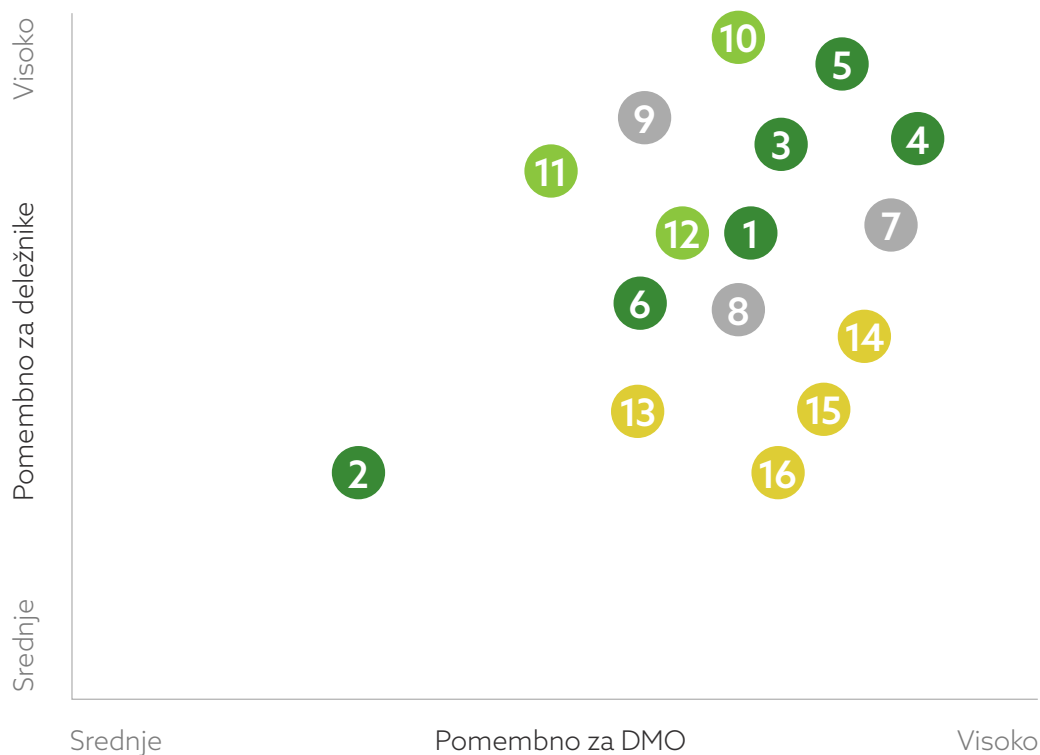
→ EKONOMSKO OKOLJE

- 10 Zmanjšanje razkoraka med obljubo in končno ponudbo.
- 11 Dvig dodane vrednosti ponudnikov.
- 12 Okrepitev tržnih segmentov gostov višje dodane vrednosti.

→ NARAVNO OKOLJE

- 13 Okrepitev lokalnih dobavnih verig.
- 14 Digitalna in zelena transformacija.
- 15 Oblikovanje zelene podobe destinacije.
- 16 Zagotavljanje trajnostne mobilnosti za prebivalce in turiste.

Matrika bistvenosti



Iz matrike bistvenosti je razvidno, da se najpomembnejši izzivi nanašajo na trajnostno delovanje, na zmanjšanje razkoraka med obljubo in ponudbo, inovativnost pri razvoju produktov, visoko raven sodelovanja med deležniki na destinaciji ter na razvoj kadrov.

UPRAVLJANJE DESTINACIJE

Anketa med turističnimi deležniki je pokazala, da je pomemben izziv **povezovanje in sodelovanje akterjev na področju turizma**. V analizi so bile identificirane tudi težave s **kadri** v turizmu, tako v javnem kot zasebnem sektorju, saj se vsi soočajo z njihovim pomanjkanjem. S prenovo mestnega jedra, investicijami v osnovno in turistično infrastrukturo ter revitalizacijo degradiranih območij sta se izboljšali **urejenost in privlačnost destinacije**, ki jo je treba v prihodnje upravljati ter vzdrževati, obenem pa še naprej vlagati v urejenost celotne destinacije in skrbeti za nadaljnji razvoj. Med najpomembnejšimi izzivi novega strateškega obdobja je tako vzpostavitev agilne in učinkovite upravljske strukture, ki bo povezovala ter koordinirala vse ponudnike na destinaciji. V skladu z usmeritvami nacionalne strategije razvoja turizma je nujno **oblikovanje destinacijske organizacije kot vodilne DMO za Mursko Soboto** z ustrezno profesionalno ekipo in zagotovljenimi finančnimi viri, ki bo opravljala upravljske, razvojne ter promocijske funkcije.

KAKOVOST PONUDBE

Analiza ankete je pokazala, da se je v tem strateškem obdobju treba osredotočiti na **dvig in izboljšanje kakovosti**, saj ponudba zaostaja za obljubo, prisotne so nizka kakovost storitev in doživetij ter nizka dodana vrednost. V obstoječi ponudbi so sicer že sedaj prisotni produkti z večjo dodano vrednostjo in vrhunsko kakovostjo, vendar kot destinacija ne dosegamo dovolj visokih standardov.

Zasedenost nastanitvenih kapacitet je v letu 2019 dosegala skoraj 60 %, v letu 2022 pa le 45 % razpoložljivih kapacitet. Izziv tega strateškega obdobja bo spodbuditi razvoj kakovostne ponudbe, s katero bomo **okrepili tržne segmente višje dodane vrednosti in spremenili strukturo gostov**. Nova ponudba mora biti takšna, da bo generirala prihode in nočitve ter dvigovala potrošnjo z ogledi atrakcij in znamenitosti, z gastronomijo, doživetji ter aktivnostmi na destinaciji.

»Murska Sobota – srce Pomurja« je destinacijska znamka, ki sporoča identiteto in vrednote mesta. Zeleno srce destinacijske znamke predstavlja trajnostno naravnost in izpostavlja bogato naravno dediščino ter povezanost z naravo. Mestni park in fazanerija, drevoredi, ki vodijo v primestna naselja vse do reke Mure, in gozdčki na robovih naselij predstavljajo dušo ter srce destinacije, ki je blizu naravi in podeželju. Murska Sobota je deloma že prepoznavna med domačimi gosti, v prihodnosti pa je treba njeno vrednost dvigovati in **povečevati prepoznavnost** tako na slovenskem trgu kot tudi v mednarodnem prostoru. Med pomembnimi izzivi tega strateškega obdobja je **stalna in kontinuirana promocija za graditev prepoznavnosti destinacijske znamke**, ki mora biti podprta z aktivnostmi trženja celovite ponudbe in posameznih nosilnih produktov na domačem ter mednarodnem trgu.

SODELOVANJE DELEŽNIKOV

Vključevanje lokalnega prebivalstva pri razvoju turistične ponudbe bo prispevalo k zadovoljstvu med njimi in ustvarjalo pozitivno klimo tudi za obiskovalce. V mestnem jedru je kljub revitalizaciji in prenovi še vedno prisotno pomanjkanje privlačne ponudbe, ki bi privabljala domačine in obiskovalce z večjo kupno močjo. Za ohranitev in obogatitev ponudbe bo zato potrebno **razvijati produkte mestnega in kulturnega turizma, gastronomije ter vlagati v objekte**, ki predstavljajo kulturno dediščino in identiteto mesta. Pri tem pa so ključni dialogi z obstoječimi ponudniki produktov in storitev, ki v mestu utvarjajo utrip in predstavljajo življenjski slog prebivalcev.

TRAJNOSTNI RAZVOJ

Trajnostna usmeritev je bila prva izbira smeri razvoja turizma med anketiranci, ki so kot drugi izziv prepoznali digitalizacijo ponudbe, kot orodje za spodbujanje trajnostnega razvoja. V procesu pregleda stanja destinacije ob vključevanju v *Zeleno shemo slovenskega turizma* in izvedenimi promocijskimi aktivnostmi se je med turističnimi deležniki ter domačini dvignilo zavedanje o pomenu trajnostnega in odgovornega delovanja, kar daje dobre temelje za nadaljnji trajnostni razvoj na destinaciji.

Med ključne izzive trajnostnega razvoja spada tudi upravljanje krhkih ekosistemov ob reki Muri ter na območju Soboškega jezera, ki je bilo deloma revitalizirano. Pri razvoju zunanjih aktivnosti in doživetij v naravi je nastala trajnostna infrastruktura z učilnicami na prostem ob reki Muri, ki pa v prihodnje potrebuje **strateški pristop ter ureditev upravljanja tega območja z jasnimi pravili**, ki jih je treba oblikovati v sodelovanju in dialogu z domačini. Medtem ko je območje Soboškega jezera vedno bolj privlačno za obiskovalce, pa ostaja izziv celostnega upravljanja mikrodestinacije ob jezeru ter dialog z vsemi akterji in deležniki glede vlaganj v nadaljnji razvoj.

SCENARIJI RAZVOJA

Na osnovi predstavljenih scenarijev razvoja turizma, ki so opredeljeni v Strategiji slovenskega turizma 2022–2028, in ključnih izzivov, ugotovljenih pri analizi stanja ter anketah med turističnimi deležniki in prebivalci, je za destinacijo najbolj sprejemljiv uravnotežen scenarij, ki predvideva zmerno kvantitativno rast ob pospešeni rasti kakovosti ter dodane vrednosti.

SCENARIJ 1

MANJ JE VEČ BUTIČNO

Osredotočenost na kakovost
in dodano vrednost.

SCENARIJ 2

VEČ IN VEČ MNOŽIČNO

Pospeševanje kvantitativne rasti
ob zaostajanju kakovosti.

SCENARIJ 3

NEKAJ VEČ IN VELIKO BOLJE URAVNOTEŽENO BUTIČNO

Zmerna kvantitativna rast ob pospešeni
rasti kakovosti in dodane vrednosti

*Scenariji razvoja destinacije povzeti po
Strategiji slovenskega turizma 2022-2028

Usmeritev v scenarij z izključno butično ponudbo, kjer bi se osredotočili zgolj na kvaliteto, ali v scenarij z množičnostjo, kjer bi pospeševali kvantitativno rast, ni sprejemljiva za trajnostni razvoj zelene destinacije Murska Sobota. Rezultati ankete med turističnimi deležniki so pokazali, da je najpomembnejša trajnostna usmeritev, saj so jo postavili na prvo mesto, in potrdili razvoj destinacije v smeri dviga kakovosti ter dodane vrednosti, ki bo po scenariju z uravnoteženim pristopom generiral nove prihode, ki so za destinacijo in njene prebivalce sprejemljivi ter omogočajo harmonično sobivanje.

MATRIKA TURISTIČNIH PRODUKTOV

Matrika produktov destinacije Murska Sobota temelji na obstoječih prepoznavnih produktih, atrakcijah in dogodkih. Med najbolj razvitimi so kulturni in družabni dogodki, gastronomija ter športni dogodki z aktivnostmi v naravi. Zaznati je tudi mestni in kulturni ter poslovni turizem. Trenutne pozicije produktov destinacije z nakazanimi strategijami za prihodnji razvoj predstavlja spodnja matrika.

	Današnja pozicija	Strategija prihodnjega razvoja
Nosilni produkti	Kulturni in družabni dogodki Gastronomija Zunanje aktivnosti in zelena doživetja v naravi	Gastronomija Mestni in kulturni turizem Kulturni in družabni dogodki Outdoor aktivnosti in zelena doživetja v naravi
Podporni produkti	Mestni in kulturni turizem Šport in športni dogodki Poslovni turizem	Šport in športni dogodki Poslovni turizem

Anketa med turističnimi deležniki je pokazala, da si le-ti želijo razvoja mestnega in kulturnega turizma, gastronomije, športnega turizma, aktivnosti v naravi ter zdravja in dobrega počutja. Trenutno turistično ponudbo so turistični deležniki ocenili z oceno 3,9/5 (zelo dobro), medtem ko občani ocenjujejo trenutno ponudbo z oceno 3/5 (dobro).

Analiza stanja je pokazala, da je v mestu čez 800 kulturnih in družabnih dogodkov, med njimi jih je okrog 10 turistično zanimivih, ki pa glede na vložek ne generirajo dovolj nočitev ter prihodkov na destinaciji. Zato se bo v prihodnje treba osredotočiti na oblikovanje takih produktov, ki bodo prinašali večjo dodano vrednost. Z vidika generiranja števila nočitev in trženjske pozicije so ključni produkti mestnega ter kulturnega turizma, gastronomije in zunanjih produktov za aktivnosti v naravi. Produkti, ki se navezujejo na kulturne in družabne dogodke, potrebujejo preskok v razvoju v smeri oblikovanja produktov z večjo dodano vrednostjo na destinaciji Murska Sobota, zato jih je treba nadgraditi predvsem v smeri večjega doprinosa k nočitvam. Med podporne produkte umeščamo šport in športne dogodke ter poslovni turizem. Prvi lahko z vlaganji v ustrezno infrastrukturo, tako osnovno turistično kot športno, postane velika priložnost za razvoj športnega turizma in dogodkov. Poslovni turizem pa je tesno povezan z razpoložljivimi kapacitetami in ustrezno infrastrukturo. Na destinaciji je nekaj manjših dvoran in prostorov, ki bi lahko sprejemala manjše število udeležencev poslovnih srečanj. Za nadaljnji razvoj poslovnega turizma bodo tako potrebna vlaganja v osnovno turistično infrastrukturo za zadovoljitev nastanitvenih potreb poslovnih gostov na destinaciji.

Destinacija je že sedaj enakomerno obiskana, pri čemer je večina obstoječih produktov, predvsem kulturni in družabni dogodki, sezonska in vezana na glavno poletno sezono z nekaj predsezonskimi ter posezonskimi ponudbami. S poudarkom na razvoju produktov, ki so zanimivi tudi izven sezone, bo destinacija ob primernih trženjskih in promocijskih aktivnostih še bolj privlačna ter obiskana skozi celo leto in tudi v slabem vremenu. Umestitev gastronomije ter mestnega in kulturnega turizma med strateške nosilne produkte nakazuje razvoj ter preboj v tej smeri in podpira desezonalizacijo destinacije ter ustvarjanje večje dodane vrednosti.

01 GASTRONOMIJA



V Murski Soboti so vrhunske restavracije z vrhunskimi chefi, ki se pojavljajo v mednarodno priznanih prestižnih kulinaričnih vodnikih kot sta *Michelin Slovenija* in *Gault&Millau Slovenija*, ter med edinstvenimi kulinaričnimi doživetji *Slovenia Unique Experience (SUE)* pod okriljem Slovenske turistične organizacije.

V mestu potekajo kulinarični festivali (Festival prekmurske šunke in prekmurske gibanice, Sočna vilica – *streetfood* dogodek), ki privabljajo domačine in obiskovalce. Ponašamo se s Hranilnico prekmurskih dobrot, destilarno, oljarno in medicarsko delavnico.

Na osnovi ankete in intervjujev ugotavljamo, da je gastronomija področje, ki ga je treba nadgrajevati ter produktno razvijati s poudarkom na kulinaričnih izkušnjah, ki so značilne in temeljijo na geografsko zaščiteneh produktih prekmurske gibanice, prekmurske šunke ter bučnega olja. Razvoj turističnih produktov mora graditi na kakovostnih lokalnih sestavinah, razpršeni ponudbi in zelenih dobavnih verigah, kar prispeva k uresničevanju zelenih ter trajnostnih zavez, ki jim destinacija sledi.

Čeprav je gastronomija komplementaren produkt ostalim, jo je treba razvijati posebej in okrepiti kulinarično identiteto destinacije Murska Sobota. Aktivnosti in ukrepi se naj usmerjajo v razvoj prepoznavne kulinarične ponudbe destinacije, dvig kakovosti ter konkurenčnosti in oblikovanje ponudbe za zahtevne goste.

02 MESTNI IN KULTURNI TURIZEM



Murska Sobota je regijsko, kulturno in administrativno središče pomurske regije ter s segmentom mestnega in kulturnega turizma utrjuje pozicijo urbanega središča Pomurja. Mesto je bilo v preteklosti tudi partner v okviru projekta *Evropska prestolnica kulture 2012*.

Murska Sobota je mesto bogate in raznolike kulture z dolgo tradicijo multikulturalnosti različnih veroizpovedi (katoličani, protestanti, judje) in sobivanja različnih narodnosti (Slovenci, Madžari, Judje, Romi in drugi). Snovna in nesnovna kulturna dediščina, zgodovina, arhitektura ter umetnost so odlično izhodišče za razvoj in nadgradnjo avtentičnih, butičnih ter edinstvenih doživetij mesta in kulturnega utripa destinacije.

04 KULTURNI IN DRUŽABNI DOGODKI



Murska Sobota je mesto dogodkov, ki se večinoma dogajajo na prostem na več različnih lokacijah (Slovenska ulica, Mestni park, Trg kulture, Soboško jezero, Dvorec Rakičan, Letališče Rakičan, Gledališče Park, Pomurski muzej, MIKK, evangeličanska cerkev, športna dvorana OŠ 1 in 3).

Večina jih poteka v poletni sezoni in so za obiskovalce brezplačni, saj so prvenstveno namenjeni domačinom. Številne kakovostne, vrhunske gledališke predstave, umetniški filmi in poto-pisi potekajo v Gledališču park Murska Sobota, ki privablja predvsem domačine z abonmaji. Destinacija je v preteklosti svojo prepoznavnost gradila na dogodkih in prireditvah, ki so nadgrajevali tradicionalne sejme, kot sta Trejzino in Mikloševo senje, ter na festivalih Soboški dnevi in Front@.

V prihodnje sta potrebna razvoj in nadgradnja kulturnih ter gastronomskih dogodkov, festivalov in sejmov na nivo, ki bo privabljal več obiskovalcev ter ustvarjal nočitve na destinaciji. Produkti dogodkov se morajo zato nujno povezovati in navezovati na ostale segmente ponudbe mesta z okolico.

05 ŠPORT IN ŠPORTNI DOGODKI

Svetovno prvenstvo v letenju s toplozračnimi baloni 24th FAI World Hot Air Balloon Championship 2022 je potekalo v Murski Soboti, kar umešča mesto na svetovni zemljevid športnih dogodkov.



Domači nogometni klub Mura je z uvrstitvijo v Evropsko konferenčno ligo sezone 2021/22 v mesto s tekmami pripeljal tuje klube z navijači. Nove investicije v športno infrastrukturo bodo ustvarile več potenciala za priprave in športne prireditve. Na destinaciji se sicer odvijajo številne športne prireditve za tekmovalne in rekreativne športnike (kajak na mirnih vodah, jadralna regata, kros, teniški turnirji, tek okrog Soboškega jezera, potapljaške aktivnosti na Soboškem jezeru).

Za nadaljnji razvoj športa in športnih dogodkov bo treba pripraviti analizo in se osredotočiti na razvoj enega do dveh potencialnih odmevnih dogodkov na nacionalni oz. mednarodni ravni, na katerih bo lahko v prihodnje temeljila tudi promocija.

06 ZUNANJE AKTIVNOSTI IN ZELENA DOŽIVETJA V NARAVI



S strateško pozicijo v osrčju Pomurja in neposredni bližini reke Mure, ki je del petdeželnega biosfernega območja, priznanega s strani UNESCO, je Murska Sobota odlično izhodišče za zunanje aktivnosti in zelena doživetja v naravi.

Skupaj s produkti mestnega in kulturnega turizma ter gastronomije lahko ustvari preskok od kratkotrajnih gostov h gostom, ki ostajajo na destinaciji dlje časa. Kolesarska infrastruktura ima odlično povezano omrežje znotraj destinacije, ki se navezuje in povezuje tudi z regijskim zaledjem od zdravilišč, term, Krajinskega parka Goričko, Jeruzalema, kolesarske poti *Amazon of Europe Bike Trail* (mednarodna kolesarska pot) do Avstrije, Madžarske in Hrvaške. Poleg kolesarjenja je velik potencial za razvoj aktivnosti in doživetij v naravi ob Soboškem jezeru, reki Muri ter ostalih gramoznicah, ki so zanimive predvsem za ribiče.

Razvoj produktov doživljanja narave mora upoštevati trajnostna načela Zelene zaveze, ki ji Murska Sobota kot zelena destinacija sledi.

07 POSLOVNI TURIZEM

Poslovni turizem v Murski Soboti je predvsem vezan na ponudbo namestitev, ki jih na destinaciji trenutno primanjkuje. Sicer pa so produkti poslovnega turizma zanimivi, saj generirajo prihode izven sezone in tako zapolnjujejo prazno vrzel.



Murska Sobota je s svojimi kapacitetami primerna predvsem za manjše poslovne dogodke, kjer lahko gostom ponudimo butična doživetja in *teambuildinge* ter tako pričaramo avtentičnost in edinstvenost doživetja. Poslovnim gostom so pri izbiri destinacije predvsem pomembni dostopnost, varnost, kakovost nastanitve, prijaznost osebja in domačinov ter cenovna ugodnost ponudbe, kar destinacija s svojimi danostmi in lastnostmi lahko tudi ponudi.



POSLAN- STVO IN VIZIJA

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota je osredotočena na razvoj ter pospeševanje turizma med gospodarskim sektorjem in javnimi institucijami. Turizem ima multiplikativne učinke na druge dejavnosti in je zato tudi pomemben generator razvoja v kulturi, kreativnih industrijah, podeželju, kmetijstvu, infrastrukturi, v storitvenem sektorju in gospodarstvu v širšem pomenu.

POSLANSTVO

Poslanstvo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota, ki temelji na viziji in določa ključne dejavnosti ter smernice delovanja, je naslednje:

// **Razvijamo uravnotežen trajnostni turizem, ki izkorišča danosti in potenciale destinacije za skupno dobrobit ter sobivanje domačinov in obiskovalcev.**

Poslanstvo temelji na premisi, da je treba razvijati turizem na način, ki je uravnotežen, trajosten in zelen. Cilj razvoja je prepoznati in izkoristiti vse potenciale destinacije ter jih uskladiti s potrebami domačinov in obiskovalcev, z namenom da se zagotovi trajnostni razvoj destinacije ter ohranjanje okolja in kulturne dediščine za prihodnje generacije. Pri tem je pomembno razvijati turizem na način, ki omogoča sobivanje domačinov in obiskovalcev ter ustvarja skupno dobrobit za vse vpletene strani. To pomeni, da se mora turizem razvijati na način, ki upošteva potrebe domačinov in jim prinaša gospodarsko korist, hkrati pa obiskovalcem omogoča kakovostno izkušnjo obiska destinacije. Ob tem je pomembno spodbujati ozaveščenost obiskovalcev glede pomembnosti ohranjanja okolja ter jim omogočati izkušnje, ki so v skladu s trajnostnimi načeli.

Za doseganje zastavljenega poslanstva je treba trajnostno delovati na področjih, kot so:

- **okoljska trajnost**, ki pomeni sledenje in udejanjanje standardov ter smernic razvoja trajnostnega turizma, kot jih opredeljuje *Zelena shema slovenskega turizma*. Med drugim to pomeni, da se v destinaciji izvajajo trajnostni ukrepi, kot so recikliranje, varčevanje z vodo in energijo ter ohranjanje naravnega okolja in biološke raznovrstnosti.
- **družbena trajnost**, s katero ohranjamo in spodbujamo kulturno ter družbeno raznolikost, podpiramo lokalne skupnosti in družbene pobude ter izvajamo odgovorne politike in ukrepe.
- **ekonomska trajnost**, ki temelji na spodbujanju lokalnega gospodarstva z ustvarjanjem pogojev za razvoj trajnostnih turističnih produktov, ki bodo prinašali visoko dodano vrednost, hkrati pa ohranjali naravne vire in okolje.
- **inovativnost**, s katero razvijamo inovativne turistične produkte, ki bodo združevali kulturno in naravno dediščino ter bodo privlačni za trajnostno naravnane turiste.

VIZIJA

Vizija trajnostnega razvoja turizma v Murski Soboti daje okvir za prihodnje smernice delovanja in služi kot vodilo pri razvoju turizma na destinaciji. Nastala je v participativnem procesu vseh relevantnih deležnikov in odraža skupen pogled na prihodnost turizma v mestni občini Murska Sobota. Vizija predstavlja najvišji cilj, h kateremu stremimo pri razvoju turizma in ki ga lahko dosežemo s sodelovanjem vseh relevantnih deležnikov.

Vizija strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota je naslednja:

// Do leta 2028 postati prepoznavna turistična destinacija trajnostnega življenjskega sloga v Sloveniji, ki ponuja vrhunsko gastronomijo in združuje kulturno ter naravno dediščino skozi inovativne turistične produkte visoke dodane vrednosti.

Zastavljena vizija temelji na naslednjih utemeljitvah:

- > **trajnostni življenjski slog**, ki sledi in vključujejo smernice Zelene sheme slovenskega turizma s pametno uporabo vseh razpoložljivih resursov, od naravnih in kulturnih danosti do vključevanja sodobnih tehnologij;
- > **butična doživetja**, ki so podprta s poudarkom na gastronomiji ter kulturni in naravni dediščini, s čimer zagotavljamo avtentičnost izkušenj na destinaciji ter spoštovanje lokalnega;
- > **inovativna doživetja**, ki so plod razvoja turističnih produktov, ki so oblikovani po meri obiskovalcev in zagotavljajo personalizirane ter avtentične izkušnje na destinaciji;
- > **visoka dodana vrednost**, ki je rezultat dviga kakovosti storitev in produktov, ki jih ponujamo obiskovalcem;
- > **partnerstvo in sodelovanje** med različnimi deležniki na destinaciji – sodelovanje med turističnimi podjetji, lokalnimi prebivalci, javnimi institucijami, nevladnimi organizacijami in drugimi akterji.



Strateška izhodišča
Strateški cilji
Strateška področja razvoja

05

TRAJNOSTNA STRATEGIJA

STRATEŠKA IZHODIŠČA

Ključni strateški temelji, ki so hkrati ključne prednosti ali izhodišča za oblikovanje strateških področij in operativnih ukrepov, so:

UPRAVLJANJE DESTINACIJE

Trenutna organiziranost javnih zavodov nakazuje na razpršenost upravljaljskih struktur destinacije Murska Sobota. Zavod za kulturo turizem in šport Murska Sobota skrbi za dogodke v mestu (kultura v gledališču in dogodki na prostem, kulinarčni dogodki na prostem, športni dogodki na prostem), vodenje TIC-ev (mestno središče in Expanso) in izvaja razvojne projekte, financirane iz EU. Raziskovalno in izobraževalno središče dvorec Rakičan prav tako organizira dogodke v dvorcu (Noč čarovnic), ima svoj info center (TIC), nastanitve in izvaja evropske projekte tudi na področju turizma. Razvojni center Murska Sobota upravlja regijski promocijski center Expanso in izvaja različne razvojne evropske projekte, ki se navezujejo na turizem, digitalizacijo, mobilnost, naravno dediščino. Ključen izziv je, da se institucije dogovorijo o enotnem in pametnem upravljanju celotne destinacije.

SOGLASJE O NUJNOSTI RAZVOJA TRAJNOSTNEGA TURIZMA.

V Murski Soboti smo v letu 2020 pristopili k projektu nacionalne sheme slovenskega turizma in v letu 2022 pridobili destinacijski znak Slovenia Green Destination bronze. Na destinaciji podjetja in javne institucije pristopajo k pridobivanju certifikatov kakovosti na področju trajnostnega poslovanja (Zeleni ključ): Gostilna Rajh – Slovenia Green Cuisine, Expanso – Slovenia Green Attraction.

SOGLASJE O NUJNOSTI DIGITALNEGA PREHODA GOSPODARSTVA IN DRUŽBE

Digitalni prehod je kot koncept v splošnem sprejela celotna struktura deležnikov v občini in z namenom ozaveščanja ter spodbujanja digitalnega prehoda zagnala več pilotnih projektov kot npr. *Responsibus*, ki na zahtevo s pomočjo aplikacije obiskovalce (lokalne prebivalce in turiste) prepelje na kraj večjih javnih dogodkov v Murski Soboti.

TRAJNOSTNA MOBILNOST

Občina si je v preteklih letih prizadevala za izboljšave na področju trajnostne mobilnosti, vključno s celovito ureditvijo potniškega prometa, kolesarske infrastrukture in povezav, najemom koles in e-skirojev, umestitvijo dodatnih e-polnilnic za električne avtomobile in sistemom souporabe električnih vozil.

KAKOVOSTNA DIGITALNA INFRASTRUKTURA

Murska Sobota ima širokopasovna omrežja po vsej občini, signal je dober in stabilen, s čimer je prebivalcem ter turistom zagotovljen stabilen in dober dostop do interneta, podjetjem ter javnim institucijam pa predstavlja zanesljivo infrastrukturo za digitalno preobrazbo. Z ureditvijo mestnega središča se je povečala dostopnost tudi invalidom, urejajo se kolesarske poti v mestu in navezave na zaledje tako znotraj kot zunaj občine.

DIGITALIZACIJA DOŽIVETIJ

S postavitvijo Regijskega promocijskega centra Expano je v Murski Soboti nastalo novo digitalizirano doživetje, ki je eno izmed prvih primerov celovite digitalizacije naravne in kulturne dediščine, VR aktivnosti ter digitalizacije vodnih doživetij v Sloveniji. Temu je sledila digitalizacija kulturne dediščine arhitekta Novaka in porušene sinagoge v mestu.

KULTURA

V mestu se med letom zvrsti ogromno kulturnih dogodkov v Gledališču Park Murska Sobota, na prostem, v Galeriji Murska Sobota, Pomurskem muzeju, evangeličanski cerkvi in na drugih lokacijah. Prav tako nastajajo novi produkti ohranjanja in digitalizacije kulturne dediščine. Vse to predstavlja dobro osnovo in potencial za razvoj produktov, ki lahko nagovarjajo različne interese različnih obiskovalcev med letom.

ZUNANJE AKTIVNOSTI

Centralna pozicija in dobra povezanost s kolesarsko infrastrukturo v regiji je odlična podlaga za nadaljevanje razvoja kolesarskih produktov. Reka Mura, Soboško jezero in druge vodne površine predstavljajo potencial za razvoj vodnih športov ter vodnih aktivnosti. Ugodne vremenske razmere in ravnica so priložnost za razvoj produktov na področju balonarstva.

PONUĐNIKI TURISTIČNIH PRODUKTOV IN STORITEV

Dialog in grajenje odnosov za oblikovanje novih produktov in zgodb ter razvoj trajnostnega turizma na destinaciji.

GASTRONOMIJA

Na destinaciji so priznane gostilne, od katerih je gostilna Rajh vključena v *Michelinov vodnik*, Šunkarna Kodila pa spada med edinstvena doživetja Slovenije. V okviru Društva za zaščito prekmurskih dobrot sta zaščiteni prekmurska gibanica in prekmurska šunka, pri čemer vsako leto poteka kulinarčni dogodek. Med letom v mestu živi ulična ponudba hrane na dogodku Sočna vilica. Zanimiva ponudba je v Bunkerju ter tradicionalna in evropska pri Zvezdi ter Lovenjaku. Ugotavljamo, da imamo dobra strateška izhodišča za nadgradnjo in razvoj gastronomije na destinaciji, da bomo lahko privabljali obiskovalce tudi izven sezone.

DOGODKI

Murska Sobota je sejmsko mesto, kar ima dober temelj in potencial za razvoj produktov ter nadgradnjo dogodkov. Ti dogodki so prvenstveno namenjeni domačinom, a privabljajo tudi obiskovalce, zato je nujna njihova posodobitev, ki pa mora ohraniti čar tradicije.

NARAVA

Območje, vključeno v Naturo 2000 in pod zaščito Unesca kot Biosferno območje reke Mure, ki je del pet državnega območja, predstavlja potencial za trajnostni razvoj aktivnosti v naravi. Produkti na tem področju so zaradi specifik naravnega območja edinstveni in v navezavi z ostalo naravno danostjo tudi privlačni za obiskovalce.

KOMUNIKACIJA S PREBIVALCI

Na destinaciji imamo dobre izkušnje s komunikacijo s prebivalci pri pripravi strateških dokumentov. Vključevanje prebivalcev je ključno, da prisluhnemo njihovim potrebam, željam in izzivom, ki jih prinaša razvoj turizma na destinaciji, ter na podlagi dialoga najdemo najboljše rešitve.

PAMETNO UPRAVLJANJE TURISTIČNIH TOKOV

V regijskem promocijskem centru Expano je obiskovalcem na voljo pametni načrtovalec potovanj po regiji, ki je v fazi testiranja. *Panotriper Simpl* obiskovalcem omogoča vpogled v ponudbo regije (čez 100 različnih vnosov od kulinarike, degustacij, ogledov, znamenitosti, doživetij do nastanitev) in na podlagi ponujenih filtrov personalizira potovalne načrte ter doživetja vsakemu obiskovalcu posebej, pri čemer upošteva odpiralne čase in vreme. Na ravni destinacije želimo platformo nadgraditi in spremljati turistične tokove v realnem času ter tako razpršiti turiste po vseh lokacijah na destinaciji Pomurje.

STRATEŠKI CILJI

Strategija opredeljuje kvalitativne in kvantitativne cilje, ki se bodo uresničevali z izvajanjem predlaganih ukrepov v danem časovnem okviru.

Kvalitativni cilji turizma v Mestni občini Murska Sobota so:

udejanjanje trajnostnega razvoja turizma z blažitvijo negativnih vplivov na okolje in vključevanjem prebivalcev ter družbeno odgovornim delovanjem,

povečanje kakovostne gastronomske ponudbe v mestnem središču in zmanjšanje odpadne hrane (*food waste*),

vzpostavitev DMO za izvajanje in spremljanje ukrepov (sistemsko in usmerjeno vodenje destinacije z zagotovljenimi finančnimi viri za strokovne kadre in izvajanje ukrepov ter drugih aktivnosti),

izboljšanje doživetja obiskovalcev z avtentično kulturno identiteto mesta, s poudarkom na lokalni ponudbi in vključevanju domačinov,

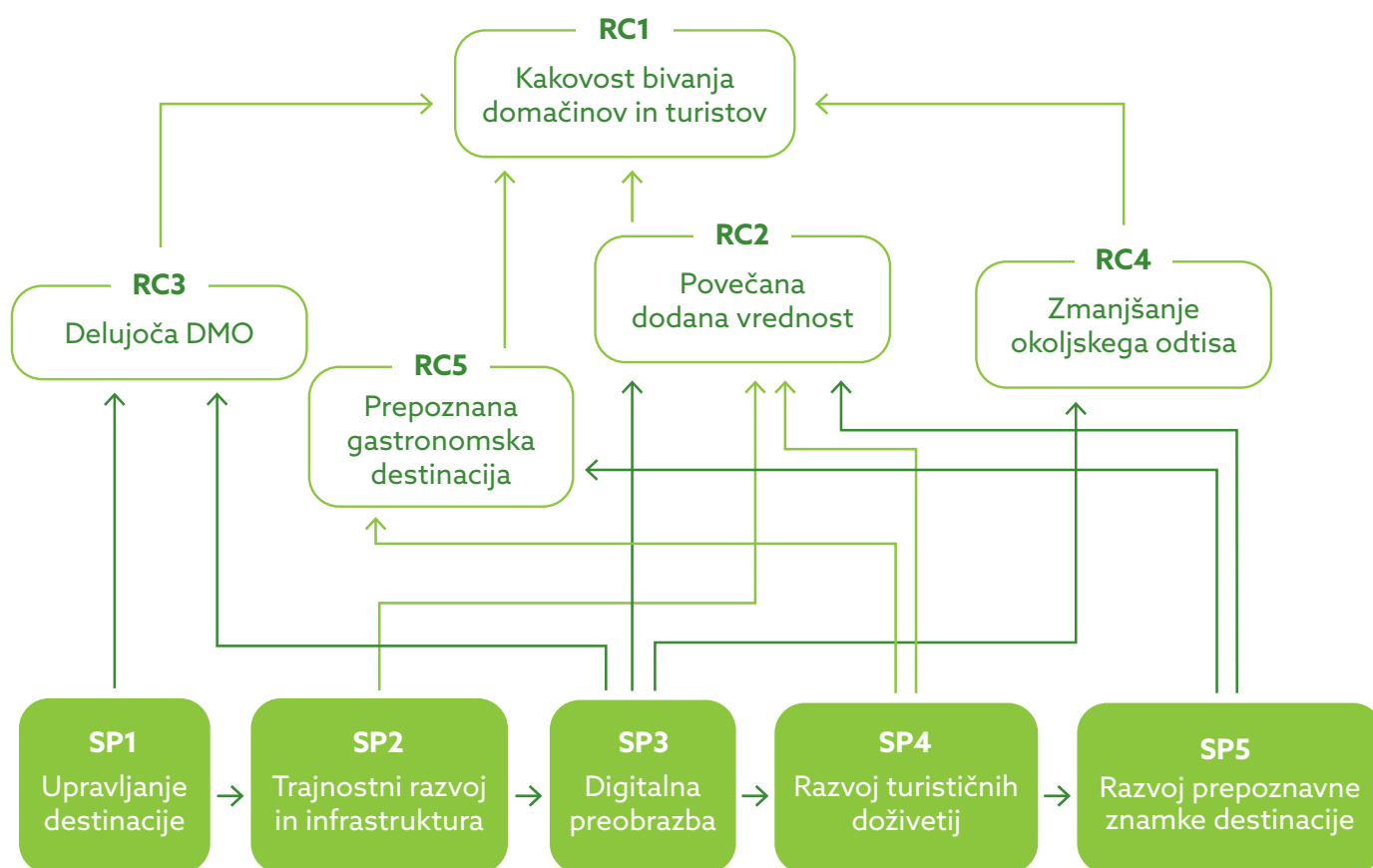
»Murska Sobota – srce Pomurja« postane prepoznavna blagovna znamka in turistična destinacija v Sloveniji ter v Evropi (radij 500 km),

izboljšana kakovost bivanja domačinov (nadgradnja trajnostne mobilnosti, ki v prvi vrsti koristi domačinom, in vključevanje domačinov z izvajanjem dialoga za sooblikovanje mesta – domačega kraja s posluhom za razvoj turizma).

Kvantitativni cilji za merjenje doseganja zastavljenih ciljev:

Kazalnik	Vir in izhodiščno leto	Izhodišče	Cilji 2028
Povečanje dnevne porabe	2021	116	150
Število okoljskih znakov kakovosti	ZKTŠ 2022	2	10
Število nočitvenih kapacitet - postelj	ZKTŠ 2022	303	350
Število prihodov turistov	SURS 2022	17.332	25.000
Število nočitev	SURS 2022	40.112	70.000
Povečanje povprečne dobe bivanja	SURS 2022	2,9	3,3
Zmanjšanje okoljskega odtisa	Ne meri se	Začeti merjenje	Zmanjšanje za 20 %
Delež lokalnih dobaviteljev in jedi v ponudbi restavracij	Ne meri se	Začeti merjenje	Vsaj 50 %

Strateški grafikon



STRATEŠKA PODROČJA RAZVOJA

Na podlagi ključnih strateških temeljev smo določili 5 prioritet – strateških področij razvoja, ki so opisani v nadaljevanju.

1

UPRAVLJANJE DESTINACIJE - PAMETNI MENEDŽMENT

Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota izvaja funkcijo destinacijskega menedžmenta na območju destinacije Murska Sobota, vendar pri tem ni edini, saj se s turizmom ukvarjata še 2 javna zavoda, ustanovljena s strani MOMS, prav tako ni vzpostavljenih jasnih ločnic področij delovanja. Pokriva celotno območje MOMS in se pri oblikovanju produktov povezuje s širšim okoljem v regiji. Zavod z obstoječimi resursi trenutno izvaja informacijske in deloma promocijske aktivnosti, nekaj razvojnih funkcij, ki jih nadgrajuje in dopolnjuje z evropskimi sredstvi, ter upravljalvske funkcije. Zelo uspešni so pri organizaciji in implementaciji kulturnih ter družabnih dogodkov. V okviru danih resursov pa ne uspevajo ustrezno zagotavljati razvoja, upravljanja in trženja destinacije, zlasti razvoja novih produktov, trženjskih in promocijskih aktivnosti, nadgrajevanja blagovne znamke, povezovanja in upravljanja vseh deležnikov turizma v MOMS.

Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2022–2028 v ukrepu 6.2.1 daje smernice za nadgradnjo in vzpostavitev perspektivnih (prehodnih) ter vodilnih destinacijski menedžment organizacij (DMO). Cilj organiziranosti turizma v Murski Soboti je, da postane vodilna DMO na svojem območju in predstavlja strokovno strateško telo turizma. Vodilna DMO Murska Sobota se bo ukvarjala z upravljanjem, razvojem, infrastrukturo, kakovostjo, uvajanjem zelenih standardov – certifikatov, digitalizacijo, trženjem in promocijo.

Na strateškem področju učinkovitega upravljanja želimo doseči:

- **reorganizacijo in vzpostavitev destinacijskega menedžmenta** s statusom vodilne destinacijske organizacije za kompleksno in učinkovito upravljanje destinacije,
- **izboljšanje notranje koordinacije**, povezanosti, sodelovanja in komuniciranje vseh deležnikov destinacije,

- pridobitev zlatega znaka zelene destinacije – ***Slovenia Green Destination***,
- **vzpostavitev modela razvoja** in upravljanja krhkih ekosistemov ter zavarovanih območij za turistične dejavnosti,
- **spremljanje in usmerjanje gostov** na destinaciji za doseganje maksimalnih avtentičnih, butičnih ter personaliziranih izkušenj na destinaciji, ki ne preobremenjujejo posamezne lokacije,
- **spremljanje učinkov turizma** s spremljanjem potrošnje gostov in dodane vrednosti ter spremljanje kakovosti turističnih storitev in produktov s sistematičnim zbiranjem kvalitativnih kazalnikov,
- **spremljanje kazalnikov uspešnosti** in učinkovitosti izvajanja uresničevanja ukrepov strategije ter izvajanje aktivnosti za odpravo odmikov ali zaostankov pri implementaciji.

UKREPI ZA UPRAVLJANJE DESTINACIJE – PAMETNI MENEDŽMENT:

1. Reorganizacija in vzpostavitev destinacijskega menedžmenta.
2. Nadgradnja certifikata in standardov za zeleno shemo slovenskega turizma.
3. Upravljanje zavarovanih območij – zmanjšanje negativnih vplivov na naravo.
4. Nadgradnja sistema za upravljanje turističnih tokov.
5. Merjenje in spremljane prihodov turistov ter potrošnja - metodologija.

2

TRAJNOSTNI RAZVOJ
IN INFRASTRUKTURA

»Murska Sobota – srce Pomurja« sledi *Zeleni zavezi*, zapisani v strateških dokumentih. Obnova mesta poteka v skladu s temi smernicami, ob vpadnicah so zasajeni drevedri, ki mesto povezujejo s primestnimi naselji in zaledjem. Primer dobre prakse trajnostnega delovanja in krožnega gospodarstva je revitalizacija degradiranega območja ob Soboškem jezeru (Kamenšnici) ter ponovna postavitvev – recikliranje slovenskega paviljona s svetovne razstave, Expano. Na območju Natura 2000 in Biosfernem območju Mura, razglašenem s strani UNESCO, so postavljene učilnice na prostem. Vzdolž reke Mure je speljana evropska kolesarska pot *Amazon of Europe Bike Trail*, ki Mursko Soboto s kolesarskimi potmi povezuje v mednarodno kolesarsko mrežo. Tudi sicer je trajnostna mobilnost del koncepta pametnega mesta, ki se ga uvaja v mestni občini, in pokriva področja od javnega potniškega prometa, mestnega kolesa, kolesarske mreže, e-polnilnice in *car-sharinga* do zelene točke s kratkimi dobavnimi verigami.

V okviru strategije sta načrtovani nadgradnja in vzpostavljanje sinergij s turizmom, ki bodo prinesle koristi tako domačinom, gospodarstvu kot obiskovalcem. MOMS bo tudi v prihodnje sledila trajnostnemu razvoju in uvajala koncept pametnega mesta ter nadaljevala z zeleno in digitalno preobrazbo na področju izgradnje kolesarskega omrežja, električno mobilnostjo, javnim prevozom in kratkimi dobavnimi verigami.

Na strateškem področju učinkovitega upravljanja želimo doseči:

- **prepoznavnost Murske Sobote kot zelene turistične destinacije** – »Murska Sobota – srce Pomurja«,
- **urejeno in prijetno okolje** - življenjski prostor za domačine in turiste,
- **nadaljevanje revitalizacije območja Soboškega jezera** in postavitvev dodatne turistične infrastrukture,
- **revitalizacijo in obnovo objektov kulturne dediščine** kot so mestni grad, dvorec Rakičan, Galerija Murska Sobota in mestno jedro,
- **opolnomočenje ponudnikov za trajnostno delovanje** in poslovanje, ki prinaša večjo dodano vrednost in zmanjšuje negativne učinke v okolju,
- **vlaganja v zasebno turistično infrastrukturo**, kot so hoteli in druge nastanitve ter gostinska dejavnost.
- **vzpostavitev učinkovitega in prepoznavnega sistema mobilnosti** znotraj in v destinacijo, ki ga bodo koristili tako domačini kot obiskovalci.

UKREPI ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ IN INFRASTRUKTURO

1. Opolnomočenje deležnikov (s poudarkom na MSP) za trajnostno delovanje – dvig kakovosti in uvajanje okoljskih standardov (certifikatov).
2. Trajnostna mobilnost znotraj destinacije – komunikacija in povezava.
3. Trajnostni razvoj Soboškega jezera.
4. Kratke dobavne verige oz. verige vrednosti.
5. *Masterplan* obnove objektov kulturne dediščine.
6. Ureditev turistične signalizacije.

3

DIGITALNA PREOBRAZBA

Digitalizacija v turizmu je pomemben segment, ki prispeva k doseganju boljših rezultatov in učinkov. V Murski Soboti je bila vpeljana na področju razvoja produktov (Expano, digitalizacija Novakove dediščine, sinagoga) za izboljšanje doživetij gostov, pri mobilnosti (*responsibus* (brezplačen javni prevoz) in izposoja mestnih koles) in deloma uvedena v delovne procese med deležniki turizma. S celovitim pristopom k digitalni preobrazbi lahko obstoječe nadgradimo in zapolnimo manjkajoče vrzeli. Že nacionalna Strategija slovenskega turizma 2022–2028 je digitalizacijo opredelila kot horizontalno politiko, ki podpira ostala področja razvoja. Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026 pa še bolj natančno opredeljuje področja in vsebine, ki jih je treba digitalizirati.

Z uvedbo digitalne preobrazbe na področjih, ki jih izpostavlja nacionalna strategija, se bodo na destinaciji Murska Sobota lahko ustrezno zbirali in koristili podatki, ki bodo povezani v nacionalno bazo, optimizirali poslovanje in delovni procesi, izboljšala doživetja gostov in informiranost domačinov ter optimizirale in izboljšale prodajne poti, vključno s promocijo destinacije.

Na strateškem področju digitalne preobrazbe želimo doseči:

- dvig **digitalnih kompetenc**,
- krepitev **digitalnih tehnologij** v turizmu,
- izboljšati doživetja z oblikovanjem **individualnih izkušenj** po meri gosta,
- **povezati ponudnike turističnih storitev** in produktov na skupni platformi, ki predstavlja novo prodajno pot,
- nadgraditi in razširiti **digitalno platformo Visit Murska Sobota**.

UKREPI ZA DIGITALNO PREOBRAZBO:

1. Dvig kompetenc med MSP – ozaveščanje in izobraževanje na področju IKT.
2. Digitalizacija ponudbe na destinaciji »e-market place«.
3. Destinacijski rezervacijski sistem.
4. Digitalizacija produktov (VR, AR...).
5. E- vodniki – digitalizacija vodenja.

4

RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ

Uspešnost destinacije je odvisna od zadovoljstva obiskovalcev in njihovih pričakovanj, ki jih lahko izpolnijo le kakovostni turistični produkti. Kakovostni turistični produkti zadovoljijo različne interese obiskovalcev, nudijo avtentične in edinstvene izkušnje, so trajnostni ter se razvijajo skladno s trendi in potrebami trga. Poleg tega kakovostni turistični produkti prispevajo tudi k razvoju lokalnega gospodarstva, saj spodbujajo investicije, ustvarjajo nova delovna mesta in prispevajo k rasti prihodkov iz naslova turizma.

Nadgradnja in razvoj novih turističnih produktov mora slediti smernicam Slovenske turistične organizacije, ki daje poseben poudarek slovenskim edinstvenim doživetjem (SUE) ter spodbuja zeleno, butično, individualno in odgovorno, naravo, zdravje, kulturna doživetja in avtentični karakter ter varnost destinacije.

Na podlagi anket, intervjujev in analize obstoječih produktov ter izdelane produktne matrike s potenciali razvoja smo opredeli naslednje nosilne ter podporne produkte, ki jih je treba razvijati v tem strateškem obdobju:

NOSILNI PRODUKTI

- **Gastronomija** – razvoj gastronomske izkušnje, ki je značilna in temelji na geografsko zaščiteneh produktih prekmurske gibanice in prekmurske šunke ter bučnem olju, ki je prepoznaven DNK destinacije.
- **Mestni in kulturni turizem** – avtentična, butična in edinstvena doživetja mesta ter kulturnega utripa in dediščine destinacije.
- **Zunanje aktivnosti** in zelena doživetja v naravi – doživljanje narave, ki upošteva trajnostna načela, in rekreacija v naravi, s poudarkom na kolesarjenju.
- **Kulturni in družabni dogodki** – razvoj in nadgradnja kulturnih ter gastronomskih dogodkov, festivalov in sejmov.

PODPORNI PRODUKTI

- šport in športni dogodki,
- poslovni turizem.

Na strateškem področju učinkovitega upravljanja želimo:

- **postati prepoznavna gastronomska destinacija** kot izhodišče za zunanje aktivnosti in doživetja v naravi za širšo regijo,
- **razviti mestni in kulturni turizem** ter tako dvigniti prepoznavnost destinacije,
- **razviti in oblikovati** avtentična, butična, inovativna, zelena in **edinstvena doživetja** na opredeljenih nosilnih ter podpornih vrstah turizma,
- **oblikovati vsaj dve 5* zvezdični doživetji**, ki bosta nagovarjali zahtevnejšega gosta, ki ceni avtentičnost, edinstvenost in kakovost izkušnje,
- **zagotoviti obisk čez vse leto** z oblikovanjem ponudbe na času izven sezone,
- **dvigniti kakovost produktov in storitev.**

UKREPI ZA RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ:

1. Razvoj ponudbe in produktov za čas izven sezone ter deževne dni.
2. Razvoj ponudbe in produktov na področju gastronomije.
3. Razvoj ponudbe in produktov na področju mestnega turizma ter kulture.
4. Razvoj ponudbe in produktov na področju zunanjih aktivnosti in doživetij v naravi.
5. Razvoj ponudbe in produktov na področju kulturnih ter družabnih dogodkov.
6. Oblikovanje strategije dogodkov.
7. Razvoj ponudbe in produktov na področju poslovnega turizma.
8. Razvoj ponudbe in produktov na področju športa ter športnih dogodkov.

5

TRŽENJE IN PROMOCIJA

V preteklem obdobju se je s strateškim pristopom pri načrtovanju in izvajanju trženjskih aktivnosti razvila destinacijska znamka »Murska Sobota – srce Pomurja«, s spletno stranjo visitmursasobota.si, profili na družbenih omrežjih in *in-coming* agencijo. Z investicijami v osnovno in turistično infrastrukturo se je povečala prepoznavnost mesta ter okolice, kar pozitivno prispeva k trajnostni podobi destinacije Murska Sobota.

Destinacija Murska Sobota privablja enodnevne in večdnevne goste, ki prihajajo z različnimi interesi ter motivi. Med njimi so najbolj prepoznavni naslednji motivi prihodov:

- **izlet:** enodnevni gostje, ki si želijo doživetja kulture, umetnosti, zgodovine, narave, kulinarike in zabave.
- **obisk dogodka:** pol- ali enodnevni gostje, ki si želijo dogajanja in zabave, doživetij na športnih dogodkih, sprostitve ter užitka v družbi prijatelje ali družine, doživetij kulture in kulinarike.

- **gastronomija:** pol-, eno-, lahko tudi večdnevni gostje, ki si želijo spoznati in doživeti kulinariko destinacije, sprostitev v prijetni družbi ter spoznavanja avtentičnih okusov.
- **dopust in počitnice:** večdnevni gostje, ki jih zanimajo doživetje kulturne in naravne dediščine destinacije, umetnost, zgodovina, rekreacija in aktivnosti v naravi, adrenalinska doživetja, aktivno preživljanje skupnega časa z družino in/ali prijatelji, zabava, kulinarika.
- **tranzit:** poldnevni do večdnevni gostje, ki si med potjo želijo počitka in kratkih ogledov naravnih ter kulturnih znamenitosti destinacije in kulinarike.

Načrtovane aktivnosti na področju promocije in trženja bodo v prihodnje usmerjene v dvig prepoznavnosti destinacije ter utrjevanja pozicije destinacijske blagovne znamke.

Primarno bo nagovor usmerjen na domači slovenski trg in na bližnje tuje trge (Avstrija, Nemčija, Madžarska, Češka, Slovaška, Hrvaška, Srbija, Italija), medtem ko se bo bolj oddaljene trge (Francija, Benelux, Velika Britanija, Skandinavija, ZDA, Izrael in druge) nagovarjalo v okviru promocijskih aktivnosti na regijski in nacionalni ravni.

Tržne in komunikacijske aktivnosti potekajo tako na digitalnih kot klasičnih kanalih. Spletna stran www.visitmurskasobota.si ima povprečno leto 39.000 obiskovalcev, Facebook profil čez 3.700 sledilcev in Instagram profil 3.000 sledilcev.

V prihodnje je treba okrepiti vsebinski marketing in z njim povečati prepoznavnost destinacije Murska Sobota tako med domačimi kot tujimi gosti. Komunikacijske aktivnosti morajo potekati tako na spletnih kot klasičnih kanalih, ki bodo glede na segmentacijo gostov in produktov destinacije najbolj uspešne in učinkovite. Treba je zagotoviti stalno prisotnost in aktivnost na najbolj prepoznavnih digitalnih kanalih (spletno, mesto, Facebook – Meta, Instagram, Youtube, Google search in Google display, TripAdvisor, Simpl, Slovenia Trip Planner, e-mail marketing in drugo),

vključevati klasično oglaševanje na raznih prireditvah, radiu, televiziji, v tiskani promocijski material in drugo, se udeleževati sejmov (primarni in oddaljeni trgi) ter izvajati študijske ture za novinarje, vplivneže in agente (primarni in oddaljeni trgi).

Na strateškem področju učinkovitega upravljanja želimo:

- **okrepiti blagovno znamko »Murska Sobota – srce Pomurja«,**
- **povečati prepoznavnost destinacije** v domačem in mednarodnem prostoru – radij 500 km,
- **povečati potrošnjo** in dodano vrednost,
- **okrepiti *in-coming* agencijsko dejavnost.**

UKREPI ZA TRŽENJE IN PROMOCIJO:

1. Priprava komunikacijskega načrta tržnega komuniciranja in promocije.
2. Priprava promocijskih materialov.
3. Pametna promocija in marketing.



Predlog ukrepov
Akcijski načrt

06

**UKREPI IN
AKCIJSKI NAČRT
ZA REALIZACIJO
STRATEGIJE**

V OBDOBJU 2023–2028

PREDLOG UKREPOV

1 UPRAVLJANJE DESTINACIJE: PAMETNI MENEDŽMENT

Strateško področje pametni menedžment vključuje naslednje ukrepe:

1. Reorganizacija in vzpostavitev destinacijskega menedžmenta.
2. Nadgradnja certifikata in standardov za zeleno shemo slovenskega turizma.
3. Upravljanje zavarovanih območij – zmanjšanje negativnih vplivov na naravo.
4. Nadgradnja sistema za upravljanje turističnih tokov.
5. Merjenje in spremljanje prihodov turistov ter njihova potrošnja – metodologija.

UKREP 1.1

REORGANIZACIJA IN VZPOSTAVITEV DESTINACIJSKEGA MENEDŽMENTA

koncept

V Murski Soboti trenutno ni destinacijske organizacije, ki bi sistematično pristopala k razvoju turizma v občini. Trenutna razpršenost med 3 javnimi zavodi, ki poleg turizma izvajajo tudi druge vsebine, ne zagotavlja zadostnega in stalnega kadra s poudarkom na razvoju turizma. Za implementacijo predlaganih ukrepov in doseganje zastavljenih ciljev je nujna vzpostavitev ene destinacijske organizacije, bodisi v okviru enega obstoječega ali novega zavoda. Prav tako je treba zagotoviti nove zaposlitve in ustrezno sistematizacijo delovnih mest, in sicer najmanj 4 osebe, ki so visoko motivirane in predane turizmu. Poleg njih pa je treba zagotoviti še sredstva za zunanje strokovnjake, ki se bodo vključevali pri izvajanju posameznih ukrepov. K reorganizaciji in vzpostavitvi destinacijskega menedžmenta je treba pristopiti celostno ter slediti tako *Strategiji trajnostnega razvoja turizma Mestne občine Murska Sobota 2023–2028* kakor tudi nacionalnim strategijam (*Strategija trajnostnega razvoja slovenskega turizma 2022–2028* in *Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026*).

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Priprava temeljne dokumentacije o reorganizaciji in vzpostavitvi destinacijskega menedžmenta v Murski Soboti, ki bo vsebovala naslednja področja: a) pregled in analizo trenutnega stanja; b) vzpostavitev organizacijske strukture DMO; c) poslovni načrt za DMO; d) kadrovski načrt z opisi delovnih mest; e) finančni načrt; f) akcijski načrt za implementacijo ukrepov in projektov na destinaciji.
- Vzpostavitev destinacijskega menedžmenta organizacije v Murski Soboti.
- Zagotovitev finančnih sredstev za delovanje (občinski proračun).
- Zaposlovanje kadrov.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota

Primeri dobre prakse: Organizacija DMO v drugih vodilnih destinacijah in mestih

Indikativni proračun: 10.000 EUR za študijo reorganizacije in vzpostavitve destinacijskega menedžmenta, v kateri se točno opredeli potrebno število zaposlenih in finančni okvir. Za nemoteno delovanje DMO: v skladu s *Strategijo slovenskega turizma 2022–2028* je zahtevani letni proračun za perspektivne destinacije 100.000 EUR in za vodilne destinacije letni proračun v višini 250.000 EUR (30 % za zaposlitve in 70 % za izvajanje letnega programa).

UKREP 1.2

NADGRADNJA CERTIFIKATA IN STANDARDOV ZA ZELENO SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA

koncept

Murska Sobota je pridobila znak *Slovenia Green Destination Bronze* in cilj je, da se uvaža ter upošteva vedno več standardov, tako da znak nadgrajuje. Za doseganje teh ciljev je treba sistematično pristopiti h komunikaciji vseh deležnikov na destinaciji, organizirati in izvajati izobraževanja, da se jih opolnomoči na poti v trajnostno poslovanje. Na ravni destinacije si želimo v čim krajšem času zadostiti vsem kriterijem za prejem naslednjega znaka.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Priprava načrta za vsako leto posebej.
- Komunikacija z deležniki na destinaciji – izvedba dialogov.
- Organizacija in izvedba izobraževanj.

Nosilni partnerji:	Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ oz. novo vzpostavljena DMO
Primeri dobre prakse:	Druge destinacije, nosilke znaka <i>Slovenia Green Destination</i>
Indikativni proračun:	20.000 EUR za pripravo načrta in izvedbo izobraževanj na terenu s ključnimi strokovnjaki, ki pokrivajo različne vidike trajnostnega razvoja v turizmu

UKREP 1.3

UPRAVLJANJE ZAVAROVANIH OBMOČIJ – ZMANJŠANJE NEGATIVNIH VPLIVOV NA NARAVO

koncept

Reka Mura je del biosfernega območja pod zaščito UNESCO, kar predstavlja dodano vrednost v destinaciji, po drugi strani pa tudi izzive z upravljanjem, posegi v prostor in razvojem novih doživetij. Za potrebe turističnega razvoja tega območja je zato treba sprejeti ustrezne upravljske načrte, da bomo ohranili vrednost, obenem pa da bomo to naravno danost oplemenitili z doživetji v naravi. V ta namen je treba pripraviti jasne standarde, s katerimi bodo zadovoljni tako domačini, ki so tudi lastniki zemljišč ob Muri, lokalna samouprava – krajevne skupnosti in občine ter turistični sektor, ki razvija nove produkte.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Pregled stanja in analiza.
- Priprava strateških dokumentov.
- Vzpostavitev upravljske strukture.
- Komunikacija z deležniki na območju.
- Opredelitev standardov za turistično dejavnost v zaščitenem območju.

Nosilni partnerji:	Mestna občina Murska Sobota, RCMS, ZKTŠ, Lokalne skupnosti v zavarovanih območjih
Primeri dobre prakse:	Druge destinacije v Sloveniji kot npr. Bohinj Destinacije v Avstriji ob reki Muri
Indikativni proračun:	15.000 EUR za študijo o stanju, pripravo strateških dokumentov in določitvi standardov.

UKREP 1.4

NADGRADNJA SISTEMA ZA UPRAVLJANJE TURISTIČNIH TOKOV

koncept

V Expanu je obiskovalcem na voljo sistem za načrtovanje potovanj, s katerim bo možno upravljati tudi turistične tokove. Nadgradnja sistema mora vsebovati vse funkcionalnosti, ki bodo tako upravljanje tudi dejansko omogočale. Sistem *Panotriper Simpl* bo treba povezati tudi z nacionalnimi bazami podatkov (npr. SURS) in večjimi nastanitvenimi obrati, da bo na podlagi vseh dostopnih podatkov v realnem času lahko optimiziral in ustrezno usmerjal obiskovalce. V sistem bo prav tako treba vključiti še manjkajoče ponudnike in znamenitosti na celotni destinaciji ter optimizirati opise in kategorije. Nadgradnja sistema pomeni tudi, da se ga lahko namesti na več lokacijah v destinaciji (npr. v hotelih) in ne zgolj v regijskem promocijskem centru.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Analiza testne verzije.
- Nadgradnja sistema.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RCMS

Primeri dobre prakse: *Affluences* za spremljanje zasedenosti muzejev

Indikativni proračun: 20.000 EUR za nadgradnjo sistema.

UKREP 1.5

MERJENJE IN SPREMLJANE PRIHODOV TURISTOV TER POTROŠNJA - METODOLOGIJA

koncept

Na ravni destinacije imamo kar nekaj neznank glede prihodov in potrošnje turistov. Najlažje spremljamo prihode in nočitve, medtem ko so dnevni turisti – izletniki spregledani, čeprav vemo, da prihajajo na destinacijo. Posamezni ponudniki turističnih doživetij, produktov in storitev občasno poročajo, da so imeli skupine izletnikov, vendar gre za nesistematično podajanje podatkov in informacij. Z namenom, da bi čim bolj natančno vedeli, koliko turistov je na destinaciji, kakšne produkte, storitve in doživetja iščejo, bi radi razvili

metodologijo in vzpostavili sistem za spremljanje. Poleg prihodov (z in brez nočitev) bi tako lahko prišli še do podatkov o njihovi potrošnji, povpraševanju. Prav tako bi v okviru sistema spremljali tudi po čem se povprašuje, kaj imamo, vendar ni na trgu, ali pa bi lahko na novo razvili z viri na destinaciji.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Priprava metodologije spremljanja prihodov turistov.
- Komunikacija z deležniki – ponudniki na destinaciji.
- Vzpostavitev sistema.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RCMS

Soelujoči partnerji: Hoteli in druge namestitve
TIC
Incoming agencije, ki pripeljejo turiste na destinacijo
Gostinski ponudniki
Ponudniki doživetij
Muzeji in galerije

Indikativni proračun: 20.000 EUR

2 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN INFRASTRUKTURA

Strateško področje trajnostni razvoj vključuje naslednje ukrepe:

1. Opolnomočenje deležnikov (s poudarkom na MSP) za trajnostno delovanje – dvig kakovosti in uvajanje okoljskih standardov (certifikatov).
2. Trajnostna mobilnost znotraj destinacije – komunikacija in povezava.
3. Trajnostni razvoj Soboškega jezera.
4. Kratke dobavne verige oz. verige vrednosti.
5. Masterplan obnove objektov kulturne dediščine.
6. Ureditev turistične signalizacije.

UKREP 2.1

OPOLNOMOČENJE DELEŽNIKOV (S Poudarkom na MSP) ZA TRAJNOSTNO DELOVANJE – DVIG KAKOVOSTI IN UVAJANJE OKOLJSKIH STANDARDOV (CERTIFIKATOV)

koncept

S pridobitvijo znaka *Slovenia Green Destination* je Murska Sobota še uradno stopila na pot trajnostnega turizma, po kateri želi nadaljevati. Projekti trajnostne mobilnosti, kot so sistem mestnih koles, povezan v mrežo s sosednjimi občinami; kolesa za izposajo; mestni avtobus Sobočanec in Responsibus; e-polnilnice, *car-sharing*; vključno z ureditvijo infrastrukture; zasajevanje dreves; ločevanje odpadkov; energetske sanacije javnih stavb in drugo, so bile dosedanje aktivnosti, ki jih želimo nadgraditi še z zeleno zgodbo v turizmu. K sodelovanju že vabimo prebivalce in podjetnike, vendar je treba še oboje opolnomočiti, da je trajnostno delovanje naša skupna prihodnost. Z ukrepom bi radi izpeljali delavnice in dogodke tako za splošno javnost kot tudi za podjetnike (MSP) v turizmu in v turističnih dobavnih verigah. S to aktivnostjo želimo dvigniti zavest in ustvariti »zeleno vzdušje« na celotni destinaciji. Turističnemu gospodarstvu želimo tudi pomagati pri pridobivanju okoljskih znakov, ki pomenijo nove standarde kakovosti in odgovornega ravnanja, s katerimi lahko zrastemo kot destinacija in postanemo prepoznavnejši.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Priprava koncepta in načrta za izvedbo aktivnosti opolnomočenja javnosti ter turističnega gospodarstva.
- Priprava programov dogodkov.
- Organizacija in izvedba dogodkov.
- Pomoč pri pripravi vlog za pridobitev okoljskih znakov.

Nosilni partnerji:

Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RCMS, novo vzpostavljena DMO

Primeri dobre prakse:

Druge uspešne zelene destinacije, prejemnice zlatih in platinastih znakov v Sloveniji

Indikativni proračun:

20.000 EUR za delavnice in pomoč pri pripravi dokumentacije za pridobitev okoljskih znakov.

UKREP 2.2

TRAJNOSTNA MOBILNOST ZNOTRAJ DESTINACIJE – KOMUNIKACIJA IN POVEZAVA

koncept

V okviru različnih projektov so se na destinaciji razvili tako infrastruktura kot servisi trajnostne mobilnosti. Kljub temu ugotavljamo, da ostajajo izzivi pri njihovem koriščenju in vsakodnevni uporabi. Z ukrepom bi radi spodbudili tako domačine kot obiskovalce, da se bodo storitve boljše koristile. V ta namen bi želeli izvesti komunikacijske kampanje, s katerimi bi spodbujali trajnostno mobilnost na destinaciji.

V okviru ukrepa je treba pripraviti tudi študijo o možnosti uvedbe brezplačne e-kartice mobilnosti v času bivanja in e-kartice mobilne ugodnosti za dnevne goste na destinaciji.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Priprava načrta aktivnosti kampanje.
- Izvedba kampanj.
- Spremljanje učinkov med kampanjo in usmerjanje kampanje.
- Priprava študije o e-kartkah mobilne ugodnosti.
- Implementacija e-kartic.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RCMS

Sodelujoči partnerji: Avtobusni promet
Ponudniki *car-sharinga*
Avstrija – regija *Wilderkaiser*

Indikativni proračun: 40.000 EUR za pripravo in izvedbo kampanj.
10.000 EUR za študijo in izvedbo e-kartic mobilnosti.

UKREP 2.3

TRAJNOSTNI RAZVOJ SOBOŠKEGA JEZERA

koncept

S postavitvijo slovenskega paviljona iz svetovne razstave ob Soboško jezero se je na destinaciji pričela revitalizacija degradiranega območja, ki je že včeraj postala pomembna destinacijska in regijska turistična točka, ki privablja obiskovalce, domačinom pa daje nov urejen prostor za preživljanje prostega časa. Naša vizija je, da območje razvijemo v privlačen in sodoben naravni, turistični, športni ter rekreativni park, ki povezuje unikatno pomursko turistično ponudbo, naravno in kulturno dediščino ter ljudi in njihove zgodbe. Pri tem želimo izkoristiti vse priložnosti interesnega povezovanja in izgradnje skupnostnega turizma, ki redno predstavlja nove ideje in destinacijo polni z življenjem, obiskovalcem pa omogoča navdihujoča, nepozabna ter unikatna doživetja. Načrt nadaljnega razvoja mikrodestinacije ob jezeru in Expanu je:

- Skupaj **s partnerji pripraviti strategijo razvoja destinacije**: določiti vsebine in smer razvoja, torej jasen načrt ter časovnico aktivnosti razvoja, ki oblikujejo celovito in edinstveno zgodbo destinacije.
- Izvajati **dialoge s ključnimi deležniki** na destinaciji za doseg skupnih ciljev in vizij.
- Vzpostaviti sistem razvoja in oblikovati model upravljanja destinacije (zakaj, kako in kaj).
- Skupaj **s partnerji razvijati destinacijo in celovito ponudbo turističnih produktov** na podlagi izdelane strategije ter trendov v turizmu.
- **Priprava projektov za implementacijo strategije** (infrastruktura in produkti) in iskanje virov financiranja.
- Ustvariti pozitivno poslovno okolje za investicije v razvoj in nadgradnjo ponudbe ter produktov. V nadaljevanju razviti sistem **privabljanja investorjev in umeščanja novih investicij v prostor ter integriranje v turistično ponudbo**.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Strategija razvoja destinacije ob jezeru in Expanu.
- Izvedba dialogov z vsemi deležniki.
- Priprava upravljaljskega načrta.
- Razvoj novih vsebin in produktov.
- Priprava projektov za izvedbo.
- Iskanje investorjev.

- Nosilni partnerji:** Mestna občina Murska Sobota, RCMS
- Primeri dobre prakse:** Primere dobrih praks najdemo v Avstriji na podobnih jezerih (gramoznicah) ob Muri, npr. Schwarzelsee pri Gradcu (<https://www.schwarzlsee.at/>).
- Indikativni proračun:** 50.000 EUR za pripravo in izvedbo aktivnosti.

UKREP 2.4

KRATKE DOBAVNE VERIGE OZ. VERIGE VREDNOSTI

koncept

Znotraj destinacije ter tudi širše v regiji Pomurje imamo na voljo številne majhne proizvajalce in potencialne dobavitelje za turistični sektor. Trenutno je vzpostavljena Zelena točka, ki dobavlja nekatera živila, vendar ta niso vedno pridelana v regiji, saj niso dovolj sezonska. Poleg tega številni majhni proizvajalci nimajo dostopa do informacij glede potreb in povpraševanj ter posledično niso dovolj agilni. Za zagotovitev kratkih dobavnih verig vrednosti v turizmu bi želeli vzpostaviti e-tržnico, kjer bi lahko dobavitelji objavljali svoje ponudbe in zaloge ter se preko platforme dogovorili za dostave. Sistem bi povezoval tako povpraševanje kot ponudbo ter optimiziral logistiko. Pozitivne učinke pričakujemo tako na ravni zadovoljnih proizvajalcev (dobaviteljev) kot pri turističnih ponudnikih (gostilne, restavracije, hoteli, trgovinice z lokalno ponudbo) in na drugi strani pri obiskovalcih in domačih prebivalcih.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Raziskava in anketa med turističnim gospodarstvom o potrebah.
- Priprava pregleda proizvajalcev/dobaviteljev.
- Razvoj in vzpostavitev e-platforme (ali pa nadgradnja Zelene točke).
- Vzpostavitev sistema delovanja (*one best way*).
- Komunikacija platforme.
- Promocija turističnega gospodarstva o vključevanju lokalnih sestavin ter o trajnostnem in družbeno odgovornem ravnanju.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, RCMS

Primeri dobre prakse: Zelena točka

Indikativni proračun: 30.000 EUR za izvedbo vseh aktivnosti.

UKREP 2.5

MASTERPLAN OBNOVE OBJEKTOV KULTURNE DEDIŠČINE

koncept

Nekateri objekti kulturne dediščine, kot so Soboški grad, Dvorec Rakičan, Galerija Murska Sobota, fasade secesijskih stavb v mestnem središču in druge stavbe v mestni občini, potrebujejo obnovo, da bodo še v večji ponos domačinom in postale privlačne za turiste. K prenovi objektov je treba pristopiti celostno, zato predlagamo pripravo načrta – *masterplana*.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Popis objektov kulturne dediščine, ki so potrebni obnove.
- Izvedba dialogov z lastniki in upravljalci objektov.
- Analiza stanja.
- Priprava *Masterplana* obnove z opredeljeno časovnico, finančno konstrukcijo in viri financiranja.

Nosilni partnerji:

Mestna občina Murska Sobota

Sodelujoči partnerji:

ZKTŠ, Pomurski muzej Murska Sobota, RIS dvorec Rakičan, Galerija Murska Sobota, lastniki in upravljalci drugih objektov kulturne dediščine

Indikativni proračun:

20.000 EUR

UKREP 2.6

UREDITEV TURISTIČNE SIGNALIZACIJE

koncept

Na območju destinacije Murska Sobota je pomanjkljiva turistična signalizacija, ki bi turiste in obiskovalce primerno vodila po mestu ter okolici. Zato je treba urediti ustrezno signalizacijo, da bodo obiskovalci z lahkoto našli znamenitosti. Signalizacijo je smiselno dopolniti tudi z informativnimi tablam in e-vodniki.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Priprava načrta za turistično signalizacijo.
- Oblikovanje signalizacije v skladu s pravilniki in CGP podobo destinacije.
- Postavitev signalizacije na celotni destinaciji Murska Sobota.
- Komunikacija z domačini in obiskovalci.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ

Primeri dobre prakse: Pomurski muzej, Galerija Murska Sobota, RIS Dvorec Rakičan

Indikativni proračun: Ni opredeljeno.

3 DIGITALNA PREOBRAZBA

Strateško področje digitalna preobrazba vključuje naslednje ukrepe:

1. Dvig kompetenc med MSP – ozaveščanje in izobraževanje na področju IKT.
2. Digitalizacija ponudbe na destinaciji e-market place.
3. Destinacijski rezervacijski sistem.
4. Digitalizacija produktov.
5. E- vodniki – digitalizacija vodenja.

UKREP 3.1

DVIG KOMPETENC MED MSP – OZAVEŠČANJE IN IZOBRAŽEVANJE NA PODROČJU IKT

koncept

Manjši ponudniki (MSP) se še v celoti ne zavedajo priložnosti in prednosti digitalizacije, ki jim lahko izboljša njihovo poslovanje. Za dvig njihovih kompetenc je najprej treba ozaveščanje in nato še izvajanje izobraževanj. Razumevanje pomena digitalizacije jih bo namreč šele vzpodbudilo, da bodo začeli digitalizirati svoje interne procese, v večjem obsegu izvajati digitalno promocijo in se posluževati vseh orodij, ki jim bodo prinašala večjo dodano vrednost in več časa za razvoj ponudb, produktov. Namreč, če želimo kot destinacija narediti preboj na področju digitalizacije, je pomembno, da se vanjo vključi čim več turističnih deležnikov/ponudnikov. Pri izvedbi ukrepa bomo deležnike pozivali k udeležbi delavnic in izobraževanj, ki že in bodo potekala na nacionalni ravni, obenem pa organizirali tudi nove module, v skladu s potrebami.

V okviru tega ukrepa želimo tudi ustvariti in posodobiti informacije na različnih platformah (Goolge, TripAdvisor ipd.) ter pri tem turističnim deležnikom nuditi podporo. Poleg vstopnega regijskega spletnega mesta so namreč prej omenjeni kanali tisti, kjer obiskovalci največkrat preverjajo informacije.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Načrt aktivnosti za dvig IKT kompetenc.
- Izvedba dogodkov, delavnic in izobraževanj.
- Podpora deležnikom za vnos info na svetovne platforme.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RCMS, Tehnološki park

Indikativni proračun: 10.000 EUR

UKREP 3.2

DIGITALIZACIJA PONUDBE NA DESTINACIJI »E-MARKET PLACE«

koncept

Na destinaciji imamo večinoma razpršeno ponudbo, v smislu da je ni moč najti na enem mestu. Portal visitmurskasobota.si in expansio.si sicer ponujata informacije o ponudnikih ter dajeta namige za izlete, vendar to je le en del celotne ponudbe produktov in storitev. Za nagovor gostov bi želeli vzpostaviti digitalno tržnico, kjer bi lahko obiskovalci neposredno kupili doživetja in produkte, obenem pa bi bil to tudi prostor promocije ponudbe, na katerega bi lahko navezovali marketing o destinaciji.

E-tržnico bi bilo smiselno tudi povezati z načrtovalcem potovanj *Panotriper Simpl*, ki bo v okviru naštetih ukrepov tudi nadgrajen. Tako bomo obiskovalcem omogočili še lažje načrtovanje raziskovanja destinacije in vnaprejšnjega nakupa ponudbe.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Raziskava in anketa med turističnimi ponudniki in deležniki o obstoječih prodajnih ponudbah.
- Razvoj ali implementacija obstoječe e-platforme.
- Vzpostavitev sistema delovanja (*one best way*).
- Aktivnosti tržnega komuniciranja in promocije.

Nosilni partnerji:	Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ
Primeri dobre prakse:	<i>Tourexplorer</i> (https://tourexplorer.travel/) <i>Visitlondon</i> (https://www.visitlondon.com/things-to-do/1)
Indikativni proračun:	25.000 EUR za vzpostavitev e-tržnice in povezanost z načrtovalcem potovanj.

UKREP 3.3

DESTINACIJSKI REZERVACIJSKI SISTEM

koncept

Znotraj destinacije nam manjka rezervacijski sistem za nočitve, ki bi ga bilo smiselno umestiti na obstoječe portale, da bi obiskovalci lahko takoj preverili razpoložljivosti in rezervirali nočitve bodisi na tem portalu ali pa na svetovno znanih. Rezervacijski sistem mora nujno vsebovati *channel managerje*, da ne bo prihajalo do *prebukiranja*. Rezervacijski sistemi v ozadju tudi omogočajo digitalizacijo in optimizacijo procesov vodenja evidenc, statistike, generiranje računov, prijave nočitev ipd.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Vzpostavitev rezervacijskega sistema.
- Komunikacija s ponudniki namestitev in dogovori z njimi.
- Promocija in tržni marketing.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, RCMS in ZKTŠ, novo vzpostavljena DMO

Primeri dobre prakse: Druge destinacije, ki so implementirale rezervacijski sistem.

Indikativni proračun: 10.000 EUR za vzpostavitev rezervacijskega sistema, komunikacijo promocijo.

UKREP 3.4

DIGITALIZACIJA PRODUKTOV (VR, AR IDR.)

koncept

Na destinaciji smo digitalizirali nekaj produktov (Expano, VR porušene sinagoge, dediščina arhitekta Novaka) in jih imamo vključene v ponudbe, kjer pa še ostaja prostor za oblikovanje kompleksnih izkušenj. Aktivnosti v tej smeri

je potrebno nadaljevati in dodajati nove produkte, ki bodo navduševali obiskovalce. V interaktivnem doživljajskem parku Expanu je trenutno 23 različnih postaj, ki so večinoma digitalizirane izkušnje z različnimi tehnologijami, v prihodnje bo potrebna nadgradnja vsebin in tehnologij, ki bodo vedno znova pritegnila pozornost obiskovalcev.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Razvoj novih vsebin za digitalizacijo.
- Digitalizacija in oblikovanje produktov.

Nosilni partnerji:

Mestna občina Murska Sobota, RCMS in ZKTŠ, novo vzpostavljena DMO, Pomurski muzej, Galerija Murska Sobota

Indikativni proračun:

10.000 EUR za razvoj novih vsebin za digitalizacijo.
Strošek digitalizacije je odvisen od ideje in izbora tehnologije.

UKREP 3.5

E- VODNIKI - DIGITALIZACIJA VODENJA

koncept

Zaradi kadrovskih omejitev bi radi razvili sistem digitaliziranega vodenja t. i. e-vodnike. Obiskovalci destinacije bi tako lahko sami raziskovali mesto in bližnjo okolico v svojem tempu ter jeziku. E-vodnik bi jim tako omogočil svobodo odkrivanja znamenitosti in doživetij.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Razviti koncept za e-vodnik.
- Implementacija e-vodnika.
- Pripraviti vsebine in prevode.
- Promocija in prodaja.

Nosilni partnerji:

Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, ECMS, Galerija Murska Sobota, Pomurski muzej

Primeri dobre prakse:

NEXTO (<https://nexto.io/>)

Indikativni proračun:

30.000 EUR za razvoj in implementacijo e-vodnika.

4 RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ

Strateško področje razvoj turističnih produktov in doživetij vključuje naslednje ukrepe:

1. Razvoj ponudbe in produktov za čas izven sezone in deževne dni.
2. Razvoj ponudbe in produktov na področju gastronomije.
3. Razvoj ponudbe in produktov na področju mestnega turizma ter kulture.
4. Razvoj ponudbe in produktov na področju zunanjih aktivnosti ter doživetij v naravi.
5. Razvoj ponudbe in produktov na področju kulturnih ter družabnih dogodkov.
6. Razvoj ponudbe in produktov na področju poslovnega turizma.
7. Razvoj ponudbe in produktov na področju športa ter športnih dogodkov.

UKREP 4.1

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV ZA ČAS IZVEN SEZONE IN DEŽEVNE DNI

koncept

Na destinaciji je večina produktov vezana na visoko sezono in sončno vreme, saj vključujejo aktivnosti na prostem. Med zunanje produkte spadajo obiski interaktivnega doživljajskega parka Expano, obisk galerij in muzejev ter gostinska ponudba. V neposredni bližini Murske Sobote se nahajajo terme (Moravske Toplice, Radenci, Mala Nedelja, Banovci in Lendava), ki imajo dober obisk tudi med slabšo sezono in slabimi vremenskimi pogoji, kar je priložnost za razvoj ponudbe za to obdobje, da obiskovalce privabimo na našo destinacijo. Sicer ima Murska Sobota priložnost za razvoj kulturnega turizma, nadgradnjo kulinarike in digitaliziranih doživetij, kar je lahko izhodišče za pol- in enodnevne produkte.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Prepoznati naše parcialne produkte in priložnosti za razvoj novih produktov (slabo vreme in nizka sezona).
- Komunikacija s ponudniki na destinaciji.
- Razvoj novih produktov.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji:	Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RCMS
Sodelujoči partnerji:	RIS Rakičan Ponudniki na destinaciji
Indikativni proračun:	20.000 EUR za razvoj produktov in promocijo.

UKREP 4.2

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV NA PODROČJU GASTRONOMIJE

koncept

V Murski Soboti je treba razviti nove produkte in ponudbe na področju kulinarike, saj ima destinacija velik potencial – Gostilna Rajh se ponaša z umestitvijo v *Michelinov vodnik* in *Gault & Millau Slovenija*, Šunkarna Kodila spada med SUE (slovenska edinstvena izkušnja), poteka Festival prekmurske gibanice in šunke ter festival ulične prehrane Sočna vilica. Poleg Bunkerja z drugačno ponudbo in ambientalno izkušnjo se je v zadnjem času odprlo nekaj novih lokalov. Vse to je dobra osnova za nadaljnji razvoj povezanih produktov, s katerimi bi privabili nove goste na destinacijo, tako tiste, ki so že v regiji, kot tiste, ki se kasneje odločijo za prihod.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Prepoznati naše parcialne produkte in priložnosti za razvoj novih produktov.
- Komunikacija s ponudniki na destinaciji.
- Razvoj 2 novih produktov.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji:	Mestna občina Murska Sobota, RCMS in ZKTŠ, novo vzpostavljena DMO
Sodelujoči partnerji:	RIS Rakičan Ponudniki na destinaciji
Indikativni proračun:	20.000 EUR za razvoj produktov in promocijo.

UKREP 4.3

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV NA PODROČJU MESTNEGA TURIZMA IN KULTURE

koncept

Ponudbo produktov na področju mestnega turizma in kulture je treba posodobiti ter nadgraditi z novimi doživetji, ki bodo nagovarjala potencialne goste, željne novih znanj in informacij o mestu ter kulturnem dogajanju v mestu: razstave, kulturni dogodki, nove digitalne poti po mestu z informacijami o naši kulturni dediščini in zgodovini mesta, tematske poti po mestu (Pot arhitekta Novaka, Murine skulpture, židovska dediščina), grad in dvorec, prekmurščina, romska kultura ipd.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Prepoznati naše parcialne produkte in priložnosti za razvoj novih produktov .
- Komunikacija s ponudniki na destinaciji.
- Razvoj 5 novih produktov.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, Pomurski muzej, Galerija Murska Sobota

Indikativni proračun: 20.000 EUR za razvoj produktov in promocijo.

UKREP 4.4

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV NA PODROČJU ZUNANJIH AKTIVNOSTI IN ZELENIH DOŽIVETIJ V NARAVI

koncept

Na destinaciji Murska Sobota so tri ključna področja, na katerih je treba razvijati produkte za zunanje aktivnosti in doživetja v naravi. Prvi je kolesarjenje z dobro kolesarsko infrastrukturo, ki se navezuje na zaledje in na mednarodne kolesarske poti, kjer se lahko oblikujejo različni kolesarski produkti. Drugo področje je zavarovano območje reke Mure, ki je potencial za razvoj butičnih, edinstvenih in avtentičnih doživetij v naravi, ki vključujejo preživetje v naravi, učilnice na prostem, opazovanje ptic ter narave. Tretje področje so vodne površine (Soboško jezero, druge gramoznice, reka Mura in Ledava), na katerih je treba razvijati rekreativne in športne aktivnosti na vodi, kot so kajak na mirnih vodah, kanu, veslanje, supanje, surfanje, jadranje ter ribolov.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Prepoznati naše parcialne produkte in priložnosti za razvoj novih produktov.
- Komunikacija s ponudniki na destinaciji.
- Razvoj 6 novih produktov.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ

Indikativni proračun: 20.000 EUR za razvoj produktov in promocijo.

UKREP 4.5

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV NA PODROČJU KULTURNIH IN DRUŽABNIH DOGODKOV

koncept

Destinacija Murska Sobota že sedaj izvaja številne festivale in dogodke, ki jih je treba nadgraditi in utrditi njihovo prepoznavnost, da bodo postali privlačni turistični produkti ter motiv za prihode in nočitve obiskovalcev. Pri oblikovanju produktov je treba vključevati lokalno prebivalstvo, ponudnike in izvajalce, da se zagotavljajo sprejetost ter pozitivne vibracije. Pri organizaciji in implementaciji dogodkov je treba slediti trajnostnim smernicam, zmanjševati embalažo ter zagotavljati čim več lokalnih dobrin.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Analiza obstoječih dogodkov in oblikovanje strategije dogodkov.
- Oblikovanje strategije dogodkov.
- Razvoj in nadgradnja 5 produktov.
- Komunikacija z organizatorji dogodkov in ponudniki na destinaciji.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ

Indikativni proračun: 20.000 EUR za razvoj produktov in promocijo.

UKREP 4.6

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV NA PODROČJU POSLOVNEGA TURIZMA

koncept



Glede na dane kapacitete in osnovno infrastrukturo je razvoj produktov poslovnega turizma vezan na združevanje poslovnih in pristočasnih aktivnosti. V sodelovanju s ponudniki se naj razvijajo produkti, ki bodo poslovnim gostom zagotavljali prijetno bivanje, prostore za izvedbo srečanj in druženja ter nabor pristočasnih aktivnosti za različne *teambuildinge*. Pri razvoju produktov je treba upoštevati zelena in trajnostna načela ter vpeljevati ustrezne certifikate, s katerimi se izkazuje kakovost ponudbe.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Prepoznati naše parcialne produkte in priložnosti za razvoj novih produktov.
- Komunikacija s ponudniki na destinaciji.
- Razvoj novih produktov.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ, RIS Dvorec Rakičan

Indikativni proračun: 20.000 EUR za razvoj produktov in promocijo.

UKREP 4.7

RAZVOJ PONUDBE IN PRODUKTOV NA PODROČJU ŠPORTA IN ŠPORTNIH DOGODKOV

koncept



Na področju športa in športnih dogodkov je treba pripraviti analizo obstoječih dogodkov ter na njeni osnovi strategijo razvoja produktov. Investicije v športno infrastrukturo so precej visoke, zato je potreben premislek o primernosti in dolgoročnosti naložbe. Za nadaljnji razvoj je smiselno identificirati 2 področji, ki se ju nadgradi v produkta.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Analiza obstoječih športov in športnih ter oblikovanje strategije.
- Identifikacija dveh področij in priložnost za razvoj novih produktov.
- Komunikacija z deležniki na destinaciji.
- Razvoj in oblikovanje 2 novih produktov.
- Promocija in trženje produktov.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, ZKTŠ

Indikativni proračun: 20.000 EUR

5 TRŽENJE

Strateško področje razvoj trženje vključuje naslednje ukrepe:

1. Vsakoletna priprava komunikacijskega načrta tržnega komuniciranja in promocije.
2. Priprava promocijskih materialov.
3. Pametna promocija in marketing.

UKREP 5.1

VSAKOLETNA PRIPRAVA KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA TRŽNEGA KOMUNICIRANJA IN PROMOCIJE

koncept

Vsako leto je treba pripraviti analizo stanja in uspešnosti preteklega leta, izmeriti učinkovitost ter pripraviti nov letni načrt tržnega komuniciranja in promocije, ki upošteva tudi trende, varnost ter potovalne navade ciljnih trgov. Komunikacija vključuje komponento trajnosti in izpostavlja vrednote zelene destinacije. V skladu z razvojem novih produktov se pri vsakoletnem načrtu ustrezno definirajo in profilirajo ciljne skupine za nagovor ter povabilo na destinacijo.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Analiza preteklih aktivnosti.
- Priprava letnega komunikacijskega načrta.
- Implementacija komunikacijske in trženjskega načrta.

Nosilni partnerji: ZKTŠ

Indikativni proračun: 5.000 za pripravo načrta.

UKREP 5.2

PRIPRAVA PROMOCIJSKIH MATERIALOV

koncept

Za uspešno in učinkovito komuniciranje so potrebne zgodbe, ki jih dopolnujemo s fotografijami in videi. Oblikovati je treba nove promocijske materiale z novimi produkti in podobami destinacije. Posodobiti in nadgraditi fototeko ter videoteko, ki bo obdržala ponudbo in nagovarjale obiskovalce.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Opredelitev nosilnih zgodb in motivov z lokacijami.
- Izvedba snemanj.
- Oblikovanje in izdaja novih promocijskih materialov.
- Posodobitev spletnega mesta *visitmurskasobota.si* z novimi zgodbami in podobami.
- Omogočiti dostop do materialov vsem turističnim deležnikom na destinaciji.

Nosilni partnerji: ZKTŠ

Indikativni proračun: 30.000 EUR

UKREP 5.3

PAMETNA PROMOCIJA IN MARKETING

koncept

Za pritegnitev gostov, ki prinašajo višjo dodano vrednost v destinaciji, je poleg dobrih in kakovostnih produktov ter ponudbe treba poskrbeti za ustrezno promocijo in prodajo. V vzpostavitvijo pametne promocije in marketinga bi dobili sistem, ki nagovarja naše potencialne goste v fazi raziskovanja, ko so še doma in načrtujejo obisk, obenem pa bi sistem tudi spremljal obiskovalce v regiji ter jim ponujal zanimive ponudbe, ki bi ustrezale njihovemu profilu.

Ključne aktivnosti za implementacijo

- Pregled aplikacije pametne promocije in marketinga ter njegova prilagoditev našim potrebam.
- Izvedba pilotnih oz. testnih promocij in prodaj v obdobju enega leta.
- Razvoj sistema/aplikacije.
- Priprava komunikacijskega načrta.

Nosilni partnerji: Mestna občina Murska Sobota, RCMS, ZKTŠ, novo vzpostavljena DMO

Indikativni proračun: 50.000 EUR

AKCIJSKI NAČRT

V spodnjih preglednih tabelah je akcijski načrt vseh predlaganih ukrepov po posameznih strateških področjih z opredeljeno indikativno oceno stroškov, časovnim okvirjem izvedbe, kvantitativnimi in kakovostnimi kazalniki.

STRATEŠKO PODROČJE 1

UPRAVLJANJE DESTINACIJE - PAMETNI MENEDŽMENT

Ukrepi	Ocena proračuna	Dinamika izvajanja																Kvantitativni in kvalitativni kazalniki izvajanja																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
		2023				2024				2025				2026					2027				2028																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
1. Reorganizacija in vzpostavitev destinacijskega menedžmenta	10.000,00 €																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															

Ukrepi	Ocena proračuna	Dinamika izvajanja												Kvantitativni in kvalitativni kazalniki izvajanja																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
		2023				2024				2025					2026				2027				2028																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
1. Opolnomočenje deležnikov (s poudarkom na MPS) za trajnostno delovanje - dvig kakovosti in uvajanje okoljskih standardov (certifikatov)	20.000,00 €																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					</

STRATEŠKO PODROČJE 3

DIGITALNA PREOBRAZBA

Ukrepi	Ocena proračuna	Dinamika izvajanja																Kvantitativni in kvalitativni kazalniki izvajanja																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
		2023				2024				2025				2026					2027				2028																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
1. Dvig kompetenc med MSP – ozaveščanje in izobraževanje na področju IKT	10.000,00 €																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											

STRATEŠKO PODROČJE 4 RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ

[illegible]

STRATEŠKO PODROČJE 5

TRŽENJE IN PROMOCIJA

Ukrepi	Ocena proračuna	Dinamika izvajanja																Kvantitativni in kvalitativni kazalniki izvajanja								
		2023				2024				2025				2026					2027				2028			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1. Vsakoletna priprava komunikacijskega načrta tržnega komuniciranja in promocije	ni opredeljeno																									Letni komunikacijski načrti Dvig prepoznavnosti destinacijske znamke
2. Priprava promocijskih materialov	30.000,00 €																									Fototeka Videoteka Pripravljeni in izdani promocijski materiali
3. Pametna promocija in marketing	50.000,00 €																									Implementacija pametne promocije in marketinga Dvig dnevne porabe gostov



07

**VREDNOTENJE
IN SPREMLJANJE
IZVAJANJA
STRATEGIJE**

VREDNOTENJE IN SPREMLJANJE IZVAJANJA STRATEGIJE

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota 2023–2028 je krovni strateški dokument Mestne občine Murska Sobota na področju turizma, ki je namenjen usmerjanju in financiranju delovanja. Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota kot DMO ter ostali javni zavodi, ki so vpeti v razvoj turizma na destinaciji, upoštevajo usmeritve tega dokumenta pri pripravi letnih delovnih načrtov. Dokument prav tako predstavlja podlago in usmeritve pri izvajanju drugih politik, ki se navezujejo na prostorsko urejanje, digitalizacijo, promet ter mobilnost, gospodarsko in okoljsko politiko.

Spremljanje in vrednotenje izvajanja strategije sta ključna procesa za zagotavljanje ter doseganje ciljev in rezultatov tega dokumenta. Pri vrednotenju in spremljanju izvajanja strategije je treba upoštevati ključne kazalnike uspeha (KPI-ji), ki merijo uspešnost na različnih področjih tako kakovostnih kot kvantitativnih in so bili opredeljeni v 4. poglavju. Za spremljanje, nadzor in usmerjanje izvajanja ter vrednotenje strategije se priporočajo naslednje aktivnosti:

- 6-mesečno srečanje delovne skupine naročnika.
- Vsakoletna srečanja turističnih ponudnikov, ki jih skliče DMO v sodelovanju z MOMS.
- Letne predstavitve na resornih odborih mestnega sveta.
- Vmesno vrednotenje konec leta 2025.
- Ob zaključku obdobja trajanja izvajanje strategije se izdela končna ocena uspešnosti strategije s priporočili za pripravo nove ali predlogom za njeno podaljšanje.

Akcijski načrt tega dokumenta je pripravljen v obliki, ki omogoča sprotno operativno spremljanje izvajanja posameznih ukrepov.

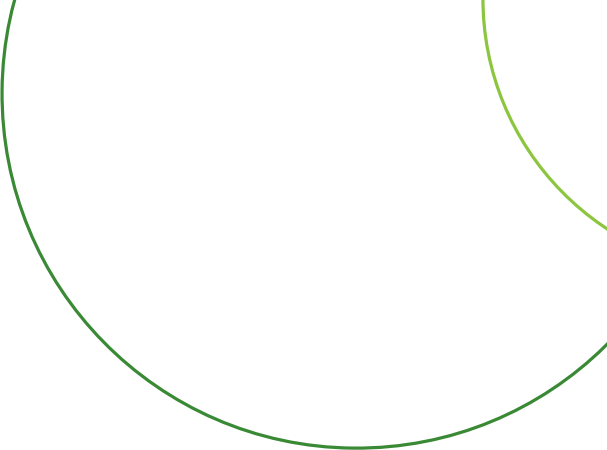
Delovna skupina naročnika, ki jo sestavljajo člani naslednjih institucij: Mestna občina Murska Sobota, Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota kot DMO in drugi občinski javni zavodi, ponudniki turističnih storitev in upravljalci javne turistične infrastrukture (Pomurski muzej Murska Sobota, Galerija Murska Sobota, RIS Dvored Rakičan, Razvojni center Murska Sobota).

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Murska Sobota 2023–2028 velja do konca leta 2028 in je bila sprejeta na 7. seji Mestnega sveta Mestne občine Murska Sobota, dne 14. 9. 2023. Njene morebitne spremembe predlaga naročnik in potrdi mestni svet MOMS.



08

**USKLAJENOST
Z RAZVOJNIMI
STRATEGIJAMI**



Strategija razvoja turizma v Mestni občini Murska Sobota je usklajena z drugimi razvojnimi strategijami na lokalni, nacionalni in evropski ravni. Ta usklajenost omogoča, da strategija sledi širšemu načrtu razvoja naše družbe in da se pri njeni implementaciji upošteva jo smernice ter cilji, določeni na višjih ravneh.

Usklajenost strategije razvoja turizma z drugimi razvojnimi strategijami na različnih ravneh zagotavlja, da se turistični sektor v Mestni občini Murska Sobota razvija v skladu z večdimenzionalnim pristopom, ki upošteva širši kontekst in prispeva k celovitemu družbenemu napredku.

Hkrati pa bo usklajenost strategije s širšimi cilji omogočala tudi pospešeno črpanje sredstev na nacionalni in evropski ravni. S tem, ko se strategija turizma v Mestni občini Murska Sobota skladno povezuje z nacionalnimi in evropskimi smernicami, programi ter prioritetami, se ustvarjajo ugodni pogoji za pridobivanje finančnih virov ter podporo za izvajanje turističnih projektov.

EVROPSKA RAVEN

Strategija se nanaša na ključne evropske strategije in sicer na:

- *Strategijo EU za Alpsko regijo,*
- *Strategijo EU za Jadransko-jonsko regijo,*
- *Strategijo EU za Podonavje,*
- *Načrt EU za okrevanje in odpornost,*
- *Program evropske kohezijske politike 2021–2027,*
- *Strategijo EU 2020,*
- *Strategijo za trajnostno in pametno mobilnost.*

NACIONALNA RAVEN

Na nacionalni ravni so cilji in ukrepi strategije usklajeni z naslednjimi strategijami:

- *Strategijo slovenskega turizma 2022–2028,*
- *Strategijo razvoja Slovenije 2030,*
- *Slovensko strategija pametne specializacije,*
- *Strategijo pametne specializacije 2030,*
- *Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026,*
- *Zeleno shemo slovenskega turizma,*
- *Strategijo razvoja prometa v Republiki Sloveniji do leta 2030.*

LOKALNA IN REGIJSKA RAVEN

Na lokalni in regijski ravni je strategija skladna z:

- *Regionalnim razvojnim programom Pomurske regije za obdobje 2021–2027,*
- *Strategijo lokalnega razvoja LAS Goričko 2020 za programsko obdobje 2014–2020,*
- *Celostno prometno strategijo Mestne občine Murska Sobota,*
- *Trajnostno urbano strategijo Mestne občine Murska Sobota,*
- *Občinski program varstva okolja Mestne občine Murska Sobota.*

