

Povzetek analize stanja Regionalnega razvojnega programa Notranjsko-kraške regije za obdobje 2007-2013 (program Turizem)
in
izhodišča za pripravo programa Turizem v okviru Regionalnega razvojnega programa Notranjsko-kraške regije za obdobje 2014 - 2020

Področje turizma predstavlja kompleksno investicijsko področje, v katerega je bilo v preteklem programskem obdobju vložena veliko dela, nekoliko manj pa finančnih virov. Istoimenski program je bil v prejšnjem Regionalnem razvojnem programu Notranjsko-kraške regije za obdobje 2007-2013 (v nadaljevanju: RRP 2007-2013) usmerjen v doseganje naslednjih ciljev:

- a) Razvoj turistične dejavnosti preko spodbujanja javno-zasebnega partnerstva pri enovitem in strateškem upravljanju ter investicijah v podporno infrastrukturo.
- b) Podaljšati čas bivanja obiskovalcev v regiji iz trenutnih 3 do 6 ur na 9 ur.
- c) Dvig prepoznavnosti in konkurenčnosti Notranjsko-kraške regije na področju turistične ponudbe.

Program je obsegal sledeča dva ukrepa: (1) **Razvoj novih storitev/programov in povezovanje turističnih ponudnikov (vzpostavitev destinacijskega managementa)** ter (2) **Investicije v novo in obstoječo turistično infrastrukturo**. V nadaljevanju predstavljamo ključne ugotovitve v zvezi z aktivnostmi in doseženimi cilji v okviru teh ukrepov.

1. Ukrej: Razvoj novih storitev/programov in povezovanje turističnih ponudnikov (vzpostavitev destinacijskega managementa)

- Glavni nosilec turizma je Postojnska jama d.d., saj Postojnsko jamo letno obiše okoli pol milijona turistov. Če pogledamo statistične podatke prihodov turistov, ki so vezani na prenočevanje v regiji, vidimo, da je na npr. leta 2011 zabeleženo, da je regijo obiskalo 40.254 obiskovalcev. Statistični podatki o obiskih posameznih turističnih znamenitosti pa kažejo drugačno sliko (ta številka je precej večja).

Tabela 1: Število obiskov posameznih regijskih turističnih zanimivosti

Znamenitost / leto	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Postojnska jama	519.978	513.757	564.434	548.424	498.880	492.266	521.105
Predjamski grad	104.542	96.289	117.938	115.079	-	-	-
Jama pod Predjamskim gradom	9.829	9.072	7.725	6.133	5.552	8.300	4.956
Križna jama, Bloška polica	3.724	3.808	3.379	4.935	5.100	6.277	5.749
Pivka jama in Črna jama	2.537	2.357	3.178	3.509	2.851	2.672	3.256
Park vojaške zgodovine Pivka	-	3.565 ¹	9.491	11.484	13.547	15.422	25.575

¹ Začetek delovanja

grad Snežnik	-	-	-	19.103	28.769	21.962	20.275
Skupaj	640.610	628.848	706.145	689.564	554.699	546.899	580.916

* Vir: SURS (SURS je podatke zbiral do leta 2008); za leto 2011 so podatki pridobljeni s strani upravljavcev turističnih znamenitosti

- V aktualnem programskem obdobju je bil velik del aktivnosti usmerjen v razvoj Notranjsko-kraške regije kot prepoznavne turistične destinacije. V ta namen je bila leta 2009 vzpostavljena krovna tržna znamka Zeleni kras, s katero povečujemo prepoznavnost območja in celotne ponudbe. Ime neposredno poudarja ključno značilnost pokrajine - zeleni kraški svet - torej kras, ki je zelen, kar ga naredi enkratnega v Sloveniji. Hkrati pa z imenom poudarjamo ohranjenost naravnega okolja in okolju prijazen nadaljnji razvoj.
- Od vzpostavitve znamke se promocija zlasti na domačem trgu izvaja s skupnim nastopom ponudnikov pod enotno znamko.
- Narejen je bil popis turistične ponudbe Zelenega krasa. Popisana so bila vsa prenočišča, gostinska ponudba, turistične in ekološke kmetije, naravne in kulturne znamenitosti (jame, gradovi, jezera, živalstvo in rastlinstvo, tematske poti) ter možnosti aktivnega preživljanja prostega časa (pohodne in kolesarske poti, ježa konjev, trekingi,...).
- Na osnovi popisa je pretežni del te ponudbe predstavljen na spletni strani www.zelenikras.si, ki je trenutno na voljo v slovenskem in angleškem jeziku. V pripravi je nadgradnja strani (vsebinska, tehnična in oblikovna prenova), ki sledi razvoju digitalnega marketinga.
- Leta 2012 je bila vzpostavljena programska rešitev za spletno prodajo vstopnin in integracijo s sistemom avtomatskega štetja obiskovalcev (ticketing sistem), ki ga že uporabljajo Postojnska jama, Park vojaške zgodovine Pivka, Notranjski muzej Postojna in občina Postojna.
- Organizirano so turistični ponudniki sodelovali na različnih sejmih doma in v tujini, izdelani so bili turistično promocijski filmi (krajši in daljši o Zelenem krasu ter šest občinskih filmov), izdanih je bilo pet turističnih brošur ter drugi promocijski materiali, velik poudarek je bil na zunanjem oglaševanju Zelenega krasa po Sloveniji.
- Potekalo je izobraževanje za turistično vodenje po celotnem območju Zelenega krasa. Pogoje za pridobitev licence je izpolnilo 48 vodnikov.
- Razvitih je nekaj novih integriranih produktov, ki vključujejo različne turistične in kmetijske ponudnike in so zasnovani za naslednje ciljne skupine: aktivni uporabniki, družine, uporabniki izobraževalnih vsebin. Upravljanje in trženje teh produktov še ni vzpostavljeno.

Z uvajanjem znamke Zeleni kras je regija že v manjši meri prepoznana kot samostojna turistična destinacija. Leta 2012 se je začel proces vzpostavitve Regionalne destinacijske organizacije Postojnska jama-Zeleni kras, s katerim naj bi regija zagotovila ključne pogoje za pospešen razvoj turizma in sistematično okrepila povezovanje in sodelovanje pri skupnem načrtovanju, oblikovanju in trženju turizma.

2. Ukrep: Investicije v novo in obstoječo turistično infrastrukturo

Ta ukrep je bil usmerjen v doseganje naslednjih ciljev:

- a) Načrtovanje javnih naložb, ki podpirajo razvoj turizma ter doseči skupna vlaganja tako javnega kot zasebnega kapitala (javno-zasebno partnerstvo).
- b) Izboljšanje dostopnosti in dvig ravni splošne in turistične infrastrukture.

Analiza stanja na tem področju kaže sledeče:

- Prenočitvene zmogljivosti se izboljšujejo, predvsem na turističnih kmetijah in v gostiščih, ter po številu apartmajev in zasebnih sob. Hotelske zmogljivosti so na voljo le v občinah Postojna in Cerknica, ostale občine slednjih nimajo.
- V obdobju 2007-2011 je bilo realiziranih 271.226 nočitev, kar pomeni da doseganja kazalnika ukrepa do leta 2013 (230.680 novih nočitev v letu 2013) ni realno pričakovati.
- Glede na podatke SURS, ki spremlja prihode turistov glede na njihovo prijavo na nastanitev, lahko ugotovimo dolžino njihovega obiska na našem območju. Po teh podatkih ostajajo domači gosti pri nas v povprečju 1,4 dneva in tuji gosti v povprečju 2,4 dneva. Na podlagi teh podatkov je presežen zastavljeni cilj programa, po katerem bi do leta 2013 dosegli 9 ur bivanja posameznega turista v regiji. Podatki o zasedenosti ležišč sicer kažejo, da smo v letu 2010 v odnosu do drugih statističnih regij zasedli 8. mesto, v zimski sezoni pa celo zadnje mesto. To je tudi posledica tega, da v naši regiji ni razvitega stacionarnega turizma (npr. smučišča, zdravilišča). Nujno je torej treba delati na desezonalizaciji in na razvoju produktov, ki bodo zanimivi celo leto.
- V obravnavanem obdobju je bilo v turistično infrastrukturo vloženo dobrih 4,9 milijona evrov. Gre za projekte, ki so bili sofinancirani iz različnih evropskih skladov. Največ sredstev je bilo realiziranih v občini Postojna (dobrih 2,5 mio evrov za ureditev Notranjskega muzeja Postojna ter postavitve razstav² v tem muzeju in pri Postojnski jami) in Pivka (dobrih 900.000 evrov za ureditev Parka vojaške zgodovine). Okoli 1,7 milijona evrov je bilo iz programa Leader namenjenih za manjše projekte, od tega dober milijon evrov v okviru razpisa LAS Društva za razvoj podeželja med Snežnikom in Nanosom in 660.000 evrov v okviru razpisa LAS Od Idrije do Kolpe.
- Povečalo se je število ponudnikov prenočišč (vsaj 300 novih ležišč). Zgrajena oziroma obnovljena sta bila dva nova hotela v Postojni, v drugih občinah pa so bile predvsem registrirane nove turistične kmetije.
- V vsaki občini so vzpostavljeni turistično informacijski centri (TIC). Z nakupom multivizijske in druge potrebne opreme za delovanje centrov je omogočeno nudenje enotnih in celovitih informacij o turistični ponudbi celotne regije in ostalih storitvah, ki jih potrebujejo obiskovalci.
- Vzpostavljenih je bilo tudi nekaj novih tematskih poti. Vsi projekti so v glavnem sofinancirani s sredstvi evropskih skladov, v manjši meri (predvsem večji projekti kot je izgradnja hotela) je turistična infrastruktura zgrajena na podlagi javno-zasebnega partnerstva.

² postavitve stalne muzejske razstave v Notranjskem muzeju in postavitve zbirke pri Postojnski jami sta aktivnosti, ki trenutno še potekata v okviru projekta Museumcultour, Jadranski čezmejni program IPA

Glede na analizo stanja in realizacijo aktualnega RRP za novo programsko perspektivo predlagamo naslednjo strukturo RRP na področju turizma.

PROGRAM: TURIZEM

Cilji programa:

- Povečati obseg turistične dejavnosti v regiji
- Turizem kot dejavnost naj postane ena vodilnih gospodarskih panog v regiji
- Povečati prepoznavnost turistične destinacije Zeleni kras

Kazalnik rezultatov programa Turizem:	Vrednost kazalnika Turizem leta 2020:
Dvig BDP iz turistične dejavnosti	Zadvigniti delež BDP iz turistične dejavnosti
Dvig dodane vrednosti v turističnem gospodarstvu	Za% dvigniti DV iz turistične dejavnosti
Podaljšan čas bivanja obiskovalcev v regiji	V povprečju iz sedanjih 1,9 dni na 2,5 dni

1. Ukrep: Upravljanje destinacijskega managementa

Cilji ukrepa:

1. Vzpostaviti destinacijski management, ki bo zagotavljal izvajanje vseh funkcij regionalne destinacijske organizacije: razvojno, operativno, distribucijsko in promocijsko
2. Povezovati turistično ponudbo na ravni regije v inovativne integralne turistične produkte
3. Zagotoviti sistem učinkovitega trženja ter prodaje turističnih produktov destinacije Zeleni kras
4. Dvigniti kvalitativno raven turistične ponudbe
5. Spodbujati verige lokalnih dobaviteljev
6. Razvijati novo zeleno turistično ponudbo ter nova delovna mesta v turizmu in v povezavi s turizmom
7. Spodbujati dvig kompetenc zaposlenih v turizmu ter uvajati sodobne modele upravljanja (ekološki menedžment)

K tako zastavljenim ciljem bi lahko prispevale sledeče aktivnosti:

- zagotovitev učinkovitega in trajnega modela organiziranosti za izvajanje funkcij regionalne destinacijske organizacije,
- priprava in izvajanje strategije razvoja turistične destinacije s predvidenimi letnimi plani dela,
- povezovanje ponudnikov za razvoj integralnih turističnih produktov ter povezovanje s sosednjimi destinacijami pri razvoju skupnih produktov in nastopanju na tujih trgih,
- vzpostavitev javno-zasebnega partnerstva za učinkovito trženje in zagotavljanje tržnih učinkov na ravni regije,
- izvajanje izobraževanj in usposabljanj v turizmu,
- generiranje nove turistične ponudbe, ki podpira znamko Zeleni kras,

- razvijanje specializiranih in nišnih turističnih produktov, ki vplivajo na desezonalizacijo turizma.

Kazalnik rezultatov ukrepa Upravljanje destinacijskega managementa	Vrednost kazalnika leta 2020
Delovanje RDO in izvajanje vseh njegovih funkcij	Delujoč RDO
Število integralnih turističnih produktov	Vsaj 10 integralnih turističnih produktov
Dvig števila obiskovalcev	2-4 % letna rast turističnega obiska
Zadovoljstvo obiskovalcev s kakovostjo ponudbe	Povprečna ocena najmanj 7/10
Število vključenih lokalnih dobaviteljev	Najmanj 20 lokalnih proizvajalcev oz. pridelovalcev
Dvig števila delovnih mest v turizmu	20 % povečanje
Število pridobljenih okoljevarstvenih certifikacijskih shem v regiji	5 novih ekoloških znakov

2. Ukrepi: Investicije v novo in obstoječo turistično infrastrukturo

Cilji ukrepa:

- Zagotoviti investicije javnega sektorja v novo, okolju prijazno turistično in rekreacijsko infrastrukturo za generiranje ponudbe zasebnega sektorja na področju turizma (uporaba naravnih materialov pri gradnji turistične infrastrukture, čim manjša okrnjenost naravnega okolja pri investicijah)
- Posodobiti obstoječo dotrajano turistično in rekreacijsko infrastrukturo in zagotoviti upravljanje le-te
- Spodbujati zasebna vlaganja v turistično in rekreacijsko infrastrukturo ter s tem obogatiti turistično ponudbo in podaljšati čas povprečnega turističnega obiska v regiji
- Spodbujati trajnostno mobilnost (spodbujanje uvajanja različnih oblik trajnostne mobilnosti med posameznimi turističnimi točkami)

K tako zastavljenim ciljem bi lahko prispevale sledeče aktivnosti:

- investicije v primarno turistično in rekreacijsko infrastrukturo (nastanitvene kapacitete, parkirišča za avtodome, eko-kampi,...)
- investicije v sekundarno turistično in rekreacijsko infrastrukturo (označevalna infrastruktura, tematske poti, rezervacijski sistem,...)
- spodbude lokalnih skupnosti pri vlaganjih v turistično dejavnost
- priprava večjih infrastrukturnih projektov (celostne teritorialne investicije) v okviru javno-zasebnega partnerstva
- uvajanje novih oblik trajnostne mobilnosti med posameznimi turističnimi točkami

Kazalnik rezultatov ukrepa Investicije v novo in obstoječo turistično infrastrukturo	Vrednost kazalnika leta 2020
Vrednost investicij javnega sektorja v turistično infrastrukturo	30 mio EUR
Vrednost investicij zasebnega sektorja v turistično infrastrukturo, sofinanciranih s strani javnih sredstev	10 mio EUR
Število novih ležišč v regiji	500 novih ležišč
Obseg ponudbe trajnostne mobilnosti	10 vzpostavljenih ponudb trajnostne mobilnosti