

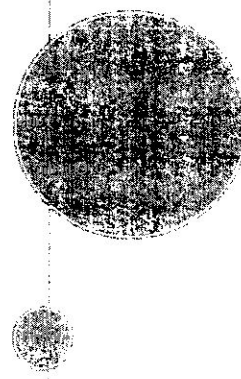
ZAVOD ZA TURIZEM IN KULTURO ŽIROVNICA

STRATEŠKI RAZVOJNI PROGRAM
ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO
ŽIROVNICA

ZA OBDOBJE 2012 – 2016 S SMERNICAMI ZA 2020

Avtor: Maja Zupan

September 2012



KAZALO

1	UVOD	3
2	ANALIZA STANJA.....	4
2.1.	ORGANIZIRANOST TURIZMA	4
2.2.	TRENTNO STANJE TURIZMA V OBČINI ŽIROVNICA	4
2.2.1	PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA OBČINE ŽIROVNICA.....	4
2.2.2	SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA OBČINE ŽIROVNICA.....	4
2.3.	SWOT MATRIKA	6
3	TRENDI TURIZMA.....	8
4	POSŁANSTVO, VIZIJA IN VREDNOTE ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO ŽIROVNICA.....	8
4.1.	POSŁANSTVO ZTK ŽIROVNICA	8
4.2.	OPREDELITEV VIZIJE	9
4.3.	OPREDELITEV VREDNOT	9
5	CILJI IN PREDNOSTNE USMERITVE, POVZETE IZ RAZVOJNEGA PROGRAMA OBČINE ŽIROVNICA 2009-2016 Z ELEMENTI DO LETA 2020	9
6	KONKRETIZACIJA UKREPOV ZA DOSEGANJE RAZVOJNIH CILJEV NA PODROČJU TURIZMA Z AKCIJSKIM NAČRTOM (PROJEKTI S TERMINSKIM PLANOM)	11
7	ZAKLUČEK.....	19
8	PRILOGE	20

1 UVOD

V strategiji Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma za obdobje 2012 – 2016, sprejeti s strani Vlade RS, 7.6.2012, poimenovani »Partnerstvo za trajnostni razvoj«, je osrednja pozornost namenjena **trajnostnemu turizmu kot konceptu razvoja slovenskega turizma**, ki se mora implementirati v vse oblike, sfere in produkte turizma. Gre za upravljanje vseh virov na način, da se zadovoljujejo gospodarske, družbene in kulturne potrebe, medtem ko se ohranja kulturna integriteta, nujni okoljski procesi ter biološka diverziteteta (definicija UNEP).

Trajnostni turizem z vključenimi vsemi tremi stebri razvoja (okolje, gospodarstvo, družba in kultura) je prioritetna razvojna usmeritev tako evropskega turizma (EU) kot mednarodne skupnosti na tem področju (UNWTO) ter mednarodnih organizacij, katerim se Slovenija pridružuje (OECD).

V **Razvojnem programu Občine Žirovnice za obdobje 2009 – 2016 z elementi do leta 2020** vizija razvoja temelji na treh ključnih ciljih, ki dejansko predstavljajo stebre trajnostnega razvoja; v tem primeru občine. Občina Žirovnica je trajnostni razvoj akceptirala kot lastni razvojni koncept in s tem postavila temelje za dokončno prepoznanje trajnostno usmerjenega razvoja turizma vseh deležnikov mikro destinacije kot priložnost.

Vsa ta dejstva zahtevajo jasno razvojno politiko v prihodnjem obdobju.

Dokument Strateški razvojni program ZTK Žirovnica za obdobje 2012-2016 s smernicami za 2020 obravnava in predlaga v poslovanju in delovanju usmerjenost k najsodobnejšim trendom na področju turizma s posebnim poudarkom na:

- trendih trajnostnega razvoja turizma,
- trendih v trženju turizma in
- trendih pri razvoju posameznih integralnih turističnih produktov.

Rezultat analize je prikazan v analizi prednosti in slabosti turistične ponudbe destinacije in v identifikaciji tržnih priložnosti in potencialnih nevarnosti; aktivnosti pa so podane v programskih sklopih. Nekatere se že izvajajo v okviru projektov, opredeljenih v Razvojnem programu Občine Žirovnica, drugi so nakazani kot razvojne priložnosti ali so v pripravi.

Pomembno se je zavedati, da turizma ne moremo razvijati samostojno in da je nujno povezovanje, zato program razvoja turizma v Občini Žirovnica temelji na partnerskem odnosu tudi s sosednjimi občinami in turističnimi gospodarstvi širšega območja.

Hkrati pa je nujen razvoj močnega lokalnega partnerstva, kjer odgovornost za razvoj turizma prevzemajo podjetniki v turistični branži, lokalna skupnost ter civilna družba.

Pri snovanju strateškega razvojnega programa Zavoda za turizem in kulturo Žirovnica za prihodnja leta smo izhajali iz strateških usmeritev, ki jih opredeljujejo:

- **Razvojni program Občine Žirovnica 2009 – 2016 z elementi 2020,**
- Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma (RNUST 2012-2016),
- Pobude, predlogi društev v občini Žirovnica,
- Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT),
- Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (ZUJIK),
- Program dela Slovenske turistične organizacije,
- Turistična politika RS (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Direktorat za turizem).

2 ANALIZA STANJA

2.1. ORGANIZIRANOST TURIZMA

Institucionalna raven

Zavod za turizem in kulturo Žirovnica (ZTK Žirovnica) je bil ustanovljen 23.11.2004 z odlokom Občine Žirovnica z namenom izvajanja dejavnosti, ki so v javnem interesu na področju spodbujanja razvoja turistične dejavnosti in dejavnost na področju kulture.

Zavod je torej ustanovljen z namenom opravljanja javne službe na področjih turizma in kulture na način, ki bo omogočal jasno pozicioniranje občine Žirovnica kot turistične mikro destinacije z izvirno in prepoznavno kulturno identiteto ter z natančno določenimi primerjalnimi in konkurenčnimi prednostmi; kar bo posledično vodilo do možnosti za inovativen marketinški pristop trženja celovite ponudbe.

Zavod je upravljevec rojstne hiše Matija Čopa v Žirovnici, Janševega čebelnjaka na Breznici in Kulturnega doma dr. France Prešeren na Breznici. Z odločbo Ministrstva za kulturo Republike Slovenije (prej MK danes MIZKŠ) pa od 1. 1. 2010 do 31.12.2013 tudi zakupnik rojstnih hiš dr. Franceta Prešerna v Vrbi in Franca Saleškega Finžgarja v Doslovčah.

Zavod uspe trenutno le delno povezovati turistične dejavnike in sodelovati z društvenim in zasebnim sektorjem (ni večjega interesa s strani potencialnih udeležencev) z namenom, da se doseže trajnostni razvoj in učinkovita promocija in trženje turistične ponudbe zaokroženega turističnega mikro območja.

V občini Žirovnica lahko govorimo zgolj o izletniškem turizmu, ki se izvaja na institucionalni ravni. Zasebni sektor brez večje iniciative po sodelovanju in povezanosti ponudbe nudi prenočitvene zmogljivosti, gostinske ter ostale storitve.

Turistično društvo Žirovnica je pred desetletji že uspešno oralo ledino na področju oživljanja turistične ponudbe vasi pod Stolom. Aktivnost članov društva je v zadnjih letih popolnoma zamrla. Tako Zavod za turizem in kulturo Žirovnica išče organizacijsko pomoč pri aktivnih društvih in posameznikih v občini: na podlagi predstavitve idej oz. programa dela.

2.2. TRENUTNO STANJE TURIZMA V OBČINI ŽIROVNICA

2.2.1 PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA OBČINE ŽIROVNICA

Na območju občine Žirovnica je izjemno veliko število kulturnih znamenitosti in naravnih vrednot, a med njimi le kulturni spomeniki državnega pomena dosegajo turistično prepoznavnost v slovenskem in širšem merilu.

Naravne vrednote, kulturna, arheološka in tehniška dediščina se predstavljajo ločeno, kot samostojna znamenitost in ne obstajajo v integralnih turističnih proizvodih.

2.2.2 SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA OBČINE ŽIROVNICA

Analiza nastanitvenih zmogljivosti

Nastanitvene zmogljivosti so pereč problem (struktura, zasedenost). V letu 2011 je občina Žirovnica razpolagala skupaj s 146 ležišči v vseh vrstah turističnih nastanitvenih objektov. 61% ležišč se nahaja v planinskih domovih. Primerjalno velik delež, ki odpade na planinska društva in nizka zasedenost teh ležišč vpliva na nizko, zgolj 6% povprečno zasedenost vseh ležišč.

Primanjkuje kakovostnih majhnih ponudnikov. Občina Žirovnica prvenstveno ne želi biti stacionarna mikro destinacija, ima pa priložnost za razvoj kakovostne manjše nastanitvene ponudbe, kamp nastanitve ter obnovitve objektov stare arhitekturne dediščine, ki bi lahko z izvirno ponudbo služili turističnemu namenu.

Grafični prikazi relevantnih podatkov je v poglavju 8. Priloge.

Analiza gostinske ponudbe in ponudbe lokalnih izdelkov

Na območju je 10 gostinskih obratov. Glede na trende v ostalih državah in sorazmerno dobro domačo oskrbo, ekološko pridelana hrana ni v zadostni meri vključena v turistično ponudbo.

V ponudbi gostincev in v okviru dogodkov v občini ni lokalne in avtentične hrane, ki izhaja iz tradicije in zgodovine (npr. prosena kaša pripravljena na različne načine in medeni kulinarčni izdelki).

Analiza tematskih poti in športno-rekreativne infrastrukture

Po občini Žirovnica pelje najstarejša slovenska literarno-tematska pot - Pot kulturne dediščine Žirovnica. Razpolagamo z več pohodniško srehajalnimi, konjeniškimi in kolesarskimi potmi, ki so pomanjkljivo označene.

Pregled turistične športno-rekreativne infrastrukture pa pokaže, da imamo dva elementa ponudbe, Golf Bled in večnamensko Dvorano pod Stolom. Pomanjkljiva je je ponudba športne infrastrukture na prostem, obstajajo pa potenciali za turistično rekreacijo predvsem v dolini Završnice in planinah pod Stolom.

Analiza prireditev in spominskih hiš

V občini Žirovnica je skozi vse leto relativno veliko prireditev na občinski ravni, ki predstavljajo v največji meri popestritev dogajanja za domačine. Društva termine prireditev z Zavodom in medsebojno vedno ne usklajujejo. Ključne prireditve, ki bi prispevale k večji prepoznavnosti občine, so premalo osredotočene na učinek trženja.

Na območju je izrazita muzejska ponudba spominskih sob in rojstnih hiš velikih mož. Popis dediščine beleži pet spomenikov državnega pomena (Prešernova rojstna hiša v Vrbi, Finžgarjeva rojstna hiša v Doslovčah, Vaška lipa v Vrbi, Cerkvica sv. Marka v Vrbi in Ajdna), ki pa ne dosežejo niti procenta obiska tujih obiskovalcev v celotni strukturi obiskovalcev.

Grafični prikazi relevantnih podatkov je v poglavju 8. Priloge.

Analiza turističnih proizvodov

Pod krovno turistično blagovno znamko Pot kulturne dediščine tržimo produkt pohoda in turistično čebelarški produkt, poimenovan V zibeiki slovenske kulture in čebelarstva. Gre za edina produkta, ki sta z vključujočo ponudbo pozicionirana in tržno segmentirana.

Niti zasebni ponudniki turističnih storitev niti društva ne prepoznajo turistične dejavnosti kot propulzivne panoge in nimajo večjega interesa za povezovanje ponudbe oz. širjenje dejavnosti.

Analiza turističnega povpraševanja

Število obiskovalcev, ki prihajajo v občino, se podobno kot drugod v Sloveniji ne meri. V veliki meri še vedno velja, da to ni zaželena oblika turizma – a učinki so majhni le takrat, ko ponudba ni razvita in ko

turist dejansko nima prave možnosti za potrošnjo. Območje ima glede na lego velik potencial za izkoriščanje tokov tranzitnega in poslovnega turizma.

Največjo priložnost in potencial pa predstavljajo domači in tuji gostje, ki so za stacionarno destinacijo izbrali Bled, Bohinj, Kranjsko Goro ali Lesce (Kamp Šobec). Vedno več je povpraševanja po parkirišču za avtodome in možnostih aktivnega preživljanja prostega časa v naravi (kolesarjenje, pohodništvo, jahanje...) ter nočitvami v naravi.

Analiza trženja

Krovna turistična blagovna znamka

V letu 2011 je krovna znamka skozi produkt kulturnega pohoda in čebelarstvo-turistične poti ponovno oživela. Znamka je dopadljiva in tržno privlačna ter komunikacijsko močna. V slovenskem prostoru že uspeva dosegati določeno prepoznavnost

Trženjske aktivnosti

Sodelovanje na ravni regije (Regionalna destinacijska organizacija Gorenjska) se je šele pričelo v letu 2011 v okviru skupnega projekta gorenjskih občin.

V okviru poslovanja muzejskih hiš in sejmskih aktivnosti se izdaja trženjsko promocijsko gradivo, ki še ne dosegajo želenega učinka.

Ponudbo ni prilagojena različnim ciljnim skupinam (je prilagojena zgolj društvom in šolski populaciji) niti ni še vzpostavljenih učinkovitih prodajnih poti

Analiza organiziranosti

Turizem je prioriteta na ravni občine. Občina Žirovnica nima TIC-a niti ne turističnega društva. Njuni vlogi, kakovostno informiranje gostov in izvajanje operativnih nalog izvajanja številnih prireditev, poskuša po najboljših močeh opravljati zavod.

Počasi se vzpostavljajo povezave z STO (vertikalna povezava) in ostalimi zavodi na Gorenjskem (horizontalna povezava).

2.3. SWOT MATRIKA

V SWOT matriki so opredeljene:

- a. PREDNOSTI z namenom, da jih izkoristimo pri razvoju in trženju na ravni mikro destinacije;
- b. SLABOSTI z namenom, da jih odpravimo z različnimi možnimi ukrepi;
- c. PRILOŽNOSTI z namenom, da jih spremenimo v prednosti in torej izkoristimo;
- d. NEVARNOSTI z namenom, da se jim uspešno izognemo.

a. PREDNOSTI	b. SLABOSTI
➤ pridni in sposobni ljudje ➤ izjemno bogata kulturna dediščina tudi z več spomeniki državnega pomena ➤ naravno okolje z visoko biotsko in krajinsko pestrostjo ➤ dostopnost (železnica, AC) ➤ ugodna geografska lega ➤ dve geografski enoti ➤ visoka kvaliteta prostora ➤ žive in ohranjene planine ➤ tradicija konjenišstva in čebelarstva ➤ v bližini razviti turistični kraji z velikim številom stacionarnih turistov (Bled, Bohinj, Kranjska Gora), ➤ vodni vir (Završnica), ➤ najstarejša tematska pot, ➤ zavarovana območja, ➤ organizacija tradicionalnih in drugih prireditev	➤ premalo izkoriščene naravne in kulturne danosti za razvoj turizma ➤ pomanjkanje turističnih namestitvenih kapacitet (turistični penzioni, turistične kmetije, apartmaji ipd.) ➤ pomanjkanje in neustrezna urejenost športne in rekreacijske infrastrukture ➤ prometna obremenjenost vaših jeder ➤ občina nima središča ➤ ni povezave in poslovnega sodelovanja z igriščem za golf ➤ pomanjkanje kadra za podjetništvo v turizmu in kulturi ➤ preskromna, neprimerna in neprepoznavna gostinska ponudba, ➤ ni bilo razvojne vizije ZTK Žirovnica ➤ premajhna podjetniška iniciativa, ➤ slabo razvita turistična infrastruktura (kolesarske steze, ceste, ...). ➤ nezadostna funkcionalna usposobljenost za delo v turizmu, ➤ nezainteresiranost lokalnega prebivalstva, ➤ politika zaposlovanja kadrov v turizmu, ➤ ni vlaganj v turistično infrastrukturo.
c. PRILOŽNOSTI	d. NEVARNOSTI
➤ bližina mednarodnih letališč (Brnik, Celovec, Trst) ➤ bližina obstoječih in potencialnih turist čnih trgov, ➤ rast povpraševanja po tradicionalnih in doživljajskih tematskih izletih in dogodkih ➤ rast povpraševanja po domači in ekološki hrani ➤ razvoj dopolnilnih dejavnosti na kmetij – možnost novega zaposlovanja, ➤ možnosti razvoja sonaravnega turizma, ➤ trend gibanja in zdravega načina življenja pohodništvo, kolesarjenje, ... ➤ razvoj integriranih turističnih produktov (konji, med kulinarika, ...). ➤ pomanjkanje urejenih piknik prostorov v okolici, ➤ sodelovanje obmejnih regij, ➤ razvoj prireditev, ➤ razvoj turistične infrastrukture, ➤ razvoj celoletnega izletniškega turizma, ➤ izkoriščanje pitne vode,	➤ nizka absorpcijska sposobnost za črpanje EU sredstev, ➤ pomanjkanje lastnih sredstev, ➤ različni interesi v okolju, ➤ onesnaženost okolja, ➤ masovni turizem ob neustrezni infrastrukturi, ➤ neosveščenost lokalnega prebivalstva, ➤ nepripravljenost partnerjev in turističnih ponudnikov za sodelovanje

3 TRENDI TURIZMA

Kakšno je novo povpraševanje – kakšen je nov turist in kakšen zato potreben koncept razvoja turizma?

- Cenjene in iskane so drugačnost, pristnost in naravnost.
- V ospredje preferenc turistov stopa zdrav način življenja in zdrava prehrana.
- Ne želijo biti del množice, ravno nasprotno: želijo se razlikovati.
- Iščejo nova izkustva v celotni destinaciji in ne le na enem mestu, ker jemljejo počitnice kot »širitev – podaljšek« načina svojega življenja.
- Njihova gledanja in navade se odražajo v drugačnem, vzdržnem odnosu do narave z motivacijo: »glej in uživaj, vendar ne uničuj« in do kulturne drugačnosti, ki jo zaradi večje informiranosti bolje razumejo in cenijo; želijo se infiltrirati med domačine in vsaj v času počitnic biti del t.i. »lokalne folklore«.
- Njihova osnovna zanimanja in interesi so: biti aktiven in spoznavati še nepoznano. Osredotočenost je na aktivnostih in novih spoznanjih (What to do & What to see and discover) in so zato podrobnosti o potovanju drugotnega, bolj obrobne pomena.

Tako politika na evropski ravni kot tudi Slovenija se je zavezala k razvoju **trajnostnega turizma**. Le turizem, ki temelji na ekonomski uspešnosti turističnega poslovanja ter je hkrati prizanesljiv in konstruktiven do naravnega, kulturnega in socialnega okolja, je lahko konkurenčen tudi v prihodnosti.

V Sloveniji trajnostni razvoj turizma kot eno od temeljnih načel, poleg RNUST, opredeljuje tudi Zakon o spodbujanju razvoja turizma. Trajnostni turizem, ki svojo ponudbo razvija na podlagi izvirnih doživetij je povezan z nizkimi naložbami, je ekološko in kulturno sprejemljiv in ustvarja višjo dodano vrednost; pri tem pa ne smemo zanemariti zaželenih naložb v razvijanje socialne kompetence.

Število prihodov in prenočitev turistov v destinaciji ni več edino merilo uspešnosti, pač pa mora uspešna turistična destinacija razumeti koristi, ki jih imajo lokalne skupnosti od turizma. Poleg ustvarjene dodane vrednosti pomembno vlogo igra tudi podatek, kolikšen je strošek turizma za lokalno okolje in kulturo. Primerjava obeh kategorij da končno bilanco uspešnosti.

4 POSLANSTVO, VIZIJA IN VREDNOTE ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO ŽIROVNICA

Za učinkovito odzivanje na različne pogoje dinamičnega, konkurenčnega okolja turistične dejavnosti potrebujemo jasno poslanstvo, vizijo in vrednote. Jasna opredelitev naštetega so temelj učinkovitega načrtovanja in učinkovitih strategij.

4.1. POSLANSTVO ZTK ŽIROVNICA

Podlaga za oblikovanje poslanstva je tisto, kar je vsem deležnikom turistično-kulturne dejavnosti v občini Žirovnica skupno. Pri tem je torej pomembno, da znamo odgovoriti na sledeča vprašanja:

- Kdo so vsi deležniki?
- Kakšni so njihovi interesi?
- Kakšen je njihov prispevek?

V razvitih turističnih destinacijah so vloge in naloge javnega, civilnega in zasebnega sektorja konkretno opredeljene.

Vloga in naloge javnega sektorja pri razvoju turizma

Kljub temu, da je turizem domena zasebnega gospodarskega sektorja in podjetništva, imajo subjekti javnega sektorja in še posebej občine ključno vlogo pri zagotavljanju dolgoročne uspešnosti pri razvoju turizma na določenem območju. Gre za zagotavljanje ustrezne gospodarske razvojne politike, skladno s strateškimi usmeritvami, torej zagotavljanje politike trajnostnega razvoja turizma, ki ohranja ustrezna razmerja med gospodarskim razvojem in varovanjem okolja. Pri tem pa izrecno mislimo na načrtovanje rabe okolja in prostora, vzpostavitev in skrb za urejeno komunalno infrastrukturo, urejanje prometnega režima ter vzpostavitev in skrb za osnovno javno turistično infrastrukturo in njeno ustrezno signalizacijo.

Poslanstvo zavoda je opravljanje javne službe na področjih turizma in kulture z uresničevanjem strateško dogovorjenih ciljev; kar pomeni slediti opredeljeni viziji v vseh njenih razsežnostih in v tesnem sodelovanju z vsemi zainteresiranimi deležniki.

4.2. OPREDELITEV VIZIJE

Vizija je predstava o želeni smeri razvoja, s ciljem, kaj želimo postati.

VIZIJA:

*Žirovnica 2020
s kulturo in turizmom v srcu*

Občina Žirovnica bo v slovenskem in čezmejnem prostoru prepoznavna kot trajnostna turistična mikro destinacija, specializirana v doživljanje kulture in čebelarstva, dediščine preteklosti, ustvarjalnosti svojih velikih mož ter izjemne kulturne in naravne krajine.

Aktiviranje potencialov dediščine bo temeljilo na podjetniški pobudi, inovativnejšemu trženju in avtentičnosti ponudbe v sozvočju z dediščino in naravo.

4.3. OPREDELITEV VREDNOT

V nadaljevanju opredeljujemo vrednote, na katerih temelji uresničevanje vizije mikro destinacije:

- celovit trajnostni razvoj turistične dejavnosti,
- pristni medčloveški odnosi, ki bodo ustvarjali sinergijo in pozitivno vplivali na razvoj novih idej v turistični ponudbi in njihovo realizacijo,
- kultura in dediščina,
- šport in rekreacija,
- znanje in kakovost,
- povezovanje.

5 CILJI IN PREDNOSTNE USMERITVE. POVZETE IZ RAZVOJNEGA PROGRAMA OBČINE ŽIROVNICA 2009-2016 Z ELEMENTI DO LETA 2020

V viziji Občine Žirovnica (Razvojni program Občine Žirovnica 2009 – 2016 z elementi do leta 2020) je opredeljeno, da vizija občine temelji na štirih ključnih ciljih. Uresničevanje teh ciljev poteka preko štirih prednostnih usmeritev. Najpomembnejši cilj – **Cilj 1: Postati prepoznavna in zaželena destinacija za doživljanje izvirne slovenske kulture in podeželja**, pa skozi Prednostno usmeritev 1 (Sožitje: kultura, turizem in podeželje) opredeljuje štiri ključne ukrepe:

- Ukrep 1.1.: Javni kulturno-turistični objekti
- Ukrep 1.2.: Sistem tematskih poti in prireditveno-rekreacijskih območij na prostem
- Ukrep 1.3.: Inovativen razvoj in ambicioznejše trženje turizma in kulture
- Ukrep 1.4.: Podjetno podeželje

Prednostna usmeritev 1 je torej neposredno vezana na kulturo in turizem, zato v nadaljevanju podrobneje opredeljujemo **prve tri ukrepe**.

Če želimo uresničiti vizijo, bodo v obdobju, ki ga obravnava strategija potrebne:

- zajetne **investicije v turistično infrastrukturo (Ukrep 1.1. ter 1.2.)** in
 - aktivno ter osredotočeno delo na sledečih področjih, ki kot celota omogočajo **inovativen razvoj in ambicioznejše trženje turizma in kulture (Ukrep 1.3.)** (=strateško razvojno-trženjske prioritete):
1. Izrazito trajnostni razvoj in ponudba integralnih turističnih proizvodov (razvoj edinstvene, prepoznavne in avtentične ponudbe; proizvodov, ki vključujejo zapomnljiva doživetja zgolj po trajnostnih načelih).
 2. Trženje (povezano, okrepljeno, učinkovito in inovativno trženje skozi močno krovno turistično blagovno znamko).
 3. Povezovanje in organiziranost znotraj mikro destinacije (destinacijski management).

Skladno z razvojnimi smernicami, danostmi in možnostmi se bo ZTK Žirovnica zavzemal za **razvoj programskega področja doživljajskega in rekreativnega turizma**; s pomočjo **turističnih produktov kulturnega, čebelarkega, podeželskega in športno-rekreativnega turizma** s ciljem, da:

- postanemo turistično prepoznavna občina na nacionalni ravni in širše,
- izkoristimo obstoječe potencialne ter intenzivno širimo vključevanje kulturne dediščine z zgodbami velikih mož in naravnih vrednot v turistično ponudbo,
- upoštevamo načela trajnostnega razvoja turistične ponudbe s t.i. čimširšo »zeleno verigo« ponudnikov,
- postane turizem vir dohodka za domačine in društva, ki se aktivno vključujejo v turistično ponudbo občine.

Glede na dejstvo, da je Zavodu zaupano izvajanje javne službe na področju turizma in kulture, je ZTK zelo pomemben akter v vlogi pobudnika nadaljnjega razvoja turistične dejavnosti občine. Ob močni podpori in sodelovanju lokalne skupnosti ter zasebnikov, ki se ukvarjajo s tur. oz. turizmom povezanimi dejavnostmi pa bo zagotovljena še uspešnost na tem področju.

Zavod se bo zavzemal za razvoj **trajnostnega turizma**, ki predstavlja možnost, izziv in nujno hkrati. Turistične produkte bomo razvijali v obliki integralnih turističnih produktov na osnovi t.i. modela trajnostnega razvoja turizma.

Razvoj turizma je neizogibno povezan z razvojem lokalnega prebivalstva in njegove kulture. Temu dajemo v programu velik poudarek; s ciljem spoštovanja, sodelovanja in povezovanja civilnega, zasebnega in javnega

Ne smemo pozabiti na povezovanje in iskanje možnosti za vključevanje v integralne turistične produkte območja oziroma regije ter si tako zagotavljati skupno promocijo in trženje.

6 KONKRETIZACIJA UKREPOV ZA DOSEGANJE RAZVOJNIH CILJEV NA PODROČJU TURIZMA Z AKCIJSKIM NAČRTOM (PROJEKTI S TERMINSKIM PLANOM)

Ukrep 1:

Investicije v ureditev obstoječe in nove turistične infrastrukture

Predpogoj za razvoj in zagon turistične dejavnosti v občini je ustrezna turistična infrastruktura, ki ustreza sodobnim trendom in daje poudarek na vsebinah, temelječih na trajnostnih komponentah. Tako nam mora biti ključni cilj, da izboljšamo količino in kakovost ponudbe. Le to je pot do bolj prepoznavne in konkurenčne ponudbe.

Dejstvo je, da so odločitve o izvedbi posamezne investicije v pristojnosti lastnikov objektov in infrastrukture, ki zagotavljajo sredstva v svojih proračunih.

Občina Žirovnica je potrebo po omenjenih investicijah iz svoje pristojnosti prepoznala in jih vključila v svoj razvojni program.

Vloga zavoda kot upravljalca posameznih objektov in turistične infrastrukture je, da z lastnikom aktivno sodeluje pri pripravi, organiziranju in vodenju investicij v vseh fazah investicijskega procesa, po predaji novih ali obnovljenih objektov v uporabo pa skrbi za njihovo čim boljše izkoriščenost in vzdrževanje ter da zagotovljene pogoje uporabi za kvalitetno izvajanje javne službe v korist uporabnikov ter lokalne skupnosti.

Ukrep 1	Projekt	Aktivnost	Nosilec	TP
Investicije v ureditev obstoječe in nove turistične infrastrukture	Celostna ureditev Poti kulturne dediščine Žirovnica	Postavitev info tabel ter ostale tur. signalizacije na tur. poti PKD Postavitev enotne opreme (klopi, mize, koši, stojala za kolesa)	Nosilec: ZTK Sodelujoči: OŽ, zunanjji izvajalec, ZVKD	2013 - 2014
	Ureditev rekreacijskega parka Žavrnica	Umesitev opreme v prostor: 3 piknik prostori, otročka igrala, fitnes oprema na trni stezi, 2 igrišča za odbojko na mivki, 3 kemični sanitariji Postavitev info in označevalnih tabel po priporočilih označevanja STO Ureditev upravljanja	Nosilec: ZTK Sodelujoči: OŽ, zunanjji izvajalec, lastniki zemljišč, TVD Parizani (zasnova in upravljanje)	2012
	Ureditev sprehajalnih poti	Pridobitev služnosti oz. soglasij Načrti poti Zasnova, nakup in postavitve označevalnih tabel in klopi	Nosilec: ZTK pod okriljem OŽ Sodelujoči: PD Žirovnica (zasnova in upravljanje), lastniki zemljišč	2015
	Ureditev kolesarskih poti	Pridobitev služnosti oz. soglasij Načrti poti Zasnova, nakup in postavitve označ. tabel	Nosilec: ZTK pod okriljem OŽ Sodelujoči: KK Žavrnica (zasnova in upravljanje), lastniki zemljišč	2015
	Arheološki park Ajdna	Aktivno sodelovanje s partnerji pri načrtovanju in kasneje izvedbi projekta. Ipo prevzemu objekta v upravljanje vključitev v tur. ponudbo in promocija).	Nosilec: Gorenjski muzej ZVKD Sodelujoči: OŽ, ZTK, lastniki zemljišč, prislojane institucije	2015 → 2018 - 2020
	Kulturno-informacijski center (KIC)	Aktivno sodelovanje z OŽ pri načrtovanju in kasneje izvedbi projekta, (prevzem objekta v upravljanje in priprava vsebin)	Nosilec: OŽ v sodelovanju z ZTK	2016 → 2018 - 2020

Ukrep 2: Vzpostavitev trajnostnega razvoja turistične ponudbe z razvojem novih integralnih tur. produktov za povečanje konkurenčnosti in prepoznavnosti turizma občine Žirovnica

Trajnostni razvoj turistične ponudbe (skrb za ekonomsko, družbeno-kulturno, naravno okolje) je tista strateška osnova, ki nam narekuje nadaljnje korake razvoja tur. dejavnosti. Pri oblikovanju ponudbe moramo strmeti za čim večjo avtentičnostjo, inovativnostjo, kakovostjo, uspešnostjo, znanjem, dodano vrednostjo, zadovoljstvom obiskovalcev oz. turistov, potrošnjo na obiskovalca in desezonalizacijo ponudbe.

Bogate vsebine kulturne dediščine vasi pod Stolom in neokrnjena narava doline Završnice so dane kvalitete dveh pokrajinskih enot, ki nam služijo kot izhodišče pri oblikovanju ustrezne ponudbe tovrstnega koncepta turizma. Vse te vrednote moramo pri nadaljnjem razvoju turistične ponudbe smatrati kot razvojno priložnost.

Cilj, ki ga bomo zasledovali v tem petletnem obdobju je razvoj najmanj:

- 4 prepoznavnih integralnih tur. produktov po načelih trajnostnega turizma;

kjer naj bi v ponudbi nastopala vsaj

- 2 ponudnika gostinskih storitev, ki nudita tradicionalne jedi domačega okoliša;

in so

- prireditve oz. dogodki zasnovani in osredotočeni na moč zgodb velikih mož in vasi, ustrezno časovno pozicionirani in se vključujejo v splošno turistično ponudbo kraja.

Ukrep 2	Projekt	Aktivnost	Nosilec	TP
Vzpostavitev trajnostnega razvoja turistične ponudbe z razvojem novih integralnih tur. produktov za povečanje konkurenčnosti in prepoznavnosti turizma občine Žirovnica	Občina Žirovnica – turistična občina za doživljanje kulture in krajine po trajnostnih načelih	Izdelava modela trajnostnega razvoja turizma Vključiti in povezati kulturno in naravno dediščino z gostinsko ponudbo in ponudbo nastanitvenih kapacitet Oblikovanje tematskih turističnih produktov za specifične ciljne skupine, tudi s pomočjo zunanjih partnerjev	Nosilec: ZTK Sodelujoči: RDO Gorenjska PD Žirovnica in Radovljica, zasebniki, društva, lastniki in upravitelji naravne in kulturne dediščine, gostinci, ponudniki nastanitve, zmogljivosti, zunanji partnerji	2014 →

Ukrep 3: Zagotavljanje ustrezne promocije in učinkovitega trženja turističnih produktov

Turisti in obiskovalci občino Žirovnica ne zaznavajo kot turistično odmevno kulturno in rekreacijsko atraktivno destinacijo, zato je potrebno posebno pozornost nameniti učinkoviti promociji s trženjem edinstvenih turističnih produktov ob dosledni uporabi blagovne znamke.

Aktivnosti ZTK bodo v prihodnosti usmerjene v razvoj in oblikovanje kakovostnih, tržno zanimivih in inovativnih turističnih produktov, programov za izbrane ciljne skupine. Predpostavka za uspešno izvajanje tega ukrepa je v prvi vrsti ustrezno segmentiranje trga, pozicioniranje turistične ponudbe ter dosledno načrtovanje tržnih aktivnosti (marketinški splet 7P).

Poleg tega se v občini srečujemo z razdrobljenostjo posameznih programov ter njihovo nepovezanostjo (programi društev in Zavoda se ne dopolnjujejo), kar dodatno vpliva na še nižjo oz. slabšo stopnjo prepoznavnosti.

S projekti za zagotavljanje ustrezne promocije in učinkovitega trženja turističnih produktov želi ZTK: povezati ponudnike turističnih storitev in domače obrti v občini z organizatorji dogodkov z namenom oblikovanja in kvalitetnega izvajanja programov; usklajevanje programov potencialne tur. ponudbe društev v občini s programom ZTK Žirovnica; oblikovanje novih inovativnih promocijskih materialov; uporaba skupnih promo kanalov zasebne, civilne in javne sfere; konsistentna uporaba turistične blagovne znamke na vseh področjih tur. ponudbe in trženja pri vseh deležnikih; aktivnost na socialnih spletnih medijih; nadgradnja programov s področja kulturne dediščine, čebelarstva, turizma in športno-rekreativnih prireditev; učinkovito tržiti in promovirati turistične proizvode in povečati obseg receptivnega (incoming) turizma ter se pojaviti v vlogi agencije; redno obveščati strokovno in širšo javnost o novostih v turistični ponudbi ter nadgraditi obstoječa sredstva tržnega komuniciranja.

V kolikor bodo vsi predvideni ukrepi v zadostni meri realizirani, si lahko nadamo sledeče predvidene rezultate (letni veržni indeks):

- povečanje števila obiskovalcev posameznih muzejskih hiš za 5% na letni ravni,
- povečanje prihodkov iz naslova trženja produktov za 15% na letni ravni,
- povečanje zasedenosti nastanitvenih zmogljivosti za 2% na letni ravni,
- dvig obiskanosti prireditev oz. dogodkov za 15% letno,
- dvig števila registrirane obiskanosti spletnega mesta ZTK za 30% letno,
- povečanje prihodkov iz naslova trženja spominkov za 5% na letni ravni,
- dvig prepoznavnosti občine Žirovnica kot turistične destinacije.

Ukrep 3 Zagotavljanje ustreznih promocij in učinkovitega trženja turističnih produktov	Projekt	Aktivnosti	Nosilec	TP
	Nadgradnja spletne strani ZTK	Oblikovanje spletne strani kot spletne rešitve, prevod osnovnih info na spletni strani v tuje jezike, posodabljanje spletne strani skladno z razvojem spletnih orodij, vzpostavitev sistema rezervacij in direktnega e-marketinga, povezave internetne strani na socialna omrežja, blog na spletni strani.	Nosilec: ZTK Sodelujoči: OŽ, poslovni partner	2013 →
	Izdelava promo materialov in priprava programa promocije	Posodobiti obstoječe promo materiale in jih aktualizirati, izdelati celovit katalog turistične ponudbe občine, izdelava pohodnih in kolesarskih kart, izdelava pingvina, izdelati program ciljno usmerjena promocije	Nosilec: ZTK Sodelujoči: ponudniki tur. storitev, zunanji partnerji, sponz./don.	2013 - 2014
	ZTK – Čopova RH	Prilagoditev del časa potrebam obiskovalcev, promotor in koordinater oblikovanja novih ITP in skrb za aktivno trženje	Nosilec: ZTK Sodelujoči: zunanji sodelavci	2012 →
	Letni program prireditvev in dogodkov v občini	Izobraževanje lokalnih vodnikov in ozaveščanje ter povezovanje občanov, vključenih v delo društev, izdelava skupnega letnega programa aktivnosti.	Nosilec: ZTK Sodelujoči: OŽ, društva	2014 →
	Razvoj blagovnih znamk kot turističnega produkta	Povezovanje ponudnikov na območju občine, izdelava standardov za vključitev v sistem krovne blagovne znamke, vzpostavitev sistema trženja, po možnosti v sodelovanju z zunanjimi partnerji	Nosilec: ZTK Sodelujoči: društva, tur. ponudniki, zunanji poslovni partnerji	2012 →
	Regionalna destinacijska organizacija Gorenjska (RDO)	Partnerstvo povezovanje ponudnikov v regiji, izvajanje skupne promocije in trženja tur. prod.	Nosilec: ZTK, OŽ Sodelujoči: Turizem Bled	2012 →
	Delovna skupina »Prijatelj Karavank«	Vzpostavitev čezmejnega sodelovanja z vzpostavitvijo sodelovanja med akterji za skupno promocijo območ. Karavank.	Nosilec: ZTK, Sodelujoči: partnerji delovne skupine, društva	2012 →
	Co-marketing in partnerstva	Vzpostavitev vzajemnega partnerskega odnosa z MIZKS in drugimi zainteresiranimi ponudniki, sponzorji, donatorji.	Nosilec: ZTK, Sodelujoči: MIZKS, partnerji	2014 →
	ZTK v vlogi TA	Pridobitev licence za izvajanje agencijske dejavnosti.	Nosilec: ZTK Sodelujoči: zunanji strokovni sodelavec	2013

Ukrep 4: Razvoj človeških virov

Mehke sestavine turistične ponudbe danes igrajo vse bolj pomembno vlogo celotne ponudbe destinacije.

Popularizacija turistične dejavnosti (ZTK v sodelovanju z OŠ Žirovnica) je ena od osnovnih aktivnosti, s pomočjo katere lahko dosežemo zanimanje za to dejavnost že pri šoloobvezni mladini. Pomembno je povečevanje števila otrok, vključenih v turistične programe (izbirne vsebine, poklic) ter tistih, ki se aktivno vključujejo v konkretne turistične projekte.

Hkrati je ZTK institucija, ki mora sama ali v sodelovanju z zunanjimi izvajalci za vse zainteresirane poskrbeti za predstavitve dobrih turističnih praks (predstavitvene delavnice z izobraževalnimi vsebinami s področja turizma) ter oblikovati mrežo lokalnih turističnih vodnikov. Le-ti so najpomembnejši faktor pri oblikovanju končnega vtisa o kraju.

Ukrep 4	Projekt	Aktivnost	Nosilec	1P
Razvoj človeških virov	Turistični krožek in turistične izbirne vsebine na OŠ	Dogovor z OŠ o sodelovanju: Priprava in izvedba raziskovalnih nalog na temo turizma	Nosilec: ZTK, OŠ Žirovnica	2014 →
	Izobraževanje za občane – potencialne in obstoječe tur. ponudnike	Izvajanje izobraževanj in oelavnic za potrebe nosilcev tur. dejavnosti	Nosilec: ZTK, zunanji strokovni izvajalec	2014 →
	Mreža lokalnih turističnih vodnikov	Izvajanje izobraževanj za potrebe tur. vodnikov	Nosilec: ZTK, VSGT Bled, zunanji izvajalec	2012 →

7 ZAKLJUČEK

Strateški razvojni program Zavoda za turizem in kulturo Žirovnica je dokument, ki opredeljuje razmerja, naloge in obveznosti deležnikov celovite tur. ponudbe občine in z različnimi ukrepi usmerja k izvajanju razvojne strategije trajnostno naravnega turizma.

Ob pogoju zagotovljene ustrezne turistične infrastrukture, učinkovitih partnerstev oblikovanja tur. ponudbe, upravljanja oz. zakupa (muzejskih hiš kot druge infrastrukture) in razpoložljivih sredstev za izvedbo vseh ostalih ukrepov, je moč zagotoviti cilje turizma, ki so opisno in s kazalniki opredeljeni v strateškem dokumentu.

V kolikor bo razvoj turistične ponudbe občine Žirovnica sledil zapisanim strateškim usmeritvam, ima občina Žirovnica lepe priložnosti za povečanje rasti obsega in kakovosti turizma, prepoznavnosti in konkurenčnosti.

Pripravila:

Maja Zupan

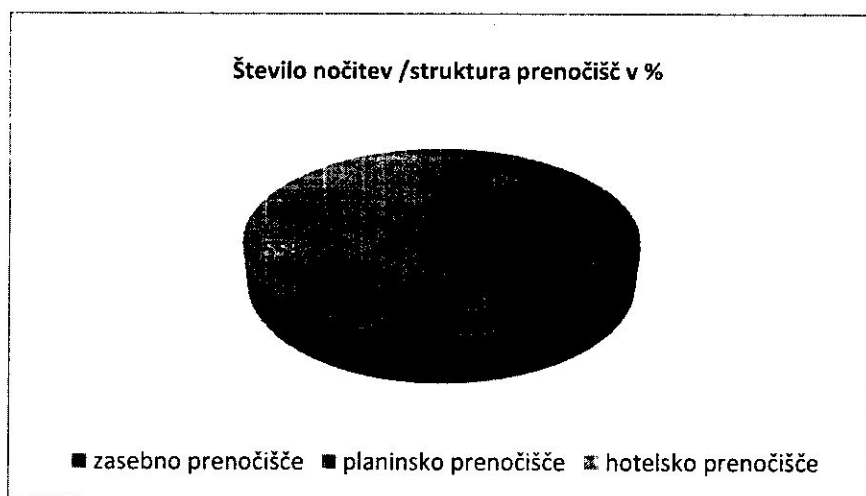
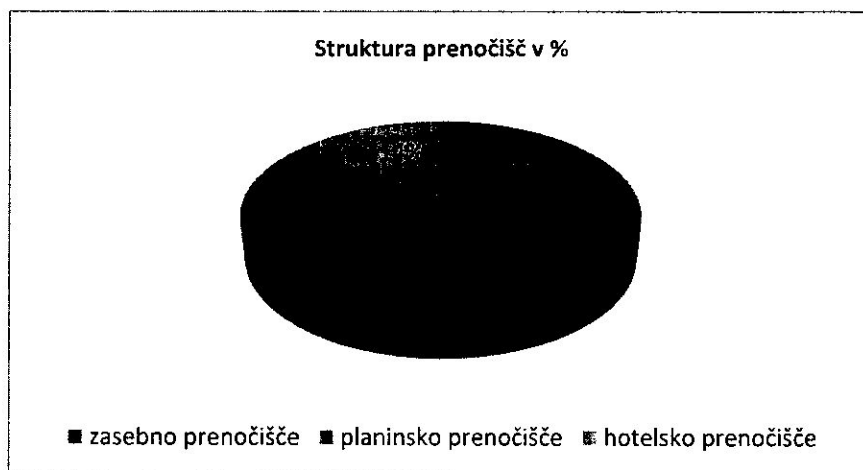


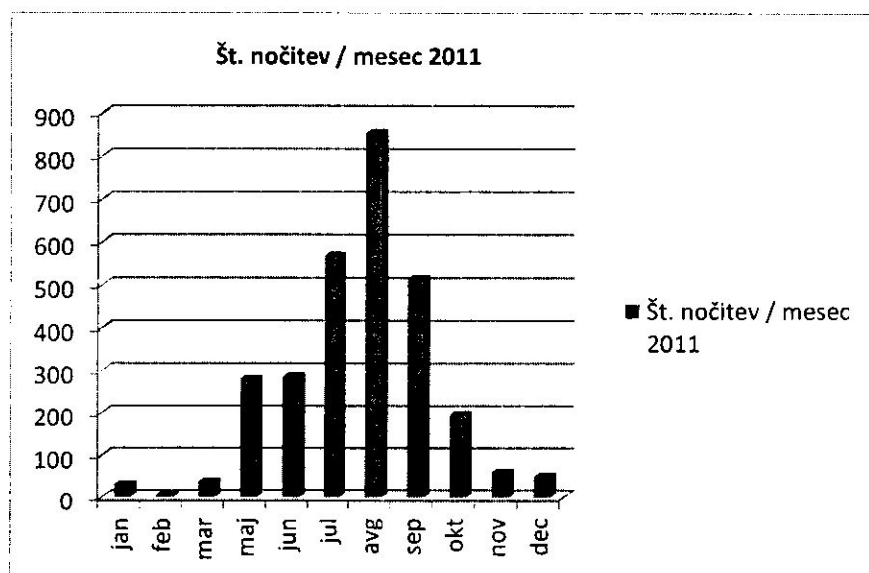
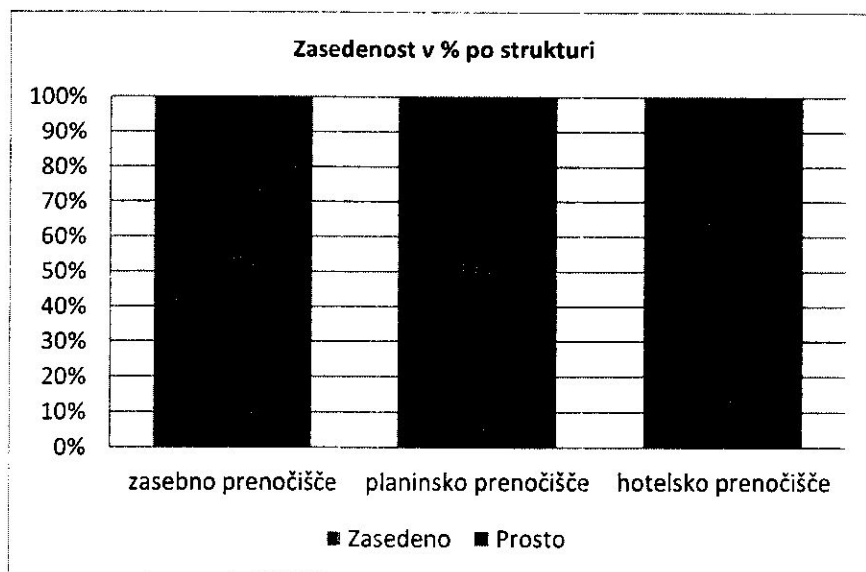
Zavod
za turizem in kulturo
ŽIROVNICA

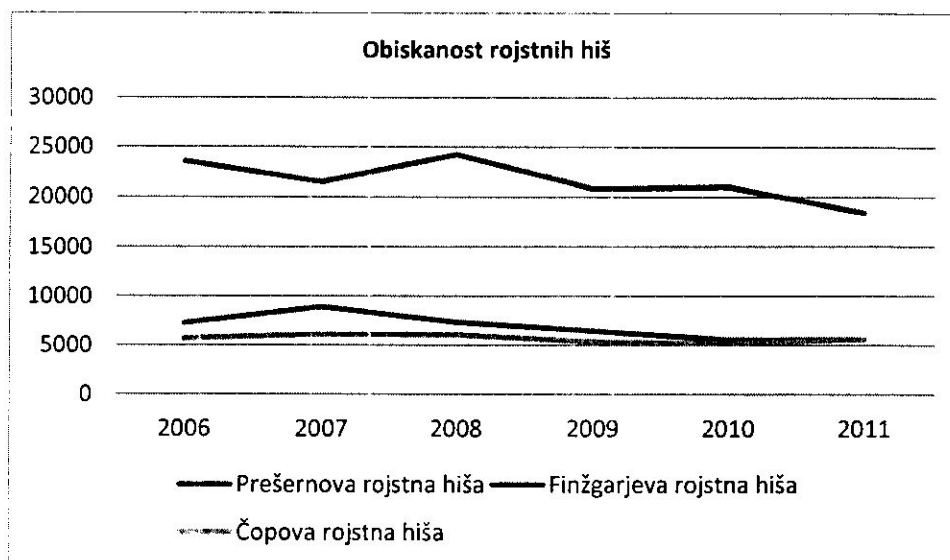


8 PRILOGE

Priloge: Grafični prikazi relevantnih podatkov







Vir podatkov: Gorenjski muzej in ZTK Žirovnica