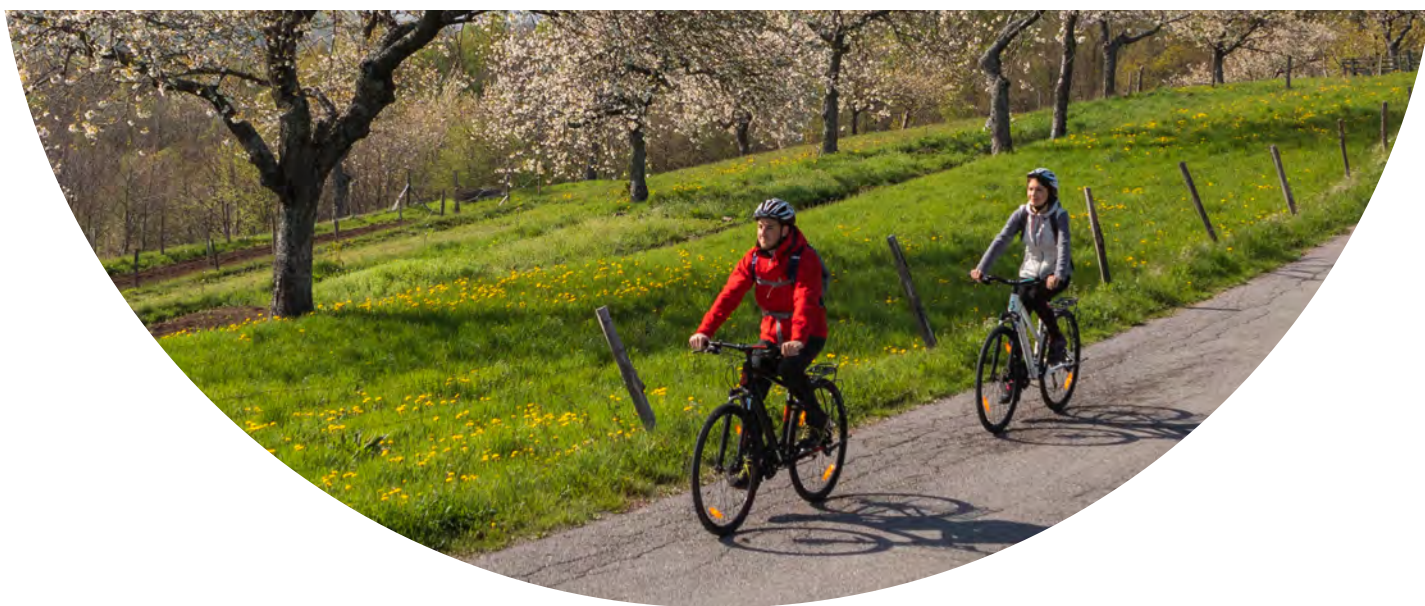




Strategija razvoja in trženja turizma destinacije Kras in Brkini - POVZETEK 2022–2028



PREDLOG
december 2021



Ime dokumenta:

Strategija razvoja in trženja turizma destinacije Kras in Brkini 2022–2028

Naročnik projekta:

Območna razvojna agencija Krasa in Brkinov d.o.o., Partizanska cesta 4, 6210 Sežana

Kontaktna oseba: ga. Katja Kralj (katja@visitkras.info)

Izvajalec projekta:

ROS.Turist, Inštitut za odgovorni turizem, Dekani 76z, 6271 Dekani

Vodja projekta na strani izvajalca:

Mag. Dimitrij Piciga

Sodelujoči na strani izvajalca:

Mag. Astrid Prašnikar, mag. Darja Radić

Čas trajanja projekta:

15. 6. 2021–31. 10. 2021

KAZALO VSEBINE

1. UVOD	4
1.1. Ključni turistični kazalniki destinacije Kras in Brkini	7
1.2. Izhodišča, ki so jih deležniki opredelili v uvodni delavnici, in povzetek ocene stanja in opredelitve priložnosti, ki smo jih pridobili z intervjuji	8
1.3. SWOT analiza turizma v destinaciji Kras in Brkini	10
2. POSLANSTVO, VIZIJA IN VREDNOTE DESTINACIJE KRAS IN BRKINI	12
2.1. Poslanstvo	12
2.2. Vizija turizma na destinaciji do leta 2028	13
2.3. Identiteta in vrednote	14
3. STRATEŠKI, RAZVOJNI IN TRŽENJSKI CILJI	15
3.1. Strateški cilji	15
3.2. Kvalitativni razvojni in trženjski cilji	15
3.3. Kvantitativni cilji	16
4. PREDNOSTNA PODROČJA	18
5. FINANČNI NAČRT PO LETIH	18
LITERATURA IN VIRI	19
PRILOGA 1 – AKCIJSKI NAČRT (UKREPI IN AKTIVNOSTI S FINANČNIM IN TERMINSKIM NAČRTOM)	20

KAZALO SLIK

Slika 1: Ključni dejavniki uspeha.....	11
--	----

KAZALO TABEL

Tabela 1: Izzivi, opredeljeni s strani deležnikov	8
Tabela 2: Glavni prepoznani izzivi (povzetek)	9
Tabela 3: SWOT analiza	10
Tabela 4: Finančni načrt po letih (skupaj)	18

1. UVOD

Občine DIVAČA, HRPELJE – KOZINA, KOMEN in SEŽANA so v letu 2017 – vsaka zase – vstopile v Zeleno shemo slovenskega turizma (v nadaljevanju ZSST), Slovenia Green Destination (v nadaljevanju SGD), katere namen je s praktičnim in učinkovitim orodjem uvajati in pospeševati trajnostne poslovne modele v slovenski turizmu ter krepiti osnovo za trženje zelene ponudbe. V letu 2018 so bile občine ocenjene ter so prejele vsaka svoj znak ZSST – GREEN DESTINATION in sicer na podlagi ocen, ki so jih dobile z izpolnjevanjem določenih pogojev po 100-ih kriterijih s petih različnih področij: narava, okolje, kulturna dediščina, skupnost in varnost ter turizem in poslovanje. V ocenah občin/destinacij je bilo izpostavljeno, da trajnostnega koncepta poslovanja v turizmu zaenkrat v svoje poslovanje še ne aplicirajo v celoti. Kot največja pomanjkljivost na nivoju managementa je bila izpostavljena odsotnost strateškega dokumenta za razvoj turizma, posledica česar je tudi nestrateško voden razvoj. V oceni je bilo navedeno še »s sprejetjem dokumenta bo narejen velik korak k trajnostnemu destinacijskemu managementu, ki pa mu bodo morali slediti predvsem še ukrepi na področju spodbujanja turističnega gospodarstva«.

Na podlagi ugotovitev, priporočil in poročil ZSST v postopku pridobitve trajnostnega znaka Green Destination ter sprejetih akcijskih načrtov so občine DIVAČA, HRPELJE – KOZINA, KOMEN in SEŽANA že v letu 2018 pristopile k izvedbi aktivnosti za pripravo analize stanja ter v tem sklopu k izvedbi **predstavitve izhodišč, izvedbe razprav in javnih obravnav o razvoju turizma na celotnem območju destinacije** – tako za uprave in organe občin (župani in OS) kot tudi za občino javnost (Priloga 2: Poročilo o izvedenih aktivnostih). Občine so v letu 2019 pričele tudi s postopki združevanja destinacijskega managementa pod skupno – krovno institucijo/organizacijo Območna razvojna agencija Krasa in Brkinov d.o.o. (v nadaljevanju ORA). V letu 2020 je prišlo do odločitve občin za prenos del in nalog iz občin s področja turizma na ORO, preoblikovanja ORE ter zatem tudi do pričetka postopkov za pripravo skupne strategije RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V TURISTIČNI DESTINACIJI KRAS – BRKINI 2022-2028.

ORA je v letu 2021 – torej v sodelovanju z občinami v destinaciji Kras in Brkini, to so občine Hrpelje - Kozina, Divača, Komen in Sežana, pristopila k oblikovanju Strategije razvoja in trženja turizma v destinaciji Kras in Brkini za obdobje od leta 2022 do 2028 (v nadaljevanju turistična strategija).

Glavni nameni priprave turistične strategije:

- postaviti smer nadaljnjega razvoja turizma v destinaciji Kras in Brkini (v nadaljevanju destinacija) – usklajeno s strateškimi cilji in usmeritvami razvoja turizma na ravni Slovenije¹,
- oblikovati in sprejeti krovni dokument za načrtovanje turističnega razvoja destinacije,

¹ Veljavnost Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 se sicer izteče konec leta 2021, vendar predvidevamo, da v naslednjem sedemletnem strateškem obdobju ne bo velikega odmika od načrtanih strateških ciljev in usmeritev v tem obdobju.

- z opredelitvijo vizije razvoja turizma, oblikovanjem jasnih strateških ciljev in realnih ukrepov za njihovo uresničenje, določiti okvir za merljivo in sledljivo uresničevanje zastavljenega.

Ko govorimo o destinaciji, je ne smatramo kot izolirano turistično destinacijo, pač pa kot destinacijo, ki je del ponudbe širše turistične regije. Turist namreč ne vidi in ne občuti meja občin, meja regij, meja držav ..., pač pa čuti in izkusi vse, kar sem mu na poti zgodi in dogaja (doživetja, izkušnje, občutenja). S tem dokumentom se postavlja smer razvoja in omogoča vzpostavitev bolj učinkovite organiziranosti turizma v destinaciji, kar bo osnova za celovitejšo in bolj povezano turistično ponudbo – znotraj destinacije in navzven, bolje promovirano ter posledično tudi trženjsko uspešnejšo.

ORA je k oblikovanju prvega takšnega strateškega dokumenta za razvoj turizma na nivoju skupne destinacije pristopila odgovorno in – tudi zaradi dejstva, da podobnega dokumenta v destinaciji, ki bi lahko bil podlaga za nadgradnjo ciljev in izhodišč, še ni – je aktivno vključila vse ključne deležnike v destinaciji, s poudarkom na turističnih ponudnikih, kajti njihovo sodelovanje je temeljno za ponovno vzpostavitev celovitega turističnega razvoja v destinaciji.

Obiskovalci/turisti so z vidika turistične ponudbe in z vidika zagotavljanja pristnega doživetja in izkušnje, v središču pozornosti. Zato jim je v pričujočem dokumentu namenjena osrednja pozornost. Tako v povezavi s cilji razvoja, kot tudi z oblikovanjem ponudbe oz. produktov, s katerimi jih želimo prepričati v njihovo pristnost naših, očarati nad našo neprecenljive naravne vrednote in dragoceno kulturno dediščino ter navdušiti nad avtohtono gastronomijo in gostoljubnostjo prebivalcev/ponudnikov. Slednjim – edinstvenim in ključnim gradnikom turistične ponudbe v destinaciji, je v pričujočem dokumentu namenjena pozornost v enakem obsegu kot obiskovalcem. Še posebej – ponudnikom namestitev, gostinskim ponudnikom, ponudnikom doživetij, vodnikom, turističnim agencijam kot tudi ostalim deležnikom, ki kakorkoli prihajajo v stik z obiskovalci oz. turisti.

1.1. OPREDELITEV OBMOČJA, KI GA POKRIVA STRATEGIJA

Strategija razvoja in trženja turizma je pripravljena za območje štirih občin, ki jih na področju turizma zastopa ORA Krasa in Brkinov d.o.o.:

- **Hrpelje – Kozina,**
- **Komen,**
- **Divača in**
- **Sežana,**

vendar v razvojnem in trženjskem smislu nikakor ne moremo mimo sodelovanja z ostalimi destinacijami v makrodestinaciji Mediteranska Slovenija in tudi z italijanskim Krasom.

1.2. STRATEŠKI RAZVOJNI OKVIR

V destinaciji Kras in Brkini bodo – ob aktivnem sodelovanju turističnega managementa z deležniki – nadgrajeni obstoječi avtentični turistični produkti ter ustvarjeni novi, poleg tega bodo izvedene dodatne aktivnosti za izboljšanje prepoznavnosti in celoletne prisotnosti destinacije na turističnem trgu, kar vse bo omogočilo in pospešilo dodatni razvojni preboj destinacije na področju turizma.

Cilj je, da se destinacija z vsaj petimi turističnimi proizvodi uvrsti med petzvezdična doživetja Slovenije, ki se bodo tržila na globalnem turističnem trgu pod znamko »Recommended by STO«.

Za doseg tega cilja bo destinacija izkoristila svojo prvovrstno razlikovalno prednost do vseh drugih turističnih destinacij, ki jo izrazimo s ključno besedno zvezo oz. sloganom:

»SPOZNAJTE NAŠE PRAVE BARVE«.

S tem poudarimo, da bo turistična destinacija živela z obiskovalci in prebivalci v neposrednem, pristnem stiku in bo ponujala avtentične neposredne zgodbe skozi vse leto.

Tako bo med prvimi destinacijami v Sloveniji in širše, ki bo bistveno in na drugačen način izpostavila družbeno/socialni vidik trajnostnega turizma že v sami strategiji (večina destinacij izpostavlja okoljski vidik).

Družbeni vidik trajnostnega turizma v skladu s trendi prilagajanja COVID realnosti je pravi korak k odgovornemu turizmu.

Poudarek dajemo še bolj trajnostnemu in še bolj vključujočemu turizmu v smeri ODGOVORNEGA TURIZMA (odgovoren do vseh deležnikov) oz. vključujočega turizma.

To bo postal ključni element komuniciranja turistične ponudbe destinacije.

Takšen razvojni preboj zahteva določena finančna sredstva, ki jih bo ORA, skupaj z občinami, zagotavljala v proračunu v skladu z možnostmi.

1.1. KLJUČNI TURISTIČNI KAZALNIKI DESTINACIJE KRAS IN BRKINI

- **Obseg prenočitev se je v letu 2019 povišal za 69 % glede na leto 2015** (v letu 2020 je bil obseg nižji za 15,2 % glede na leto 2015 in 49,8 % glede na leto 2019).
- **Število prihodov se je v letu 2019 povečalo za 55 % glede na leto 2015** (v letu 2020 je bil obseg nižji za 41,2 % glede na leto 2015 in 62,2 % glede na leto 2019).
- **Delež prenočitev v destinaciji Kras in Brkini:**
 - 2019: Mediteranska Slovenija 4,8 %, obmorske občine 5,9 %
 - 2020: Mediteranska Slovenija 3,4 %, obmorske občine 4 %
- **Odvisnost od tujih trgov (delež prenočitev tujih turistov):**
 - 2019: 90,1 %
 - 2020: 52,3 %
 - 1–7/2021: 46,4 %
- **Nastanitvene zmogljivosti:**
 - Od leta 2015 so se povišale za 37 % (v letu 2019 je destinacija Kras in Brkini razpolagala z 2.303 ležišči).
 - Predstavljajo 7,2 % kapacitet v obmorskih občinah.
- **Stopnja zasedenosti nastanitvenih kapacitet:** 21,2 % v letu 2019 (Obalno - kraška regija 31,2 %)
- **Povprečna doba bivanja:**
 - 2019: 1,5 dneva (Slovenija 2,5 dneva, obmorske občine 3,2 dneva)
 - 2020: 2 dneva (Slovenija 3 dni, obmorske občine 3,6 dneva)
 - 1–7/2021: 1,7 dneva
- **Število delovnih mest (I-Gostinstvo):**
 - se je v letu 2020 povečalo za 2,4 % glede na leto 2019 (s 490 na 502).
- **Obseg prihodkov v panogi:**
 - V letu 2020 so padli za 25,8 % glede na leto 2019 (v letu 2019 so znašali 37.899.637 €).
- **Močna sezonskost:** dejavnost je močno odvisna od poletnih mesecev (v letu 2019 je bilo od maja do septembra ustvarjeno 59,8 % prihodov turistov in 61,7 % vseh prenočitev; v letu 2020 pa 70,5 % prihodov in 73,7 % prenočitev).

1.2. IZHODIŠČA, KI SO JIH DELEŽNIKI OPREDELILI V UVODNI DELAVNICI, IN POVZETEK OCENE STANJA IN OPREDELITVE PRILOŽNOSTI, KI SMO JIH PRIDOBILI Z INTERVJUJI

Poudarjamo, da s pričujočo strategijo nadaljujemo z vsemi tistimi aktivnostmi, ki že imajo pozitiven vpliv na trajnostni razvoj turizma v destinaciji, hkrati pa želimo vpeljati tudi tiste, ki se nudijo kot nove priložnosti in kot odskočna deska za izkoriščanje celotnega potenciala in hitrejšega razvoja turizma.

V okviru delavnic in intervjujev s ključnimi deležniki so se pokazali izzivi, ki so nanizani v nadaljevanju po posameznih segmentih.

Tabela 1: Izzivi, opredeljeni s strani deležnikov

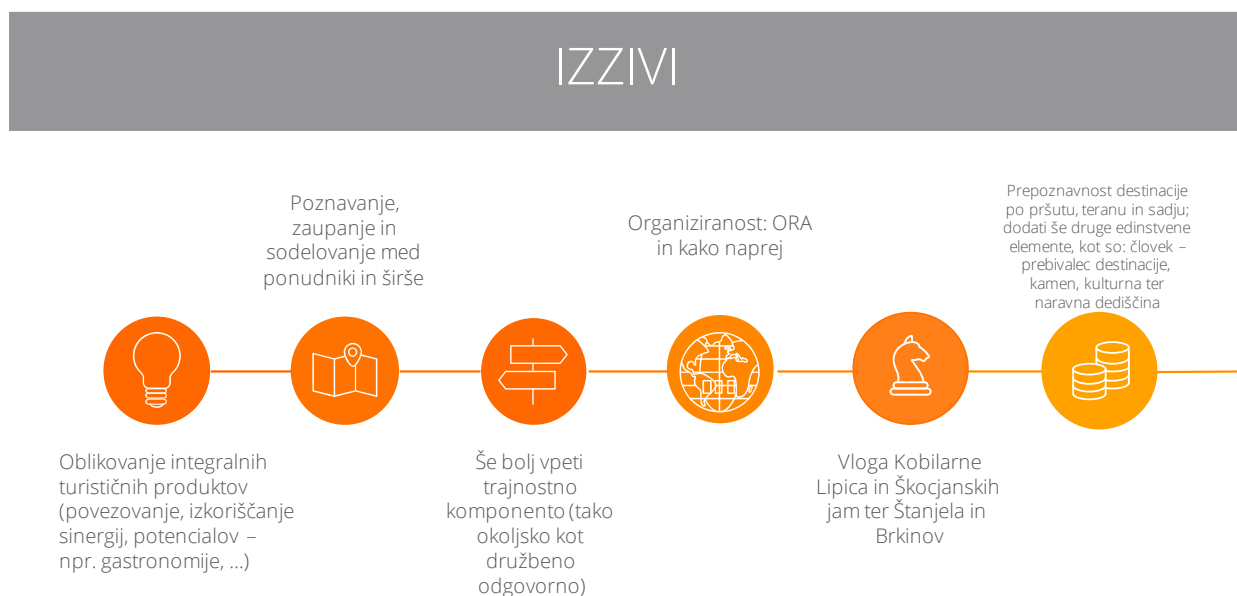
IZZIVI, KI SO JIH DELEŽNIKI OPREDELILI V RAZGOVORIH IN POVZETEK OCENE STANJA IN OPREDELITVE PRILOŽNOSTI			
TURISTIČNA PONUDBA	<ul style="list-style-type: none"> • Pomanjkanje nastanitvenih zmogljivosti • Premalo investiranja v razvoj 	PRIHODI IN NOČITVE TURISTOV	<ul style="list-style-type: none"> • Krajša povprečna dolžina bivanja kot na ravni Slovenije • Sezonskost primerljiva s Slovenijo
TURISTIČNA PONUDBA		TURISTIČNA PONUDBA	<ul style="list-style-type: none"> • Premalo povezovanja ponudbe in oblikovanja integralnih turističnih proizvodov znotraj destinacije Kras in Brkini • Premalo povezovanja obstoječe ponudbe v destinaciji Kras in Brkini • Potencial je v gastronomiji (izjemen potencial na področju nadaljnega razvoja gastronomije, predvsem zaradi številnih avtohtonih in zaščitene vrst in možnosti njihove valorizacije v gastronomski produkt visoke dodane vrednosti): danes je gostinstvo gonilo razvoja
ORGANIZIRANOST		ORGANIZIRANOST	<ul style="list-style-type: none"> • Do sedaj pomanjkanje dolgoročnega povezovanja med štirimi občinami na ravni operativnega delovanja v turizmu, oblikovanja skupnih vsebin in financiranja, centralizacije določenih funkcij, itd.

Prioritetni izzivi:

- Zagotavljanje turizma v destinaciji vseh 365 dni (oblikovanje produktov in doživetij, ki to omogočajo, – tudi novih, kot so izobraževalne delavnice na turističnih kmetijah s kulturno dediščino – prehrana, kamnoseštvo, galerije ..., z doživetji ter dogodki) – poudarek na miru, naravi in gastronomiji.
- Oblikovanje integralnih turističnih produktov (povezovanje, izkoriščanje sinergij, potencialov, npr. gastronomije ...) s poudarkom na trajnostnem konceptu razvoja, kot npr. destinacija parkov, biotske raznovrstnosti.
- Organiziranost: povezovanje na operativni in finančni ravni.
- Dva stebra, ki sta ključna: Javni zavod Kobilarna Lipica in Javni zavod Park Škocjanske jame. Poleg teh dveh stebrov je treba postaviti dodatne spremljajoče stebre.
- Prepoznavnost destinacije po pršutu in teranu dodati še druge elemente, kot so: človek – prebivalec destinacije, kamen in dediščino kamnoseštva, sadjarstvo, začimbe, zdrava prehrana.

- Za povečanje prepoznavnosti: obogatitev, popestritev najbolj severnega Jadrana v EU (Gradež, Slovenska obala, Istra in Kvarner), posebna pozornost pretoku gostov na relaciji Italija –Kvarner, kot npr. dodatne, popestrjene počitnice, dnevni obiskovalci, gastronomija, povezovanje z lokalnimi dobavitelji.
- Povezovanje s čezmejnimi Matičnim Krasom (v nastajajočem Geoparku Kras Carso) v navezavi z LAS Krasa/GAL Carso in Promoturismo FVG.
- Povezovanje s sosednjimi destinacijami na obali, v Vipavski dolini, Brdih in Soški dolini, z Zelenim Krasom ter drugimi destinacijami.
- Zagotavljanje investicij v nastanitvene zmogljivosti – skladno s COVID standardi (tudi npr. razpršen hotel ...).
- Zagotavljanje turistične infrastrukture, kot so tematske, pohodniške in kolesarske poti.
- Zagotavljanje dobrega lokalnega transporta in povezljivosti, mobilnosti.
- Zagotavljanje dobrih kadrov v turizmu.

Tabela 2: Glavni prepoznani izzivi (povzetek)



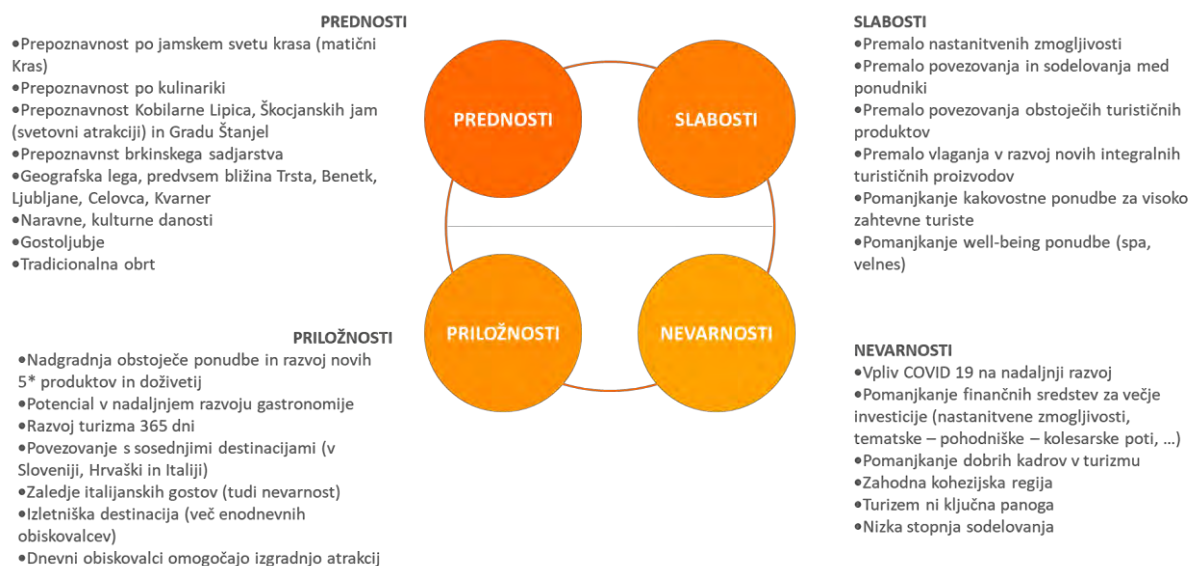
1.3. SWOT ANALIZA TURIZMA V DESTINACIJI KRAS IN BRKINI

V SWOT analizi povzemamo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti, ki smo jih identificirali na delavnicah z zainteresiranimi turističnimi ponudniki in z intervjuji ključnih deležnikov.

Nekaj smo jih povzeli tudi iz dokumenta Strateške usmeritve destinacije in dvoletni program dela enote turizem 2021 & 2022 ter iz Analize strateških tokov gostov na destinaciji Kras z vključenim razvojnim in trženjskim načrtom za destinacijo Kras, za obdobje 2019–2024.

SWOT analiza predstavlja najširši nabor prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti, kot jih vidijo glavni akterji turizma v destinaciji. V naslednji točki jih strukturiramo na najpomembnejše prepoznane prednosti, na katerih je treba graditi nadaljnji razvoj turizma, in na najpomembnejše izzive, ki jih je treba ustrezno nasloviti s ciljem njihove odprave oz. pretvorbe v ključne dejavnike uspešnega razvoja turizma v občini. Naštete problematike oz. izzive bomo obravnavali kot podlago za priložnosti in izboljšanje pozicije destinacije kot turistične destinacije za preživljanje prostega časa vseh 365 dni in na izhodišču »DOŽIVI KRAS IN BRKINE«.

Tabela 3: SWOT analiza



1.3.1. GLAVNE PREDNOSTI, KI JIH IMA DESTINACIJA NA PODROČJU TURIZMA

Glavne prednosti, ki jih ima destinacija na področju turizma:

- Prepoznavnost po jamskem svetu krasa, Kras / beseda kras izhaja iz ljudskega imena za kamen in je prvotno pomenila kamnito pokrajino. Od tod tudi ime našemu Krasu. Kras (z veliko začetnico) je lastno ime za območje med Tržaškim zalivom in Vipavsko dolino ter med Soško dolino in Brkini. Beseda kras (z malo začetnico) pa se je uveljavila kot poimenovanje vseh območij s kraškimi pojavi.
- Številni parki in biotska raznovrstnost.
- Prepoznavnost po gastronomiji.
- Prepoznavnost Kobilarne Lipica in Škocjanskih jam (svetovni atrakciji).
- Geografska lega, predvsem bližina Benetk, Beljaka, Celovca, Kvarnerja.
- Naravne, kulturne danosti.
- Gostoljubje in prebivalci.
- Tradicionalna obrt (kamnoseštvo, zeliščarstvo ...).
- Mir (mirnost, tišina, zavetje ...) in varnost.

Ključni dejavniki uspeha

Če torej povzamemo zgornje ugotovitve, so ključni dejavniki uspešnega razvoja turizma v destinaciji, ki predstavljajo osnovno izhodišče za oblikovanje strateških usmeritev, razvojnega in trženjskega modela ter na tej podlagi izdelanih ukrepov in aktivnosti akcijskega načrta za doseganje strateških ciljev, naslednji:

Slika 1: Ključni dejavniki uspeha



2. POSLANSTVO, VIZIJA IN VREDNOTE DESTINACIJE KRAS IN BRKINI

2.1. POSLANSTVO

Poslanstvo mora biti skupno vsem deležnikom na področju turizma v destinaciji, saj ga morajo skupaj udeležati. Poslanstvo je torej tesno partnerstvo in zaupanje med vsemi deležniki, ki lahko pripomorejo k razvoju turizma in k skupni turistični zgodbi destinacije. Tako bo ustvarjena večja vrednost za vse (obiskovalce, ponudnike in domačine). Če bo destinacija še bolj razvita, privlačna, kakovostna, prepoznavna in povezana, bo tako postalo tudi širše območje ter obratno.

Poslanstvo:

Vsem zainteresiranim prebivalcem in obiskovalcem želimo v skupnem soustvarjanju edinstvenih doživetij omogočiti razvoj, ekonomsko in drugo zadovoljstvo ter nadgradnjo turistične destinacije (tako enodnevnim obiskovalcem kot večdnevnim turistom) v »edinstveno doživljanje destinacije« – »SPOZNAJTE NAŠE PRAVE BARVE«.

Že uvodoma smo poudarili, da v središče strategije in razvoja turizma ne postavljamo le turiste, pač pa tudi domačine, prebivalce destinacije Kras in Brkini.

Ključna značilnost vsake kakovostne turistične destinacije je skupnost, ki nudi gostoljubje gostom, a le, če so zadovoljni lokalni prebivalci. Tako bo prav gotovo zadovoljen tudi gost oz. turist.

Gre za vključujoč turizem, kjer pri razvoju in oblikovanju ponudbe upoštevamo vidik in interese tako prebivalcev, turističnih ponudnikov in ostalih deležnikov v turizmu in gostinstvu ter predstavnikov ostalega gospodarstva, saj ima turist na destinaciji stik pravzaprav s prebivalci in podjetji različnih branž (npr. pošta, servis za avto, nakupovalni centri ...). Multiplikativni faktor dejavnosti turizem in gostinstvo je največkrat višji od 1 (tudi multiplikativni faktor dodane vrednosti)², kar pomeni, da stremimo k cilju, da turizem pripomore k boljši kakovosti življenja tudi lokalnih prebivalcev.

Enodnevni obiskovalci in turisti pridejo v stik z lokalnimi prebivalci neposredno na licu mesta in posredno preko doživetij in produktov ter tako doživijo Kras in Brkine na edinstven način »Z NAMI«, torej s prebivalci te destinacije.

² Poleg neposrednih učinkov turizma se lahko izračuna tudi skupne učinke turizma, ki jih ima ta na gospodarstvo. Ti vsebujejo tudi posredne in inducirane učinke. Posredni učinki upoštevajo dodatno povpraševanje in proizvodnjo, ki je sprožena v drugih dejavnostih gospodarstva, ki dobavljajo blago in storitve za proizvodnjo turističnih proizvodov. Inducirani učinki upoštevajo dodatno povpraševanje in proizvodnjo, ki je sprožena s povečanjem dohodkov, ki so posledica turističnega povpraševanja.

2.2. VIZIJA TURIZMA NA DESTINACIJI DO LETA 2028

Vizija nam pokaže, kakšna destinacija želimo biti oz. postati v nekem določenem obdobju. Vizijo gradimo na posebnostih in konkurenčnih prednostih destinacije. Vizija nam daje podlago oz. opredeljuje razvojno in trženjsko usmeritev v prihodnjem časovnem obdobju. Poleg tega vizija izhaja iz prednosti in priložnosti, ki smo jih ugotovili v SWOT matriki.

Pokaže nam, **KAM GREMO.**

Kratkoročno:

Destinacija Kras in Brkini bo ob partnerskem sodelovanju ključnih deležnikov postala destinacija za krajša bivanja s trajnostno usmeritvijo in celoletno ponudbo pristnih doživetij izjemnega nadzemnega in podzemnega sveta.

Dolgoročno:

Destinacija Kras in Brkini bo osredotočena na zahtevnejšega – butičnega turista, ki bo v destinaciji bival več dni in bo spoznaval pristnost destinacije v neposredni sinergiji z lokalnim prebivalstvom. V njegovem doživetju se bodo prepletale ključne konkurenčne prednosti destinacije (naravna in kulturna dediščina, ki bo povezana z avtentično gastronomijo).

Skozi zgoraj opisano vizijo se lahko na destinaciji udejanji tudi vizija kot je zapisana v Strateških usmeritvah destinacije in dvoletni program dela enote turizem 2021 & 2022, in **sicer da bo destinacija Krasa in Brkinov pametna, globalna, celoletna destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče aktivna in raznolika doživetja, mir in osebne koristi.**

- ✓ Zelena in butična.
 - ✓ Dostopna.
 - ✓ Inovativna.
 - ✓ Digitalna.
 - ✓ Povezana.
 - ✓ Globalna.
 - ✓ Celoletna.
 - ✓ Za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika doživetja, mir in osebne koristi.
- } PAMETNA

Izpostavljam socialni oz. vsevključujoči vidik turizma, za vse deležnike v turizmu in gostinstvu, ter pošteno in neposredno doživetveno izkušnjo za gosta oz. turista, s poudarkom na trajnostnem konceptu.

2.3. IDENTITETA IN VREDNOTE

Vrednote nam povedo, kaj nam je pomembno in na čem bo temeljilo naše delo v prihodnje.

Izpostavljamo temeljne vrednote, na katerih naj temelji delo:

➤ **Povezovanje**

Gre za iskanje sinergij med ponudniki (tako med velikimi, malimi kot med velikimi in malimi) oz. za povezovanje krajev, ljudi, zgodb in projektov.

➤ **Zaupanje**

Medsebojno zaupanje vseh deležnikov o razvojni smeri, ciljih in soodvisnosti.

➤ **Upoštevanje narave in kulture**

Naravne danosti in kulturna ter sakralna dediščina so pomembne za identiteto ljudi, ki tu živijo. Dediščino oživljamo na sodoben način z dogodki in prireditvami, sodobnimi digitalnimi pristopi in drugimi oblikami.

➤ **Avtentičnost, lokalnost, sezonskost, izvirnost**

Zgodbe prelivamo v inovativne doživljajske produkte in pakete ter obenem gradimo na močnem znamčenju in prepoznavnosti.

Tako izpostavljamo:

- trajnostni razvoj turizma (ekonomska, okoljska in socialna komponenta),
- butični mir,
- avtentičnost (gastronomija, parki ...)
- celoletno delovanje,
- sodobno tehnologijo na vseh področjih,
- parke (npr. Unesco, naravne vrednote, kulturna krajina, zeliščni vrtovi pri ponudnikih ...).

Ključne vrednote na destinaciji so povezane z identiteto destinacije, ki se je z naravnimi danostmi, zgodovino in tradicijo zapisala v sam bit turistične destinacije.

Kot elemente identitete izpostavimo naslednje:

- kras, Matični Kras,
- Kraševci,
- Brkinci,
- parki,
- avtohtona gastronomija,
- potreben čas, da spoznaš destinacijo.

3. STRATEŠKI, RAZVOJNI IN TRŽENJSKI CILJI

Glavni cilj te strategije je, da maksimalno izkoristimo vse svoje konkurenčne prednosti v smeri uspešnega razvoja, trženja in promocije ter večje prepoznavnosti destinacije Kras.

Skupna podstat vsem ciljem, ki jih zasledujemo, je trajnostni koncept razvoja turizma, zato tega ne navajamo kot poseben cilj, saj bodo vse aktivnosti prežete s trajnostnim konceptom.

3.1. STRATEŠKI CILJI

1	Postavitev močnega partnerskega sodelovanja preko formaliziranih dogovorov in poslovnih konzorcijev tako na destinaciji kot širše s turističnim gospodarstvom in drugimi deležniki od same zamisli do izvedbe projektov in neposredno kontinuirano dvosmerno komuniciranje.
2	Povečanje kakovostne ponudbe za celoletno delovanje – 365 dni (npr. kolonije umetnikov ali obdelave kamna, festivali, butične izobraževalne kmetije, razpršeni hotel ...) tudi s pomočjo najsodobnejše tehnologije.
3	Trajnostno postaviti in POVEZATI 3 ključne celoletne destinacijske stebre: <ul style="list-style-type: none">- 1. gastronomija,- 2. kulturna dediščina,- 3. narava.

3.2. KVALITATIVNI RAZVOJNI IN TRŽENJSKI CILJI

Razvojni cilji:

1	Dvig prepoznavnosti Krasa in Brkinov preko nosilnih produktov avtohtone trajnostne destinacije »SPOZNAJTE NAŠE PRAVE BARVE.«
2	Oblikovanje piramide ključnih produktov za dnevne obiskovalce, večdnevne produkte in produkte za DOŽIVETJE skupaj z vsemi deležniki.
3	Inkubatorstvo projektov: Strateška vloga nosilne turistične organizacije (ORA) je v sodelovanju z gospodarstvom in drugimi deležniki pri razvoju in zagonu skupnih projektov na področju turizma.
4	Dvig kakovosti: Postavitev destinacijskih standardov za namestitvene ponudnike, vinarje ... (shema kakovosti) in nenehno izobraževanje ter informiranje ponudnikov.

Trženjski cilji:

1	Jasno pozicionirati in povečati prepoznavnost, ugled in priklic destinacije na turistični zemljevid regije in Slovenije kot celoletne destinacije (365 dni).
2	Nadaljevati sodobne oblike trženja s poudarkom na digitalnih medijih (npr. virtualna resničnost ...).
3	Spodbuditi povezovanje kakovostne turistične ponudbe v edinstvena, avtentična turistična doživetja (privlačni integralni turistični proizvodi vseh 365 dni).
4	Vključiti edinstvene in kakovostne turistične proizvode v TOP 5* doživetja makrodestinacije Mediteranska Slovenija; najmanj štiri turistični proizvodi (po eden iz vsake občine) vključeni v TOP doživetja Slovenije do konca strateškega obdobja.
5	Razviti prodajno funkcijo turističnih doživetij kot končne faze trženjskih aktivnosti.

3.3. KVANTITATIVNI CILJI

Kvantitativni cilji do leta 2028 (glede na leto 2019):

- Povečati število prenočitev na destinaciji za 33 % (poseben poudarek izven sezone) in povprečno dobo bivanja na vsaj 2,2 dneva

	Število prenočitev	Povprečna doba bivanja
Izhodišče (2019)	177.952	1,5
Končna vrednost (2028)	237.000	2,2

- Dnevni obiskovalci:
 - kratkoročna ključna orientacija,
 - povečati število dnevnih obiskovalcev in njihovo porabo za vsaj 70 % (do 2028) s poudarkom na desezonizaciji

	Število dnevnih obiskovalcev (v TIC-u)
Izhodišče (2019)	17.275
Končna vrednost (2028)	30.000

- Obseg celotnih prihodkov v turizmu povečati na vsaj 50 mio EUR do konca obdobja (kar predstavlja 32 % povečanje)

Celotni prihodki v €	
Izhodišče (2019)	37.899.637
Končna vrednost (2028)	50.000.000

- Povečati število zaposlenih vsaj za 1/3

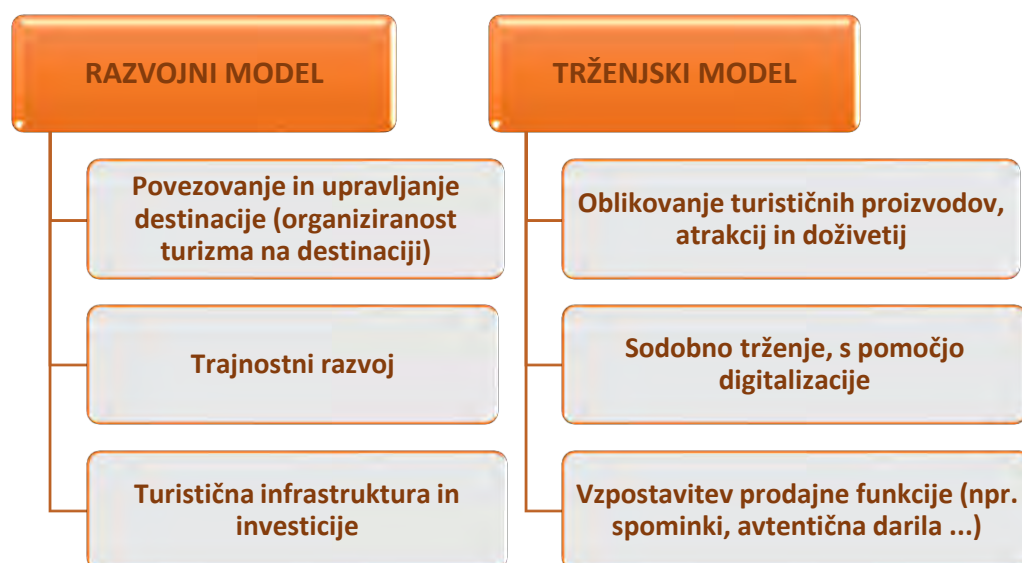
Število zaposlenih	
Izhodišče (2019)	446
Končna vrednost (2028)	593

- Povečati število kakovostnih turističnih ležišč za vsaj 20 %

Število ležišč	
Izhodišče (2019)	2.303
Končna vrednost (2028)	2.764

4. PREDNOSTNA PODROČJA

Za doseganje opredeljenih ciljev smo postavili naslednja prednostna področja za razvoj in trženje:



5. FINANČNI NAČRT PO LETIH

V naslednji tabeli prikazujemo ocenjeni skupni finančni načrt aktivnosti, po prednostnih področjih, razdelan po letih, ki so navedeni v strategiji. Finančni načrt delovanja Enote Turizem bo opredeljen v letnih programih dela.

Tabela 4: Finančni načrt po letih (skupaj)

PREDNOSTNO PODROČJE/UKREP/VIR	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	SKUPAJ
PEREDNOSTNO PODROČJE 1	230.300	186.000	166.500	166.000	166.500	166.000	166.500	1.247.800
UKREP 1.1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	35.000
UKREP 1.2.	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	17.500
UKREP 1.3.	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	56.000
UKREP 1.4.	5.000	0	0	0	0	0	0	5.000
UKREP 1.5.	209.800	170.500	151.000	150.500	151.000	150.500	151.000	1.134.300
PREDNOSTNO PODROČJE 2	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	21.000
UKREP 2.1	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	21.000
UKREP 2.2	0	0	0	0	0	0	0	0
PREDNOSTNO PODROČJE 3	185.000	274.000	53.000	47.000	55.000	47.000	55.000	716.000
UKREP 3.1	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	21.000
UKREP 3.2	0	5.000	0	0	0	0	0	5.000
UKREP 3.3	0	0	0	0	0	0	0	0
UKREP 3.4	22.000	26.000	10.000	4.000	12.000	4.000	12.000	90.000
UKREP 3.5	160.000	240.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	600.000
PREDNOSTNO PODROČJE 4	126.000	143.000	145.000	146.000	170.000	143.000	190.000	1.063.000
UKREP 4.1	10.000	10.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	45.000
UKREP 4.2	2.000	20.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	32.000
UKREP 4.3	114.000	113.000	138.000	139.000	163.000	136.000	183.000	986.000
PREDNOSTNO PODROČJE 5	70.000	110.000	80.000	85.000	90.000	95.000	100.000	630.000
UKREP 5.1	0	20.000	0	0	0	0	0	20.000
UKREP 5.2	70.000	90.000	80.000	85.000	90.000	95.000	100.000	610.000
PREDNOSTNO PODROČJE 6	10.000	7.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
UKREP 6.1	10.000	7.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
SKUPAJ	624.300	723.500	450.000	449.500	487.000	456.500	517.000	3.707.800

LITERATURA IN VIRI


1. Strateške usmeritve destinacije in dvoletni program dela enote turizem 2021 & 2022, ORA Krasa in Brkinov, Kras; februar 2021
2. Analize strateških turističnih tokov na destinaciji Kras (Ekonomska fakulteta, 2018)
3. Povzetek zaključkov evalvacije izvajanja in doseganja ciljev »Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021« in smernic za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022–2028, 2021, Ljubljana
4. Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2017

UKREP 1.2		Trajnostno postaviti in povezati 3 ključne celoletne destinacijske stebre: avtohtona gastronomija, kulturna dediščina, naravna dediščina ter opredeliti, postaviti in tržiti ključne destinacijske produkte																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 1	Notranje in zunanje mreženje destinacije																																
Aktivnost 2	Obiskovanje turističnih ponudnikov znotraj destinacije in vzpostavitev osebnega stika (1x tedensko obisk, dnevi odprtih vrat ...)																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 17.500	2.500				2.500				2.500				2.500				2.500				2.500				2.500							
Aktivnosti 1,2	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA		✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓		
Aktivnost 2		2.500				2.500				2.500				2.500				2.500				2.500											
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

UKREP 1.3		Skrb za nenehno izobraževanje in razvoj znanja in kakovosti na destinaciji																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Aktivnost 1	Izobraževanje za turistične vodnike in njihovo vključevanje v razvoj turističnih destinacijskih produktov	■				■				■				■				■				■				■				■			
Aktivnost 2	Priprava programa usposabljanja in organizacija usposabljanj za turistične ponudnike		■				■				■				■				■				■				■				■		
Aktivnost 3	Organizacija izobraževanj za zaposlene in študente, ki so zaposleni kot turistični informatorji na TIC-ih v sodelovanju s ponudniki in stroko ter omogočanje izvajanja študijske in dijaške prakse in mentoriranje, dijakom/študentom strokovnih šol s področja turizma in sorodnih vsebin	■				■				■				■				■				■				■				■			
Aktivnost 4	Hackathon za mlade na področju turizma			■				■				■				■				■				■				■				■	
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 56.000	8.000				8.000				8.000				8.000				8.000				8.000				8.000							
Aktivnosti 1,2,3,4	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA			✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓	
Aktivnost 1	14.000	2.000				2.000				2.000				2.000				2.000				2.000											
Aktivnost 2	14.000	2.000				2.000				2.000				2.000				2.000				2.000											
Aktivnost 3	14.000	2.000				2.000				2.000				2.000				2.000				2.000											
Aktivnost 4	14.000	2.000				2.000				2.000				2.000				2.000				2.000											
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

UKREP 1.5		Nadgradnja modela upravljanja destinacije																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Aktivnost 1	Usposabljanje kadrov za izvajanje destinacijskega managementa	■				■				■				■				■				■				■				■			
Aktivnost 2	Uvedba orodja za zasledovanje kazalcev uspešnosti turizma na destinaciji (tourism impact model-Tourism 4.0)				■																												
Aktivnost 3	Vzpostavitev sistema za monitoring in evalvacijo uresničevanja strateških usmeritev in izvajanje monitoringa s spremljanjem korektivnih ukrepov				■																												
Aktivnost 4	Upravljanje gradu Štanjel s strani ORE in delovanje novega Natura 2000 – Muzej na Gradu Štanjel in drugi projekti		→																														
Aktivnost 5	Ustanovitev turistične incoming agencije		→																														
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 1.134.300	209.800				170.500				151.000				150.500				151.000				150.500				151.000							
Aktivnosti 1,2,3,4	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA		✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓		
Aktivnost 1	5.500	1.000				500				1.000				500				1.000				500				1.000							
Aktivnost 2	TIM – viri financiranja iz razpisa za digitalizacijo	15.800																															
Aktivnost 3	3.000	3.000																															
Aktivnost 4	Sredstva Občine Komen in prihodki: 1.050.000	150.000				150.000				150.000				150.000				150.000				150.000											
Aktivnost 5		40.000				20.000																											
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

PREDNOSTNO PODROČJE 2: TRAJNOSTNI RAZVOJ

UKREP 2.1	Nadaljevanje aktivnosti na področju Zelene sheme slovenskega turizma – pridobitev skupnega znaka Slovenia Green Destination																																				
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028											
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Aktivnost 1	Sprejem akcijskega načrta oz. ukrepov za odpravo pomanjkljivosti in izboljšanje stanja - na podlagi ocene, poročila in priporočil v okviru ZSST																																				
Aktivnost 2	Aktivno izobraževanje, usposabljanje ponudnikov k trajnostnemu poslovanju ter pridobivanju trajnostnih znakov; spodbujanje odgovorne in napredne uporabe lokalne hrane in storitev za ponudnike: izobraževalne delavnice, zmanjševanje uporabe izdelkov za enkratno uporabo																																				
Aktivnost 3	Vključevanje lokalnega prebivalstva in drugih deležnikov v nadgradnjo obstoječih trajnostnih produktov destinacije in snovanje ter ustvarjanje novih sodobnih produktov																																				
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028											
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																				
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 21.000	3.000				3.000				3.000				3.000				3.000				3.000				3.000											
Aktivnosti 1,2,3	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA			✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓					
Aktivnost 2	21.000	3.000				3.000				3.000				3.000				3.000				3.000				3.000											
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																				

UKREP 2.2		Vključevati lokalno prebivalstvo in vse lokalne deležnike v ključne produkte v skladu z njihovimi pričakovanji in zadovoljstvom (socialni vidik trajnostnega turizma)																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 1	Upoštevatı pobude ključnih deležnikov (Lipica, Škocjanske jame, hotelirji, turistični vodniki, gostinci, vinarji ...) ter jih vključiti v snovanje in oblikovanje novih turističnih destinacijskih produktov																																
Aktivnost 2	Vodenje in doživljanje destinacije preko zgodb, pripovedi ali legend lokalnega značaja (npr. organiziran produkt Skozi čas – skozi Štanjel tematsko obarvan obisk Mitskega parka, kolesarska pot »kontrabanda« ...) in uporaba sodobne tehnologije																																
Aktivnost 3	Desezonalizacija																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 0	0				0				0				0				0				0											
Aktivnosti 1,2,3	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA		✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓		
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

PREDNOSTNO PODROČJE 3: TURISTIČNA INFRASTRUKTURA, INVESTICIJE IN ZAPOSLOVANJE V TURIZMU

UKREP 3.1		Izboljšanje kakovosti ponudbe v smeri celoletnega delovanja (365 dni) in podaljšanja povprečne dobe bivanja																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 1	Organizacija ogledov dobrih praks, usposabljanja in pomoč pri iskanju kakovostne vsebine pri nadgradnji vsebine obstoječih turističnih zmogljivosti																																
Aktivnost 2	Inkubatorstvo za izbrane projekte (start up) s posebnim poudarkom izvensezonskih dogodkov na višji kakovostni ravni																																
Aktivnost 3	Spremljanje javnih razpisov za pridobivanje sredstev za nadgradnjo vsebin, digitalizacijo, energijsko sanacijo ...																																
Aktivnost 4	Razvoj klimatskega turizma v Brkinih																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 21.000	3.000				3.000				3.000				3.000				3.000				3.000											
Aktivnosti 1,2,3,4	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA	✓				✓				✓				✓				✓				✓											
Aktivnost 1	21.000	3.000				3.000				3.000				3.000				3.000				3.000											
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

UKREP 3.2		Povečati število kakovostnih turističnih namestitev (za vsaj 20 % do konca strateškega obdobja)																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Aktivnost 1	V skladu z razvojnimi strategijami občin poiskati in izdelati brošuro investicijskih priložnosti na destinaciji z opisi novogradenj, obnov in izgradnje atrakcij																																
Aktivnost 2	Izkoriščanje že zgrajenih objektov in njihova sprememba v turistične nastanitve, poudarek na sodobnem welsu	→																															
Aktivnost 3	Možnost oblikovanja razpršenega hotela: izdelati oceno možnosti postavitve tematsko in avtohtono zgodbo za sedaj nepovezanih sobodajalcev ob podpori ORE v enovito zgodbo – priprava ocene, možnosti in ocena poslovnega modela																																
Aktivnost 4	Spremljanje in dopolnjevanje projektov, ki so že v teku in usklajevanje s strategijo (npr. Vrata Krasa, Mitski park ...)	→																															
Aktivnost 5	Sodelovanje z OZS, GZS, SPIRIT, MGRT ter redno udeleževanje investicijskih srečanj in podobnih aktivnosti; sodelovanje z drugimi občinskimi oddelki	→																															
Aktivnost 6	Oblikovati nabor možnih idej in lokacij (obnove, novogradnje ...)																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 5.000					5.000																											
Aktivnosti 1,2,3,4,5,6	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA		✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓		
Aktivnost 3	5.000					5.000																											
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

UKREP 3.3		Povečati število zaposlenih v turizmu in gostinstvu na destinaciji vsaj za 1/3																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 1	Vključevanje mladih že v začetni fazi projektov, kje je vloga ORE kot pomoč zagonskim podjetjem (gre za turistične produkte višje dodane vrednosti), saj vse nove investicije generirajo delovna mesta																																
Aktivnost 2	Pomoč pri razvoju zainteresiranim za prehod iz dopolnilne dejavnosti v primarno dejavnost																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 0																																
Aktivnosti 1,2	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA		✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓		
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

UKREP 4.2		Dvig kakovosti storitev																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje				Četrletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Aktivnost 1	Postavitev destinacijskih standardov za namestitve, ponudnike, vinarje, pridelitve ... (shema kakovosti) in nenehno izobraževanje in informiranje ponudnikov																																
Aktivnost 2	Izvedba izobraževanj, ogledov in oblikovanje priročnika sistema kakovosti prilagojenega destinaciji z usmeritvami																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 32.000	2.000				20.000				2.000				2.000				2.000				2.000				2.000							
Aktivnosti 1,2	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA	✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓							
Aktivnost 1	15.000					15.000																											
Aktivnost 2	17.000	2.000				5.000				2.000				2.000				2.000				2.000				2.000							
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

UKREP 4.3		Inovativni turistični produkti in dogodki																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Aktivnost 1	Oblikovanje in implementacija inovativnih turističnih produktov (npr. kolesarstvo za hedoniste, bistvo kamna: pomen kolonij, identitet, vse jame so lahko kulisa za gastronomijo, doživetja, kulturo, glasbo)																																
Aktivnost 2	Organizacija že obstoječih dogodkov z osveženo vsebino (Festival kraške gmajne, KrasPass, Praznik pršuta in terana, Festival brkinske sadne ceste, Mesec kraške kuhinje, Martinovanje, Kraški maraton)																																
Aktivnost 3	Oblikovanje in organizacija novih dogodkov (Divji okusi Krasa, dva gastronomska dogodka razširiti čez mejo, da bo potekal po celotnem matičnem Krasu, dodati še en dogodek spomladi in en jeseni s ciljem podaljšanja sezone in obiska v mesecih izven glavne sezone), povezovanje z zamejskimi občinami (na področju razvoja produktov in organiziranja dogodkov)																																
Aktivnost 4	Razvoj outdoor produktov (jamarski produkti, kolesarstvo, celoletne umetniške kolonije ...)																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 1.013.000	114.000				113.000				138.000				139.000				163.000				163.000				183.000							
Aktivnosti 1,2,3,4	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA			✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓	
Aktivnost 1	2.000	2.000																															
Aktivnost 2	880.000	100.000				100.000				120.000				120.000				140.000				140.000				160.000							
Aktivnost 3	110.000	10.000				10.000				15.000				15.000				20.000				20.000				20.000							
Aktivnost 4	21.000	2.000				3.000				3.000				4.000				3.000				3.000				3.000							
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

PREDNOSTNO PODROČJE 6: VZPOSTAVITEV PRODAJNIH FUNKCIJ

UKREP 6.1		Oblikovanje nabora spominkov in daril																															
AKTIVNOSTI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
		Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje				Četrtletje											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Aktivnost 1	Razvoj prodajne funkcije (vključno z možnostjo oddajanja nastanitvenih enot v najem ...)																																
Aktivnost 2	Razvoj koncepta spominkov in daril (prepoznavanje, nabor ...)																																
Aktivnost 3	Oblikovanje in izdelava embalaže (z vsebino)																																
NOSILEC	ORA	2022				2023				2024				2025				2026				2027				2028							
PARTNERJI	Zainteresirani turistični ponudniki																																
FINANČNA SREDSTVA	SKUPAJ: 30.000	10.000				7.500				2.500				2.500				2.500				2.500											
Aktivnosti 1,2,3	Sredstva za izvajanje rednih letnih aktivnosti ORA		✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓				✓		
Aktivnost 1	10.000	10.000																															
Aktivnost 2	5.000					5.000																											
Aktivnost 3	2.500					2.500				2.500				2.500				2.500															
VIRI FINANCIRANJA	Sredstva proračuna vseh štirih občin																																

