

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

POLONA ŠORN

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**UČINKOVITOST PORABE EU SREDSTEV NA PRIMERU
REGIONALNE DESTINACIJSKE ORGANIZACIJE GORENJSKE**

Ljubljana, julij 2016

POLONA ŠORN

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Polona Šorn, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, sem avtorica predloženega dela z naslovom Učinkovitost porabe EU sredstev na primeru Regionalne destinacijske organizacije Gorenjske, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko dr. Sonjo Šlander Wostner,

IZJAVLJAM,

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 19.7.2016

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 KOHEZIJSKA POLITIKA.....	2
1.1 Uspešnost črpanja sredstev kohezijske politike v Sloveniji v programskem obdobju 2007–2013.....	4
1.1.1 Uspešnost črpanja EU sredstev za turizem.....	5
2 EU SKLADI, NAMENJENI SPODBUJANJU RAZVOJA ZA TURISTIČNE DEJAVNOSTI	6
2.1 Evropski sklad za strateške naložbe.....	8
2.1.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	8
2.2 Kohezijski sklad	8
2.2.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	8
2.3 Evropski socialni sklad.....	9
2.3.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	9
2.4 Evropski sklad za regionalni razvoj.....	9
2.4.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	9
2.5 Evropsko teritorialno sodelovanje	10
2.5.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	11
2.6 Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja	12
2.6.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	12
2.7 Evropski sklad za pomorstvo in ribištvo	13
2.7.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja.....	13
3 VZPOSTAVITEV REGIONALNE DESTINACIJSKE ORGANIZACIJE GORENJSKE.....	14
3.1 Opredelitev turistične destinacije.....	14
3.2 Destinacijski management	15
3.3 Vloga destinacijske organizacije (DMO).....	15
3.4 Model organiziranja slovenskega turizma	16
3.5 Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem.....	16
3.5.1 Pojem sonaravni turizem – trajnostni turizem (Sustainable Tourism).....	17
3.5.2 Opis in predstavitev projekta.....	18
3.5.3 Cilji in prednosti projekta	18
3.5.4 Rezultati projekta	19
3.6 Regionalna destinacijska organizacija Gorenjske.....	20
3.6.1 Osnovne značilnosti RDO Gorenjske	20
3.6.2 Aktivnosti RDO	22
3.6.3 Delovanje RDO v prihodnosti.....	25
4 EMPIRIČNA ANALIZA UČINKOVITOSTI PORABE EU SREDSTEV ZA TURIZEM NA PRIMERU RDO GORENJSKE.....	25

4.1	Raziskava o regijski turistični ponudbi na Gorenjskem in o delovanju RDO Gorenjske.....	26
4.1.1	Zasnova raziskovanja in metodologija.....	26
4.1.2	Cilji raziskave.....	26
4.1.3	Temeljna hipoteza in raziskovalna vprašanja.....	26
4.1.4	Oblikovanje vprašalnika in predstavitev postopka zbiranja podatkov.....	26
4.1.5	Analiza podatkov in interpretacija rezultatov.....	27
4.1.6	Analiza anketnih vprašalnikov.....	27
4.1.7	Interpretacija rezultatov.....	33
4.2	Statistična analiza kazalnikov turističnega povpraševanja na Gorenjskem.....	34
4.2.1	Gibanje turističnega povpraševanja na Gorenjskem.....	34
4.2.2	Nastanitveni sektor na Gorenjskem.....	41
4.2.2	Kazalniki na področju turizma za Gorenjsko za leto 2020.....	44
4.3	Analiza uporabe spletnega portala Slovenian Alps.....	44
4.3.1	Statistični podatki obiska regijskega spletnega portala.....	45
	SKLEP.....	46
	LITERATURA IN VIRI.....	49
	PRILOGE	

KAZALO SLIK

Slika 1:	Tematski cilji.....	3
Slika 2:	Predvidena poraba Kohezijske politike v Sloveniji v obdobju 2007–2013.....	6
Slika 3:	Predlog modela organiziranosti turizma na Gorenjskem.....	17
Slika 4:	Znak Slovenske Alpe.....	20
Slika 5:	Shema povezovanja regije.....	21
Slika 6:	Zelena kartica gosta Gorenjske.....	24
Slika 7:	Glavne dejavnosti anketiranih.....	27
Slika 8:	Glavne aktivnosti RDO.....	28
Slika 9:	Zelena kartica Gorenjske.....	28
Slika 10:	Zadovoljstvo sodelovanja v projektu Zelena kartica gosta Gorenjske.....	29
Slika 11:	Predstavitev ponudbe na regijskem spletnem portalu.....	29
Slika 12:	Sodelovanje med turističnimi deležniki v regiji.....	30
Slika 13:	Trženje ostalih turističnih deležnikov in krajev v regiji.....	30
Slika 14:	Nadgradnja turistične ponudbe.....	31
Slika 15:	Medsebojno sodelovanje in promocija regije kot celote.....	31
Slika 16:	Pomembnost obstoja regijske organizacije.....	32
Slika 17:	Aktivnosti, financirane z EU sredstvi.....	32
Slika 18:	Prihodi domačih in tujih turistov na Gorenjsko v obdobju 2008–2015.....	36
Slika 19:	Prenočitve domačih in tujih turistov na Gorenjskem v obdobju 2008–2015.....	37
Slika 20:	Delež turizma (prenočitev) na Gorenjskem v obdobju 2008–2015.....	38
Slika 21:	Delež nočitev v štirih glavnih turističnih občinah na Gorenjskem.....	38

Slika 22: Število nočitev na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah (Bled, Bohinj, Kr. Gora, Radovljica)	39
Slika 23: Prikaz gibanja dolžine bivanja turistov na Gorenjskem v obdobju 2008–2015...	40
Slika 24: Povprečna dolžina bivanja domačih in tujih turistov na Gorenjskem (v dneh) v obdobju 2008–2015	40
Slika 25: Število nastanitvenih zmogljivosti na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah (Bled, Bohinj, Kr. Gora, Radovljica) v obdobju 2008–2015.....	42
Slika 26: Delež nastanitvev v štirih glavnih turističnih občinah na Gorenjskem glede na celotno Gorenjsko v obdobju 2008–2015	42
Slika 27: Povprečna letna zasedenost na Gorenjskem in v Sloveniji v obdobju 2008–2015	43
Slika 28: Število ogledov regijskega spletnega portala Slovenian Alps	45

KAZALO TABEL

Tabela 1: Podatki o črpanju evropskih sredstev po posameznih operativnih programih in skupaj za obdobje 1. 1. 2007–31. 12. 2015	5
Tabela 2: Glavne izvedene aktivnosti RDO	23
Tabela 3: Prihodi turistov v Slovenijo in na Gorenjsko v obdobju 2008–2015	35
Tabela 4: Prenočitve turistov v Sloveniji in na Gorenjskem	36
Tabela 5: Število nočitev na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah na Gorenjskem v obdobju 2008–2015	39
Tabela 6: Število nastanitvenih zmogljivosti na Gorenjskem in v štirih glavnih tur. občinah (Bled, Bohinj, Kr. Gora, Radovljica) v obdobju 2008–2015	41
Tabela 7: Kazalniki na področju turizma za leto 2020	44
Tabela 8: Podatki o obisku spletnega portala Slovenian Alps.....	45

UVOD

Ko je Slovenija vstopila v Evropsko unijo (v nadaljevanju EU) je to s seboj prineslo dostop do visokih finančnih sredstev instrumentov regionalne politike EU. To pomeni priložnost hitrejšega doseganja razvojnih ciljev in precejšnje povečanje finančne podpore, na drugi strani pa pomeni tudi prevzem velikih finančnih obvez do EU. Pri pisanju se bom usmerila predvsem na razpoložljiva nepovratna sredstva iz evropskih skladov, ki so organizirani decentralizirano, torej z njimi upravljajo agencije oziroma ministrstva v Sloveniji kot pravnomočni članici EU.

Za manj razvite regije so pomembna sredstva iz evropskih skladov, saj z njihovo pomočjo lažje dosegajo razvojne cilje. Sodelovanje na nacionalni, regionalni in lokalni ravni je zelo pomembno za izvajanja regionalne politike. Slovenija je v programskem obdobju 2014-2020 za namen kohezijske politike razdeljena na dve kohezijski regiji. Občine lahko s pomočjo evropskih sredstev izvajajo razvojne projekte in s tem skrbijo za svoj razvoj, razvoj regije in posledično za razvoj države kot celote. V Sloveniji je veliko občin z manj kot 5000 prebivalci, te pa imajo majhen proračun in maloštevilno upravo, kar posledično pomeni, da imajo premalo usposobljenega kadra za vodenje zahtevnih projektov. Razvojni projekti so finančno obsežni, zato je potrebno poiskati različne finančne vire. Uspešnost črpanja evropskih sredstev je odvisna od različnih dejavnikov.

Na osnovi ugotovitev analize stanja se je ustanovila Regionalna destinacijska organizacija Gorenjske (v nadaljevanju RDO). V prvi fazi se je oblikoval regijski projekt Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, ki je nadgradnja aktivnosti in vzpostavitev modela organiziranosti turizma na ravni regije, v drugi fazi pa se je oblikovala RDO Gorenjske kot nadgradnja teh osnov.

Predmet proučevanja diplomske naloge je predstaviti učinkovitost porabe EU sredstev, namenjenih spodbujanju razvoja turistične dejavnosti, ter predstavitev turističnega EU projekta na primeru ustanovitve RDO.

V času pisanja diplomske naloge se zaključuje razvojno programsko obdobje 2007–2013 in se pripravlja dokumente za programsko obdobje 2014–2020. Tako je poudarek na EU skladih in programih, ki so bili na voljo v programskem obdobju 2007–2013, povzete pa so tudi novosti in spremembe za naslednjo finančno perspektivo 2014–2020.

Namen diplomske naloge je predstavitev kohezijske politike, EU skladov, namenjenih spodbujanju razvoja turističnih dejavnosti, in analiza učinkovitosti porabe EU sredstev za primer ustanovitve RDO Gorenjske. Raziskati sem želela povezanost in delovanje Gorenjske kot regije. Predvsem sem želela ugotoviti učinkovitost delovanja RDO Gorenjske ter učinkovitost obeh EU projektov.

Cilj diplomske naloge je izpostaviti glavne finančne mehanizme EU za nadgradnjo turistične dejavnosti ter s pomočjo raziskave in analize potrditi ali ovreči postavljene hipoteze:

H1: Ustanovitev RDO je prispevala k večji povezanosti turističnih deležnikov, inovativnejši povezani turistični ponudbi in oblikovanju regijske organizacijske podpore za trženje integralnih turističnih produktov.

H2: Z večjim medsebojnim trženjem turističnih krajev Gorenjske se je povečalo povpraševanje po turističnih storitvah in povečala se je doba bivanja turistov na Gorenjskem.

H3: S celostno regijsko ponudbo v okviru skupnega spletnega portala Slovenian Alps in ostalimi trženjskimi aktivnostmi v času od začetka ustanovitve RDO se je povečalo zanimanje za Gorenjsko kot turistično destinacijo.

V uvodu diplomske naloge so opredeljeni namen, cilji in uporabljene hipoteze. V nadaljevanju so predstavljeni pojem kohezijska politika in novosti črpanja EU sredstev za programsko obdobje 2014–2020 ter uspešnost črpanja sredstev kohezijske politike v Sloveniji v programskem obdobju 2007–2013. Nato so predstavljeni glavni skladi, v okviru katerih je možnost črpanja sredstev za turizem. Tretje poglavje predstavlja potek ustanovitve RDO Gorenjske, ki je temeljila na usmeritvah temeljne strategije turizma v obdobju 2007–2011. Sledi empirični del diplomske naloge, v katerem sem s pomočjo spletne ankete turističnih deležnikov na Gorenjskem želela ugotoviti, ali ustanovitev RDO Gorenjske pripomore k večji povezanosti turistične ponudbe in spodbuja turistične deležnike k inovativnejši turistični ponudbi ter hkrati nudi ustrezno podporno okolje za trženje integralnih turističnih produktov. V drugem delu empirične raziskave je s statistično analizo kazalnikov turističnega povpraševanja na Gorenjskem v obdobju 2008–2015 prikazano doseganje pričakovanih učinkov obsega turističnega prometa na Gorenjskem. V zadnjem delu empiričnega dela je analizirana obiskanost regijskega spletnega portala Slovenian Alps in predstavljene so ugotovitve, koliko se je povečalo zanimanje za Gorenjsko kot turistično destinacijo na podlagi števila ogledov spletnega portala. Empirični del diplomske naloge je prikazan s pomočjo grafov in tabel. Diplomsko delo se zaključuje s sklepnimi ugotovitvami.

1 KOHEZIJSKA POLITIKA

Kohezijska politika je glavna naložbena politika EU. Namenjena je vsem regijam v EU za podporo ustvarjanja delovnih mest, poslovne konkurenčnosti, gospodarske rasti, trajnostnega razvoja in izboljšanja kakovosti življenja državljanov.

V programskem obdobju 2014–2020 je Slovenija za izvajanje evropske kohezijske politike izbrala štiri ključna področja:

- raziskave in inovacije,
- informacijske in komunikacijske tehnologije,
- povečanje konkurenčnosti malih in srednje velikih podjetij,

- podpora za prehod na gospodarstvo z nizkimi emisijami ogljika (EKP 2014-2020, 2016).

S strani Evropske komisije je opredeljenih enajst tematskih ciljev, ki jih prikazuje Slika 1. (EKP 2014-2020, 2016).

Slika 1: Tematski cilji

Prevladujoč sklad ESRR	Prevladujoč sklad KS	Prevladujoč sklad ESS
1. Krepitev raziskav, tehnološkega razvoja in inovacija	4. Podpora za prehod na nizko ogljično gospodarstvo	8. Spodbujanje trajnostnega in kakovostnega zaposlovanja ter mobilnosti delovne sile
2. Izboljšanje dostopnosti, uporabe in kakovosti informacijsko-komunikacijskih tehnologij	5. Spodbujanje prilagajanja podnebnim spremembam ter poučevanje in obvladanje tveganj	9. Spodbijanje socialnega vključevanja ter boj proti revščini in kakršni koli diskriminaciji
3. Povečanje konkurenčnosti malih in srednjih podjetij	6. Ohranjanje in varstvo okolja ter spodbujanje učinkovite rabe virov	10. Naložbe v izobraževanje, usposabljanje in vseživljenjsko učenje
	7. Spodbujanje trajnostnega prometa in izboljšanje omrežnih infrastruktur	11. Izboljšanje učinkovitosti javne uprave

Vir: Programsko obdobje 2014-2020, 2016.

V programskem obdobju 2014–2020 bo Slovenija na podlagi metodologije EU razdeljena na Vzhodno in Zahodno kohezijsko regijo. Zahodna kohezijska regija je upravičena do 855 milijonov evrov, Vzhodna pa do 1,27 milijarde evrov sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj (v nadaljevanju ESRR) in Evropskega socialnega sklada (v nadaljevanju ESS). Sredstva Kohezijskega sklada (v nadaljevanju KS) se ne bodo delila med regijama. Za področje izgradnje okoljske in prometne infrastrukture ter področje trajnostne rabe energije bo Sloveniji na voljo 1,055 milijarde evrov (EKP 2014-2020, 2016).

Kohezijska politika se izvaja v okviru treh glavnih skladov:

- **Evropski sklad za regionalni razvoj** je namenjen odpravljanju razvojnih neenakosti med regijami oziroma okrepitvi gospodarske, socialne in ozemeljske kohezije v EU. Ima več prednostnih področij financiranja: vlaganje v raziskave in razvoj, poslovna podpora za mala in srednje velika podjetja, trajnostni razvoj mest in podobno.
- **Evropski socialni sklad** je namenjen odpravljanju razvojnih neenakosti med regijami oziroma okrepitvi gospodarske, socialne in ozemeljske kohezije v EU, in sicer z vlaganjem v človeški kapital v smislu spodbujanja zaposlovanja in zaposljivosti. Namen sklada je pomoč tistim, ki so prikrajšani in so na pragu revščine ter socialne izključenosti.
- **Kohezijski sklad** je namenjen boljšemu povezovanju v državah članicah, katerih BDP je pod 90 % povprečja EU, in vlaganju v zeleno rast in trajnostni razvoj. Države, ki so v

programskem obdobju 2014–2020 upravičene do sredstev iz KS so: Bolgarija, Ciper, Češka, Estonija, Grčija, Hrvaška, Latvija, Litva, Madžarska, Malta, Poljska, Portugalska, Romunija, Slovaška in Slovenija (Shema projektov, 2016).

Omenjeni skladi skupaj z Evropskim kmetijskim skladom za razvoj podeželja (EKSRP) ter Evropskim skladom za pomorstvo in ribištvo (ESPR) tvorijo evropske strukturne in investicijske sklade (sklade ESI).

V programskem obdobju 2014–2020 so naslednje novosti:

- boj za socialno vključenost in krepitev urbane razsežnosti: minimalni znesek ESRR, namenjen za celostne projekte v mestih, in ESS za podporo marginaliziranim skupnostim;
- večji poudarek je na rezultatih: jasnejši in merljivi cilji za lažje ugotavljanje odgovornosti;
- uvedba posebnih predpogojev, ki morajo biti izpolnjeni pred dodelitvijo sredstev;
- en sklop pravil za pet skladov;
- povezava z gospodarsko reformo: Komisija lahko začasno prekine financiranje za državo članico, ki ne izpolnjuje gospodarskih pravil EU (Predstavitev kohezijske politike EU 2014–2020, 2014).

Operativni program za izvajanje evropske kohezijske politike v programskem obdobju 2014–2020 (v prejšnjem programskem obdobju so bili trije) je izvedbeni dokument in je podlaga za črpanje 3,2 milijarde evrov razpoložljivih sredstev iz ESRR, ESS in KS. V nadaljevanju so predstavljeni podatki o črpanju sredstev v programskem obdobju 2007–2013.

1.1 Uspešnost črpanja sredstev kohezijske politike v Sloveniji v programskem obdobju 2007–2013

Ker je programsko obdobje 2007–2013 v zaključni fazi, želim povezati uspešnost črpanja sredstev EU v Sloveniji za omenjeno programsko obdobje. Kot kažejo rezultati je Slovenija na dobri poti, da bo na koncu leta 2015 dosegla 100-odstotno izkoriščenost po vseh treh operativnih programih.

Učinkovitost črpanja sredstev iz ESRR, ESS IN KS je Slovenija v zadnjih letih izjemno povečala. O uspešnosti na tem področju pa pričajo tudi primerjave z ostalimi državami članicami EU, kjer je Slovenija v zadnjem letu naredila opazen napredek, namreč z 19. mesta v sredini leta 2014 se je povzpela na 8. mesto v mesecu novembru 2015 in kar na 4. mesto ob koncu leta 2015 (Poročilo o črpanju sredstev Evropske kohezijske politike 2007–2013, 2016).

V okviru vseh treh OP je Slovenija imela za obdobje 2007–2013 na voljo 4,2 milijard evrov evropskih sredstev (EU del). Do konca decembra 2015 je bilo iz slovenskega proračuna izplačanih 4,3 milijarde evrov (EU del), kar predstavlja 105,16 % razpoložljivih sredstev. Določena izplačila manjših vrednosti, iz državnega proračuna bodo sledila še v letu 2016. Bistveno je, da so z izplačili iz proračuna v vrednosti nad razpoložljivimi sredstvi za programsko obdobje 2007–2013 omogočili čim bolj optimalno črpanje evropskih kohezijskih sredstev (Poročilo o črpanju sredstev Evropske kohezijske politike 2007-2013, 2016). Tabela 1 prikazuje podatke o črpanju sredstev po posameznih operativnih programih.

Tabela 1: Podatki o črpanju evropskih sredstev po posameznih operativnih programih in skupaj za obdobje 1. 1. 2007–31. 12. 2015

Operativni program	Pravice porabe	Izplačila iz proračuna*	% glede na pravice porabe	Certificirani ZzP	% glede na pravice porabe
OP RR	1.783.285.419	1.895.336.329	106,28	1.752.752.301	98,29
OP RČV	755.699.370	761.305.299	100,74	723.703.695	95,77
OP ROPI	1.562.063.847	1.655.885.515	106,01	1.506.478.782	96,44
Vsi OP-ji	4.101.048.636	4.312.527.143	105,16	3.982.934.777	97,12

Vir: Poročilo o črpanju sredstev Evropske kohezijske politike 2007-2013, 2016, str. 12, tabela 1.

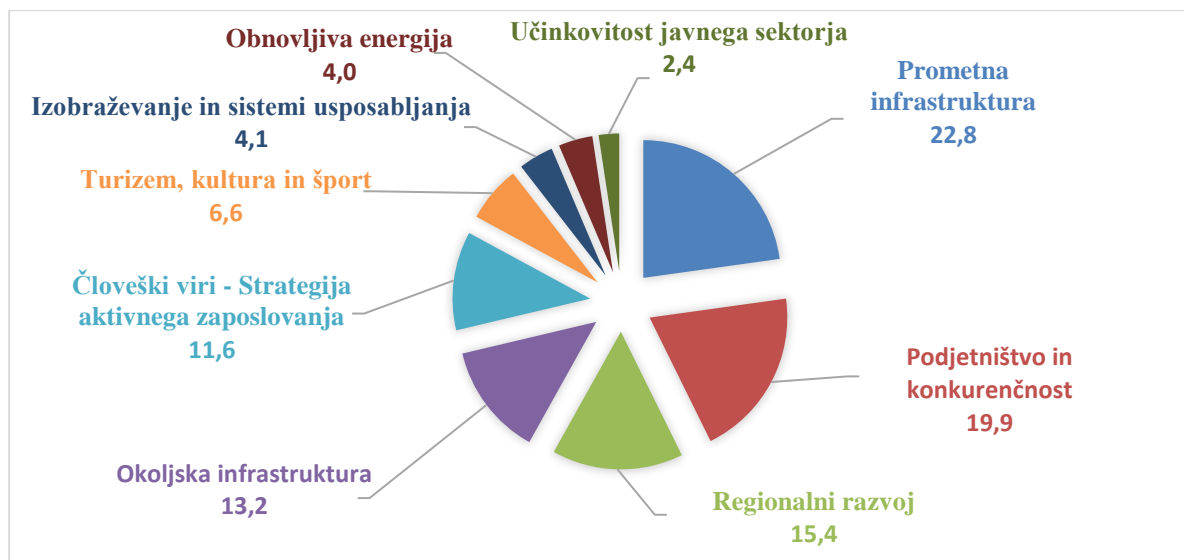
V devetletnem obdobju izvajanja finančne perspektive je bilo odobrenih več kot 5000 projektov. V Sloveniji ni regije ali občine, kjer ne bi bilo projekta, sofinanciranega iz evropskih skladov. Ustvarjenih je bilo več kot 45.000 delovnih mest, v investiranje v vse oblike znanja pa vključenih preko 610.000 oseb. Projekti so prispevali k dvigu konkurenčnosti in inovativnosti Slovenije, zmanjševanju razlik v razvitosti med slovenskimi statističnimi regijami, varovanju vodnih virov in kulturne dediščine, ustvarjanju pogojev za dvig dodane vrednosti, izkoriščanju čezmejnega podjetniškega potenciala in posledično k boljšim pogojem za življenje državljanek in državljanov (Poročilo o črpanju sredstev Evropske kohezijske politike 2007-2013, 2016).

1.1.1 Uspešnost črpanja EU sredstev za turizem

V obdobju 2007–2013 je EU namenila za turizem v okviru kohezijske politike več kot 6 milijard evrov proračunskih sredstev, kar je 1,8 % skupnega proračuna EU. Skupaj je bilo izboljšanju turističnih storitev namenjenih 3,8 milijard evrov, in sicer 1,4 milijard evrov za varstvo in razvoj naravne dediščine ter 1,1 milijard evrov za promocijo naravnih dobrin. Podpora turistični infrastrukturi in storitvam se je zagotovila tudi iz drugih proračunskih postavk, denimo iz inovacij, spodbujanja malih in srednje velikih podjetij, informacijske tehnologije in človeških virov (Turizem, 2014).

Predvidena poraba za turizem v obdobju 2007–2013 v okviru kohezijske politike v Sloveniji je bila 79 milijonov evrov (National Strategic Reference Framework, 2007). Slika 2 prikazuje predvideno porabo KP v Sloveniji v odstotkih.

Slika 2: Predvidena poraba Kohezijske politike v Sloveniji v obdobju 2007–2013 v %



Vir: P. Wostner, *Cohesion Policy in Slovenia over the last 20 years*, 2013, str. 7.

Kot je razvidno s Slike 2, je bila predvidena poraba sredstev za turizem, šport in kulturo 6,6 % celotnih razpoložljivih sredstev kohezijske politike v Sloveniji. Na področju povečanja števila turističnih kapacitet in na področju števila obiskovalcev ter števila delovnih mest so vidne investicije v turistično infrastrukturo. V okviru 152 projektov s področja turizma je novo ustvarjenih 886 bruto delovnih mest, kar je spodbudilo zasebna vlaganja v višini 278 milijonov evrov. Povečalo se je število turističnih kapacitet za 11.899. Z obnovo in revitalizacijo 21 objektov kulturne dediščine se je povečalo število obiskovalcev na 766.510, novih in obnovljenih športno-rekreativnih površin pa je 253.389 m². Najpomembnejša izmed teh projektov pa sta Skakalni center in Nordijski center v Planici (Poročilo o črpanju sredstev Evropske kohezijske politike 2007-2013, 2016).

V naslednjem poglavju so proučeni glavni EU skladi, v okviru katerih je možnost črpanja sredstev za turizem.

2 EU SKLADI, NAMENJENI SPODBUJANJU RAZVOJA ZA TURISTIČNE DEJAVNOSTI

Evropa je vodilna turistična destinacija na svetu. Zaradi znatnega potenciala za ustvarjanje delovnih mest ima turizem ključno vlogo pri razvoju številnih evropskih regij, zlasti manj

razvitih. Med nedavno krizo se je turizem izkazal za razmeroma odporno in nenehno rastočo panogo (Turizem, 2014).

Turizem je zato izredno pomemben za razvoj mnogih evropskih regij. Trajnostni turizem ohranja in krepi evropsko kulturno in naravno dediščino. Strukturni in kohezijski skladi lahko bistveno izboljšajo konkurenčnost in kakovost turizma na regionalni in lokalni ravni. Turizem pomaga manj razvitim regijam, da se vključujejo in uživajo sadove gospodarske rasti.

V programskem obdobju 2014–2020 turizem ni vključen kot tematski cilj ter predstavlja sredstvo ali sektor in ne cilja. Kljub temu je predvidenih veliko možnosti za pametne naložbe na področju turizma. Komisija je izdala tematska navodila za naložbe na področju turizma. Tovrstne naložbe naj bi bile:

- v skladu s tematskimi cilji in prednostnimi nalogami na področju naložb;
- posebno pozornost bi bilo treba nameniti trojni krepitvi zmogljivosti na področju odličnosti, inovacij in internacionaliziranja malih in srednje velikih podjetij ter grozdov, (navzkrižnemu) povezovanju dejavnosti, tudi prek krepitve notranjih in zunanjih povezav;
- osredotočene na boljše vrednotenje lokalnih kulturnih in turističnih točk;
- skladne z analizo prednosti in pomanjkljivosti ter priložnosti in nevarnosti ustreznih nacionalnih/regionalnih/nadnacionalnih operativnih programov;
- gonilo inovacij in raznolikosti izdelkov, postopkov in storitev ter specializacije za nišne trge, s čimer bi presegli odvisnost od nizke dodane vrednosti in začasnega dela ter zagotovili gospodarsko dejavnost in delovna mesta zunaj turistične sezone.
- Ker je ena od posebnih prednosti sektorja turizma, da so ovire za vstop na trg še posebej majhne, bi se bilo treba osredotočiti na podporo podjetništvu in ustvarjanju novih podjetij (Turizem, 2014).

Še naprej bo imel turizem poglobljeno vlogo v načrtovanih naložbah ESRR, kar velja tudi za naložbe na področju ohranjanja, varstva, spodbujanja ter razvoja naravne in kulturne dediščine. V okviru ESRR bo za to namenjenih približno 8 milijard evrov. Številne regije bodo svoja prizadevanja usmerile v razvoj konkurenčnih nišnih trgov in razvoj znamk, kot so turizem za starejše (gospodarstvo sivolasih) ali ekoturizem, posodobitev turističnih vrednostnih verig ter raznolikost turističnih dejavnosti, da bi bile manj odvisne od sezonskega turizma (Turizem, 2014).

V nadaljevanju se osredotočam na glavne sklade, v okviru katerih je možnost črpanja sredstev za turizem. Vsekakor pa obstajajo še ostali finančni mehanizmi in programi, v okviru katerih je, z malo spretnosti, prav tako mogoče prijaviti projekte za izboljšanje turističnih storitev (LIFE, HORIZON 2020, COSME, Program Kreativna Evropa, Erasmus+ itd.).

V Prilogi 1 so primerjalno prikazani glavni programi za črpanje EU sredstev za turizem v obeh programskih obdobjih.

2.1 Evropski sklad za strateške naložbe

Evropski sklad za strateške naložbe (v nadaljevanju EFSI) predstavlja ključni element naložbenega načrta za Evropo. Namenjen je spodbujanju gospodarske rasti na dolgi rok in spodbujanju konkurenčnosti. Sklad tako uresničuje vizijo Naložbenega načrta za Evropo, da bo v treh letih mobiliziral najmanj 315 milijard evrov dodatnih javnih in zasebnih naložb v evropsko gospodarstvo ter s tem podpiral rast, ustvarjal nova delovna mesta ter povečal konkurenčnost.

2.1.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

Do financiranja so upravičene vse vrste koristnih transakcij ali naložb za razvoj dejavnosti malih in srednje velikih podjetij (v nadaljevanju MSP), povsod po EU, skupaj s čezmejnimi projekti.

Takšni ukrepi se lahko osredotočijo na:

- potovalno infrastrukturo (regionalna letališča, pristanišča ...);
- energetska učinkovitost hotelov in turističnih naselij;
- revitalizacijo opuščenih industrijskih nepremičnin in parcel (t. i. *brownfields*) za rekreacijske namene;
- sporazume o financiranju malih in srednje velikih podjetij v turizmu;
- vzpostavitev investicijskih platform, namenjenih turizmu (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

2.2 Kohezijski sklad

Cilj KS je spodbujanje trajnostnega razvoja ter zmanjševanje ekonomskih in socialnih razlik. Namenjen je državam članicam EU z bruto nacionalnim dohodkom, manjšim od 90 % povprečja EU. Sredstva kohezijskega sklada se ne bodo delila med regijama. Celotni Sloveniji bo za področje izgradnje okoljske in prometne infrastrukture ter področje trajnostne rabe energije na voljo 1,055 milijarde evrov.

2.2.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

Odvise so od potreb vsake upravičene države članice, kot je opredeljeno v njenih operativnih programih (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

2.3 Evropski socialni sklad

ESS vlaga v evropski človeški kapital – mlade, delavce in vse tiste, ki iščejo zaposlitev. Je glavni instrument Evrope in podpira zaposlovanje, pomaga ljudem dobiti boljša delovna mesta in zagotavlja državljanom EU bolj poštene zaposlitvene možnosti.

2.3.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

Upravičene aktivnosti so navedene v "operativnih programih", ki jih pripravijo države članice. Odvisno od njihove izbire se lahko uporabijo sredstva iz ESS za :

- usposabljanje delavcev za pomoč podjetjem, ki se morajo spopadati s prestrukturiranjem ali pomanjkanjem kvalificiranih delavcev;
- usposabljanje ljudi v težavah in tistih iz prikrajšanih skupin, da bi pridobili boljše spretnosti in nova znanja ter z njimi nove zaposlitve;
- pospeševanje vzajemnega učenja, vzpostavljanje mrež in razširjanje ter spodbujanje dobrih praks in metodologij na področju socialnih inovacij.

Mnoge aktivnosti so regionalne ali nacionalne, vendar ESS lahko podpira tudi transnacionalno in medregionalno sodelovanje, odvisno od pristopa, opredeljenega v operativnih programih (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

2.4 Evropski sklad za regionalni razvoj

ESRR spada med glavne finančne instrumente evropske kohezijske politike. Podpira konkurenčnost, trajnost in kakovost turizma na regionalni ter lokalni ravni. Turizem je seveda tesno povezan z uporabo ter razvojem naravnih, zgodovinskih in kulturnih točk ter s privlačnostjo mest in regij kot krajev za bivanje, delo in obiskovanje (Evropski sklad za regionalni razvoj, 2016).

2.4.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

Ti programi lahko podpirajo:

- raziskave v zvezi s turizmom; tehnološki razvoj in inovacije, vključno z inovacijami storitev in grozdov (turističnih storitev, inkubatorjev, živih laboratorijev, demonstracijskih projektov ...);
- razvoj s turizmom povezanimi proizvodi informacijskih in komunikacijskih tehnologij – IKT (aplikacije, podatkovnega rudarjenja ...);

- razvoj inovativnih turističnih storitev, zlasti v manj razvitih in obrobni regijah s slabše razvito industrijsko strukturo, močno odvisnih od turizma (novi poslovni modeli, izkoriščanje novih idej ...);
- razvoj izdelkov/produktov/storitev z visoko dodano vrednostjo na nišnih trgih (zdravstveni turizem, turizem za starejše, kulturni in ekoturizem, gastronomski turizem, športni turizem itd.), tako da se aktivira specifične lokalne vire, ki tako prispevajo k pametni regionalni specializaciji;
- povezovanje aktivnosti različnih turističnih industrij, tudi s kreativnimi industrijami, za raznolikost regionalnih turističnih proizvodov in podaljšanja turistične sezone (na primer v navtičnem turizmu in čolnarjenju kot tudi v križarski industriji);
- aktivnosti, ki povezujejo obalne regije z zaledjem za bolj integriran regionalni razvoj;
- ukrepe, ki so namenjeni izboljšanju energetske učinkovitosti in uporabe obnovljivih virov energije MSP-jev, ki se ukvarjajo s turizmom;
- zaščito, promocijo in razvoj naravnih in kulturnih turističnih dobrin ter s tem povezanih storitev;
- razvoj manjše infrastrukture kulturnega in trajnostnega turizma – za doseg boljših socialno-ekonomskih učinkov;
- ukrepe v korist podjetništva, samozaposlitev in ustanovitve podjetja kot tudi internacionalizacije turističnih MSP-jev in grozdov;
- poklicno usposabljanje, nadgrajevanje znanja (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

2.5 Evropsko teritorialno sodelovanje

Evropski teritorialni sklad se financira iz ESRR in je namenjen krepitevi sodelovanja na čezmejni, transnacionalni in regionalni ravni. Spodbuja skupne rešitve na področju razvoja mestnih, podeželskih in obalnih območij, razvoj ekonomskih povezav in vzpostavljanje malih in srednjih podjetij (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

V programskem obdobju 2014–2020 je v okviru evropskega teritorialnega sodelovanja na voljo skoraj 8,95 milijard evrov sredstev iz ESRR. Velik delež sredstev bo namenjen čezmejnemu programom v višini 6,6 milijarde evrov (74,05 %). Programi, v katerih je vključena Slovenija na čezmejni ravni, v obdobju 2014–2020, imajo za povprečno 26,98 % manj sredstev iz ESRR kot v preteklem obdobju.

Programi, ki so namenjeni ozemeljski, gospodarski in socialni integraciji ožjih in širših funkcionalno povezanih območij/regij:

- **Čezmejno sodelovanje**
Sem spadajo programi, namenjeni povezovanju območij, ki so razdeljena z državnimi mejami, oziroma koriščenju potencialov in povečevanju konkurenčnosti čezmejnih

območij. Evropsko čezmejno sodelovanje se sofinancira s sredstvi ESRR. Slovenija s svojimi statističnimi regijami sodeluje v štirih programih čezmejnega sodelovanja:

- Slovenija-Hrvaška,
- Slovenija-Avstrija,
- Slovenija-Madžarska,
- Slovenija-Italija (ETS 2014–2020, 2016).

- **Transnacionalno sodelovanje**

To so programi, ki so namenjeni pripravi skupnih (transnacionalnih) razvojnih rešitev za skupne izzive na večjem geografsko zaokroženem območju, ki pokriva več evropskih držav. Sredstva so namenjena financiranju dogovorjenih prioritet (prevladujejo krepitve raziskav, tehnološkega razvoja in inovacij, podpora prehodu na nizkoogljično gospodarstvo v vseh sektorjih, varstvo okolja in spodbujanje učinkovite rabe virov, trajnostni promet in odprava ozkih grl v ključnih omrežnih infrastrukturah, izboljšanje institucionalnih zmogljivosti ter učinkovita javna uprava itd.). Skupni proračun za obdobje 2014–2020 znaša 872 milijonov evrov sredstev ESRR.

Slovenija v programskem obdobju 2014–2020 sodeluje v petih transnacionalnih programih:

- Program Območje Alp,
- Program Srednja Evropa,
- Jadransko-jonski program (Adrion),
- Program Podonavje,
- Program Mediteran (Shema projektov, 2016).

- **Medregionalno sodelovanje**

Namen programov medregionalnega sodelovanja je krepitev učinkovitosti izvajanja kohezijske politike in ETS prek izmenjave izkušenj, študij, zbiranja podatkov in drugih ukrepov. Za medregionalne programe je na voljo 514 milijonov evrov.

Slovenija v programskem obdobju 2014–2020 sodeluje v štirih medregionalnih programih:

- INTERACT III,
- INTERREG EUROPE 2014–2020,
- URBACT III,
- ESPON 2020 oziroma Evropska mreža za opazovanje prostorskega razvoja in kohezije (Shema projektov, 2016).

2.5.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

- Okrepitev sodelovanja med glavnimi akterji za spodbujanje prenosa znanja in inovacij;

- povečanje privlačnosti programskega območja z ohranjanjem, varstvom, promocijo in razvijanjem naravne in kulturne dediščine;
- ohranjanje, varovanje, obnavljanje, promocija in razvoj naravne in kulturne dediščine za nadaljnji razvoj pametnega ter trajnostnega turizma;
- trajnostni razvoj naravnih in kulturnih potencialov;
- razvijanje trajnostnih politik za boljšo uveljavitev naravnih virov in kulturne dediščine, vključno s tveganji in turizmom;
- krepitev R&I na tehnoloških in gospodarskih področjih z visokim razvojnim potencialom prek čezmejnega sodelovanja med relevantnimi institucijami;
- izboljšanje sposobnosti za integralno okoljsko upravljanje za varovanje in trajnostno rabo naravnih virov in dediščine;
- kulturna in naravna dediščina kot razvojna dejavnika;
- podpiranje MSP v vseh fazah življenjskega cikla in spodbujanje razvoja, rasti ter inovacij (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

2.6 Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja

EKSRP financira programe razvoja podeželja v državah članicah in regijah EU. V Sloveniji se bo EKSRP izvajal na osnovi Programa razvoja podeželja 2014–2020 in predstavlja programsko osnovo za črpanje finančnih sredstev iz Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja (Razvoj podeželja 2014-2020, 2016).

V okviru politike EU za razvoj podeželja v obdobju 2014–2020 so določeni trije dolgoročni strateški cilji:

- pospeševanje konkurenčnosti kmetijstva,
- zagotavljanje trajnostnega upravljanja z naravnimi viri in podnebnimi ukrepi ter
- doseganje uravnoveženega teritorialnega razvoja podeželskih gospodarstev in skupnosti, vključno z ustvarjanjem in ohranjanjem delovnih mest (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

Za EKSRP je v programskem obdobju 2014–2020 namenjenih 837,7 milijonov evrov sredstev.

2.6.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

Upravičene aktivnosti so navedene v nacionalnih in regionalnih Programih za razvoj podeželja (v nadaljevanju PRP), ki jih pripravijo države članice. Odvisno od njihove izbire lahko ti PRP financirajo:

- aktivnosti poklicnega usposabljanja in pridobivanja znanja (tečaji, delavnice, coaching, na primer o tem, kako razvijati podeželski turizem), predstavitvene dejavnosti in aktivnosti za informiranje;
- svetovanja kot oblika pomoči kmetom, lastnikom gozdov, drugim upravljavcem zemljišč in MSP-jem na podeželskih območjih za izboljšanje njihove gospodarske uspešnosti;
- poslovno-zagonsko pomoč kot tudi naložbe v nekmetijske dejavnosti na podeželskih območjih (v nastanitve na podeželju, trgovine, restavracije, vodene izlete ...);
- naložbe v rekreacijsko infrastrukturo v javni rabi, turistično-informacijske centre in turistično infrastrukturo manjšega obsega;
- študije in naložbe, povezane z vzdrževanjem, obnavljanjem in izboljšanjem kulturnih in naravnih dediščin vasi, podeželske krajine in območij z visoko naravno vrednostjo, vključno s povezanimi socialno-ekonomskimi vidiki, kot tudi aktivnosti ozaveščanja o okolju;
- sodelovanje, ki vključuje vsaj dva subjekta (oblikovanje grozdov in mrež, sodelovanja med malimi subjekti v organizaciji skupnih delovnih procesov in delitev objektov in virov ter za razvoj in/ali trženje turističnih storitev v zvezi s podeželskim turizmom ...) (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

2.7 Evropski sklad za pomorstvo in ribištvo

V finančnem obdobju 2014–2020 je Evropski sklad za pomorstvo in ribištvo (v nadaljevanju ESPR) nadomestil Evropski sklad za razvoj ribištva. Sklad je namenjen podpori ribičev pri prehodu na trajnostni ribolov, podpori obalne skupnosti pri diverzifikaciji gospodarstva, financiranju projektov v zvezi z zaposlovanjem ter boljši kakovosti življenja evropskih obalnih skupnosti. Sloveniji je iz sklada dodeljenih nekaj več kot 24 milijonov evrov sredstev.

RS bo kot članica EU s pomočjo OP ESPR 2014–2020 spodbujala izvajanje reformirane skupne ribiške politike, ki gre v smeri ohranjanja in trajnostnega upravljanja ribjih staležev, hkrati pa podprla ribiški sektor v RS v smeri konkurenčnega in trajnostnega razvoja (Ribiški sklad, 2016).

2.7.1 Vrste aktivnosti, povezane s turizmom, upravičene do financiranja

ESPR lahko podpira dejavnosti, kot so:

- študije,
- projekti, vključno s preizkusnimi projekti in projektnimi sodelovanji,
- konference, seminarji, forumi in delavnice,

- obveščanje javnosti in izmenjava dobrih praks, osveščanje preko kampanj in povezane komunikacijske dejavnosti in dejavnosti razširjanja, oglaševalske kampanje, prireditve, razvoj in vzdrževanje spletnih strani, združevanje med zainteresiranimi stranmi,
- strokovno usposabljanje, vseživljenjsko učenje in pridobivanje novih strokovnih znanj in spretnosti, ki omogočajo strokovnjakom ribiškega sektorja ali njihovim življenjskim partnerjem vstop v turistične dejavnosti ali opravljanje dopolnilne dejavnosti na področju turizma (Guide on EU funding for the tourism sector, 2016).

V okviru diplomske naloge je bilo ugotovljeno, da je na razpolago široka paleta finančnih mehanizmov za pridobitev nepovratnih EU sredstev v turizmu. Za programsko obdobje 2014–2020 ta sredstva niso neposredno izpostavljena, lahko pa se jih z nekaj znanja in spretnosti pridobi posredno. V nadaljevanju diplomske naloge je obravnavan projekt Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem in ustanovitev RDO na Gorenjskem, ki je uspel na razpisu ESRR.

3. VZPOSTAVITEV RAGIONALNE DESTINACIJSKE ORGANIZACIJE GORENJSKE

Gorenjska je alpska pokrajina z ugodno geostrateško lego in dobro dostopnostjo. Predstavlja tradicionalno turistično področje Slovenije in soustvarja pomemben del slovenskega turističnega prometa. Glavni primerjalni prednosti, ki predstavljata potencial nadaljnjega razvoja, sta tipična alpska krajina z zelo bogatimi in ohranjenimi naravnimi danostmi ter kulturna dediščina na podeželju in v starih mestnih jedrih. Z osnovno identiteto »Slovenskih Alp« in Triglavskega narodnega parka kot ključnih elementov ter identitet posameznih krajev in ljudi, ki tu živijo, je prepoznavna, dobro organizirana in zaokrožena celoletna turistična destinacija (Regionalna razvojna agencija Gorenjske, 2015, str. 59).

3.1 Opredelitev turistične destinacije

Turizem stremi k spletu turističnih produktov, ki jih ponuja določen prostor. Ko turist izbira svoj končno potovalno destinacijo, primerja med seboj različna geografska območja, ki ponujajo različne turistične produkte. Nato izbere tisto geografsko področje, ki mu kar najbolje omogoča zadovoljiti njegove potrebe. Ni nujno, da je to območje turistični kraj. Lahko je del turističnega kraja, hotel, celotna regija, država oz. več držav, ki jih je gost izbral kot svoj cilj (Bieger, 2005, str. 55–58).

Osnovni značilnosti turistične destinacije sta torej naslednji:

- turistična destinacija je končna točka potovanja, ki jo izbere turist,
- turistična destinacija je celovit turistični proizvod, po katerem ima turist željo, da ga kupi in potroši.

Turizem je izjemno konkurenčna panoga. Da bi lahko destinacije učinkovito konkurirale na turističnem trgu, morajo turistu zagotavljati odlično vrednost, kar pa je odvisno od sodelovanja deležnikov na destinaciji. V času od prihoda na destinacijo do zapustitve le-te se turist srečuje z mnogimi storitvami, s produkti javnega in zasebnega sektorja ter z gostoljubnostjo destinacije. Zato je ključno, da so različne komponente turistovega bivanja managirane in koordinirane v maksimalno zadovoljstvo turista. Učinkovit management destinacije omogoča maksimiranje vrednosti za turista ob zagotavljanju koristi za lokalno prebivalstvo in trajnostni razvoj (Pak & Vučkovič, 2007, str. 8–9).

3.2 Destinacijski management

Da bi management destinacije deloval, morajo biti elementi turistične destinacije podprti s trženjem, z zagotavljanjem storitev na sami destinaciji in s trajnostnim okoljem. Trženje je pomembno z vidika privabljanja turista na samo destinacijo. Z zagotavljanjem storitev na destinaciji izpolnjujemo pričakovanja ljudi na destinaciji. Ustvarjanje primerne, trajnostnega (ekološkega, socialnega in ekonomskega) okolja je za razvoj turizma nujno. Destinacijska organizacija pa je tista, ki na destinaciji vodi in koordinira omenjene različne aspekte. Management turistične destinacije je torej vsestranski strateški ukrep za doseganje konkurenčnosti turistične destinacije na globalnem trgu, kjer ključno vlogo igrajo turisti in njihovo povpraševanje po celovitih turističnih produktih destinacije. Glede na število deležnikov na ravni destinacije in kompleksnosti relacij med deležniki so destinacije ene najbolj kompleksnih enot za managiranje in trženje. In tu igrajo najpomembnejšo vlogo centralne turistične organizacije na destinacijski ravni, ki sodelujejo z različnimi deležniki in izvajajo destinacijske funkcije (Prašnikar et al., 2006, str. 247–270).

3.3 Vloga destinacijske organizacije (DMO)

Destinacija bo gostu lahko nudila enkratno vrednost, če bo imela ustreznega managerja – destinacijsko organizacijo, ki bo medsebojno povezala različne deležnike v destinaciji k realizaciji skupnega cilja destinacije (Sheehan et al., 2005, str. 155; Wang 2008, str. 151). Danes destinacijske organizacije opravljajo kritično vlogo pri graditvi konkurenčnih prednosti lokalnih podjetij in celotne destinacije (Sainaghi, 2005, str. 1053). V modelu organiziranosti managementa turistične destinacije DMO nastopa kot osrednja organizacija, ki skrbi za delovanje celotnega modela. Ustanovitev DMO-ja ne pomeni, da so ostali deležniki opravili svojo aktivno vlogo, pač pa je aktivno sodelovanje vseh deležnikov bistveno za uspešnost turistične destinacije. DMO torej ne kontrolira deležnikov, partnerjev na destinaciji, temveč združuje njihove resurse in znanja za doseg ciljev destinacije. Pri tem je ključno, da DMO uporablja takšna managerska orodja, ki bodo zagotovila enakovredno porazdelitev koristi med vse deležnike in hkrati trajnostni razvoj destinacije.

Mnoge destinacije imajo destinacijske organizacije, ki so tradicionalno odgovorne za marketing destinacije, zanemarjajo pa vlogo strateškega managementa destinacije. Vse hujša

konkurenca med destinacijami je povzročila, da destinacijske organizacije postajajo »razvojniki destinacije« (Sheehan et al., 2005, str. 155).

3.4 Model organiziranja slovenskega turizma

V obdobju 2007–2011 ključna strategija turizma (v nadaljevanju RNUST) temelji na nadgradnji modela organiziranosti slovenskega turizma na vseh ravneh. Na področju organiziranosti turizma in na splošno v pogojih za doseganje razvojnih ciljev daje velik poudarek na vzpostavitev prave oblike organiziranosti na pokrajinski oziroma lokalni ravni v obliki javno-zasebnega partnerstva. V Sloveniji je bil uveden nov model organiziranosti turizma s štirimi ravni: mednarodno, regionalno, nacionalno in lokalno. Na regionalni ravni je bila vzpostavljena RDO z namenom, da opravlja trženjsko, razvojno in promocijsko funkcijo in je partner na nacionalnem nivoju – Slovenski turistični organizaciji (v nadaljevanju STO) in Ministrstvu za gospodarstvo.

Glavni cilj nadgradnje modela organiziranosti po Načrtu trženja slovenskega turizma 2007–2011 (Uran in Ovsenik, 2006, str. 24–26) je, da doseže organiziranost usposobljenih organizacij za upravljanje turističnih destinacij na lokalni oziroma regionalni ravni in integralnost pri razvoju, oblikovanju in trženju turistične ponudbe med vsemi subjekti turizma iz javnega in zasebnega sektorja. Za usklajeno delovanje aktivnosti razvoja in trženja slovenskega turizma na podjetniški, regionalni, lokalni in nacionalni ravni je nujno, da se doseže tudi ustrezna vertikalna povezanost turističnih dejavnikov in subjektov. Ustrezen sistem verikalne in horizontalne organiziranosti slovenskega turizma je opredeljen kot bistven za obvladovanje celotnega trženjskega spleta slovenske turistične ponudbe in vseh njenih turističnih produktov (Uran in Ovsenik, 2006, str. 24–26).

Osnove turistične organizacije po ravneh so:

- nadnacionalna raven: predstavniške pisarne,
- nacionalna raven: STO,
- destinacijska raven: RDO,
- lokalna/medlokalna raven: LTO – lokalna turistična organizacija.

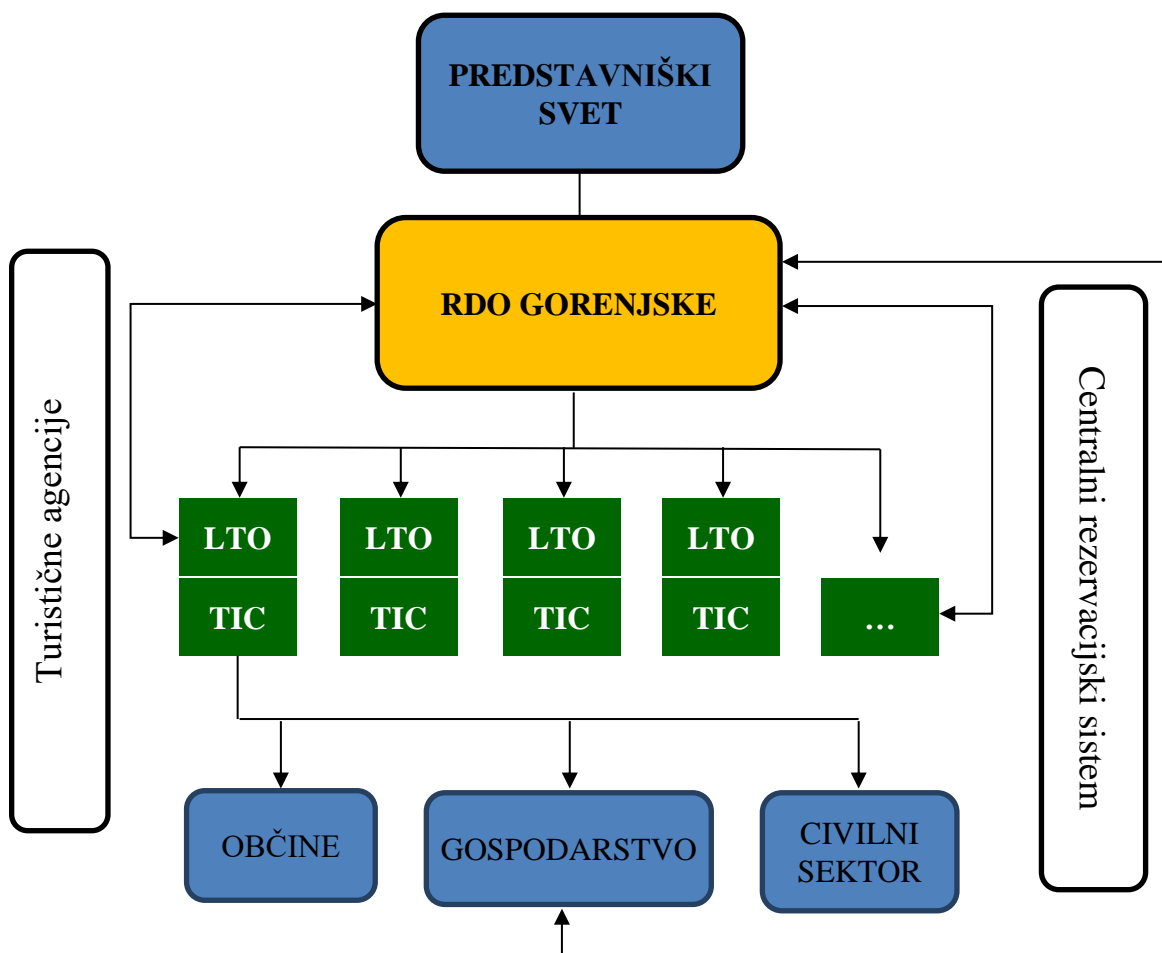
Najpomembnejše je zagotoviti medsebojno partnersko povezanost slovenskega turizma na vseh ravneh.

3.5 Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem

Na Gorenjskem so se na vseh področjih oblikovali ključni regijski projekti, med katere pa sodi tudi projekt Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem. Ta predstavlja širitev preteklih

aktivnosti in vzpostavitev modela organiziranosti turizma na ravni regije (Slika 3) in oblikovanje sonaravnih turističnih produktov (Priloga št. 1: Celostna analiza stanja, 2016).

Slika 3: Predlog modela organiziranosti turizma na Gorenjskem



Vir: Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, 2009

3.5.1 Pojem sonaravni turizem – trajnostni turizem (*Sustainable Tourism*)

Načela sonaravnega = trajnostnega razvoja turizma so predvsem usmerjena na okoljske, družbeno-kulturne in gospodarske vidike turističnega razvoja in zahtevajo ravnotežje med njimi. V zadnjem času pa se dodaja še vidik podnebnih sprememb. Pomen trajnostnega turizma je v zadovoljevanju potreb turistov in destinacij gostiteljic ter varovanju in izboljšanju priložnosti prihodnjega razvoja. Gre za management vseh virov na način, da se zadovoljujejo gospodarske, družbene in kulturne potrebe. Kulturna integriteta, nujni okoljski procesi ter biološka diverziteteta pa se medtem ohranjajo. Danes trajnostni turizem močno pridobiva na pomenu: povpraševanje potrošnikov raste, ponudniki v turizmu razvijajo nove zelene programe, vlade oblikujejo nove politike, ki naj bi spodbujale prakse trajnostnega turizma (Strategija razvoja in trženja sonaravnega turizma na Gorenjskem, 2016).

3.5.2 Opis in predstavitev projekta

Projekt Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem je prvi območni projekt vseh 18 občin na Gorenjskem. Oblikovani so bili temelji za vzpostavitev regionalne organiziranosti turizma na regionalni ravni na Gorenjskem, s pomočjo katerih je namen doseči večjo prepoznavnost turistične ponudbe na Gorenjskem.

Z izvajanjem projekta Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem se je izdelala krovna strategija razvoja in trženja za sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, ki opredeljuje vizijo in cilje na tem področju ter strategijo za doseg ciljev in ukrepov. Strategija predstavlja ključno osnovo za trženje in razvoj celovitih sonaravnih turističnih produktov Gorenjske.

Projekt je bil izveden v obdobju od februarja do oktobra 2009. Vrednost projekta je bila 351.888 evrov, od tega je 249.166 evrov prispevala EU iz ESRR– iz naslova Razvoja regij.

Regionalna razvojna agencija Gorenjske je bila upravljavec projekta, saj ga je v letu 2007 skupaj z Odborom za turizem, šport in kulturo tudi pripravila. Na Svetu regije so župani pooblastili Mestno občino Kranj, da se je v imenu vseh občin na razpis tudi prijavila.

3.5.3 Cilji in prednosti projekta

Specifični cilji regijskega projekta:

- povečati prepoznavnost Gorenjske kot sonaravne turistične destinacije,
- varovanje in ohranjanje naravnih vrednot in trženje njihove privlačnosti,
- oblikovanje učinkovitega trženja in upravljanja integralnih turističnih produktov,
- ustvarjanje novih delovnih mest v turizmu in v dejavnostih, povezanih z njim (podeželje, zavarovana območja, Natura 2000),
- oblikovanje osnov za vzpostavitev regionalne organiziranosti turizma na Gorenjskem (Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, 2016).

Prednosti povezovanja posameznih krajev v okviru skupne turistične ponudbe v večjih, turistično bolj razvitih krajih (Bled, Bohinj, Kranjska Gora, Radovljica) so:

- obogatitev ponudbe z doživetji po letnih časih z dopolnilno turistično ponudbo v sosednjih krajih – občinah (ogledi atrakcij, obisk dogodkov, tematske poti ...), ki so vnaprej vključena v programe,
- večja atraktivnost destinacije – gostje se vračajo in ostajajo na destinaciji dalj časa.

Prednosti povezovanja posameznih krajev v okviru skupne turistične ponudbe v manjših, turistično manj razvitih krajih so:

- večja prepoznavnost (preko skupne spletne strani, kataloga, sejmov),
- povečanje povpraševanja po dodatni turistični ponudbi kraja,
- priložnost za razvoj ponudbe in novih nočitvenih kapacitet (Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, 2016).

Cilji povezovanja:

- sinergijski učinek,
- optimizacija trženja in stroškov promocije,
- povečanje turistične atraktivnosti regije,
- povečanje prihoda obiskov domačih in tujih turistov/nočitev,
- povečanje potrošnje iz turizma na destinaciji – v celotni regiji,
- podaljšanje bivanja gostov v regiji in višja potrošnja na gosta,
- razvoj turizma v posameznih krajih, ustvarjanje nove ponudbe (storitev in izdelkov),
- odpiranje novih delovnih mest in pospeševanje samozaposlitev (Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, 2016).

3.5.4 Rezultati projekta

Glede na izvedene aktivnosti so bili doseženi sledeči rezultati:

- **Strategija razvoja in trženja sonaravnega turizma na Gorenjskem**, operativni trženjski načrt in vizualna identiteta znaka turistične regije (celostna grafična podoba): Pripravljene so bile vsebinske podlage in razvojne usmeritve za vse, ki se ukvarjajo ali se nameravajo ukvarjati s turizmom na Gorenjskem, tako da so uporabne pri trženju, razvoju turističnih produktov in storitev ter načrtovanju investicij v turizmu. V dokumentu je navedeno, kako bolje organizirati in povezati ponudbo na Gorenjskem in kako organizirati skupno promocijo. Prikazali so, kako vzpostaviti prodajno mrežo doma in v tujini in mrežo izvajalcev doživetij (programov), kako pozicionirati turistično ponudbo Gorenjske skozi doživetja in atrakcije ter dosežati boljšo prepoznavnost ponudbe doživetij regije na mednarodnem trgu. Določena je bila identiteta destinacije oziroma destinacij, ustvarjene so zgodbe in izpostavljene atrakcije po posameznih krajih. Oblikovana je bila znamka Gorenjske – Slovenske Alpe (Slika 4), hkrati pa tudi njen trženjski in pozicijski slogan ter priročnik o načinu uporabe izdelanega znaka.

Slika 4: Znak Slovenske Alpe



Vir: Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, 2009

- **Pet razvojnih načrtov regijskih integralnih turističnih produktov** (pohodništvo, kolesarjenje, beli športi, odkrivanje naravne in kulturne dediščine, dogodki), kjer je definiran trend ponudbe in povpraševanja na področju produktov, koncept oblikovanja posameznih ITP-jev ter razvojni in trženjski koncept produktov na Gorenjskem glede na motiv prihoda turista.
- **Trije regijski sonaravni turistični programi/paketi:**
 - Izdelano je bilo 22 programov tipa *What to do?* (Kaj početi?) po aktivnostih, glede na različne ciljne skupine turistov in motive prihodov (aktivne počitnice, sprostitve, raziskovanje, prireditve, dogodki in zabava ter poslovna potovanja).
 - Oblikovanih je bilo 21 programov odkrivanja naravne in kulturne dediščine tipa *What to discover?* (Kaj odkriti?). Izdelane so bile identitete in zgodbe po posameznih občinah in glede na to tudi enodnevni programi po krajih.
 - Na podlagi posameznih identitet in zgodb je bil izdelan tudi krovni program za Gorenjsko in oblikovana je bila krovna zgodba: Zajemite sapo. Ustavite se. Preprosto je!
- **Informiranje in obveščanje:** izvedenih je bilo 40 delavnic in dogodkov s ključnimi turističnimi akterji iz zasebnega, javnega in civilnega sektorja, ki so sooblikovali vsebino. O projektu so obveščali v okviru radijskih oddaj, člankov v časopisih, organizirani sta bili dve novinarski konferenci in ena skupna predstavitev Gorenjske kot sonaravne destinacije.
- **Priprava izdelkov in storitev, potrebnih za promocijo regije** in njenih produktov, vezanih na sonaravni turizem za dvig prepoznavnosti in ugleda turistične destinacije: image regijski katalog v 5 jezikih ter regijski spletni portal www.slovenian-alps.com.

3.6 Regionalna destinacijska organizacija Gorenjske

3.6.1 Osnovne značilnosti RDO Gorenjske

20 % slovenskega turističnega prometa je ustvarjenega na Gorenjskem in še se beleži rast turistov. Turizem predstavlja eno izmed ključnih gospodarskih panog regije. Temelji

upravljanja turistične destinacije Gorenjske in vzpostavitve tesne povezave med lokalnimi turističnimi organizacijami (LTO) in turističnim gospodarstvom na ravni regije so zapisani že v Regionalnem razvojnem programu Gorenjske 2007–2013. V sklopu projekta Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, ki ga je upravljal Regionalna razvojna agencija Gorenjske, je bila oblikovana osnovna platforma za vzpostavitev regionalne organiziranosti turizma. Januarja 2011 je Svet gorenjske regije, ki ga sestavljajo župani osemnajstih gorenjskih občin, pooblastil Turizem Bled za opravljanje nalog RDO Gorenjske. S tem so gorenjske občine formalno združile interes povezovanja, skupnega sodelovanja in promocije ter razvoj razdrobljene turistične ponudbe Gorenjske.

Slika 5: Shema povezovanja regije



Vir: Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, 2009.

Za Gorenjsko je značilno, da trije najbolj razviti turistični kraji, to so Bohinj, Bled in Kranjska Gora, ustvarjajo več kot 85 % nočitev v regiji. Zato se postavlja vprašanje, zakaj bi bilo tako povezovanje zanimivo za velike in turistično razvite kraje. Na drugi strani pa so prav tako manjši, še neprepoznavni kraji dvomili v koristi medsebojnega povezovanja.

Glavni argument, ki govori v prid medsebojnemu sodelovanju, je sinergijski učinek, tako za turistično bolj razvite občine kot tudi za tiste, kjer je turizem v razvoju.

Prednosti za turistično razvite občine so:

- večja atraktivnost zaradi pestrejšše ponudbe in novosti,
- racionalizacija stroškov (skupni namesto individualni nastop na trgu),
- dopolnjevanje kadrov in znanja,
- enotna strategija in koncept razvoja regije.

Prednosti za tiste občine, kjer je turizem še v razvoju:

- prenos izkušenj in znanja,
- uveljavljanje novih lokalnih atrakcij,
- večja prepoznavnost,
- večji obisk.

Ustanovitev RDO na način povezovanja in sodelovanja vseh turističnih deležnikov bistveno prispeva k boljšemu izkoriščanju razvojnih potencialov ter zagotavljanju konkurenčnosti turistične destinacije Gorenjske. RDO ima vlogo osnovnega generatorja razvoja turizma v turistični destinaciji.

3.6.2 Aktivnosti RDO

Turizem Bled je v začetku leta 2011 prevzel vodenje RDO Gorenjske in je uspešno kandidiral na Javnem razpisu Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, Operativni program Krepite regionalnih razvojnih potencialov 2007–2013, za obdobje 2012–2014. Od leta 2014 naprej pa občine same financirajo delovanje RDO ter določene aktivnosti in projekte.

Osnovne funkcije RDO na Gorenjskem so:

- promocijska funkcija – promocijsko gradivo, oglaševanje v medijih in na spletu, skupne sejemske, medijske in druge predstavitve doma in v tujini,
- distribucijska funkcija – spletna stran in Zelena kartica,
- operativno-razvojna funkcija – razvoj destinacijskih produktov, usposabljanje kadrov v mreži RDO,
- upravljavska funkcija – vodenje in koordinacija RDO.

Glavne izvedene aktivnosti RDO poleg osnovnih funkcij pa prikazuje Tabela 2.

Tabela 2: Glavne izvedene aktivnosti RDO

Leto	Aktivnosti
2011–2013	Izvedba EU projekta RDO: <ul style="list-style-type: none"> • Vzdržuje in nadgrajuje se spletni portal regije. • Razvije se destinacijska kartica Zelena kartica gosta Gorenjske. • Krepi in izvaja se strategije Gorenjske kot »trajnostne destinacije«. • V fazi izvedbe je projekt regijskega naravovarstveno-turističnega-informacijskega središča skupaj s Triglavskim narodnim parkom. • Brošura Motoristične poti na Gorenjskem • Koledar glavnih prireditev na Gorenjskem • Turistični zemljevid Gorenjske in publikacija Slovenian Alps in your pocket • Strategija gastronomije Gorenjske • Promocijsko-trženjske aktivnosti v medijih, na prireditvah in sejmih
2014–2015	<ul style="list-style-type: none"> • Otvoritev regijskega turistično-naravovarstvenega-informacijskega središča Triglavska roža • Promocijsko-trženjske aktivnosti • Koledar glavnih prireditev na Gorenjskem • Okusi Gorenjske • Čarobne poroke v Slovenskih Alpah • Družinska doživetja
2016	<ul style="list-style-type: none"> • Posodobitev spletnih strani Slovenian Alps • Nekatere skupne promocijske aktivnosti

Vir: Turizem Bled, Plan delovanja in financiranja RDO Gorenjske in regijskega turistično-naravovarstvenega-informacijskega središča Triglavska roža v letu 2014, 2007.

3.6.2.1 Zelena kartica gosta Gorenjske

Glavni produkt Javnega razpisa Krepite regionalnih razvojnih potencialov je bila Zelena kartica gosta Gorenjske (v nadaljevanju ZKGG).

Glavni namen projekta ZKGG je bil izboljšati turistične kazalnike, v glavnem pa spodbujati trajnostni turizem v regiji tako, da se s predstavitev krajev, ki niso tako zani, gostje razpršijo po vseh osemnajstih občinah regije, da se čas njihovega bivanja podaljša in se uporaba javnega prevoza poveča (Za turiste prihaja zelena kartica gosta Gorenjske, 2012).

ZKGG (Slika 6) je družinska turistična kartica ugodnosti. Gostje Gorenjske lahko z njo koristijo posebne ugodnosti, kot so popusti za ogled turističnih znamenitosti, različne športne in druge aktivnosti, kulinarčna doživetja ter nekatere brezplačne ponudbe. (Slovenian Alps, b.l.).

Slika 6: Zelena kartica gosta Gorenjske



Vir: Turizem Bled, Končno poročilo 2015, 2016.

V skladu s pogodbo o delovanju projekta ter v skladu s partnerskimi dogovori je Zelena kartica gosta Gorenjske delovala do konca leta 2015. Ker pa ni dosegla pričakovanega učinka, je bila po sklepu Upravnega odbora RDO Gorenjske z 31. 12. 2015 ukinjena. V prihodnje jo bo nadomestil rezervacijski sistem Feratel ter kasneje tudi Kartica gosta Gorenjske.

3.6.2.2 Infocenter Triglavsko roža Bled

Infocenter Triglavsko roža Bled, katerega otvoritev je bila leta 2014, je regijsko turistično, naravovarstveno in informacijsko središče, ki deluje za potrebe turistične destinacije Bled, celotne Gorenjske, Triglavskega narodnega parka in drugih zavarovanih območij narave ter območij NATURA 2000 na Gorenjskem. Glavni namen prenovljenega središča je, da omogoča odkrivanje in spoznavanje narave, okusov, razgledov in dogodkov dežele pod Triglavom.

S prenovo pritličnih in kletnih prostorov se je na Bledu vzpostavilo sodobno središče za obiskovalce, v katerem se preko različnih vsebin (razstava, proizvodi/hrana, informacije) prepleta predstavitev Gorenjske, Bleda, Triglavskega narodnega parka (v nadaljevanju TNP), in drugih zavarovanih območij ter NATURA 2000 regije. Ponudbo Infocentra Triglavsko roža sestavljajo:

- pohodniške in turistične informacije ter informacije o TNP,
- prostor za stalne inčasne razstave (poudarek na predstavitvi izjemne narave Gorenjske in TNP),
- otroški kotiček,
- večnamenski prostor,
- trgovina z bogato ponudbo izdelkov lokalnega porekla z območja celotne Gorenjske in TNP,
- okrepčevalnica s tipično regionalno hrano,
- multimedijška dvorana za predstavitev kratkih filmov z območja celotne regije in TNP,

- različne prireditve, delavnice, občasne razstave in tržnice (Turizem Bled, 2013).

Ker želijo na sodoben, profesionalen in subtilen način prikazati celovitost destinacije in njeno prepletenost z naravo, ni predvidena klasična predstavitev posamezne občine na razstavnih panojih. Predvidena je celostna predstavitev na način, ki bo spodbudil in hkrati informiral obiskovalca, da se poda raziskovat in doživljat regijo ter njeno naravo.

3.6.3 Delovanje RDO v prihodnosti

RDO Gorenjske kot organizacija že od leta 2011 povprečno porabi le 20 % sredstev letno za svoje delovanje, 80 % ostalih sredstev (občin, EU, RS in gospodarstva) pa porabi za vlaganja v izvedbo programa. Takšna učinkovitost je mogoča le s kombinacijo kadrovskih virov pri nosilni organizaciji RDO, aktivnem in sistematičnem vlaganju občin ter sodelovanju lokalnih turističnih organizacij pri izvedbi dogovorjenih aktivnostih.

Na državnem nivoju je v novi Strategiji razvoja slovenskega turizma 2012–2016 predvideno nadaljnje delovanje regijskih turističnih organizacij, zato pričakujejo v novem programskem obdobju 2014–2020 možnost pristopa do sredstev EU za aktivnosti RDO. V vmesnem času, ko ni na razpolago niti systemskega financiranja RDO niti posameznih EU projektov za posamezne aktivnosti, je izrednega pomena, da se UO RDO Gorenjske uspe dogovoriti o načinu delovanja in financiranja posameznih projektov. Za leto 2016 je predvideno sofinanciranje občin, aktivnosti pa bodo v večji meri usmerjene v promocijske aktivnosti, nadgradnjo spletnega portala in izobraževanje vodstvenega kadra na posameznih destinacijah Gorenjske.

Opustitev dejavnosti bi izničila vsa dosedanja vlaganja javnih sredstev v razvoj destinacije, regijske znamke, skupnih turističnih produktov in vzpostavljene partnerske mreže, zato bi bilo smiselno ohraniti povezovanje in sodelovanje posameznih turističnih deležnikov vsaj v neki skrčeni obliki izvajanja prioritarnih nalog.

V nadaljevanju diplomske naloge predstavljam analizo učinkovitosti porabe EU sredstev za turizem na primeru RDO Gorenjske, katere namen je ugotoviti učinkovitost prizadevanja in vlaganja v večjo povezanost in medsebojno sodelovanje turističnih deležnikov s pomočjo EU sredstev in ustanovitve RDO. Raziskava je bila izvedena s pomočjo spletne ankete in s pomočjo analize statističnih podatkov.

4. EMPIRIČNA ANALIZA UČINKOVITOSTI PORABE EU SREDSTEV ZA TURIZEM NA PRIMERU RDO GORENJSKE

4.1 Raziskava o regijski turistični ponudbi na Gorenjskem in o delovanju RDO Gorenjske

4.1.1 Zasnova raziskovanja in metodologija

Empirični del diplomske naloge temelji na kvalitativni raziskavi o regijski turistični ponudbi na Gorenjskem in o delovanju RDO Gorenjske. Pri raziskovalnem delu sem uporabila anketne vprašalnike. Poslani so bili različnim turističnim ponudnikom na Gorenjskem. (glej Prilogo 2)

4.1.2 Cilji raziskave

S pomočjo primarnih virov sem preučevala področje ustanovitve RDO. S pomočjo ankete med turističnimi deležniki na Gorenjskem sem prišla do ugotovitev ali RDO Gorenjske pripomore k večji povezanosti turistične ponudbe in spodbuja turistične deležnike k inovativnejši turistični ponudbi ter hkrati nudi ustrezno podporno okolje za trženje integralnih turističnih produktov. S pomočjo pridobljenih podatkov pri raziskavi sem za Turizem Bled, ki je upravljalca RDO, pripravila poročilo, ki bi lahko še izboljšalo stanje turizma v celotni regiji v prihodnje.

4.1.3 Temeljna hipoteza in raziskovalna vprašanja

Cilj RDO je upravljanje turistične destinacije in vzpostavitev povezave med turističnimi organizacijami na lokalni ravni in turističnim gospodarstvom na ravni regije. Na podlagi raziskave lahko postavim **temeljno tezo**, ki pravi, da je ustanovitev RDO prispevala k večji povezanosti turističnih deležnikov, inovativnejši povezani turistični ponudbi in oblikovanju regijske organizacijske podpore za trženje integralnih turističnih produktov.

S pomočjo anketnih vprašalnikov sem hotela pridobiti odgovore na sledeča vprašanja:

1. Kakšna je pomembnost obstoja regijske organizacije?
2. Ali so aktivnosti, ki jih izvaja RDO, učinkovite?
3. Ali je bil projekt Zelena kartica gosta Gorenjske uspešen?
4. Ali je predstavitev turistične ponudbe na regijskem spletnem portalu pomembna?
5. Na kateri način turistični deležniki v regiji sodelujejo med seboj?
6. Kakšna je pomembnost medsebojnega sodelovanja turističnih deležnikov in promocije regije?
7. Ali turistični deležniki tržijo tudi ostalo ponudbo v regiji?
8. Ali so aktivnosti za razvoj in povezanost regije, financirane z EU sredstvi, učinkovite?

4.1.4 Oblikovanje vprašalnika in predstavitev postopka zbiranja podatkov

Kvantitativno raziskavo sem opravila med turističnimi deležniki na Gorenjskem s pomočjo anketnega vprašalnika. Ker sem predvidevala, da bo odziv večji, če bodo vprašalnike reševali preko spleta, sem jih oblikovala preko spletne aplikacije in jih poslala po elektronski pošti. Anketni vprašalnik vsebuje nagovor, v katerem sem predstavila cilj ankete in zagotovila anonimnost reševanja. Anketni vprašalnik je sestavljen iz enajstih vprašanj (Priloga 2).

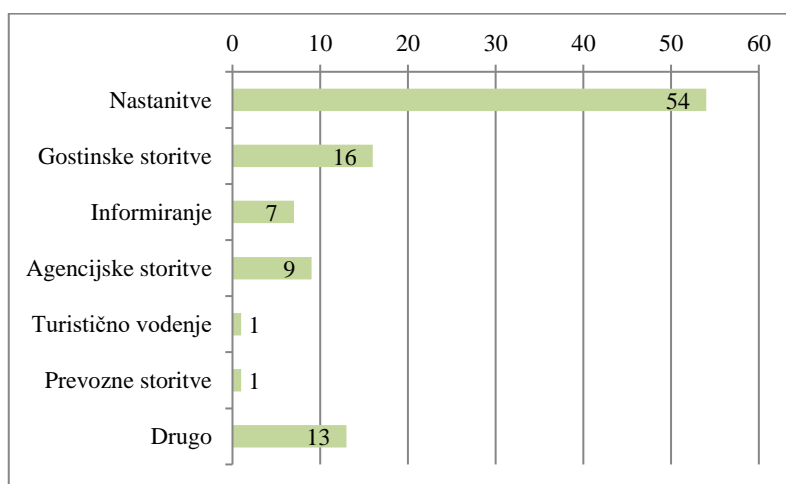
4.1.5 Analiza podatkov in interpretacija rezultatov

Po končani raziskavi sem zaprla spletno mesto in začela obdelovati pridobljene podatke. Popolnoma rešenih je bilo 117 anket. Podatke sem analizirala splošno in jih prikazala z grafi.

4.1.6 Analiza anketnih vprašalnikov

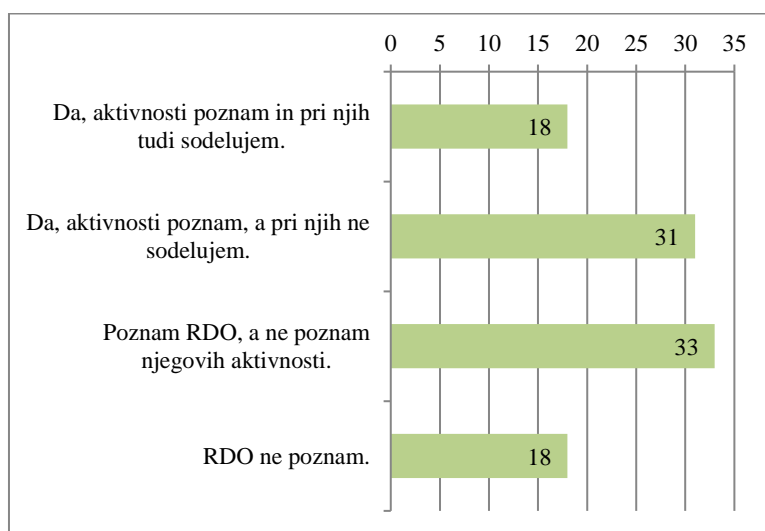
Na anketo je kliknilo 160 turističnih deležnikov, od tega jih je 117 rešilo anketo do konca, to je 73 %. Največ anket je bilo rešenih v dveh dneh, ko sem jim posredovala anketo na elektronske naslove. Slika 7 prikazuje glavne dejavnosti turističnih deležnikov.

Slika 7: Glavne dejavnosti anketiranih (v %)



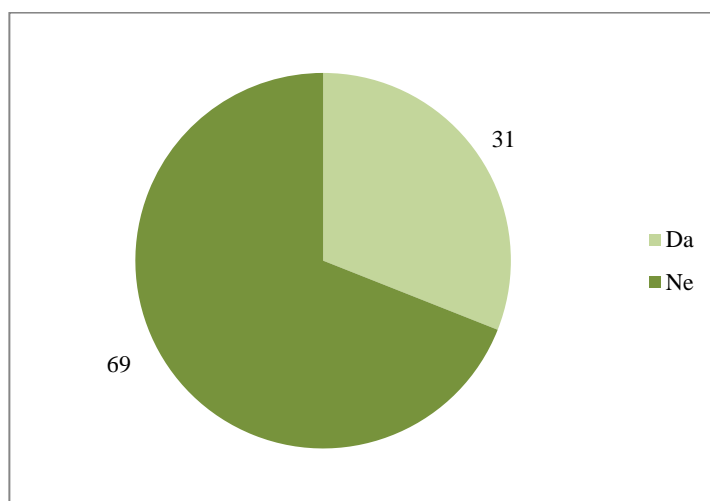
S Slike 7 vidimo, da se 70 % vseh anketiranih turističnih deležnikov ukvarja z nastanitveno (54 %) in gostinsko dejavnostjo (16 %). Sledijo tisti, ki opravljajo agencijske storitve in informiranje gostov (16 %), 13 % turističnih deležnikov pa se ukvarja z drugo dejavnostjo, kot so storitve javne uprave, gorsko vodenje, smučarska šola, poslovno svetovanje, kovaštvo, letališka dejavnost in proizvodnja sira ter mlečnih izdelkov. En anketiranec se ukvarja s turističnim vodenjem in eden s prevoznimi storitvami.

Slika 8: Glavne aktivnosti RDO (v %)



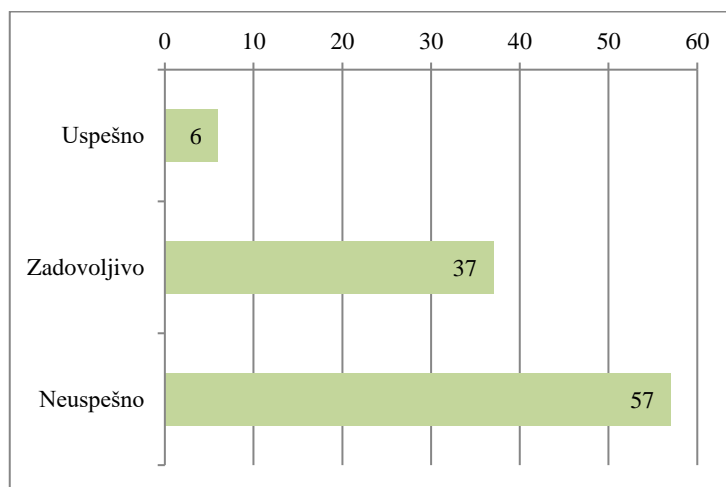
S Slike 8 je razvidno, da večina, to je 81 % turističnih deležnikov pozna RDO Gorenjske, vendar je kar 64 % od njih takih, ki aktivnosti RDO ne poznajo oz. pri aktivnostih ne sodelujejo. To pomeni, da turistični deležniki premalo sodelujejo pri aktivnostih RDO ki bi morala poskrbeti za boljšo vključenost turističnih deležnikov pri svojih nalogah, saj je le 18% vprašanih odgovorilo, da so aktivno vključeni v aktivnosti omenjene organizacije.

Slika 9: Zelena kartica Gorenjske (v %)



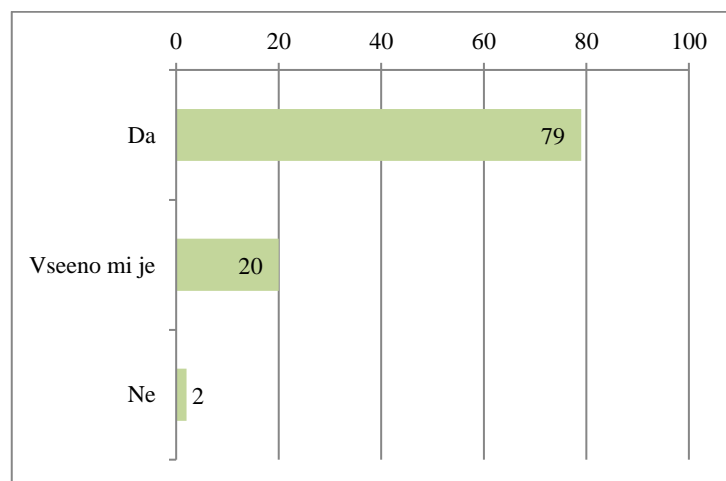
Slika 9 nazorno prikazuje, da večina vprašanih turističnih deležnikov (69 %) prav tako ni sodelovala pri projektu Zelene kartice Gorenjske. Od tistih, ki so pri omenjenem projektu sodelovali (31 %), pa je več kot polovica ocenila, da je bilo sodelovanje neuspešno, 37 % pa jih je odgovorilo, da je bilo sodelovanje zadovoljivo, kar prikazuje Slika 10.

Slika 10: Zadovoljstvo sodelovanja v projektu Zelena kartica gosta Gorenjske (v %)



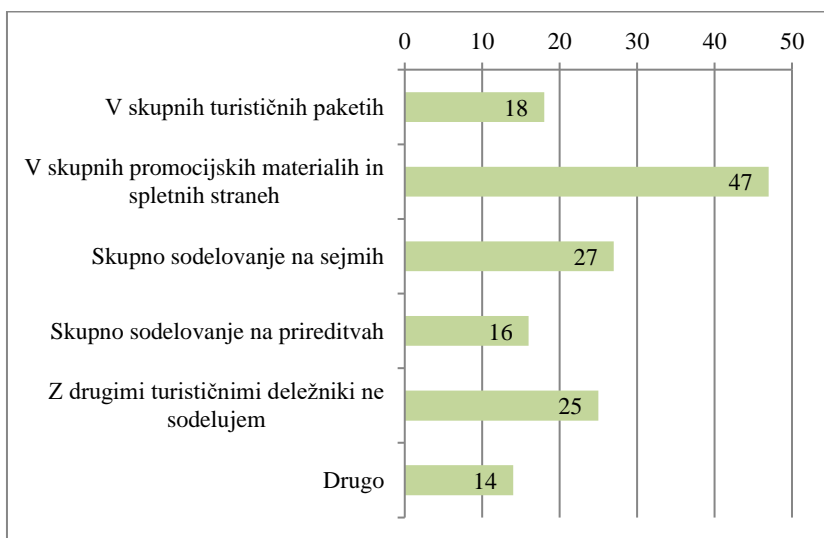
Razloge, ki so jih anketiranci navedli kot vzrok za nesodelovanje pri projektu Zelene kartice, so nepoznavanje projekta, nezanimanje za projekt, neučinkovitost, prepozna izvedba projekta glede na potrebe trga. Predvsem manjšim nastanitvenim objektom pa se je zdelo sodelovanje v projektu predrago. Iz vsega navedenega lahko sklepamo, da Zelena kartica res ni bila dobro predstavljena, kar podkrepi še dejstvo, da je bila konec leta 2015 Zelena kartica Gorenjske tudi ukinjena.

Slika 11: Predstavitev ponudbe na regijskem spletnem portalu (v %)



S Slike 11 je iz odgovorov anketirancev mogoče sklepati, da se večini (79 %) zdi pomembno, da je njihova turistična ponudba predstavljena v sklopu celostne turistične ponudbe regije na gorenjskem spletnem portalu Slovenian Alps.

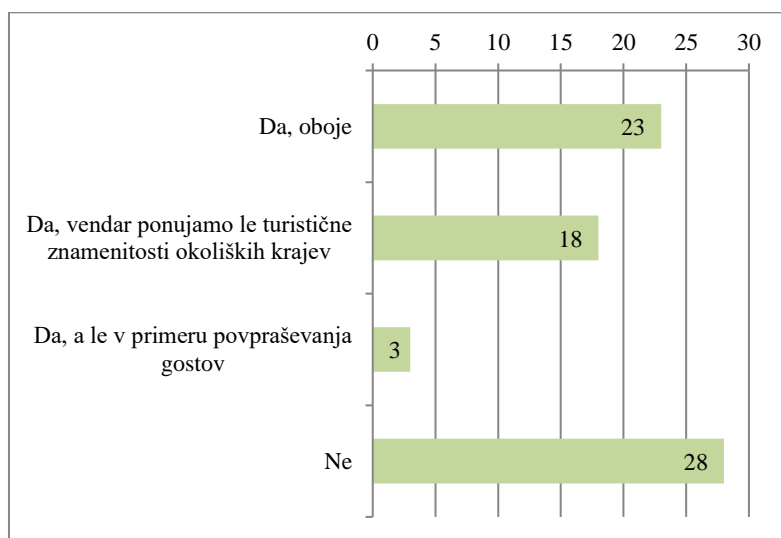
Slika 12: Sodelovanje med turističnimi deležniki v regiji (v %)



S Slike 12 je razvidno, da tri četrtine vprašanih (75 %) na kakršen koli način sodelujejo z drugimi turističnimi deležniki v regiji. Večina (74 %) jih sodeluje v skupnih promocijskih aktivnostih: promocijskih materialih, na spletni strani in na sejmih. Le 18 % je tistih, ki sodelujejo v turističnih paketih, kar podkrepi dejstvo, da je v regiji še vedno premalo prodajno naravnanih integralnih turističnih produktov.

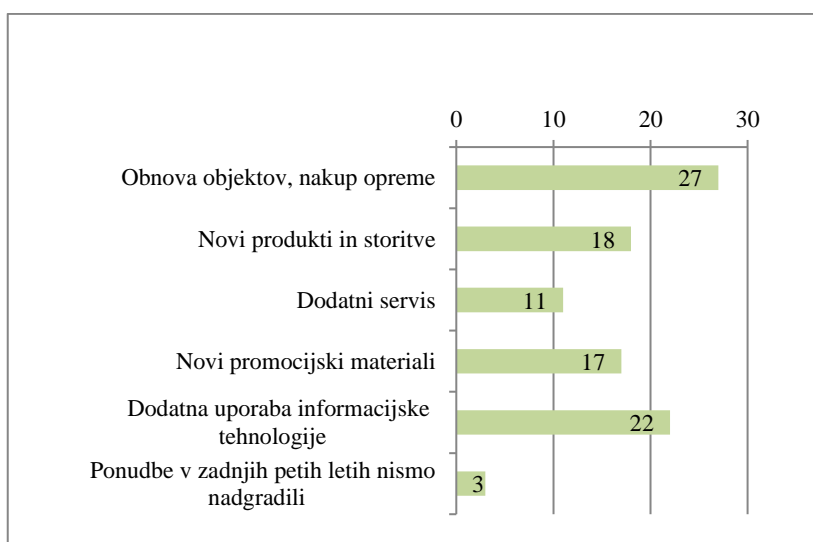
14% je bilo navedenih samostojnih odgovorov pod drugo, in sicer, da prijateljsko medsebojno sodelujejo od leta 2014 v okviru novega Informacijskega centra Triglavsko Roža Bled, nekateri pa so tudi mnenja, da je sodelovanje brez učinka in da je zaradi nestrokovnosti, navzkrižja interesov in lobijev zelo neuspešno.

Slika 13: Trženje ostalih turističnih deležnikov in krajev v regiji (v %)



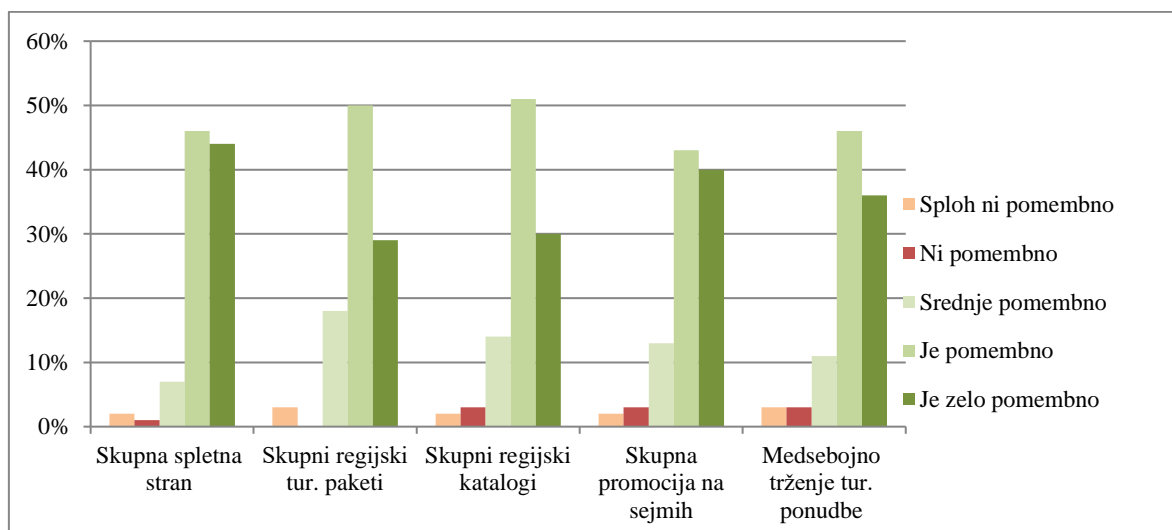
Slika 13 prikazuje, da je trženje ostalih krajev in deležnikov še vedno premajhno, kar dokazuje tudi podatek, da povprečna dolžina bivanja turistov na Gorenjskem močno pada. 30 % vprašanih trži ostale turistične deležnike in kraje v regiji le v primeru povpraševanja gostov, 28 % pa sploh ne, medtem ko 18 % vprašanih ponuja le znamenitosti okoliških krajev, 23 % pa je takih, ki ponujajo tako znamenitosti ostalih krajev kot tudi ostale turistične deležnike. Še vedno pa niti polovica turističnih deležnikov ne ponudi ostale turistične ponudbe na svojo pobudo.

Slika 14: Nadgradnja turistične ponudbe (v %)



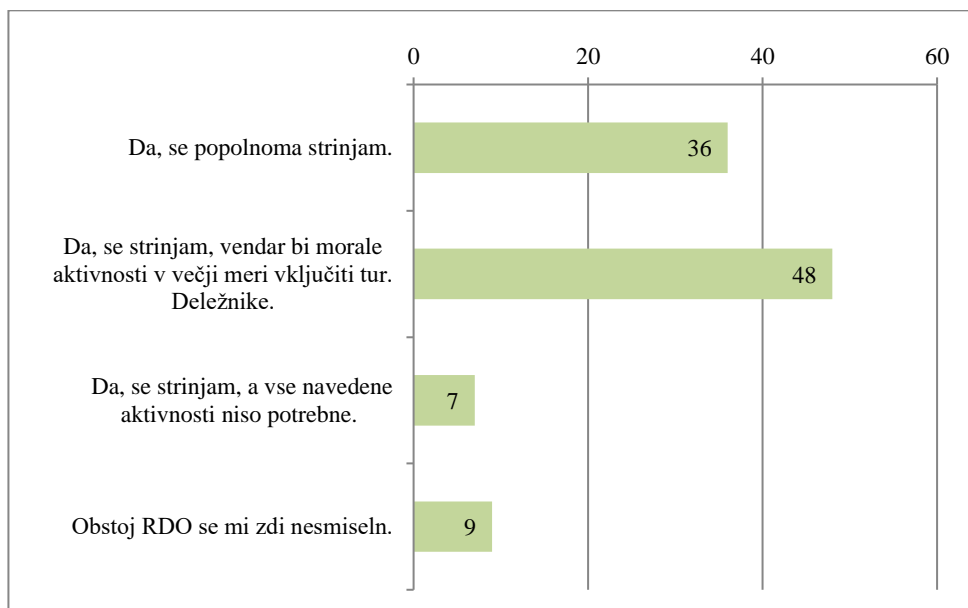
S Slike 14 je razvidno, da večina vprašanih nadgrajuje svojo turistično ponudbo, najbolj pogosta pa so bila v zadnjih petih letih vlaganja v opremo in obnovo objektov ter dodatno uporabo informacijske tehnologije. Le 3 % vprašanih svoje ponudbe ni nadgradilo, kar je spodbuden podatek.

Slika 15: Medsebojno sodelovanje in promocija regije kot celote



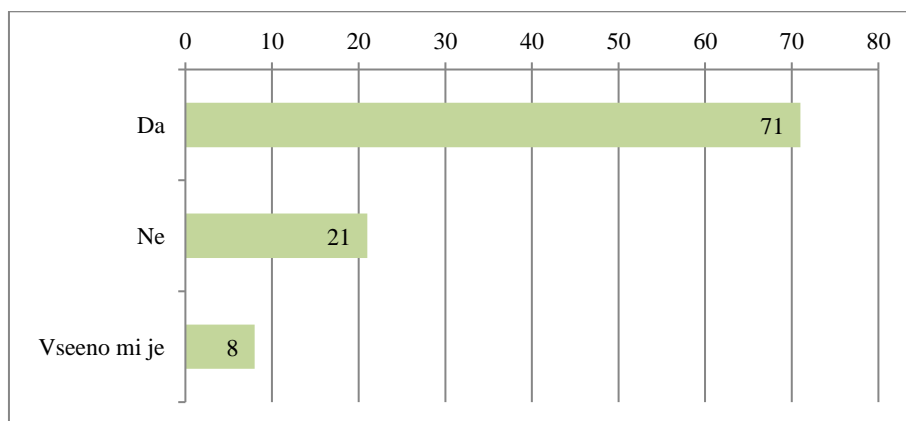
Slika 15 prikazuje dejavnike medsebojnega sodelovanja turističnih deležnikov glede na njihovo pomembnost. S slike je razvidno, da se vprašani strinjajo z navedenimi trditvami in da so jim vsi naštetih dejavniki pomembni ter da je zanemarljiv odstotek nepomembnih dejavnikov. Zelo pomembni sta jim skupna spletna stran in skupna promocija na sejmih, najmanj pomembni pa se jim zdijo skupni regijski turistični paketi, ampak tudi temu dejavniku še vedno pripisujejo dovolj veliko pomembnost.

Slika 16: Pomembnost obstoja regijske organizacije (v %)



S Slike 16 je razvidno, da velika večina vprašanih (91 %) obstoj regijske organizacije podpira, vendar je skoraj polovica mnenja, da bi morale aktivnosti regijske organizacije v večji meri vključevati turistične deležnike. Glede na to lahko sklepamo, da je za nadaljnje aktivnosti in obstoj RDO zelo pomembno, da v svoje delovanje vključi večje število turističnih deležnikov in osredotoči svoje delo na najbolj pomembne aktivnosti, ki jih le-ti potrebujejo.

Slika 17: Aktivnosti, financirane z EU sredstvi (v %)



Slika 17 prikazuje, da se več kot polovica vprašanih (71 %) strinja s tem, da so različne aktivnosti, ki so bile financirane z EU sredstvi, pozitivno prispevale k boljši povezanosti celotne turistične ponudbe in prepoznavnosti v regiji, medtem ko jih 21 % meni, da ni bilo pravega učinka. Razloge za neučinkovitost spodbujanja aktivnosti povezovanja in sodelovanja vidijo predvsem v tem, da zaenkrat še ni vidnih resnih učinkov, da so se aktivnosti po prenehanju financiranja zmanjšale, da bi bili brez teh sredstev ti projekti težko izvedljivi ali da do njih sploh ne bi prišlo, nekateri pa so mnenja, da so bile vse aktivnosti premalo strokovno izvedene oz. izvedene v premajhnem obsegu glede na višino sredstev.

4.1.7 Interpretacija rezultatov

Raziskava o regijski turistični ponudbi in delovanju RDO je na vzorcu 117-ih turističnih deležnikov pokazala, da so dolgoletna prizadevanja in vlaganja v večjo povezanost in medsebojno sodelovanje turističnih deležnikov še vedno premalo učinkovita. Glede na vedno bolj zahtevne goste in povpraševanje na trgu bi že morali biti razviti večdnevni integralni turistični programi, ki bi vključevali pester nabor različne ponudbe, ki bi bila tržno in prodajno zanimiva ter dostopna. Poznati bi jih morali vsi udeleženi turistični deležniki in se tudi medsebojno prodajati. Rezultati ankete so pokazali, da sicer v regiji obstaja medsebojno sodelovanje, a bolj na osnovni ravni, v skupnih katalogih, na sejnih in prireditvah. Večina anketirancev skrbi za vlaganja v dodatno nadgradnjo svoje ponudbe, vendar gre bolj za obnovo prostorov in opreme ter informacijske tehnologije, ne pa toliko za vlaganje v nove produkte in storitve ter interpretacijo v okviru posebnih zgodb, paketov. Zato se na tej točki postavlja vprašanje, ali turistični deležniki poskrbijo tudi za to, da je njihova ponudba malo drugačna, inovativnejša. Ustanovitev RDO je temeljila ravno na dejstvu, da bi v glavah ljudi spodbudili zavedanje o pomembnosti trženja celostne ponudbe na destinaciji, ki posledično prinese koristi tudi vsakemu posamezniku. Turistični deležniki so v raziskavi potrdili, da podpirajo obstoj RDO in skupnega regijskega portala ter projekte, ki spodbujajo povezovanje v regiji, vendar so mnenja, da v kolikor tega denarja ni moč pridobiti s strani države oz. EU, vse te aktivnosti usahnejo. Prav tako so mnenja, da bi denar, pridobljen za namen ustanovitve, delovanje in naloge RDO, lahko porabili bolj učinkovito in namensko.

Iz raziskave bi lahko povzeli, da je dobrodošla regijska podpora za trženje celostne turistične ponudbe, ki povezuje in spodbuja sodelovanje turističnih deležnikov, vendar bi v bodoče morali dobro premisliti glede skupnega programa dela in strokovnosti pri izvedbi nalog RDO. Ne samo v fazi izvedbe, ampak tudi v fazi načrtovanja posameznih projektov bi bilo potrebno vključiti turistične deležnike, ki so prvi stik z gosti in trgom, ki narekuje potrebne akcije.

Na tem mestu bi delno potrdila svojo temeljno tezo, ki pravi, da je ustanovitev RDO prispevala k večji povezanosti turističnih deležnikov, inovativnejši povezani turistični ponudbi in oblikovanju regijske organizacijske podpore za trženje integralnih turističnih

produktov, saj prevladuje mnenje, da je ustanovitev RDO prispevala k večji povezanosti turistične ponudbe, vendar ta še vedno ni na zadovoljivi ravni. Turistični deležniki se tudi trudijo po svojih močeh z vlaganji v obogatitev svoje ponudbe, a je le-ta vse preveč osredotočena na obnovo in nakup opreme ter izboljšanje informacijske tehnologije, ne pa toliko v inovativnost in drugačnost svoje ponudbe. RDO nudi regijsko organizacijsko podporo za trženje turistične ponudbe na Gorenjskem, a so aktivnosti osredotočene predvsem na splošno promocijo in ne toliko na integralne turistične produkte na ravni prodajnih programov. V bodoče bi bilo potrebno v program dela in načrtovanja projektov nujno vključiti večje število turističnih deležnikov.

4.2 Statistična analiza kazalnikov turističnega povpraševanja na Gorenjskem

Glede na ugotovitve in značilnosti analize turističnega povpraševanja na Gorenjskem, ki je bila narejena v okviru projekta Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, ter na podlagi kazalnikov, ki so izpostavljeni v RRP Gorenjske 2014–2020, in s tem zastavljenih ciljev RDO, želim s pomočjo analize statističnih podatkov prikazati doseganje pričakovanih učinkov obsega turističnega prometa na Gorenjskem.

Na podlagi analize lahko izpostavim **temeljno tezo**, ki pravi, da se je z večjim medsebojnim trženjem turističnih krajev Gorenjske povečalo povpraševanje po turističnih storitvah in da se je povečala doba bivanja turistov na Gorenjskem.

Pričakovani učinki, ki jih želim prikazati s pomočjo statistične analize kazalnikov turističnega povpraševanja na Gorenjskem, so naslednji:

1. Ali se je povečalo gibanje turističnega povpraševanja na Gorenjskem?
2. Ali je še vedno večina turističnega povpraševanja na Gorenjskem skoncentrirana na 4 glavne turistične občine?
3. Ali se je povprečna doba bivanja turistov na Gorenjskem povečala?
4. Ali se povečuje delež in zasedenost nastanitvenih zmogljivosti?
5. Koliko se približuje gibanje turističnega povpraševanja Gorenjske kazalnikom, ki so bili izpostavljeni v RRP Gorenjske za leto 2020?

4.2.1 Gibanje turističnega povpraševanja na Gorenjskem

Za namen statistične analize sem analizirala podatke Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju SURS), ki omogočajo verodostojno primerjavo po vseh občinah in letih. V okviru analize sem interpretirala gibanje turističnega povpraševanja na nivoju celotne Gorenjske, z izpostavljanjem določenih specifičnih posameznih destinacij oziroma občin. Analizirani so podatki za prihode in prenočitev v obdobju od leta 2008 do leta 2015.

Za Gorenjsko je enako kot za Slovenijo značilen trend padanja števila turistov in prenočitev po letu 1990 oziroma vključno z letom 1991. Nato pa sledi rahlo naraščanje, z nekaj vmesnimi padci in stagnacijami. Gorenjska je bila v začetku devetdesetih let poleg Obale najbolj razvita turistična regija. Medtem ko se je v drugih destinacijah začela intenzivna rast, pa so vlaganja v širitev nastanitvenih zmogljivosti, in s tem v večanje povpraševanja in krepitev konkurenčnosti na Gorenjskem, zaostajala za to investicijsko dinamiko. Poleg tega je bil ponoven zagon tujih trgov, glede na močno odvisnost od tujih trgov na Gorenjskem, veliko težji kot v nekaterih drugih regijah oziroma destinacijah (Priloga št. 1: Celostna analiza stanja, 2016).

V nadaljevanju analiziram in primerjam kazalnike turističnega povpraševanja na Gorenjskem v obdobju od leta 2008 do leta 2015, na podlagi ključnih ugotovitev analize stanja, ki so bila ugotovljena v projektu Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem.

4.2.1.1 Prihodi in prenočitve turistov na Gorenjskem

- Trend prihodov turistov

Skupno število prihodov turistov na Gorenjsko se je iz leta 2008 na leto 2009 nekoliko znižalo, in sicer za 5 %. Po letu 2009 pa je opaziti trend rasti števila prihodov turistov. Leta 2015 je bilo kar za 41,9 % več prihodov turistov v primerjavi z letom 2008, kar je prikazano v Tabeli 3.

Tabela 3: Prihodi turistov v Slovenijo in na Gorenjsko v obdobju 2008–2015

		Prihodi turistov 2008–2015							
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SLOVENIJA	DRŽAVE -SKUPAJ	3.083.713	2.984.828	3.006.272	3.217.966	3.297.556	3.384.491	3.524.020	3.927.530
	Domači turisti	1.126.022	1.160.897	1.137.166	1.181.314	1.141.944	1.125.921	1.113.196	1.220.749
	Tuji turisti	1.957.691	1.823.931	1.869.106	2.036.652	2.155.612	2.258.570	2.410.824	2.706.781
Gorenjska	DRŽAVE -SKUPAJ	585.256	552.535	586.567	620.082	650.220	689.651	706.443	830.900
	Domači turisti	150.267	160.659	168.162	167.779	155.508	152.892	140.760	173.689
	Tuji turisti	434.989	391.876	418.405	452.303	494.712	536.759	565.683	657.211

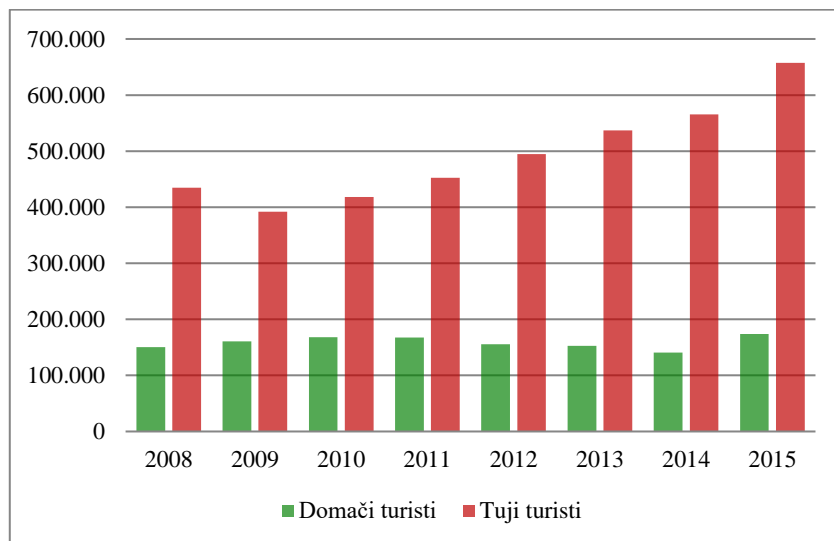
Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

- Gibanje števila turistov v letih od 2008 do 2015

Na Gorenjskem je število turistov v letu 2008 doseglo raven iz leta 1990. Leta 2015 je bilo na Gorenjskem v primerjavi z letom 2008 za 41,9 % več turistov, medtem ko jih je bilo v Sloveniji več za dobrih 27 %. Povišanje števila turistov je bilo predvsem na račun

prihodov tujih turistov, saj je število prihodov tujih turistov v letu 2015 v primerjavi z letom 2008 za 51 % večje, kar prikazuje Slika 18.

Slika 18: Prihodi domačih in tujih turistov na Gorenjsko v obdobju 2008–2015



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

- Prenočitve turistov med letoma 2008 in 2015

Tabela 4 prikazuje, da je bilo v letu 2015 na Gorenjskem za 24 % več prenočitev kot v letu 2008, v Sloveniji pa jih je bilo leta 2015 za 11 % več kot v letu 2008. To pomeni, da so prenočitve na Gorenjskem rasle in so prehitale rast slovenskega povprečja, kar je zelo vzpodbuden podatek in kaže na pozitiven trend v prihodnjih letih.

Tabela 4: Prenočitve turistov v Sloveniji in na Gorenjskem

		Prenočitve turistov 2008–2015							
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SLOVENIJA	DRŽAVE -SKUPAJ	9.314.038	9.013.773	8.906.399	9.388.095	9.510.663	9.579.033	9.590.642	10.341.699
	Domači turisti	3.962.756	4.077.480	3.909.368	3.924.164	3.733.459	3.616.782	3.500.233	3.727.256
	Tuji turisti	5.351.282	4.936.293	4.997.031	5.463.931	5.777.204	5.962.251	6.090.409	6.614.443
Gorenjska	DRŽAVE -SKUPAJ	1.599.633	1.520.376	1.584.895	1.640.825	1.670.653	1.772.566	1.741.288	1.984.869
	Domači turisti	412.672	452.971	454.697	428.169	398.818	391.083	357.855	423.897
	Tuji turisti	1.186.961	1.067.405	1.130.198	1.212.656	1.271.835	1.381.483	1.383.433	1.560.972

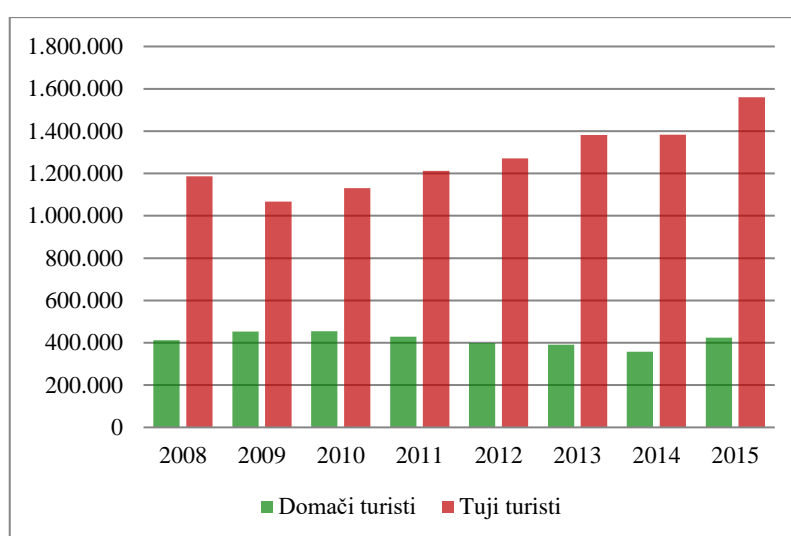
Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Kot prikazuje Tabela 4, ima Gorenjska v primerjavi s celotno Slovenijo močan delež tujih prenočitev, ta je v letu 2015 znašal 78,8 %, na ravni celotne Slovenije pa je znašal 65 %. Podobna struktura je tudi pri prihodih turistov, kjer je delež tujih prihodov v slovenskem turizmu v letu 2015 68,9 %, na Gorenjskem pa 79 %.

- **Struktura nočitev turistov**

Od leta 2011 do leta 2014 je opaziti trend zmanjševanja števila domačih gostov in porast števila tujih gostov. V letu 2015 pa je ponovno opaziti rahel porast števila domačih gostov glede na prejšnja leta, kar prikazuje Slika 19.

Slika 19: Prenočitve domačih in tujih turistov na Gorenjskem v obdobju 2008–2015



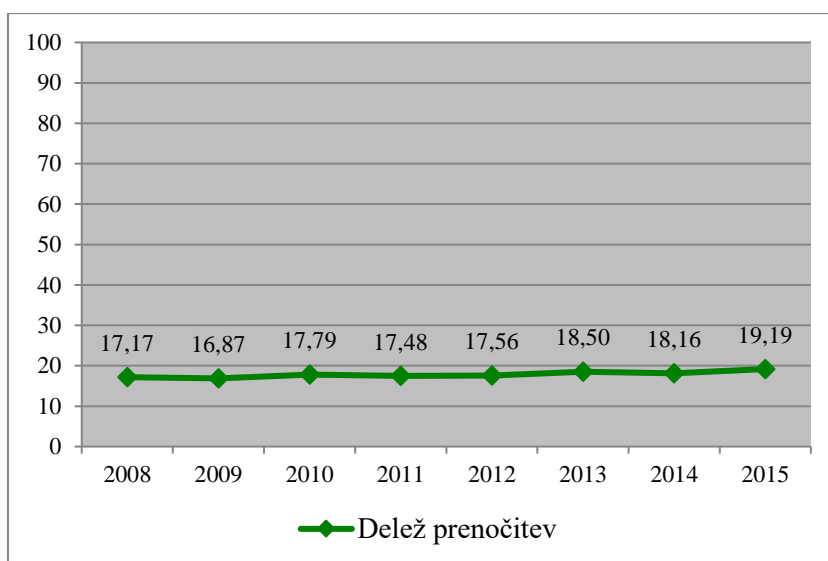
Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Leta 2015 je bilo število domačih gostov za 6 % večje kot leta 2008, v Sloveniji pa je bilo leta 2015 za 3 % manj domačih gostov kot v letu 2008. Delež domačih turistov je leta 2008 znašal 28,8 % in se je do leta 2015 zmanjšal na 21,2 %, medtem ko je delež tujih turistov vedno večji in je od leta 2008, ko je znašal 74,2 %, zrasel na 78,8 % v letu 2015. Delež domačih turistov je torej v letu 2015 za 36,7 % višji v primerjavi z letom 2008. Delež domačih turistov v celotni Sloveniji pa je v letu 2015 višji za 27,5 % v primerjavi z letom 2008.

- **Pomen gorenjskega turizma v slovenskem turizmu**

Delež turizma (prenočitev) na Gorenjskem v celotnem turizmu v Sloveniji od leta 2008, ko je bil 17,2 %, rahlo narašča in je leta 2015 znašal 19,2 % (Slika 20).

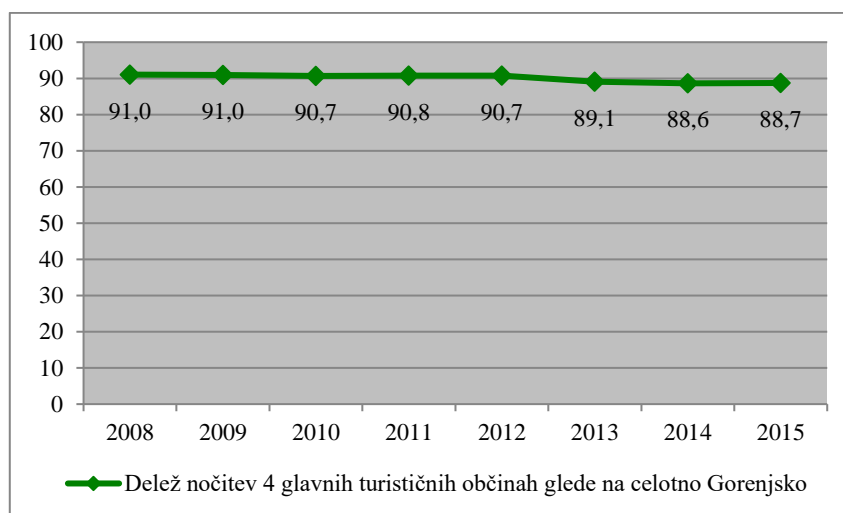
Slika 20: Delež turizma (prenočitev) na Gorenjskem v obdobju 2008–2015 (v %)



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

- Občine Bled, Bohinj, Kranjska Gora in Radovljica so v letu 2008 prispevale 91 % vseh prenočitev na Gorenjskem, medtem ko odstotek rahlo upada in v letu 2015 znaša 88,7 % (Slika 21).

Slika 21: Delež nočitev v štirih glavnih turističnih občinah na Gorenjskem (v %)



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

S Slike 21 je razvidno, da delež prenočitev v glavnih turističnih občinah na Gorenjskem (Bled, Bohinj, Kranjska Gora, Radovljica) rahlo pada glede na celotno Gorenjsko in je v letu 2015 znašal 88,7 %. Kar pomeni, da se število nočitev na celotni Gorenjski povečuje,

rahlo pa pada delež nočitev v štirih glavnih turističnih občinah, vendar še vedno večino prenočitev na Gorenjskem ustvarijo ti štirje glavni turistični kraji.

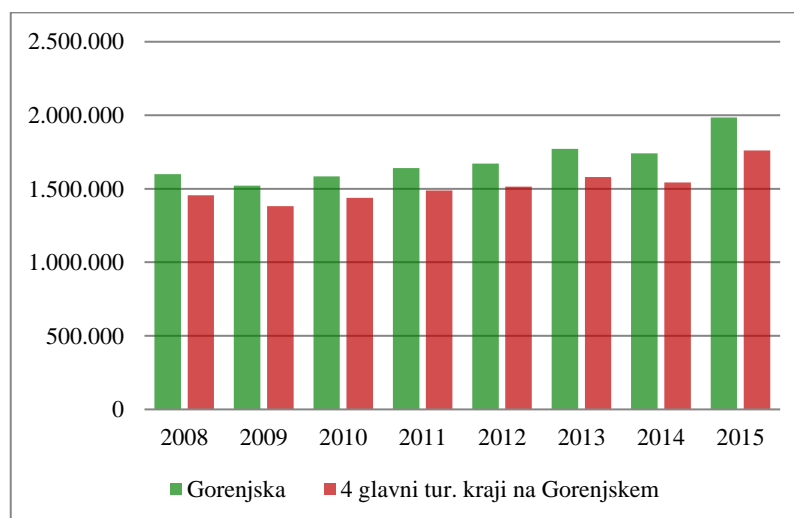
Tabela 5: Število nočitev na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah na Gorenjskem v obdobju 2008–2015

	Število nočitev od leta 2008 do 2015							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gorenjska	1.599.633	1.520.376	1.584.895	1.640.825	1.670.653	1.772.566	1.741.288	1.984.869
Štirje glavni turistični kraji na Gorenjskem	1.456.284	1.382.945	1.437.661	1.489.167	1.515.675	1.579.453	1.543.299	1.760.981

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Kot je razvidno iz Tabele 5 in s Slike 22 število vseh prenočitev na Gorenjskem raste, in sicer se je v letu 2015 število nočitev povečalo za 24 % glede na leto 2008.

Slika 22: Število nočitev na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah (Bled, Bohinj, Kr. Gora, Radovljica)



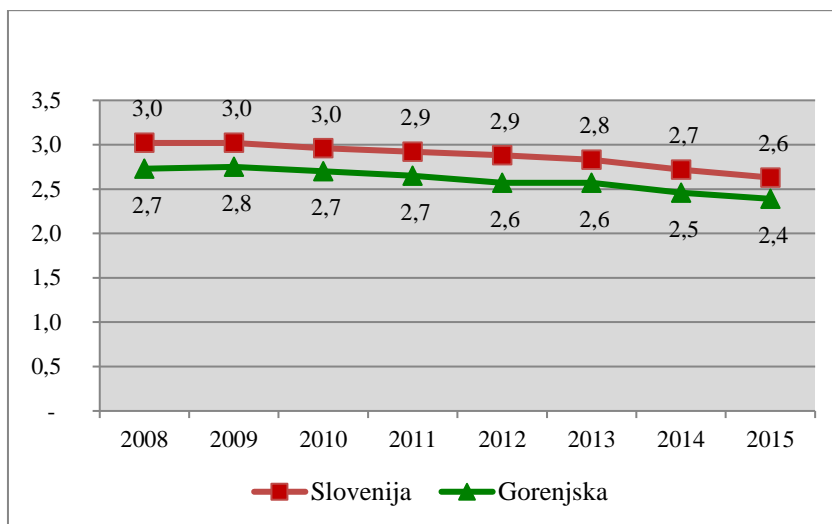
Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Do leta 2015 kaže, da regija presega načrtovano 2 % dinamiko rasti števila nočitev in turističnega obiska, dosežena je 2–8 % letna rast, v letu 2015 pa kar 13,9 % rast števila nočitev glede na leto 2014.

4.2.1.2 Dolžina bivanja

Število dni bivanja turistov se tako kot v Sloveniji prav tako manjša tudi na Gorenjskem. Leta 2008 je turist na Gorenjskem preživel 2,7 dni (v Sloveniji 3 dni), leta 2015 pa 2,4 dni (v Sloveniji 2,6), kar je za 15 odstotnih točk manj (v Sloveniji 13,4 odstotnih točk manj).

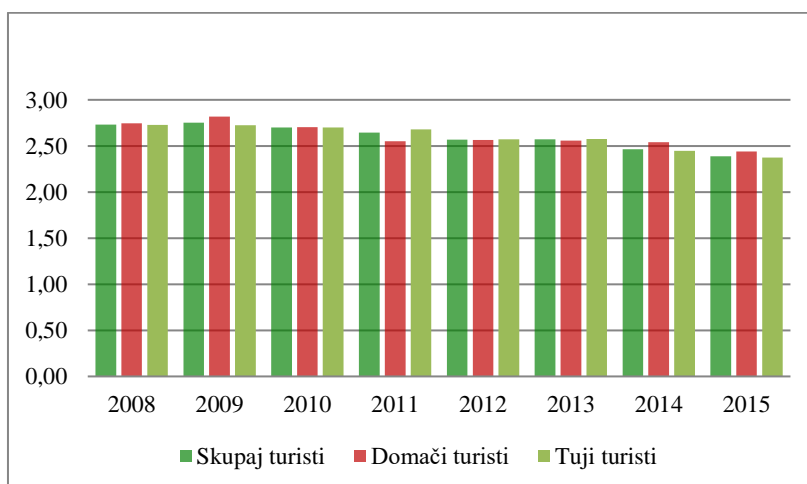
Slika 23: Prikaz gibanja dolžine bivanja turistov na Gorenjskem v obdobju 2008–2015



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Kot prikazuje Slika 23, je dolžina bivanja turistov na Gorenjskem v podobna v izbranih letih mogoče je opaziti le rahlo nižje število dni bivanja turistov v letu 2015, kar potrjuje ugotovitve, da turist na Gorenjskem ostane vedno manj časa.

Slika 24: Povprečna dolžina bivanja domačih in tujih turistov na Gorenjskem (v dneh) v obdobju 2008–2015



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Dolžina bivanja na Gorenjskem se manjša tako pri domačih kot tudi pri tujih turistih (Slika 24), medtem ko je v Sloveniji opaziti daljše bivanje domačih turistov, in sicer le-to v letu 2015 znaša 3 dni, v letu 2008 pa je bila dolžina bivanja domačega turista v Sloveniji 3,52 dni.

4.2.2 Nastanitveni sektor na Gorenjskem

V celotni analizi nastanitvenega sektorja upoštevam število stalnih ležišč in navajam podatke za obdobje od leta 2008 do leta 2015. Navajam in analiziram zgolj podatke SURS-a, saj edino ta vir omogoča verodostojno primerjavo po vseh občinah in vrstah nastanitvenih zmogljivosti.

Avgusta 2015 je bilo po podatkih SURS-a na Gorenjskem evidentiranih 23.680 stalnih ležišč, kar predstavlja dobro petino oziroma 21 % vseh ležišč v Sloveniji.

- Struktura in značilnosti nastanitvenih zmogljivosti v 4 glavnih turističnih občinah na Gorenjskem

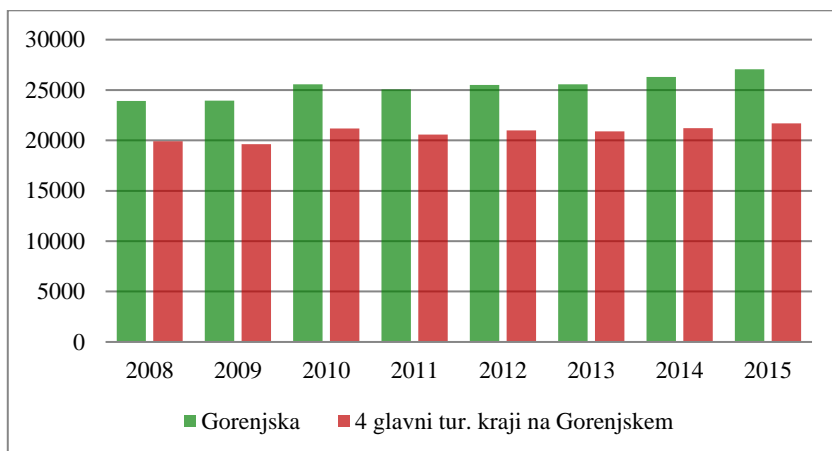
Bled, Bohinj, Kranjska Gora in Radovljica imajo v letu 2008 skupaj 19.902 ali 83,2 % vseh nastanitvenih zmogljivosti, v letu 2015 pa 21.703 ali 80,2 % vseh nastanitvenih zmogljivosti (Tabela 6 in Slika 25).

Tabela 6: Število nastanitvenih zmogljivosti na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah (Bled, Bohinj, Kr. Gora, Radovljica) v obdobju 2008–2015

	Nastanitvene zmogljivosti							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Gorenjska	23.903	23.943	25.575	25.049	25.491	25.556	26.307	27.065
4 glavni turistični kraji na Gorenjskem	19.902	19.618	21.178	20.595	20.995	20.882	21.206	21.703

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

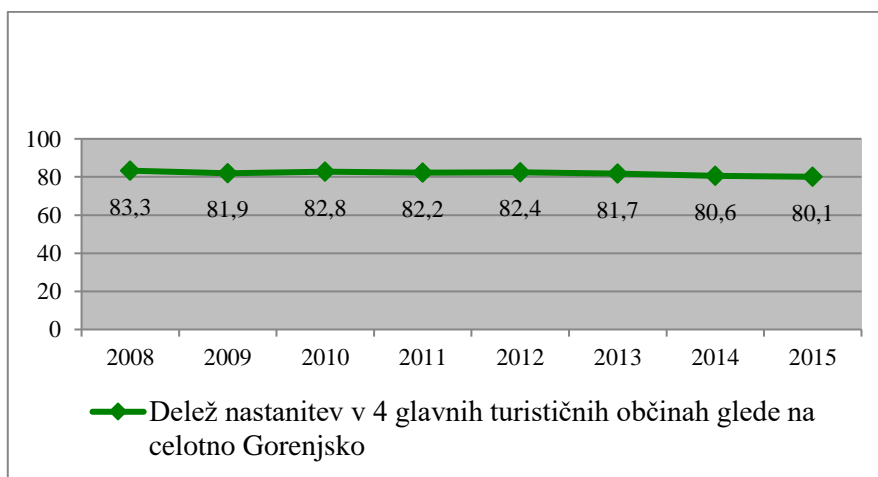
Slika 25: Število nastanitvenih zmogljivosti na Gorenjskem in v štirih glavnih turističnih občinah (Bled, Bohinj, Kr. Gora, Radovljica) v obdobju 2008–2015



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Kot je razvidno s Slike 25 število nastanitvenih zmogljivosti na Gorenjskem raste, in sicer se je v letu 2015 število nastanitvenih zmogljivosti povečalo za 13 % glede na leto 2008.

Slika 26: Delež nastanitvev v štirih glavnih turističnih občinah na Gorenjskem glede na celotno Gorenjsko v obdobju 2008–2015 (v %)



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

Iz Slike 26 je razvidno, da delež nastanitvenih zmogljivosti v glavnih turističnih občinah na Gorenjskem (Bled, Bohinj, Kranjska Gora, Radovljica) rahlo pada glede na celotno Gorenjsko in v letu 2015 znaša 80,1 %. Kar pomeni, da se število nastanitvenih zmogljivosti na celotnem Gorenjskem povečuje, rahlo pa pada delež v štirih glavnih turističnih občinah, vendar pa je še vedno glavnina nastanitvenih zmogljivosti na Gorenjskem v omenjenih glavnih turističnih krajih.

- Zasedenost nastanitvenih zmogljivosti:

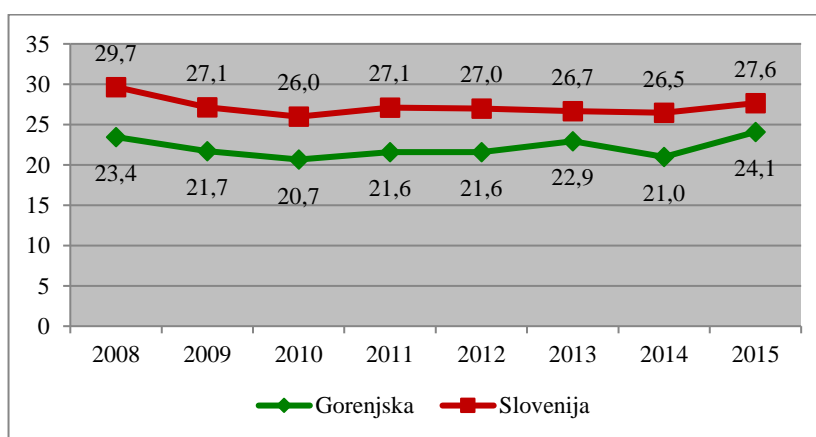
- Povprečna zasedenost (vseh stalnih) ležišč na Gorenjskem v avgustu 2015 je bila 55,7 %, kar predstavlja mesec z najvišjo povprečno zasedenostjo.
- Najnižja povprečna zasedenost je meseca novembra in znaša 9,9 %, sledi april s 13,5 % zasedenostjo.
- Povprečna letna zasedenost vseh zmogljivosti je bila v letu 2015 24,3 %, medtem ko je bila v slovenskem turizmu 27,9 %.

Znižanje povprečne letne zasedenosti na Gorenjske gre predvsem na račun velikega števila sekundarnih nastanitvenih zmogljivosti (planinski domovi in kočje, zasebne sobe, počitniški domovi, tudi zasebne sobe in apartmaji, ki razen v sezonskih mesecih niso dobro zasedeni oziroma so zaprti) ter dejstvo, da je okoli petina opravljenih nočitev s strani poslovnih gostov, ki v sobi večinoma bivajo sami (Priloga št. 1: Celostna analiza stanja, 2016).

Najboljšo povprečno zasedenost je leta 2015 imel Bled z letno 37,7 % zasedenostjo (v avgustu 80,6 %), sledi mu Kranjska Gora s povprečno letno zasedenostjo 28,3 % (Priloga 3).

Povprečna letna zasedenost vseh zmogljivosti na Gorenjskem je bila v letu 2008 23,4 %, medtem ko je bila v slovenskem turizmu 29,7 %, v letu 2015 je bila 24,1 %, v Sloveniji pa 27,6 %. To pomeni, da se zasedenost rahlo viša, kar prikazuje tudi Slika 27.

Slika 27: Povprečna letna zasedenost na Gorenjskem in v Sloveniji v obdobju 2008–2015 (v %)



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.

4.2.2 Kazalniki na področju turizma za Gorenjsko za leto 2020

Aktivnosti na področju razvoja turizma so stalno usmerjene v večanje prepoznavnosti, krepitev organiziranosti in izboljšanje kakovosti ponudbe ter infrastrukture, kar so tudi glavni cilji Regionalnega razvojnega programa.

Če primerjamo aktualne statistične podatke Gorenjske iz leta 2015 z nekaterimi kazalniki, ki so bili izpostavljeni v RRP Gorenjske za leto 2020, z izhodiščnim stanjem v letu 2012, opazimo na konstanten razvoj in napredek na področju turizma, vendar ne po vseh kazalnikih. Število prenočitev turistov se je v treh letih (2012–2015) povečalo kar za 18,8 % in je v letu 2015 preseglo načrtovani cilj za leto 2020 (Tabela 7). Število prihodov turistov se je v treh letih (2012–2015) povečalo za 27,8 % turistov in je že v letu 2014 preseglo načrtovani cilj za leto 2020 (Tabela 7). Negativen trend pa se kaže v povprečni dobi bivanja gostov. Ta se nasprotno od zelenega učinka znižuje, kar pomeni, da sicer večje število turistov ostaja v regiji krajši čas. Vse to kaže na to, da je Gorenjska naredila korak naprej pri prepoznavnosti, vendar pa je očitno pomanjkanje privlačnih, konkurenčnih in izvirnih turističnih produktov ter kakovostne infrastrukture, ki bi goste v regiji zadržali dlje časa in bi ponovno privabili tudi tiste, ki so regijo že obiskali.

Tabela 7: Kazalniki na področju turizma za leto 2020

	2012 izhodišče	2013	2014	2015	2020 cilj
Število prenočitev turistov	1.670.220	1.772.556	1.741.288	1.984.869	1.890.000
Število prihodov turistov	650.220	689.651	706.443	830.900	675.000
Povprečna doba bivanja gostov (št. prenočitev turistov/št. prihodov turistov)	2,6 dni	2,6 dni	2,5 dni	2,4 dni	2,8 dni

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, RRP 2014–2020, str. 60.

Na tem mestu bi potrdila prvi del temeljne teze, ki pravi, da se je z večjim medsebojnim trženjem turističnih krajev Gorenjske povečalo povpraševanje po turističnih storitvah, saj se je število prihodov in nočitev tako domačih kot tujih gostov, delež turizma, nastanitvenih zmogljivosti in zasedenost nastanitev na celotni Gorenjski povečali. Drugi del teze, ki pravi, da se je povečala doba bivanja turistov na Gorenjskem pa lahko ovržem, saj podatki kažejo, da se doba bivanja turistov manjša tako na Gorenjskem kot v Sloveniji.

4.3 Analiza uporabe spletnega portala Slovenian Alps

V okviru projekta Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem je bil narejen tudi Regijski spletni portal www.slovenian-alps.com. Portal je celostno, sistematično in kreativno strukturiran in predstavlja ponudbo Gorenjske kot celote ter prav tako vse posamezne destinacije po sklopih.

4.3.1 Statistični podatki obiska regijskega spletnega portala

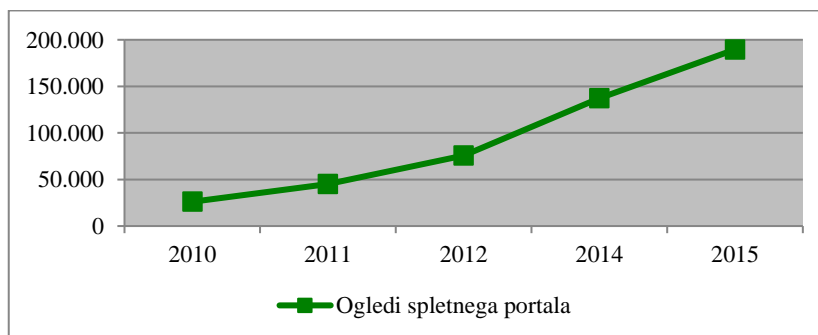
- Na regijskem spletnem portalu Gorenjske-Slovenske Alpe so v letu 2015 zabeležili 189.565 ogledov strani, kar je 38,3 % več kot v enakem obdobju leta 2014, torej obiskanost regijskega spletnega portala vsako leto vztrajno raste. (Tabela 8 in Slika 28).
- Leta 2015 je bilo 82,07 % novih obiskovalcev in, kot je razvidno iz tabele, ta odstotek rahlo pada, saj je bilo v letu 2010 85 % novih obiskovalcev.
- Največ obiskovalcev spletnega portala v letu 2015 je bilo iz Slovenije (68,77 %), sledijo Hrvaška (5,15 %), Italija (3,91 %), Nemčija (3,70 %) in ZDA (3,12 %).
- Povprečni obiskovalec je za obisk strani porabil minuto in 29 sekund, leta 2010 pa kar dobri 2 minuti in obiskal 2,2 podstrani.
- 75,4 % obiskovalcev je stran našlo preko spletnih iskalnikov, 12,8 % jih je direktno vstopilo na stran, 9,9 % je bilo na stran preusmerjenih z drugih spletnih strani, 0,8 % pa preko socialnih medijev.

Tabela 8: Podatki o obisku spletnega portala Slovenian Alps

Obisk spletnega portala Slovenian Alps	2010	2011	2012	2014	2015
Ogledi spletnega portala	26.099	44.998	75.781	137.100	189.565
Obiskovalci spletnega portala po državah (v %)		Slovenija (58,4) Hrvaška (9,4) Italija (3,6) ZDA (3,3) Nemčija (2,8)	Slovenija (60,9) Hrvaška (7,2) ZDA (3,77) Italija (3,3) Nemčija (3,1)	Slovenija (58,3) Hrvaška (6,8) Nemčija (5) Italija (4,5) ZDA (3,3)	Slovenija (68,8) Hrvaška (5,2) Italija (3,9) Nemčija (3,7) ZDA (3,1)
Procent novih obiskovalcev (v %)	85,77	83,00	83,00	82,40	82,07
Povprečen čas obiska	2 min in 09 sekund	1 min in 32 sekund	1 min in 30 sekund	1 min in 55 sekund	1 min in 29 sekund

Vir: Turizem Bled, 2016.

Slika 28: Število ogledov regijskega spletnega portala Slovenian Alps



*Opomba: za leto 2013 s podatki o obiskanosti regijskega spletnega portala nismo razpolagali.

Vir: Turizem Bled, 2016.

Kot je razvidno s Slike 28, obiskanost spletnega portala vsako leto narašča. Poleg tega delež novih obiskovalcev ostaja vsako leto podoben. Kot pa je bilo razvidno tudi iz ankete, so turistični deležniki na Gorenjskem mnenja, da je pomembno, da je njihova turistična ponudba predstavljena v sklopu celostne turistične ponudbe regije na Gorenjskem spletnem portalu Slovenian Alps. Tako lahko sklepamo, da je obstoj regijskega spletnega portala zelo pomemben in je projekt Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem prinesel pozitivne učinke na turistično povpraševanje na Gorenjskem.

SKLEP

Evropska kohezijska politika je namenjena odpravljanju razvojnih neenakosti med regijami oziroma okrepitvi gospodarske, socialne in ozemeljske kohezije v EU. Spodbuja ustvarjanje novih delovnih mest, poslovne konkurenčnosti, gospodarske rasti, trajnostnega razvoja in izboljšanje kakovosti življenja državljanov. Kohezijska politika se izvaja v okviru treh glavnih skladov: Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR), Evropski socialni sklad (ESS) in Evropski kohezijski sklad (KS), ki pa skupaj z Evropskim kmetijskim skladom za razvoj podeželja (EKSRP) ter Evropskim skladom za pomorstvo in ribištvo (ESPR) tvorijo evropske strukturne in investicijske sklade (sklade ESI). Poleg omenjenih skladov pa velik del sredstev Evropska komisija namenja tudi teritorialnem sodelovanju.

V obdobju 2014–2020 je Slovenija za namen kohezijske politike razdeljena na dve kohezijski regiji in ima na voljo 3,255 milijarde evrov sredstev. Evropska komisija je zaostрила pogoje za pridobitev nepovratnih sredstev, predvsem bo večji poudarek na rezultatih, ki morajo biti lažje merljivi in konkretizirani. Na voljo bo torej manj finančnih sredstev, pod zaostrenimi pogoji in z vedno večjim številom prijaviteljev in konkurence na trgu bo vsaka odobritev nepovratnih sredstev pravi uspeh.

Za turizem, šport in kulturo je bila v obdobju 2007–2013 poraba sredstev iz kohezijske politike 6,6 % oz. 79 milijonov evrov. Investicije v turistično infrastrukturo lahko vidimo tako na področju povečanja števila turističnih kapacitet kot tudi v večanju števila obiskovalcev in delovnih mest. Poudarek je bil na spodbujanju razvoja trajnostnega turizma, ki ohranja in krepi evropsko kulturno in naravno dediščino, v naslednjem razvojnem obdobju pa bo na tem še večji poudarek. Turizem v programskem obdobju 2014–2020 ni vključen kot tematski cilj v predpise o evropskih strukturnih in investicijskih skladih, saj predstavlja sektor in ne cilja. Kljub temu je na voljo veliko različnih EU skladov in z upoštevanjem usmeritev komisije ter nekaj iznajdljivosti prijaviteljev, je možnosti za dobre projekte več kot dovolj. Pomembno je imeti izdelane izčrpane strategije, ki so v skladu z evropskimi prioritetami, prednost pa je potrebno nameniti inovacijam v turizmu, razvoju konkurenčnih trgov in znamk, ekoturizmu, raznolikosti turističnih dejavnosti ter povezovanju z drugimi industrijskimi panogami.

Vzpostavitev RDO na Gorenjskem je temeljila na usmeritvah temeljne strategije turizma v obdobju 2007–2011, kjer je predvidena vzpostavitev ustrezne oblike organiziranosti turizma na lokalnem in regijskem nivoju za doseganje ustreznih razvojnih ciljev. Proces reorganizacije turizma se je začel že s prvim regijskim projektom, ki so ga podprle in v katerem so sodelovale vse gorenjske občine. Sonaravni razvoj turizma je projekt, v okviru katerega se je leta 2009 začel proces združevanja in sodelovanja turističnih deležnikov v okviru različnih promocijskih, distribucijskih, razvojnih in upravljavskih aktivnosti. Oblikovana je bila osnovna platforma za začetek delovanja RDO Gorenjske. V nadaljevanju je 18 občin Gorenjske pooblastilo Turizem Bled pri opravljanju funkcij RDO, zato se je v okviru naslednjega EU projekta Regionalna destinacija Gorenjske začela nadgradnja že izdelanih osnov za skupno delovanje regijske turistične ponudbe na trgu.

Glede na raziskavo 117-ih turističnih deležnikov lahko rečemo, da prevladuje mnenje, da je ustanovitev RDO prispevala k večji povezanosti turistične ponudbe, vendar ta še vedno ni na zadovoljivi ravni. Turistični deležniki se trudijo po svojih močeh z vlaganji v obogatitev svoje ponudbe, a je le-ta vse preveč osredotočena na obnovo in nakup opreme, izboljšanje informacijske tehnologije, ne pa toliko v inovativnost in drugačnost svoje ponudbe. RDO nudi regijsko organizacijsko podporo za trženje turistične ponudbe na Gorenjskem, a so aktivnosti osredotočene predvsem na splošno promocijo in ne toliko na integralne turistične produkte na ravni prodajnih programov. V bodoče bi bilo v program dela in načrtovanja projektov nujno vključiti večje število turističnih deležnikov in kreirati konkretne pakete z njihovo pomočjo.

Če primerjamo aktualne statistične podatke Gorenjske iz leta 2015 z nekaterimi kazalniki iz leta 2008, lahko ugotovimo, da se je število gostov kot tudi prenočitev močno povečala, prav tako je naraslo število namestitvenih kapacitet. Glavni delež turizma še vedno prispevajo najbolj prepoznavne štiri destinacije (Bled, Bohinj, Kranjska Gora in Radovljica), čeprav se njihov delež rahlo, a vztrajno znižuje. Negativen trend pa se kaže v povprečni dobi bivanja gostov. Ta se nasprotno od zelenega učinka znižuje, kar pomeni, da sicer večje število turistov ostaja v regiji krajši čas, je pa to značilno tudi za kazalnik na ravni Slovenije. Vse to kaže na dejstvo, da je Gorenjska naredila korak naprej pri prepoznavnosti, vendar pa je očitno pomanjkanje privlačne večdnevne ponudbe turističnih produktov ter kakovostne infrastrukture, ki bi goste v regiji zadržali dalj.

S celostno ponudbo v okviru spletnega portala Slovenian Alps in z ostalimi trženjskimi aktivnostmi v času od začetka ustanovitve RDO se je povečalo zanimanje za Gorenjsko kot turistično destinacijo, kar je potrdila tudi celotna analitična raziskava. Le-ta nam pokaže tudi, da sta oba projekta, s katerima je bila vzpostavljena regijska organiziranost turizma, spodbudila turistične deležnike k medsebojnemu sodelovanju in učinkovito prispevala k celostni promociji turistične ponudbe na regijskem portalu ter skupnih predstavitev na sejnih in prireditvah. Učinkovitost porabe EU sredstev pa bi bila lahko večja, če bi se v večji meri vključilo turistične deležnike tudi pri načrtovanju projektov že pri sami prijavi, tako da bi bile aktivnosti prilagojene glede na potrebe trga, saj so oni najbolj neposreden stik z

gostom. Velikokrat pa se pri kreiranju in izvedbi EU projektov zgodi, da je zaradi številnih okoliščin na koncu učinkovitost slabša, kot bi pričakovali prijavitelji pa tudi tisti, katerim so projekti namenjeni.

LITERATURA IN VIRI

1. Bieger, T. (2005). *Management von Destinationen* (6. izdaja). Munchen: Oldenbourg.
2. *EKP 2014-2020*. Najdeno 17. aprila 2016 na spletnem naslovu http://www.svrk.gov.si/si/delovna_podrocja/evropska_kohezijska_politika/ekp_2014_2020/
3. *ETS 2014-2020*. Najdeno 17. aprila 2016 na spletnem naslovu http://www.svrk.gov.si/si/delovna_podrocja/evropsko_teritorialno_sodelovanje_novo/ets_2014_2020/
4. *Evropski sklad za regionalni razvoj*. Najdeno 6. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.eu-skladi.si/kohezija-do-2013/skladi/predstavitev-skladov/evropski-sklad-za-regionalni-razvoj>
5. *Guide on EU funding for the tourism sector*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletni strani <http://www.mint.hr/UserDocsImages/EC-Guide-EU-funding-for-tourism-Oct-2014.pdf>
6. Mrak, M., & Wostner, P. (2005). *Absorpcijska sposobnost Republike Slovenije za črpanje sredstev EU*. Ljubljana: Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj.
7. *National Strategic Reference Framework (NSRF)*. Najdeno 13. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.eu-skladi.si/kohezija-do-2013/other/programski-dokumenti/nsrf-en>
8. Pak, M., & Vučkovič, T.M. (2007). *Oblikovanje konkurenčne prednosti destinacije*. Turizem 11.
9. *Poročilo o črpanju sredstev Evropske kohezijske politike 2007-2013*. Najdeno 18. aprila 2016 na spletnem naslovu http://www.svrk.gov.si/fileadmin/svrk.gov.si/pageuploads/kako_crpamo/PorocCrpan07_13_jan_dec2015.pdf
10. Prašnikar J., Brenčič - Makovec M., & Kneževič Cvelbar L. (2006). *Exploring the challenge of destination management: Comparison of the supply and demand characteristics in four destinations in North Adriatic and Gorica. Competitiveness, Social Responsibility and Economic Growth*. New York: Nova Science Publisher.
11. *Predstavitev kohezijske politike EU 2014-2020*. Najdeno 5. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.eu-skladi.si/sl/dokumenti/publikacije/predstavitev-kohezijske-politike-eu-2014-2020.pdf>
12. Presenza A., Sheehan L., & Ritchie J. R. B. (2005). *Towards a model of the roles and activities of Destination Management Organizations*. Madrid: World Tourism Organization.
13. *Priloga št. 1: Celotna analiza stanja*. Najdeno 5. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.bsc-kranj.si/resources/files/doc/SONARAVNI/Priloga_st_1_k_Aktivnosti_1a_-_Celotna_analiza_stanja_2.pdf
14. *Programsko obdobje 2014-2020*. Najdeno 17. aprila 2016 na spletnem naslovu http://www.mizs.gov.si/si/delovna_podrocja/sluzba_za_izvajanje_kohezijske_politike/programsko_obdobje_20142020//

15. *Razvoj podeželja 2014-2020*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletni strani http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_sl.htm
16. *Regionalni razvojni program Gorenjske 2014-2020*. Najdeno 20. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.bsc-kranj.si/resources/files/doc/RRP_GORENJSKE_2014-2020.pdf
17. *Ribiški sklad*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.ribiski-sklad.si/Uvod>
18. Sainaghi, R. (2005). From contents to process: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism management*, 27(2006).
19. *Shema projektov*. Najdeno 17. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.kamnik.si/evropska-projektna-pisarna/projektno-sodelovanje>
20. *Slovenian Alps*. Najdeno 5. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.slovenian-alps.com/si/>
21. *Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem*. Najdeno 15. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.natreg.eu/uploads/best-practice/mkoroec_sonaravni_razvoj_turizma_na_gorenjskem.pdf
22. *Statistični urad Republike Slovenije*. Najdeno 20. maja 2016 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/dialog/statfile2.asp>
23. *Strategija razvoja in trženja sonaravnega turizma na Gorenjskem*. Najdeno 5. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.bsc-kranj.si/resources/files/doc/SONARAVNI/Aktivnost_1a_-_Strategija_razvoja_in_trzenja_sonaravnega_turizma_na_Gorenjskem_2010-2015.pdf
24. *Turizem*. Najdeno 11. maja 2016 na spletni strani http://ec.europa.eu/regional_policy/sl/policy/themes/tourism/
25. Turizem Bled. (2013). *Plan delovanja in financiranja RDO Gorenjska in regijskega turistično naravovarstvenega informacijskega središča Triglavsko roža v letu 2014* (interno gradivo). Bled: Turizem Bled.
26. Turizem Bled. (2016). *Končno poročilo 2015* (interno gradivo). Bled: Regionalna destinacijska organizacija Gorenjske.
27. Uran, M., & Ovsenik, R. (2006). *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
28. Wang, Y. (2008). Collaborative Destination Marketing: Understanding the Dynamic Process. *Journal of travel Research*, 47(2), 151–165.
29. Wostner, P. (2013). *Cohesion Policy in Slovenia over the last 20 years*. Najdeno 13. maja 2016 na spletnem naslovu [file:///C:/Users/Matej/Downloads/SSRN-id2261803%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Matej/Downloads/SSRN-id2261803%20(3).pdf)
30. *Za turiste prihaja zelena kartica gosta Gorenjske*. Najdeno 28. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.rtv slo.si/tureavanture/podobe-slovenije/za-turiste-prihaja-zelena-kartica-gosta-gorenjske/282939>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Najbolj primerni programi za turizem oziroma za turistični sektor v EU v programskem obdobju 2007–2013 in 2014–2020	1
Priloga 2: Anketni vprašalnik	2
Priloga 3: Prikaz zasedenosti vseh nastanitvenih zmogljivosti po mesecih in po občinah na Gorenjskem v letu 2015 (Upoštevana so zgolj stalna ležišča.)	6

Priloga 1: Najbolj primerni programi za turizem oziroma za turistični sektor v EU v programskem obdobju 2007–2013 in 2014–2020

Območje	Programsko obdobje	
	2007–2013	2014–2020
Kohezija	Strukturni skladi: <ul style="list-style-type: none"> • Evropski kohezijski sklad • Evropski socialni sklad • Evropski sklad za regionalni razvoj: <ul style="list-style-type: none"> - INTRREG IVC (Evropsko teritorialno sodelovanje) 	Strukturni skladi: <ul style="list-style-type: none"> • Evropski kohezijski sklad • Evropski socialni sklad • Evropski sklad za regionalni razvoj: <ul style="list-style-type: none"> - Evropsko teritorialno sodelovanje
Okolje, podeželje & pomorstvo in ribištvo	<ul style="list-style-type: none"> • LIFE + • Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja • Evropski sklad za razvoj ribištva • Program za podporo in razvoj celostne pomorske politike 	<ul style="list-style-type: none"> • LIFE • Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja • Evropski sklad za pomorstvo in ribištvo
Raziskave, inovativnost in konkurenčnost	<ul style="list-style-type: none"> • Sedmi okvirni program • Okvirni program za konkurenčnost in inovativnost: <ul style="list-style-type: none"> - Program za podjetništvo in inovativnost - Program za podporo politikam na področju informacijskih in komunikacijskih tehnologij - Program Inteligentna energija – Evropa 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizon 2020 (program za raziskave in inovacije) • COSME (program za konkurenčnost podjetij in MSP)
Kultura in izobraževanje	<ul style="list-style-type: none"> • Program kultura • Program vseživljenjsko učenje (Erasmus, Leonardo Da Vinci, Comenius, Grundtving) • Tempus • Alfa • Edulink • Program za sodelovanje z industrializiranimi državami 	<ul style="list-style-type: none"> • Program kreativna Evropa • Program Erasmus
Zaposlovanje	<ul style="list-style-type: none"> • PROGRESS 	<ul style="list-style-type: none"> • EaSI (EU program za zaposlovanje in socialne inovacije) • PROGRESS • EURES

Vir: Evropska komisija, Guide on EU funding for the tourism sector, 2016a, str. 3.

Priloga 2: Anketni vprašalnik



Anketni vprašalnik o regijski turistični ponudbi na Gorenjskem in o delovanju RDO Gorenjske

Polona Šorn

Število vprašanj: 12

Aktivna od: 18. 05. 2016

Aktivna do: 06. 06. 2016

Spoštovani! Sem Polona Šorn, študentka Ekonomske fakultete v Ljubljani. Pripravljam raziskavo o Regijski turistični ponudbi Gorenjske in o delovanju Regionalne destinacijske organizacije v okviru moje diplomske naloge. Vljudno vas prosim za sodelovanje v raziskavi, ki vam bo vzela približno minuto časa.

Q1 – Katera je glavna dejavnost vašega podjetja?

- Nastanitve
- Gostinske storitve
- Informiranje
- Agencijske storitve (turistična, športna ...)
- Turistično vodenje
- Prevozne storitve
- Drugo:

Q2 – Ali poznate in sodelujete pri aktivnostih, ki jih izvaja Regionalna destinacijska organizacija (RDO) – Turizem Bled, v okviru katere je združena celotna turistična ponudba Gorenjske?

- Da, aktivnosti poznam in pri njih tudi sodelujem.
- Da, aktivnosti poznam, a pri njih ne sodelujem.
- Poznam RDO, a ne poznam njenih aktivnosti.
- RDO ne poznam.

Q3 – Ali ste sodelovali v projektu Zelena kartica gosta Gorenjske?

- Da
- Ne

Q4a – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z DA, ocenite sodelovanje v projektu Zelena kartica gosta Gorenjske.

- Uspešno
- Zadovoljivo
- Neuspešno

Q4b – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z NE, navedite razlog, zakaj pri tem projektu niste sodelovali.

Q5 – Ali menite, da je pomembno, da je vaša turistična ponudba predstavljena na gorenjskem regijskem spletnem portalu Slovenian Alps?

- Da
- Vseeno mi je
- Ne

Q6 – Kakšno je vaše sodelovanje z drugimi turističnimi deležniki na Gorenjskem?

Možnih je več odgovorov

- V skupnih turističnih paketih
- V skupnih promocijskih materialih in spletnih straneh
- Skupno sodelovanje na sejnih
- Skupno sodelovanje na prireditvah
- Z drugimi turističnimi deležniki ne sodelujem
- Drugo:

Q7 – Ali v okviru svoje dejavnosti tržite tudi storitve ostalih turističnih deležnikov ali krajev?

- Da, oboje
- Da, vendar ponujamo le turistične znamenitosti okoliških krajev na Gorenjskem
- Da, a le v primeru povpraševanja gostov
- Ne
- Drugo:

Q8 – Na kakšen način ste v zadnjih petih letih nadgradili svojo turistično ponudbo?

Možnih je več odgovorov

- Obnova objektov, nakup opreme
- Novi produkti in storitve
- Dodatni servis
- Novi promocijski materiali
- Dodatna uporaba informacijske tehnologije (spletna orodja, socialna omrežja, aplikacije ...)
- Ponudbe v zadnjih petih letih nismo nadgradili
- Drugo:

Q9 – Glede na potrebe trga ste pomembna medsebojno sodelovanje turističnih deležnikov in promocija regije kot celote. (Razvrstite dejavnike sodelovanja po pomembnosti.)

	1-Splošno ni pomembno	2-Ni pomembno	3-Srednje pomembno	4-Je pomembno	5-Je zelo pomembno
Skupna spletna stran regijske turistične ponudbe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oblikovanje skupnih regijskih turističnih paketov (program večdnevnega obiska po Gorenjski)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oblikovanje skupnih regijskih katalogov	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skupna promocija turistične ponudbe na sejmih, večjih prireditvah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medsebojno trženje turistične ponudbe (trženje ponudbe ostalih krajev)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q10 – Ali se strinjate, da je za večjo medsebojno povezanost turistične ponudbe pomemben obstoj regijske organizacije, ki skrbi za vse navedene aktivnosti v prejšnji navedeni točki?

- Da, se popolnoma strinjam.
- Da, se strinjam, vendar bi morale aktivnosti v večji meri vključiti turistične deležnike.
- Da, se strinjam, a vse navedene aktivnosti niso potrebne.
- Obstoj RDO-ja se mi zdi nesmiseln.

Q11 – Se strinjate s trditvijo, da so različne aktivnosti, financirane z EU sredstvi (izobraževanja, Regionalna destinacijska organizacija, promocijski materiali, Zelena kartica Gorenjske, regijski portal ...), pozitivno prispevale k boljši povezanosti celotne regije in ponudnikov? Prosim, na kratko navedite tudi razlog, zakaj ste takega mnenja.

- Da
- Ne
- Vseeno mi je
- Razlog:

Priloga 3: Prikaz zasedenosti vseh nastanitvenih zmogljivosti po mesecih in po občinah na Gorenjskem v letu 2015 v % (Upoštevana so zgolj stalna ležišča.)

	jan.	feb.	mar.	apr.	maj.	jun.	jul.	avg.	sep.	okt.	nov.	dec.
Bled	16,6	21,1	20,5	27,6	39,5	51,4	74,8	80,6	49,1	29,8	18,8	22,8
Bohinj	12,4	18,7	9,4	5,9	9,7	18,0	44,8	54,7	16,6	7,7	3,5	7,8
Cerklje na Gorenjskem	30,8	38,9	26,5	17,2	21,3	20,7	26,2	38,5	21,6	19,2	12,7	16,6
Gorenja vas - Poljane	2,4	5,7	0,4	0,3	7,3	8,0	7,1	9,9	5,3	1,9	0,3	1,9
Horjul	1,9	13,0	1,4	0,6	15,6	10,4	15,0	28,0	10,8	2,8	4,3	4,7
Jesenice	4,8	7,6	10,6	7,5	9,5	8,4	7,3	11,1	6,9	8,1	8,3	3,1
Jezerško	1,9	4,2	0,9	0,8	2,2	4,0	22,0	18,7	2,2	4,9	3,5	2,8
Kranj	10,7	11,9	14,2	20,4	21,8	25,6	28,9	34,6	28,7	22,3	18,1	15,5
Kranjska Gora	37,9	49,8	24,5	11,5	19,4	26,5	41,1	54,4	26,6	16,8	9,3	22,4
Naklo	20,7	24,3	28,5	22,1	11,9	11,7	17,6	24,6	12,9	18,9	22,2	13,5
Preddvor	23,9	12,3	5,6	5,1	6,0	8,8	8,3	18,0	10,4	4,1	2,3	3,9
Radovljica	8,5	5,8	6,0	3,8	9,9	16,0	55,8	66,6	12,3	4,3	5,8	8,1
Šenčur												
Škofja Loka	16,3	15,4	21,6	17,3	16,9	22,8	24,8	33,9	16,7	11,3	7,2	11,3
Trzinjci pri Dobrovljah	1,0	3,1	1,7	1,4	3,7	2,4	12,4	8,9	3,8	4,4	2,9	3,5
Železniki	7,6	24,7	1,6	0,1	9,7	1,9	7,1	18,9	0,9	0,2	0,0	2,5
Žiri												
Žirovnica	6,2	6,8	3,1	5,3	7,6	9,3	16,4	23,0	10,7	4,6	2,9	5,7
Gorenjska	20,0	26,8	16,4	13,5	19,7	26,3	46,9	55,7	25,0	15,5	9,9	15,8
SLOVENIJA	21,8	26,1	22,4	22,6	24,8	30,7	43,9	51,2	28,0	23,0	19,6	21,2

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2016.