

Občina Trebnje
Goliev trg 5
8210 Trebnje



Strategija razvoja turizma občine Trebnje

Končni dokument, 7.2.2006



Februar 2006

www.hosting.si



Delovna skupina za pripravo dokumenta:

Na strani izvajalca:

Hosting d.o.o.

Aleksandra Rakovec, svetovalka centra Razvoj

Andreja Alič, vodja centra Razvoj Ptuj in svetovalka uprave

Bojana Omersel Weeks, vodja centra Razvoj Ljubljana

Miša Novak, vodja centra TK&design

Tomaž Piliš, kreativni direktor

Borut Dubrovič, strokovni sodelavec centra Hosting design

Matej Ovčar, asistent centra Hosting design

Peter Vesenjaka, direktor

Na strani naročnika

Občina TREBNJE

Mojca PEKOLJ in Marija SITAR
izpolnjevalci zbirnih podatkovnih anket

Kazalo:

PREDGOVOR	6
1. UVOD	7
1.1 Metodologija priprave strategije razvoja turizma občine Trebnje	8
1.2 Relevantni akterji v občini in način njihovega vključevanja v pripravo strategije razvoja turizma v občini Trebnje	10
2. ANALIZA STANJA V PONUDBI IN POVPRASEVANJU TER MOŽNOSTI IN PRILOŽNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA.....	13
2.1 Geografske značilnosti in možnosti ter priložnosti za razvoj turizma.....	13
2.1.1 Splošni opis območja in dostopnost.....	13
2.1.2 Naravne značilnosti in danosti ter možnosti in priložnosti za razvoj turizma	14
2.1.3 Kulturno, zgodovinske in etnološke danosti in značilnosti ter možnosti in priložnosti za razvoj turizma.....	15
2.2 Obseg in struktura turistične ponudbe in storitev	16
2.2.1 Prenočitvene zmogljivosti	16
2.2.2 Gostinska ponudba	20
2.2.3 Naravne turistične znamenitosti/atrakcije	20
2.2.4 Kulturno-zgodovinske znamenitosti/atrakcije in etnološke posebnosti ..	21
2.2.5 Športna ponudba.....	22
2.2.6 Prireditve, sejmi in drugi dogodki.....	23
2.2.7 Turistične agencije, vodniška služba.....	23
2.2.8 Turistične informacije.....	24
2.3 Turistično povpraševanje.....	24
2.3.1 Registrirane nočitve	25
2.3.2 Neregistrirane nočitve	26
2.3.3 Povprečna doba bivanja	26
2.3.4 Zasedenost kapacitet.....	26
2.3.5 Sezonskost	27
2.3.6 Struktura povpraševanja glede na emitivne trge, motiv prihoda in starostno obdobje	27
2.3.7 Turistična potrošnja stacionarnega gosta	29
2.3.8 Obiskanost – dnevni gostje	29
2.3.9 Namen obiska stacionarnih in dnevnih gostov	30
2.4 Analiza organiziranosti obstoječe turistične ponudbe	30
2.4.1 Sodelovanje javni sektor, podjetniški sektor, društva	30
2.4.2 Obstoječa vloga javnega sektorja	30
2.4.3 Obstoječa vloga privatnega sektorja.....	31
2.4.4 Obstoječa vloga civilne družbe.....	32
3. SWOT ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE IN POVPRASEVANJA V OBČINI TREBNJE.....	33
3.1 Prednosti	33
3.2 Slabosti	34
3.3 Priložnosti	35
3.4 Nevarnosti	36
4. ANALIZA POLITIČNEGA, GOSPODARSKEGA IN SOCIALNEGA OKOLJA (PEST analiza)	37
4.1 Osnovne demografske značilnosti	38
4.2 Infrastruktura	39
4.2.1 Promet	39

4.2.2 Telekomunikacije.....	40
4.2.3 Komunalna infrastruktura (oskrba s pitno vodo, čiščenje odpadnih voda)	40
4.3 Gospodarstvo	40
4.4 Človeški viri	42
4.4.1 Izobrazbena struktura.....	42
4.4.2 Trg delovne sile	43
4.5 Kultura	43
4.6 Analiza širšega političnega okolja	44
5. PRIMERJALNA (BENCHMARK) ANALIZA.....	45
5.1. Predstavitev metodologije primerjalne (benchmark) analize	45
5.2. Predstavitev in kratka analiza domače primerljive destinacije – Turistično območje Škofja Loka z okolico.....	45
5.3. Predstavitev in kratka analiza tuje primerljive destinacije – Turistično območje Wachau.....	48
5.4. Zaključki in primerjava z občino Trebnje ter njenimi turističnimi danostmi in infrastrukturo	52
6. AKTUALNI IZZIVI TURIZMA	57
7. RAZVOJNE MOŽNOSTI, RAST IN TRENDI TURISTIČNEGA TRGA.....	65
7.1 Pomen turizma na globalni ravni.....	65
7.2 Trendi gibanja turističnega povpraševanja v letu 2004.....	65
7.3 Trendi v mednarodnem turizmu	66
7.4. Napoved rasti turističnega povpraševanja do leta 2020 za Evropo	72
8. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OBČINE TREBNJE.....	74
8.1 Poslanstvo razvoja turizma občine Trebnje	74
8.2 Vizija razvoja turizma občine Trebnje	74
8.3 Strateški in operativni cilji razvoja turizma občine Trebnje (merljivi).....	76
8.3.1 Cilji na področju turistične infrastrukture	77
8.3.2 Cilji na področju ostale infrastrukture.....	78
8.3.3 Cilji na področju turističnega povpraševanja	79
8.3.4 Cilji na področju destinacijskega managementa	79
8.3.5 Cilji na področju razvoja ekoturizma (cilji se navezujejo na predlagani razvojni model, ki je opisan v točki 8.4).....	80
8.4 Model razvoja ekoturizma v občini Trebnje	81
8.4.1 Opredelitev pojma ekoturizma in trajnostnega turizma ter drugih sorodnih, podobno pojmovanjih zvrsti turizma.....	83
8.5 Načela in usmeritve za razvoj ekoturizma in njegov management	85
8.6 Sredstva za uspešen in učinkovit razvoj ekoturizma	86
8.7 Organiziranost turizma na območju občine Trebnje oz. »destinacijski management«	87
8.7.1 Opredelitev pojmov destinacijski management, destinacija, turistično območje	88
8.7.2 Izhodišča za oblikovanje optimalne in najbolj učinkovite organizacijske sheme	88
8.7.3 Dejavniki, ki določajo tekmovalno sposobnost posameznega turističnega območja	89
8.7.4 Pomen in vloga posameznih subjektov in organizacij pri razvoju in trženju turistične ponudbe	90
8.6.4.1 Vloga in naloge javnega sektorja pri razvoju turizma občine Trebnje	90

8.7.4.2 Vloga zasebnega sektorja in medsebojna povezanost gospodarskih subjektov pri razvoju turizma občine Trebnje	92
8.7.4.3 Vloga civilno pravnih organizacij pri razvoju turizma destinacije Trebnje	94
8.7.5 Organiziranost turizma na območju občine Trebnje oz. »destinacijski managment«	95
8.7.5.1 Poslanstvo in cilji »organizacije za upravljanje destinacije«	96
8.7.5.2 Organizacijska oblika »organizacije za upravljanje destinacije«	97
8.7.5.3 Viri financiranja »organizacije za upravljanje destinacije«	98
8.7.5.4 Aktivnosti/naloge »organizacije za upravljanje destinacije« po področjih delovanja	98
8.8 Viri financiranja izvajanja strategije razvoja turizma občine Trebnje	100
9. STRATEŠKE USMERITVE TRŽENJA TURISTIČNE PONUDBE V OBČINI TREBNJE	104
9.1. Opredelitev obstoječih in potencialnih turističnih proizvodov	105
9.1.1 Opredelitev pojma turistični proizvod in omejitveni dejavniki »klasičnega« turističnega proizvoda in ekoturističnega proizvoda	105
9.1.2 Opredelitev obstoječih in potencialnih turističnih proizvodov	107
9.2. Opredelitev glavnih segmentov gostov	110
9.3. Strateško pozicioniranje in strukturiranje turistične ponudbe.....	114
9.3.1 Krovno pozicioniranje turistične destinacije Trebnje.....	115
9.3.2 Strukturiranje in pozicioniranje ponudbe po vsebini.....	115
9.3.3 Geografsko pozicioniranje ponudbe	116
9.5. Predlog smernic za pripravo optimalne strategije trženja turizma v občini	118
10. AKCIJSKI NAČRT	123
10.1 Akcijski načrt – opredelitev razvojno investicijskih projektov/aktivnosti v občini Trebnje	124
10.2 Ključni razvojni investicijski projekti/aktivnosti.....	136
10.3 Ključni razvojni investicijski projekti/aktivnosti za leto 2006.....	140
11. OPREDELITEV TVEGANJ IN NAČINOV OBVLADOVANJA TVEGANJ.....	142
12. SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE IZVAJANJA STRATEGIJE.....	144
14. ZAKLJUČEK	145
VIRI IN LITERATURA.....	146

Seznam tabel :

Tabela 1 : Seznam relevantnih ključnih akterjev	10
Tabela 2 : Prenočitvene zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov v občini Trebnje (leto 2004)	16
Tabela 3 : Razvoj oz. gibanje prenočitvenih zmogljivosti v občini Trebnje v izbranih letih	17
Tabela 4 : Prenočitvene zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov v občini Trebnje (na dan 31.8.2005).....	18
Tabela 5 : Gostinske kapacitete v občini Trebnje.....	20
Tabela 6 : Ključni kazalci turističnega povpraševanja v občini Trebnje za izbrana leta	24
Tabela 7 : Struktura povpraševanja po emitivnih trgih	28
Tabela 8: Kakšne vrste informacij iščejo obiskovalci občine Trebnje ?	30
Tabela 9: Osebna izkaznica občine Trebnje.....	37

Tabela 10 : Prebivalci Občine Trebnje po spolu in starostnih skupinah (na dan 31.12.2004).....	38
Tabela 11 : Dolžina cest glede na kategorijo in gostota cestnega omrežja.....	39
Tabela 12 : Dolžina železniških prog in gostota železniškega omrežja.....	40
Tabela 13 : Rast števila gospodarskih družb, zaposlenih in prihodkov po letih med 1999 in 2004.....	41
Tabela 14 : Gibanje števila samostojnih podjetnikov, pri njih zaposlenih in prihodkov po letih med 2002 in 2004.....	41
Tabela 15 : Pobrana turistična taksa v občini Trebnje med leti 2000 in 2004.....	42
Tabela 16 : Prebivalstvo, staro 15 let ali več, po izobrazbi, popis 2002.....	43
Tabela 17 : Ključne značilnosti v turistični ponudbi in povpraševanju, organiziranosti in pozicioniranju posameznih izbranih destinacij, turističnih območij.....	52
Tabela 18 : Primerjalni kazalniki (na podlagi uradnih podatkov).....	54
Tabela 19: Primerjalni kazalniki (na podlagi obstoječega stanja na terenu).....	54
Tabela 20 : Napoved rasti turističnih prihodov glede na destinacijo prihoda do leta 2020.....	73
Tabela 21: Ciljni segmenti obstoječega in bodočega povpraševanja.....	110
Tabela 22: Opredelitev tveganj in načinov njihovega obvladovanja.....	142

Seznam grafov :

Graf 1 : Prenočitvene zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov.....	17
Graf 2 : Razvoj oz. gibanje prenočitvenih zmogljivosti v občini Trebnje v izbranih letih.....	18
Graf 3: Delež prenočitvenih zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov.....	19
Graf 4 : Gibanje turističnega povpraševanja v občini Trebnje v izbranih ključnih letih.....	25
Graf 5 : Število nočitev po mesecih v občini Trebnje v letu 2004.....	27
Graf 6 : Struktura povpraševanja po emitivnih trgih.....	28
Graf 7 : Grafični prikaz napovedi rasti turističnih prihodov glede na destinacijo prihoda do leta 2020.....	73

Seznam prilog :

Priloga 1 : Pregled naravnih danosti in ocena njihove rabe za turistične namene.....	147
Priloga 2 : Pregled kulturno zgodovinskih spomenikov in zanimivosti in ocena njihove rabe za turistične namene.....	148
Priloga 3: Pregled etnoloških posebnosti, ustanov in ocena njihove rabe za turistične namene.....	152
Priloga 4 : Gostinske kapacitete po vrsti po krajih.....	154
Priloga 5 : Seznam prireditvev v občini Trebnje.....	155
Priloga 6: Seznam prireditvenih objektov.....	160

PREDGOVOR

Občina Trebnje je v mesecu maju 2005 objavila pozivni razpis (vabilo k sodelovanju) za izdelavo razvojno-strateškega dokumenta »Strategija razvoja turizma občine Trebnje«.

Podjetje Hosting d.o.o. je bilo izbrano za izvajalca omenjenega projekta.

Pogodba za izvedbo projekta je bila podpisana v mesecu juliju 2005. Tako v razpisni dokumentaciji, kot tudi v pogodbi so bila definirane naslednje naloge projekta :

Uvod;

Analiza stanja turističnega trga na območju občine Trebnje;

SWOT analiza turistične ponudbe in povpraševanja v občini Trebnje;

Analiza političnega, gospodarskega in socialnega okolja (PEST analiza);

Trendi turističnega trga;

Benchmark analiza turistične destinacije občine Trebnje;

Strategija razvoja turizma turistične destinacije občine Trebnje;

Strategija trženja turistične ponudbe v občini Trebnje;

Partnerska politika, organiziranost, merjenje učinkovitosti in terminsko finančni načrt;

Zaključek.

Strateški dokument smo pripravili skladno s postavljenimi nalogami in metodologijo priprave strateških dokumentov.

Dokument, ki vsebuje vse zgoraj navedene vsebine je bil izdelan v mesecu januarju 2006 in predstavlja delovno gradivo občinskemu svetu Občine Trebnje.

1. UVOD

Strategija razvoja turizma v občini Trebnje nastaja v sodelovanju z domačimi zainteresiranimi javnostmi, kot prvi skupni razvojni dokument za področje turizma in predstavlja pomemben korak pri ustvarjanju skupne zanimive turistične destinacije, tako na lokalnem, kot tudi širšem področju.

Namen projekta je pripraviti pregled in analizo obstoječih danosti, stanja turistične dejavnosti ter identifikacija razvojnih možnosti, ki bodo določale obseg in intenzivnost razvoja turistične dejavnosti v občini Trebnje. Ob tem pa tudi pospeševanje in motiviranje povezovanja privatnega, javnega sektorja in civilne družbe občine pri aktivnem razvoju turizma in profesionalizaciji oz. identifikacija razlogov in potreb za profesionalno organizacijo razvoja turizma destinacije.

Strateški cilj projekta je pospeševanje turistične dejavnosti in vzpostavitev turistične destinacije Trebnje, ki bo njen lastna in razpoznavna ter bo prispevala h kakovostnemu in trajnostnemu razvoju celotnega območja, tako za domačine kot tudi za obiskovalce.

Ob tem pa ne smemo pozabiti, da je za uspeh razvoja turistične dejavnosti, v prvi vrsti potrebno prepoznati turizem kot perspektivno panogo bodočega razvoja s strani vseh dejavnikov, to je lokalnega prebivalstva, javnega sektorja in gospodarstva, ter temu primerno zastaviti in usmerjati nadaljnja razvojna prizadevanja na vseh ravneh.

Strateški dokument bo zgolj osnova razvoja turistične dejavnosti, ki bo nudil oprijemljive smernice, sam po sebi pa uspeha ne zagotavlja. Ta je mogoč le s skupnim delom in naporu pri graditvi ponudbe destinacije Trebnje, ki bo zaradi svojih specifičnih danosti postala razpoznavna in zanimiva v očeh bodočih obiskovalcev. A vse to pod pogojem, da jo kot tako sprejmejo tudi domačini in za njen tovrstni razvoj zastavijo vse svoje moči in sredstva.

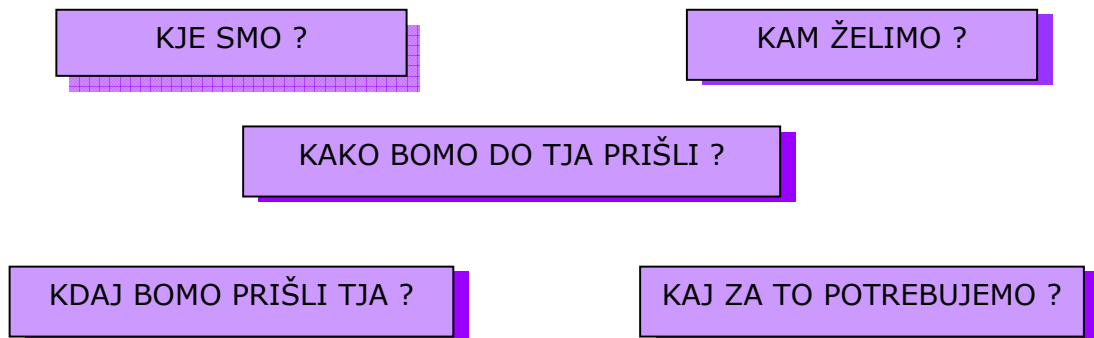
Ob skupnem pristopu k razvoju turizma v skladu s sodobnimi trendi in aktivnemu trženju, je uspeh na turističnem trgu, v okviru danosti in izkoriščenih možnosti, dolgoročno zagotovljen.

Časovno strateški dokument zajema dolgoročno obdobje (do leta 2015), srednjeročno obdobje (2012) in kratkoročno obdobje (do leta 2009).

Strategija razvoja turizma je oziroma bo postal dokument, ki bo občini Trebnje omogočal ustrezno vključevanje v nove nacionalne razvojne strategije turizma ter osnovo za izkoriščanje možnosti črpanja različnih domačih in tujih razvojnih sredstev.

1.1 Metodologija priprave strategije razvoja turizma občine Trebnje

Priprava strategije razvoja turizma temelji na eni izmed metod dela, ki se uporablja pri pripravi strateških dokumentov in ki bo odgovorila na najpogostejša vprašanja, ki si jih zastavljamo pri pripravi strateško-razvojnih dokumentov :

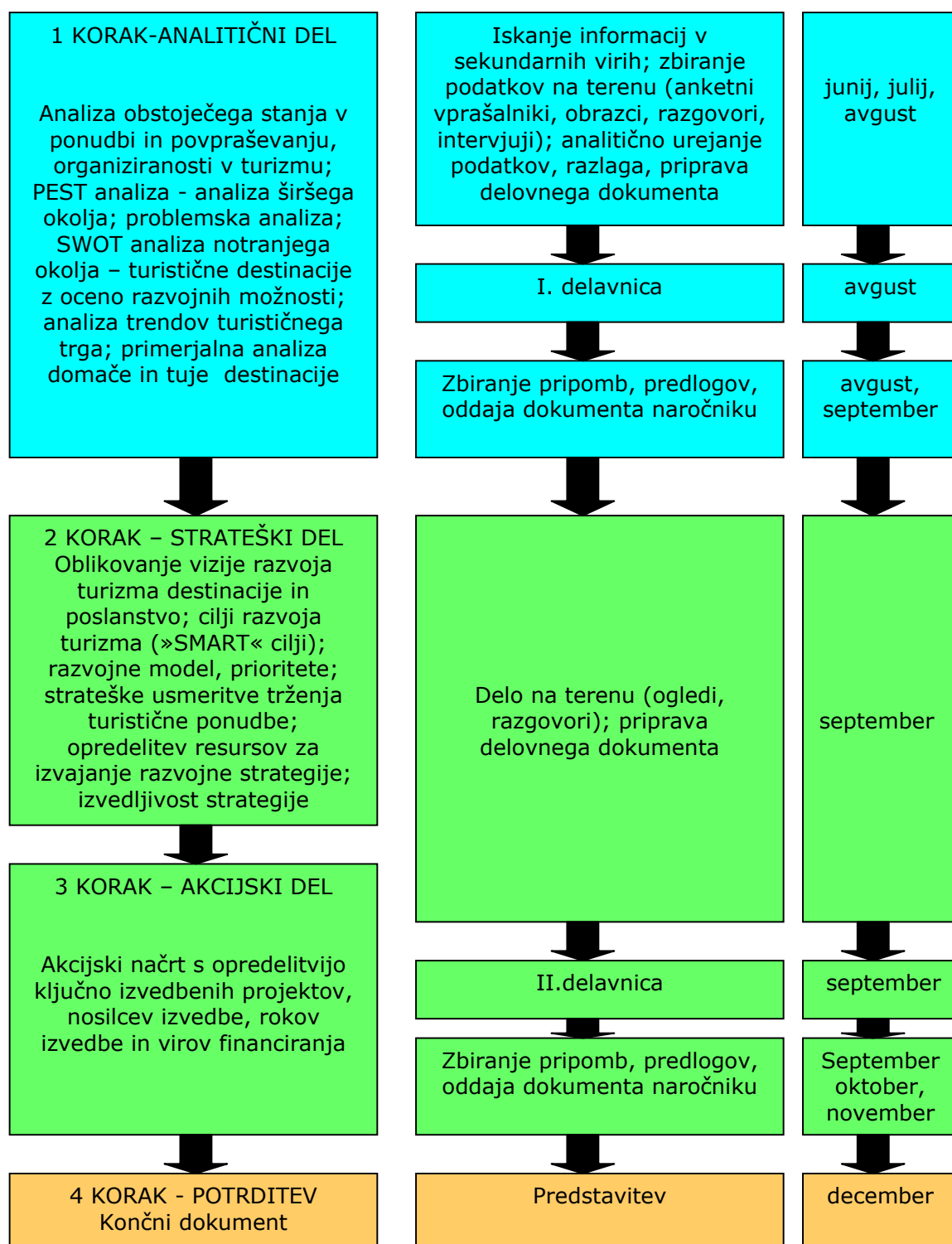


Strategijo smo pripravljali večfazno, po korakih. Za pridobivanje podatkov in informacij smo se posluževali naslednjih načinov dela :

- pregledi literature, gradiv, spletnih strani,
- vprašalniki, obrazci
- individualni intervjuji, razgovori,
- delavnice.

Postopek dela s terminsko opredelitvijo predstavlja spodnja slika :

Slika 1 : Metodologija priprave strategije razvoja turizma občine Trebnje



1.2 Relevantni akterji v občini in način njihovega vključevanja v pripravo strategije razvoja turizma v občini Trebnje

Priprava Strategije razvoja turizma v občini Trebnje poteka/je potekala v sodelovanju različnih vpletenih javnosti. Relevantne akterje razvoja turizma, način vključevanja in obveščanje različnih javnosti v občini, smo definirali in predlagali na prvem skupnem srečanju oziroma delavnici.

Relevantne akterje po posameznih sektorjih in vlogo oz. način vključevanja v pripravo dokumenta opisuje spodnja tabela :

Tabela 1 : Seznam relevantnih ključnih akterjev

SEKTOR	INSTITUCIJA, INTERESNA SKUPINA, PODJETJE, POSAMEZNIKI, DRUŠTVA,..	NAČIN VKLJUČEVANJA
JAVNI SEKTOR		
OBČINA	Župan, podžupan, odbor za gospodarstvo, občinski svet	Sodelovanje na delavnicah; posredovanje relevantnih podatkov, predlogi, pripombe; sprejemanje in potrditev dokumenta
	Občinska uprava, turistično informacijski center	Posredovanje podatkov na podlagi anketnih vprašalnikov, obrazcev, razgovorov; sodelovanje na delavnicah, posredovanje relevantnih podatkov, predlogov, pripomb; sprejemanje in potrjevanje faznih dokumentov
KRAJEVNE SKUPNOSTI	Krajevne skupnosti	Sodelovanje na delavnicah; posredovanje relevantnih podatkov, predlogov, pripomb,...
DRŽAVA	Državna poslanca	Sodelovanje na delavnicah; posredovanje relevantnih podatkov, predlogov, pripomb,...
JAVNE INSTITUCIJE	Izobraževalne ustanove (CIK, osnovne šole-mentorji turističnih krožkov)	Sodelovanje na delavnicah; posredovanje relevantnih podatkov, predlogov, pripomb,...
	Kmetijske zadruge	
	Javni sklad za kulturne dejavnosti	
	Knjižnice	
	Razvojne agencije, podjetniški centri	

nadaljevanje tabele

PRIVATNI SEKTOR		
PONUĐNIKI NASTANITVENIH ZMOGLJIVOSTI	gostišča, mladinski dom, privatne sobe, turistične kmetije,...	Sodelovanje na delavnicah; posredovanje relevantnih podatkov, predlogov, pripomb,...
PONUĐNIKI GOSTINSKIH STORITEV, KULINARIKE	gostilne, restavracije, sekcija gostinstva pri obrtni zbornici, ekološke in izletniške kmetije, vinotoči, vinski butiki	
VODNIŠKA SLUŽBA	lokalni turistični vodniki, vodniki po poteh naravne in kulturne dediščine - predstavniki	
PONUĐNIKI ŠPORTNO- REKREATIVNIH STORITEV	Športni center Vita, ponudniki jahanja	
TURISTIČNE AGENCIJE	Turistične agencije	
PONUĐNIKI KULTURNE DEDIŠČINE	Upravljalci gradov	
CIVILNI SEKTOR		
DRUŠTVA*	Turistična društva	Sodelovanje na delavnicah; posredovanje relevantnih podatkov, predlogov, pripomb,...
	Športna društva - športna zveza	
	Planinska društva	
	Golf klub	
	Kolesarski klub, društvo	
	Čebelarstva, zveza	
	Društva vinogradnikov	
	Gasilska društva, zveza	
	Kulturna društva, zveza	
	Konjerejsko društvo	
	Lovske in ribiške družine	
	Društvo kmečkih žena	
	Društvo izdelovalcev domače obrti	
	Društvo tabornikov	
	Društva mladine, študentov	
DRUGO	Poznavalci, strokovnjaki s področja naravne in kulturne dediščine	
	Dekanija Trebnje	

* opomba : zaradi velikega števila posameznih društev, klubov je bilo na prvi delavnici predlagano, da zainteresirana posamezna društva, klubi komunicirajo in sodelujejo preko občinskih in regionalnih zvez oz. združenj.

Za zagotavljanje čim širše obveščeni in možnosti sodelovanja pri pripravi dokumenta je dokument objavljen na občinskih spletnih straneh z naslovom www.trebnje.si, ki omogoča tudi neposredno komuniciranje med pripravljalci dokumenta in javnostjo (preko knjige gostov in pobude, vprašanja).

2. ANALIZA STANJA V PONUDBI IN POVPRŠEVANJU TER MOŽNOSTI IN PRILOŽNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA

2.1 Geografske značilnosti in možnosti ter priložnosti za razvoj turizma¹

2.1.1 Splošni opis območja in dostopnost

Občina Trebnje je del osrednje Slovenije, natančneje Srednje Dolenjske in meji na naslednje sosednje občine: Ivančno Gorico, Šmartno pri Litiji, Litijo, Sevnico, Škocjan, Novo mesto, Mirno Peč in Žužemberk. Sestavlja jo 221 naselij, od katerih je po številu prebivalcev največje Trebnje, sledi Mirna in Mokronog. Vsa naselja so povezana v 16 krajevnih skupnosti in imajo skupaj 18.700 prebivalcev (na dan 31.7.2005).

Površina občine je 317,1 km², kar predstavlja 12 % statistične JV regije. Regija ima pomemben geografski položaj, ki se je pokazal še posebej v času naseljevanja teh krajev. Bogate arheološke najdbe pričajo o gosti poselitvi že v prazgodovinski, rimski in zgodneslovenski dobi. Mimo Trebnjega teče stara povezava od Ljubljanske kotline prek srednje Dolenjske do Krške kotline in naprej proti jugovzhodu, od tu pa se odcepita tudi važni prečni poti proti savski dolini. Ena izkorišča preval nad povirjem Temenice in vodi v Litijsko kotlino, druga pa nizek preval pri Trebnjem ter ozko mirnsko deber skozi relativno visoko Krško gričevje jugozahodno od Sevnice. Pred poplavami varna območja ob prometnih poteh so tudi najgosteje naseljena. Tu prevladujejo gručasta in obcestna naselja. Sem spadata predvsem Dolenjsko podolje v okolici Trebnjega in obod Mirnsko-Mokronoške kotline. V hribovjih in na planoti je poselitev razpršena v obliki zaselkov. Zaradi slabše dostopnosti in oddaljenosti od večjih središč ter težav z vodno oskrbo so se ta območja v polpretekli dobi močno izpraznila. Industrija se je začela resneje razvijati po letu 1960, ko so z izgradnjo magistralne ceste Ljubljana – Zagreb postali ti kraji manj odročni.

Prometna dostopnost in oddaljenost od turističnih centrov

Občina Trebnje je prometno lahko dostopna. Iz osrednje Slovenije je dostopna v manj kot 30 minutah, v večini po avtocesti. Iz vzhodnih regij iz smeri Zagreb-mejni prehod Bregana-Brežice je občina dostopna v eni uri, iz severa iz Celovca preko Ljubelja mimo Ljubljane je dostopna v manj kot eni uri in pol. Iz Trsta mimo Ljubljane je oddaljena približno 136 km oziroma dostopna v eni uri in petnajst minut. Od železniške postaje Ljubljana je postaja Trebnje oddaljena 56 km in Novega mesta 20 km, gostota lokalnega potniškega prometa je visoka (vsaj 15 krat na dan). Najbližje mednarodno letališče je Ljubljana in sicer oddaljeno 70 km oziroma dosegljivo v 45 minutah, sledita Trst in Celovec v oddaljenosti manj kot 140 km.

¹ Vir : povzeto iz vprašalnika za pripravo analize izpolnjeno Občina Trebnje in www.trebnje.si

Občina Trebnje leži v bližini večjih turističnih centrov oz. toplic. V neposredni bližini so Šmarješke toplice (24 km) dostopne v manj kot 20 minutah, Dolenjske toplice (35 km) in Čateške toplice (56 km).

2.1.2 Naravne značilnosti in danosti ter možnosti in priložnosti za razvoj turizma

Zaradi lege na stičišču alpskega, dinarskega in panonskega sveta, je območje občine Trebnje izrazito prehodno. Prehodnost se odraža v raznolikosti kamnin, razgibanosti površja, vodovju, raznolikosti prsti in rastja, v podnebnih značilnostih, rabi tal, pa tudi sicer v kulturnem pogledu.

Po starejši regionalizaciji so glavni sestavni deli občine Mirnska dolina, Temeniška dolina in Dobrniška kotlina, v zadnjem času se obravnavano območje pogosteje deli na Suho krajino, Dolenjsko podolje, Posavsko hribovje in Raduljsko hribovje. Vsaka od teh regij zavzema v občini približno enak, četrtnski delež, na skrajnem vzhodu pa seže sem že odrastek Krškega gričevja. Povprečna nadmorska višina občine znaša 350 m.

Severni in vzhodni del občine je hribovit, precej razčlenjen in težko prehodan. Tu so višinske razlike največje. Maksimalne višine presežejo mejo 600 m, najnižji deli pa se približajo višini 200 m.

Obravnavano območje ima zmerno celinsko vlažno podnebje z letno količino padavin okrog 1200 mm (se bistveno ne razlikuje od slovenskega povprečja) in povprečno letno temperaturo 9°C (jan. -1°C, jul. 18°C). Padavine so vse leto dokaj enakomerne, vendar jih je največ v pozni pomladi (maj, junij) in jeseni (november). Sneži največ januarja in februarja, medtem, ko je oktobra sneg redek pojav. V letu je poprečno 48 dni s snežno odejo. V Temeniški dolini in v Dobrniški kotlini je pogost pojav temperaturne inverzije. Pogosta je tudi megla, najbolj v jeseni, zlasti septembra in oktobra. V dnu dolin je večkrat slana, zato tu ne uspevajo občutljive rastline, kot so sadje, vinska trta in ajda.

Področje sestavljajo neprepustne silikatne kamnine najrazličnejših starosti, ki so podlaga slemenasto-dolinastemu reliefu, drugje je več karbonatnih kamnin in razvil se je fluviokraški ali redko celo pravi kraški relief s prisotnimi površinskimi in podzemnimi kraškimi oblikami.

V Krko se izliva največji vodotok v občini, ponikalnica Temenica. Izvira v Posavskem hribovju, v srednjem toku vijuga po Dolenjskem podolju in poplavlja, potem pa ob stiku z jurskim apnencem v južnem delu občine, tik pod Vrhom sv. Ane, prvič ponikne. Njena dolina velja za najdaljšo slovensko slepo dolino. Prehod iz Mirnske v Temeniško dolino je večinoma lahek. To je gričevnat svet, ki je zaradi karbonatne sestave precej zakrasel. Za eno najbolj kraških pokrajin v Sloveniji pa šteje planotasta Suha krajina, regija, ki se začinja s strmim pobočjem južno od Dolenjskega podolja. Tam so se zaradi prevotljenosti, vode povsem umaknile s površja v notranjost. Kraške kotanje in doli se tu menjavajo s hribi.

V dolini Temenice se je oblikovala zahodna meja subpanonskega vinogradništva. Vinogradi pokrivajo prisojna pobočja v toplotnem pasu, ki se začne nekaj 10 m nad dnom dolin in sega do nadmorske višini 450 – 500 m. Današnji izbor njivskih kultur ustreza kmetijski usmerjenosti v živinorejo. Na osojnih, strmih, kamnitih ali za erozijo občutljivih pobočjih in na najbolj zakraselem svetu se je ohranil gozd. Skupaj ga je nad 60 %, največ pa v območju hribovij in Suhe krajine. Prevladujejo bukove združbe, v Suhi krajini je precej gabrovih gozdov, proti vzhodu pa s krepitvijo panonskih vplivov raste delež hrasta in kostanja.

2.1.3 Kulturno, zgodovinske in etnološke danosti in značilnosti ter možnosti in priložnosti za razvoj turizma

O bogati in pestri zgodovini pričajo številne prazgodovinske najdbe: sledovi jamskega človeka v Veliki jami, prazgodovinske gomile in naselbine – gradišča v okolici Trebnjega, Medvedjeka, Čateža, v mirenski dolini v okolici Mirne, Mokronoga in na področju Trebelnega ter ostanki mostičarskih naselij v okolici Šentruperta.

Iz rimskih časov ostanki rimskih grobov, napisnih kamnov, ostankov zidov, novcev ali stare posode, kamniti reliefi s tremi poprsji v veži trebanjske cerkve, dela napisnega kamna, kamnit rimski lev na vrhu stopnišča na Trebanjski grad, rimski napisni kamni in rimski kamni uporabljeni za ogeljnike v cerkvah, ostanki zidov in grobišč, cevi rimskega vodovoda na Dobu, najdba velikega depoja 4000 rimskih kovancev na hribu Priča v okolici Mokronoga.

V srednjem veku so nastali mnogi gradovi in le redki so se do danes ohranili (Trebanjski grad, delno obnovljen Mirenski grad, grad Mala Loča, grad Dob in Škrljevo, razvaline Mokronoškega gradu, gradu Kozjek in Šumbrek,...). Na dogajanja v srednjem veku nas spominjajo srednjeveška trška naselja Mokronog, Šentrupert in na Mirni, ki so porazdeljena v razširjenem delu Mirnske doline in vsak zase obvladajo svoja teritorialna zaledja, obdelovalnim površinam pa se na prisojnih pobočjih pridružijo vinogradi.

Poleg gradov so za obravnavano območje značilni številni sakralni objekti (cerkve, kapele s freskami,...). V Mirnski dolini lahko vidimo kvalitetne mostove, katerih je Evropi zelo malo. Mostovi predstavljajo edinstven občutek za urbanistično celoto naselja in enkratno dopolnilo krajem.

Novejše zgodovinsko obdobje pa označuje razvoj gospodarskih središč (Trebnje, Mirna, Mokronog, Šentrupert) in razvoj obrtništva ter kasneje industrije predvsem v Trebnjem in Mirni, kar je povzročilo napredek in razvoj.

Značilna arhitektura dolenjskega podeželja s konca 19. stoletja so kozolci-toplarji. Življenje na podeželju pa opisujejo predvsem etnološki muzeji, zbirke in ohranjene domačije.

Skozi Trebnje poteka 15.poldnevnik, ki je v Trebnjem obeležen z veliko tablo, s kamnitim obeležjem na razgledni točki VrhTrebnje in sončno uro pri kamnitem obeležju.

Iz območja občine Trebnje so izhajali oziroma delovali številni pomembni ljudje med njimi tudi Friderik Baraga, slovenski misijonar, ki ga po svojem delovanju poznajo širom vsega sveta, predvsem pa v Ameriki, kjer so s področij, kjer je kot misijonar služboval, znali vso njegovo delo in življenje predstaviti in zaokrožiti v turistično ponudbo. Zato Baragov gradič v Mali vasi lahko predstavlja začetek in razvoj določenih oblik turizma v občini Trebnje. Poleg Friderika Baraga sta se v zgodovino zapisala tudi Pavel Golia, trubadur svojega časa in Sandi Leskovec, likovni ustvarjalec, ki je znan daleč po svetu kot samorastnik kipar-naivec, ki je v les vdihnil življenje podeželja in njegov krčeviti boj za obstanek.

2.2 Obseg in struktura turistične ponudbe in storitev

2.2.1 Prenočitvene zmogljivosti

Po uradni statistiki turistično prenočitvene zmogljivosti občine Trebnje predstavljajo zmogljivosti, ki se po merilih in načinu kategorizacije uvrščajo med gostišča in sobe. V letu 2004 so bila na območju občine Trebnje 3 gostišča s 57 ležišči skupaj in en oddajalec privatnih sob s tremi sobami in 8 ležišči skupaj (tabela 2 in graf 1).

Tabela 2 : Prenočitvene zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov v občini Trebnje (leto 2004)

OBČINA TREBNJE	2004			
	Zmogljivosti			
	Število objektov	Število sob	ležišča skupaj	ležišča stalna
Vrste objektov-skupaj	4	27	65	61
Gostišča	3	24	57	53
Sobe	1	3	8	8

Vir : SURS

Graf 1 : Prenočitvene zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov

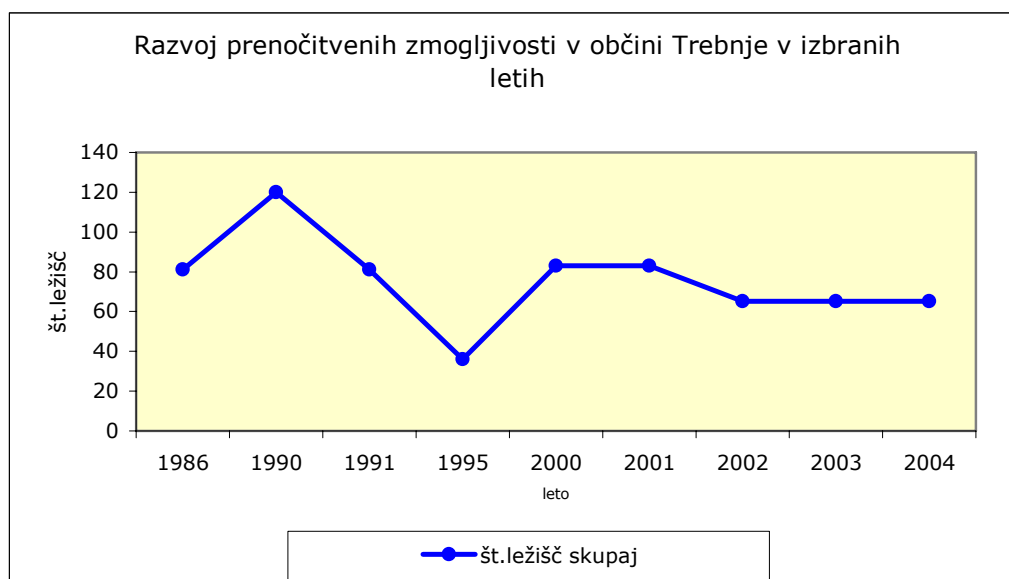
Vir : SURS

Glede na majhno število prenočitvenih zmogljivosti, v primerjavi z velikostjo obravnavanega območja, zavedenih v letu 2004, smo analizirali preteklo stanje razvoja oz. gibanja prenočitvenih zmogljivosti v občini Trebnje, kar prikazujeta spodnja tabela in grafični prikaz. Izbrali smo leta, ki so označevala razvoj slovenskega turizma v preteklosti (leto 1986 je bilo po številu prenočitev najboljšo leto za Slovenijo, leto 1990 je zadnje leto pred osamosvojitvijo Slovenije, leto 1991 je leto, ko je bila v Sloveniji desetdnevna vojna, leto 1995 višek balkanske krize in obdobje 2000-2004 ko se razmere v Sloveniji stabilizirajo).

Tabela 3 : Razvoj oz. gibanje prenočitvenih zmogljivosti v občini Trebnje v izbranih letih

OBČINA TREBNJE	1986	1990	1991	1995	2000	2001	2002	2003	2004
št.ležišč skupaj	81	120	81	36	83	83	65	65	65

Vir : SURS

Graf 2 : Razvoj oz. gibanje prenočitvenih zmogljivosti v občini Trebnje v izbranih letih

Vir : SURS

Analiza gibanja števila prenočitvenih zmogljivosti v občini Trebnje v izbranih letih kaže na izraziti trend upadanja števila ležišč najprej v obdobju 1990-1995, ko so Slovenijo in republike bivše Jugoslavije zaznamovali dogodki balkanske krize in v letu 2002, verjetno zaradi nove zahtevnejše kategorizacije prenočitvenih objektov. Gibanje v obdobju 2002-2004 pa kaže stagnacijo. V primerjavi z letom 1990 se je število objektov prepolovilo, število ležišč pa zmanjšalo za nekaj manj kot za polovico.

Navedeni uradni statistični podatki kažejo, da turizem v občini Trebnje ni spoznan kot perspektivna gospodarska panoga in je njegova intenzivnost iz leta v leto manjša oziroma stagnira, predvsem v smislu stacionarnega turizma, kar dokazujejo tudi podatki o turističnem obisku in nočitvah, ki so obravnavani pod točko 2.3.

Vendar pa pogled na spletne strani občine Trebnje, pod rubriko turizem kaže popolnoma drugačno sliko, tako v številu, kot po vrsti nastanitvenih objektov (tabela 4 in graf 3).

Tabela 4 : Prenositvene zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov v občini Trebnje (na dan 31.8.2005)

OBČINA TREBNJE	2004			
	Zmogljivosti			
	Število objektov	Število sob	ležišča skupaj	ležišča stalna
Vrste objektov-skupaj	8	Ni popoln	237	Ni popoln

Gostišča	5	ni popoln	145	ni podatka
Turistične kmetije	2	11	39	ni podatka
Začasne nastanitvene zmogljivosti*	1	11	53	ni podatka

Opombe :

* začasne nastanitvene zmogljivosti so zmogljivosti študentskih in mladinskih domov, ki so med počitnicami na voljo turistom

Vir : internetne strani občine Trebnje

Graf 3: Delež prenočitvenih zmogljivosti po vrsti nastanitvenih objektov



Opombe:

* Začasne nastanitvene zmogljivosti so zmogljivosti študentskih in mladinskih domov ki so samo med počitnicami na voljo turistom

Vir : internetne strani občine Trebnje

Po podatkih iz »terena«, torej občina Trebnje, razpolaga kar s 237 turističnimi ležišči oziroma posteljami in sicer v naslednjih vrstah nastanitvenih objektov : gostilne s prenočišči oz. gostišča (po kategorizaciji uradne statistike), turistične kmetije in mladinski dom. Od skupaj 237 ležišči je 184 ležišči, ki so na voljo preko celega leta in 53 ležišči, ki so na voljo turistom v zimskih in letnih počitnicah, medtem, ko se v ostalem času leta polnijo s šolskimi skupinami (šole v naravi v okviru ČŠOD-eja). Omenjeni mladinski dom se v uradni statistiki uvršča v vrsto nastanitvenih objektov: začasne nastanitvene zmogljivosti (iz podatkov zgoraj je razvidno, da v uradni statistiki ni zajet). Od skupaj 8 nastanitvenih objektov so 3 nastanitveni objekti kategorije ***, dva kategorije ** in eden kategorije *, dva nastanitvena objekta pa sta nekategorizirana. Nastanitveni objekti so locirani v večjih krajih (Trebnje, Mirna, Mokronog) oz. v krajih v neposredni bližini (Dolenja vas pri Čatežu, Hrastno, Gorenje Ponikve).

Glede na zgoraj navedene podatke so razlike med stanjem na »terenu« in podatkih iz uradnih virov zelo različne in očitne. Do njih pa najverjetneje prihaja zaradi pomanjkljivosti pri vodenju evidence, pomanjkljivem posredovanju podatkov uradnim virom ter morda nepopolne dokumentacije o obratovanju (uporabna dovoljenja, kategorizacija) oziroma tako imenovane »sive ekonomije«.

2.2.2 Gostinska ponudba

Gostinska (kulinarična) ponudba občine Trebnje obsega skupno 66 gostinskih obratov, od gostiln, gostišč, pizerij, pivnic, slaščičarn, okrepčevalnic, barov in diskotek in 12 izletniških kmetij ter 3 vinotoče oziroma vinske kleti. Skoncentriranost gostinske ponudbe je v večjih krajih občine, kot so Trebnje, Mirna, Šentrupert in Mokronog (gostinske kapacitete po vrsti in po krajih so podrobneje predstavljene v prilogi 4) .

Tabela 5 : Gostinske kapacitete v občini Trebnje

OBČINA TREBNJE	št.gostiln, gostišč	št.notranjih sedežev	št.zunanjih sedežev	skupaj št.sedežev	št.restavracij, pizerije, pivnice	št.notranjih sedežev	št.zunanjih sedežev	skupaj št.sedežev	št.kavarn in slaščičarn	št.okrepčevalnic in barov, diskoteka	Št. izletniških kmetij	vinotoči, vinarstvo
SKUPAJ	17	1745	723	2468	8	503	135	638	1	25	12	3

Vir : Občina Trebnje

Cenovni razred gostinske ponudbe je v večini srednji, izjema so nekatere gostilne in vinotoči, ki sodijo v najvišji cenovni razred. Nudijo jedi po naročilu, predvsem domače slovenske in internacionalne jedi in specialitete iz divjačine. Obratovalni čas posameznega gostinskega objekta je prilagojen vrsti gostinskega objekta in predvsem segmentom oz. strukturi obiskovalcev, katerim je ponudba namenjena. Pri izletniških kmetijah, ki nudijo zelo raznovrstno in značilno ponudbo območja (domača hrana, sadje iz posamezne sezone, kozji sir, čebelji izdelki, ekološko pridelana hrana) in vinotočih, vinskih kletih so mogoče le v naprej dogovorjene degustacije za zaključene skupine.

2.2.3 Naravne turistične znamenitosti/atrakcije

Za obravnavano območje so značilne planote poraščene z gozdovi in razgledni vrhovi, ponikalnica s ponori, vinorodni griči, doline, ostanki močvirij in suha krajina.

Po podatkih, pridobljenih s strani občine Trebnje (priloga 1: Pregled naravnih danosti in ocena njihove rabe za turistične namene), na obravnavanem območju ni naravnih znamenitosti, ki bi lahko predstavljale turistično znamenitost, atrakcijo, privlačnost, zaradi katere bi se obiskovalci odločali za obisk. Izjema, ki

predstavlja možnost tovrstnega razvoja je reka Temenica, ponikalnica in najdaljša slovenska slepa dolina. Vse ostale znamenitosti pa se v ponudbo lahko/se že vključujejo kot del celovitega turističnega proizvoda (razgledni vrhovi, doline, vinorodni griči,...), katere je potrebno obiskovalcem na primeren način predstaviti. Trenutno so najbolj obiskani prav navedeni razgledni vrhovi in vinorodni griči ter ponori reke Temenice, predvsem zaradi bogate ponudbe športno-rekreativnih in tematskih poti, ki povezujejo in predstavljajo omenjene znamenitosti.

Za turistične namene so premalo izkoriščeni predvsem ostanki močvirja vzhodno od Račjega Sela in okrog Prelesja v Mirnski dolini, reka Temenica in samotne tihe doline Laknice, Radulja, Bistrica, Vejar, zg. tok Mirne. Nejasna so razmerja glede skrbništva, vzdrževanja oz. upravljanja in viri financiranja, zato tudi slabo urejena, vzdrževana in pomanjkljiva potrebna dodatna turistična infrastruktura (predstavne, informativne, usmerjevalne in označevalne table, počivališča - klopce, koši za smeti, urejeni dostopi,...).

2.2.4 Kulturno-zgodovinske znamenitosti/atrakcije in etnološke posebnosti

Na območju občine Trebnje predstavljajo kulturno-zgodovinsko in etnološko dediščino 10 muzejev, galerij oz. ateljejev, spominska soba, rojstna hiša, številni sakralni objekti (cerkve in kapele), 8 gradov, razvalin, posesti in arhitekturni, arheološki (gomila, naselbina, grobišča) ter tehnični spomeniki (kamniti most, toplar, mlin).

Po podatkih Občine Trebnje (priloga 2 : Pregled kulturno zgodovinskih spomenikov in znamenitosti ter ocena njihove rabe za turistične namene) sodi med trenutno najbolj obiskane kulturne znamenitosti Galerija likovnih samorastnikov Trebnje, ki je locirana v središču Trebnjega. Po turističnem obisku, ki se uradno oziroma organizirano sicer ne spremlja, pa sledijo sakralni objekti in gradovi. Med etnološkimi posebnostmi, značilnostmi (priloga 3 : Opis etnoloških posebnosti in ocena njihove rabe za turistične namene) je do sedaj najbolj obiskana Etnološka zbirka v Gostišču Deu, predvsem zaradi lokacije (je na dvorišču) oz. lahke dostopnosti. Kulturno-zgodovinske in etnološke posebnosti se tako kot naravne znamenitosti povezujejo in predstavljajo v okviru športno-rekreativnih (pohodne, kolesarske poti,), tematskih poti (vinogradniške pešpoti, vinske ceste, arheološka pot,...) in učnih poti. Občina Trebnje pa se s tovrstno ponudbo vključuje tudi v skupne turistične programe/projekte kot je npr. »Po poteh dediščine Dolenjske in Bele Krajine« (povezuje 28 naravnih in kulturnih znamenitosti, od tega so 4 turistične točke na območju občine Trebnje), Aktivne počitnice na Dolenjskem (projekt dolenjskega turističnega grozda, s katerim je bilo to leto prekinjeno sodelovanje) in druge.

V obravnavani sklop lahko uvrstimo tudi 15.poldnevnik, ki poleg Galerije likovnih samorastnikov Trebnje, spada med najbolj prepoznavne turistične znamenitosti v občini.

Gradovi, kmečka poslopja, arheološka najdbišča in nekateri sakralni objekti so v stanju neprimernem za ogled, saj niso restavrirani ali prenovljeni. Vzrok za takšno stanje je dejstvo, da je prav kulturno-zgodovinska in etnološka dediščina

tisti del ponudbe, ki za oživitev in boljše vključevanje v turistično ponudbo potrebuje največ investicijskih in razvojnih sredstev, zato je njena oživitev, v primerjavi z ostalo ponudbo precej bolj počasna in zahtevna.

Poleg problema financiranja se v muzejsko-galerijskem segmentu, gradovih ter drugih objektov kulturno-zgodovinske in etnološke dediščine pojavlja tudi problem vezan na upravljanje oz. management in primerno predstavitev na trgu.

2.2.5 Športna ponudba

Občina Trebnje, glede na obstoječo ponudbo, razpolaga z dokaj pestro športno-rekreativno ponudbo, ki se večinoma veže na naravne danosti.

Športna ponudba obsega številne **pohodne poti** s kulturno, zgodovinsko, enološko in versko vsebino:

- arheološka pot pri Sv. Petru,
- Baragova pohodna pot,
- gozdna učna pot Bukovje,
- pohodna Iz Trebnjega na Vrhtrebnje,
- pohodna pot iz Trebnjega na Debenc,
- krožna pohodna pot : Šentrupert-Zadruga-Okrog-Vesela gora-Šentrupert,
- romanje od Vesele gore do Čateža,
- pohodna pot iz Vesele Gore na Zaplaz,
- pešpot iz Mokronoga na Debenec,
- Mokronoška arheološka skupina v Mirnski dolini,
- Vorančeva pot od Mokronoga do Pijane Gore,
- Steklasova pohodna pot,
- potovanje od Litije do Čateža – Levstikova pot (registrirana kot blagovna znamka),
- pohodna pot iz Trebnjega na Debenc,
- pohodna pot iz Mirne na Debenc
- pešpot po dolini reke Temenice,
- Urbanova pohodna pot,
- Pot romarjev,
- Valentinov pohod,
- Pohod po poti Mare Rupene,
- vinogradniške pešpoti po obronkih čateškega vinorodnega območja (3 poti).

Med njimi je v domačem prostoru najbolj odmevna in razpoznavna Levstikova pot od Litije do Čateža.

Urejene so tudi **kolesarske poti oz. predlagane kolesarske ture** (modra, zelena, rumena, rdeča in krožna) v skupni dolžini poti 240 km.

Tako pohodne poti kot predlagane kolesarske ture oz. izleti so v promocijsko-informativnih materialih in na spletnih straneh predstavljene z vsemi potrebnimi podatki, to je opisom poteka, dolžino, potrebnim časom, zahtevnostjo, opisom naravnih in kulturno-zgodovinskih znamenitosti ter pri kolesarskih izletih še s kontrolnimi točkami.

Z omenjenimi pohodnimi potmi v veliki meri upravljajo različna društva, ki organizirajo tudi najmanj enkrat letno pohode.

Poleg pohodnih in kolesarskih poti obsega športna ponudba občine tudi **golf vadbišče**, **športni center** z možnostjo igranja tenisa, odbojke na mivki, košarke in in-line hokeja, **strelišče**, **balinišče**, **nogometno igrišče**, **večnamenski športni dvorani** in **različne programe jahanja**.

2.2.6 Prireditve, sejmi in drugi dogodki

Občino Trebnje (priloga 5) zaznamujejo številne kulturne, športne, etnološke in zabavne prireditve, ki se odvijajo preko celega leta, na različnih lokacijah. V veliki večini so prireditve, sejmi in drugi dogodki lokalnega in regionalnega pomena, razen tradicionalnega tabora likovnih samorastnikov, na katerem sodelujejo umetniki naivci iz vsega sveta in festivala »Ah te orglice«, katerega se udeležujejo ljubitelji ljudskih inštrumentov in glasbe iz vse države.

Prireditve se udeležujejo aktivni, rekreativni športniki, planinci, družine, romarji, upokojenci, ljubitelji vinskih gor, občani, umetniki,... odvisno od tipa prireditve. V veliki večini so ogledi brezplačni, zato so podatki o obiskanosti skopi oz. se obiskanost ne meri. Organizatorji prireditve so predvsem različna društva od turističnih, kulturnih, planinskih do društva vinogradnikov, konjerejskega društva, skavtov, moto kluba in drugi.

Po podatkih Občine Trebnje (priloga 6) se prireditve, sejmi in drugi dogodki odvijajo na različnih prireditvenih prostorih, v muzejih, galerijah, kulturnih domovih, sakralnih objektih, osnovnošolskih športnih dvoranah, telovadnicah, prizoriščih na prostem (parki, športna igrišča, vaški trgi, grajski vrtovi,...). Kapaciteta omenjenih prireditvenih objektov se giblje od 50 do maksimalno 500 oseb.

2.2.7 Turistične agencije, vodniška služba

V občini Trebnje trenutno deluje ena turistična agencija, katere poslovanje je v večjem delu orientirano na tako imenovani »outgoing turizem« in v manjši meri na receptivnem oz. »incoming turizmu« ali privabljanju turistov na območje občine Trebnje.

Na področju destinacijskega managementa trenutno ne obstaja organizacija, agencija, ki bi proaktivno izvajala naslednje naloge : skrb za promocijo in trženje proizvodov občine, razvoj turistične ponudbe, izvajanje raziskav, analiz, statistike na področju turističnega trga, izvajanje informacijske dejavnosti, upravljanje s turistično infrastrukturo javnega pomena in koordiniranje, povezovanje različne segmentov ponudbe,.... Delno izvaja omenjene naloge Občina Trebnje v okviru občinske uprave in Turistično informacijski center, ki deluje v okviru Občine Trebnje.

Na podlagi sprejetega pravilnika o vodniški službi je do sedaj pridobilo licenco lokalnega turističnega vodnika preko 20 vodnikov in licenco vodnika v okviru projekta »Po poteh dediščine Bele Krajine in Dolenjske« 5 vodnikov. Omenjeni vodniki se tržijo preko TIC-a ali samostojno.

2.2.8 Turistične informacije

Informacije o turistični ponudi občine Trebnje je možno pridobiti v edinem Turistično informacijskem centru, lociranem v samem središču Trebnjega, ki deluje v sklopu Občine. Obratovalni čas TIC-a od ponedeljka do petka: od 9. do 15. ure, sobota od 13. do 15. ure, nedelje in prazniki zaprto.

Razpoložljive informacije predvsem v obliki promocijsko-informativnega gradiva so na razpolago tudi v gostinsko-nastanitvenih objektih in pri drugih turističnih ponudnikih ter na spletnih straneh www.trebnje.si, v rubriki turizem (zaenkrat samo v slovenskem jeziku).

Na terenu se opaža predvsem pomanjkljivo označevanje turističnih znamenitosti, turističnih ponudnikov in športno-rekreativnih ter tematskih poti.

2.3 Turistično povpraševanje

Spodnja tabela prikazuje ključne kazalce turističnega povpraševanja v občini Trebnje in sicer za registrirane nočitve v okviru uradne statistike, medtem ko s podatki o številu neregistriranih nočitev ne razpolagamo.

Tako kot pri analizi prenočitvenih zmogljivosti smo tudi za analizo turističnega povpraševanja izbrali leta, ki so označevala razvoj slovenskega turizma v preteklosti (leto 1986 je bilo po številu prenočitev najboljše leto za Slovenijo, leto 1990 je zadnje leto pred osamosvojitvijo Slovenije, leto 1991 je leto, ko je bila v Sloveniji desetdnevna vojna, leto 1995 višek balkanske krize in obdobje 2000-2004 ko se razmere v Sloveniji stabilizirajo).

Tabela 6 : Ključni kazalci turističnega povpraševanja v občini Trebnje za izbrana leta

OBČINA TREBNJE	1986	1990	1991	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Prihodi turistov									
Skupaj	7.509	7.939	2.079	283	763	1.043	922	1.226	1.279
Domači	2.849	3.462	1.626	89	171	149	116	100	124
Tuji	4.660	4.477	453	194	592	894	806	1.126	1.155
Delež tujih turistov %	62,1	56,4	21,8	68,6	77,6	85,7	87,4	91,8	90,3
Prenočitve									
Skupaj	9.905	12.137	5.315	591	2.584	2.039	1.548	2.318	1.627
Domači	5.212	7.347	4.802	308	428	512	186	221	317
Tuji	4.693	4.790	513	283	2.156	1.527	1.362	2.097	1.310

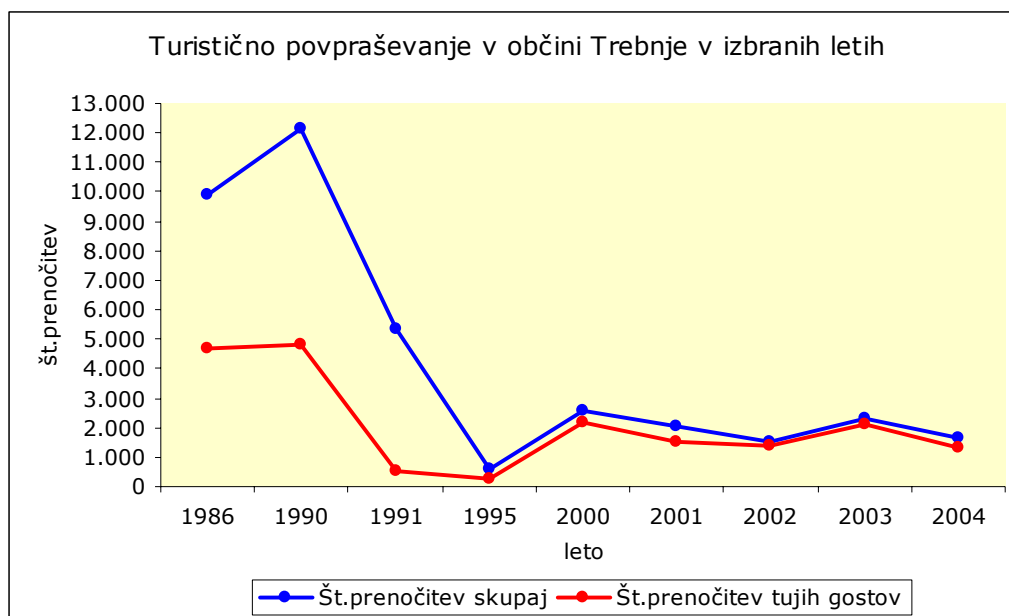
Delež tujih prenočitev	47,4	39,5	9,7	47,9	83,4	74,9	88,0	90,5	80,5
Povprečna doba bivanja									
Povpr.doba bivanja v dnevih	1,3	1,5	2,6	2,1	3,4	2,0	1,7	1,9	1,3
Povpr.doba bivanja v dnevih - domači	1,8	2,1	3,0	3,5	2,5	3,4	1,6	2,2	2,6
Povpr.doba bivanja v dnevij - tuji	1,0	1,1	1,1	1,5	3,6	1,7	1,7	1,9	1,1
Povprečna zasedenost*									
v vseh nastanitvenih objektih	33,5	27,7	18,0	4,5	8,5	6,7	6,5	9,8	6,9

* zasedenost - odstotek zasedenosti ležišč je izračunan za vsa ležišča (stalna in pomožna) po naslednji formuli : $(\text{št.prenočitev} \times 100) / (\text{št.ležišč} \times \text{št.dni v letu})$
Vir : SURS

2.3.1 Registrirane nočitve

Trendi gibanja in obstoječe stanje registriranega turističnega povpraševanja v občini Trebnje v prenočitvenih zmogljivosti, ki so zavedena v uradni statistiki, kažejo naslednje :

Graf 4 : Gibanje turističnega povpraševanja v občini Trebnje v izbranih ključnih letih



Vir : SURS

V analiziranem obdobju je bilo leto 1990 najuspešnejše poslovno leto, saj je bilo realiziranih kar 12.137 nočitev, od tega nekoliko več kot 47% nočitev tujih gostov. Najbolj krizno leto je bilo leto 1995, ko govorimo o obdobju balkanske krize, saj je bilo realiziranih komaj 591 nočitev s približno enakim deležem nočitev

tujih gostov kot v letu 1990. Od leta 2000 naprej se je stanje, z umiritvijo razmer na Balkanu, začelo počasi stabilizirati, toda območja, ki niso sodila v razvite, prepoznane slovenske turistične destinacije, med njimi tudi občina Trebnje, imajo delež realiziranih nočitev še vedno vsaj šestkrat manjši od najuspešnejšega poslovnega leta. V obdobju 2000-2004 sta vidna dva občutna padca v številu realiziranih nočitev, to je v letu 2002 in 2004. Vzroke za padec je iskati predvsem v uvedbi nove zahtevnejše kategorizacije nastanitvenih objektov (zaradi tega se je verjetno zmanjšalo tudi število razpoložljivih prenočitvenih zmogljivosti) in trenutnih razmerah na svetovnem trgu (teroristični napadi, recesija, ipd.). V omenjenem obdobju pa se je zelo povišal delež nočitev tujih gostov in sicer od 75% v letu 2001 do 90% v letu 2003.

2.3.2 Neregistrirane nočitve

Rubriko neregistrirane nočitve smo vključili predvsem zaradi velikih razhajanj pri podatkih o prenočitvenih zmogljivosti. Analiza turističnega povpraševanja, to je vsi ključni kazalci (glej tabelo 6) zajemajo turistično povpraševanje za prenočitvene zmogljivosti, ki so zavedene v uradni statistiki. Tako so npr. za leto 2004 upoštevane realizirane nočitve za kapaciteto 65 ležišč in ne za razpoložljivih 245 ležišč.

Oceno o številu neregistriranih nočitev oz. oceno dejanske realizacije nočitev je težko podati, ker ne razpolagamo s podatki, ki bi bili relevantni za oblikovanje ocene. Prav tako ne razpolagamo s podatki npr. realiziranih nočitev v zidanicah, obiskih prijateljev in sorodnikov in podobno, ki prav tako ustvarjajo prihodek iz naslova turistične dejavnosti v občini.

2.3.3. Povprečna doba bivanja

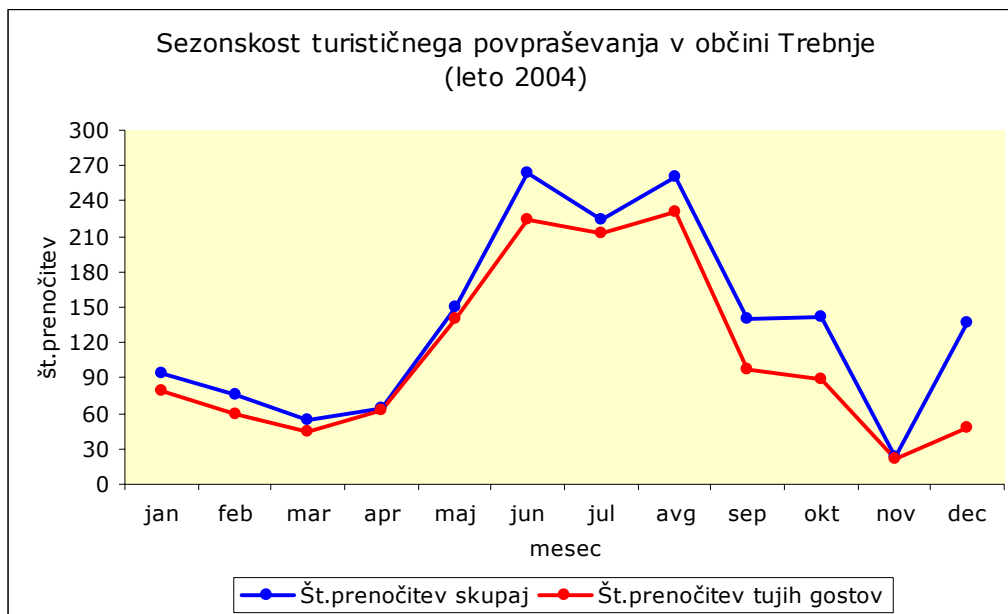
Povprečna doba bivanja se v izbranem obdobju giblje od 1,3 do 3,4 dni. Najnižja povprečna doba je značilna za prvo leto izbranega obdobja leto 1986 in zadnje leto to je leto 2004. Tako trenutna nizka povprečna doba bivanja kot tudi skromno število turističnih prihodov v občini Trebnje kaže na dejstvo, da je obravnavano območje prehodna, tranzitna destinacija ob prometni povezavi Ljubljana - Zagreb, in lokaciji v bližini drugih, turistično bolj razvitih destinacij s stacionarnim turizmom. Občina Trebnje se tako v dosedanjo turistično podobo Dolenjske uvršča predvsem kot tranzitno območje, oziroma območje dopolnilnih vsebin sosednjih destinacij (Šmarješke toplice, Terme Čatež, Dolenjske toplice...).

2.3.4 Zasedenost kapacitet

Zasedenost kapacitet nastanitvenih objektov, ki so zavedeni v uradni statistiki je zelo nizka, saj v zadnjem obravnavanem letu znaša komaj 7%. Zelo nizka zasedenost poleg dejstva, da je občina Trebnje tranzitna destinacija, kaže na usmerjenost nastanitvenih objektov (gostišča), v osnovno in poglavitno dejavnost, to je gostinstvo.

2.3.5 Sezonskost

Graf 5 : Število nočitev po mesecih v občini Trebnje v letu 2004



Vir : SURS

Število ustvarjenih nočitev po mesecih v letu 2004 kaže na sezonska nihanja. Na podlagi podatkov lahko v občini Trebnje govorimo o eni visoki, poletni sezoni, ki se nanaša na obdobje junij-avgust in na dve srednji sezoni, ki se nanašata na obdobje september-oktober in december. Sezonskost je vezana predvsem na čas poletnih in novoletnih počitnic in na čas trgatve, prireditev.

Intenzivnost povpraševanja se po mesecih razlikuje tudi po deležih, ki jih predstavljajo tuji gostje. Očitni padci v deležih tujih gostov so v mesecih september, oktober in december.

2.3.6 Struktura povpraševanja glede na emitivne trge, motiv prihoda in starostno obdobje

V občini Trebnje je bilo v letu 2004 realiziranih največ nočitev iz domačega trga, sledi Nemčija, Italija, Hrvaška in ostali (tabela 7). Zaradi realiziranega manjšega števila prenočitev se struktura povpraševanja glede na emitivne trge iz leta v leto spreminja, kajti že prihod enega avtobusa gostov (npr. Bolgarija), bistveno vpliva na drugačno strukturo povpraševanja po emitivnih trgih. Po podatkih občine Trebnje prihaja v povprečju največ gostov iz Slovenije, Avstrije, Nemčije, Italije, Francije, Velike Britanije in ostali.

Podobna struktura je značilna tudi za Slovenijo.

Tabela 7 : Struktura povpraševanja po emitivnih trgih

leto 2004	Št. prenočitev	Delež
Slovenija	317	19,5
Nemčija	215	13,2
Italija	212	13,0
Hrvaška	136	8,4
Bolgarija	110	6,8
Francija	95	5,8
Bosna in Hercegovina	71	4,4
Severna Evropa	70	4,3
Južna Evropa	62	3,8
Zahodna Evropa	84	5,2
Srednja Evropa	179	11,0
Vzhodna Evropa	14	0,9
Ostalo	62	3,8
Skupaj	1627	100,0

Vir : SURS

Opombe :

Severna Evropa vključuje naslednje države :Baltiške države, Danska, Finska, Islandija, Norveška, Švedska;

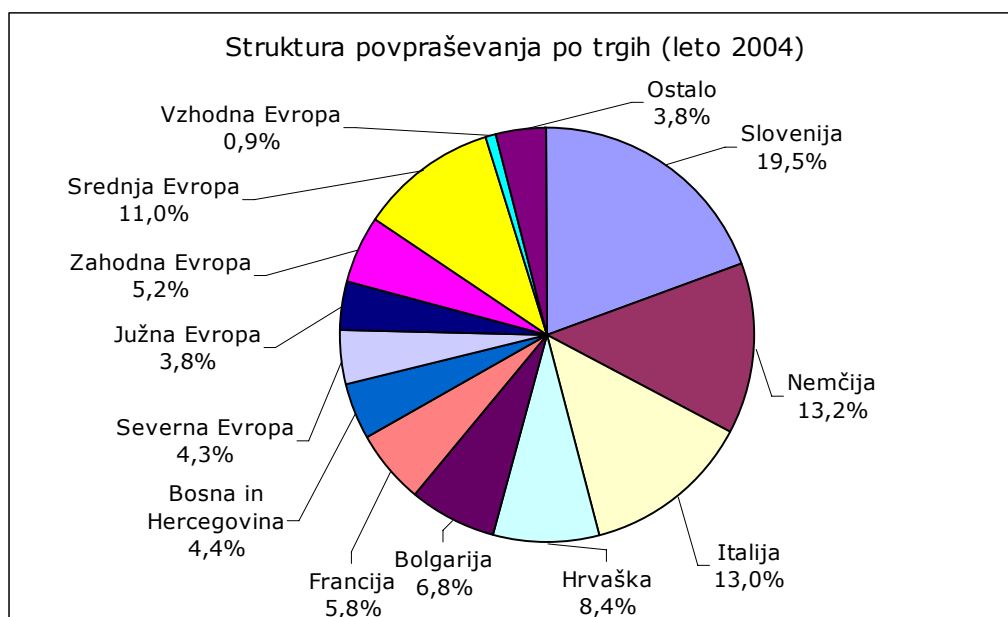
Južna Evropa vključuje : Grčija, Makedonija, Portugalska, Španija, Turčija

Zahodna Evropa vključuje : Belgija, Irska, Luksemburg, Nizozemska, Velika Britanija

Srednja Evropa vključuje : Avstrija, Belorusija, Češka, Srbija in Črna Gora, Madžarska, Poljska, Romunija, Slovaška, Švica

Vzhodna Evropa : Ukrajina

Ostalo : druge evropske države, Izrael, Japonska, Kanada, ZDA, Avstralija, Nova Zelandija, druge neevropske države

Graf 6 : Struktura povpraševanja po emitivnih trgih

Vir : SURS

Po oceni Občine Trebnje glede na motiv in čas prihoda obišče in biva (stacionarni gosti) na obravnavanem območju največ družin, ki so na letnem oddihu, sledijo upokojenci, športniki in aktivni rekreativci ter mladina, predvsem poleti in jeseni, učenci in dijaki v šolah v naravi in skupine prijateljev na druženju in sprostitvi. Najmanjši delež v strukturi gostov glede na motiv in čas prihoda pa predstavljajo družine na zimskem oddihu, upokojenci, športniki in aktivni rekreativci ter mladina pozimi in pomladi in poslovneži na poslovnih srečanjih ter obiskovalci in udeleženci prireditvev.

Glede na starostno obdobje, po oceni Občine Trebnje obiščejo obravnavano območje gosti srednje generacije (35-49 let), nato mladina (19-34 let) in mlajši seniorji oz. upokojenci (50-64 let), starejši seniorji (64+), šolarji (11-18 let) in otroci do 10 let.

2.3.7 Turistična potrošnja stacionarnega gosta

Trenutno občina Trebnje razpolaga samo s podatkom o višini potrošnje nočitve (nastanitev s polpenzionom) na dan, ki znaša 60€. Turistična potrošnja stacionarnega gosta pa obsega poleg stroška nastanitve tudi dodatne stroške za hrano in pijačo, stroške potovanja v, iz in na območju občine Trebnje, maloprodajno potrošnjo (trgovina), stroške za zabavo, ogled turističnih atrakcij in drugo. Žal tako na nivoju občine kot tudi na nivoju države za zgoraj omenjene nastale stroške ne razpolagamo.

2.3.8 Obiskanost – dnevni gostje

Obisk dnevnih gostov je težko merljiv, toda zelo pomemben iz vidika potrošnje dnevnega gosta, kot tudi zaradi izkoriščenosti programov, proizvodov, ki so močno usmerjeni tako za dnevne domače in tuje gostje, kajti nenazadnje je občina Trebnje prepoznavna kot prehodno, tranzitno območje oziroma območje, ki vsebuje številne dopolnilne vsebine sosednjih bolj razvitih turističnih destinacij (Šmarješke, Čateške, Dolenjske toplice).

Kazalci, kot so obisk turistično informativnega centra, število obiskovalcev naravnih, kulturno-zgodovinskih, etnoloških zanimivosti/atrakcij ali prodaja vstopnic, število obiskovalcev, število prodanih vstopnic za ogled prireditvev in drugih dogodkov in drugi, ki nam govorijo o obiskanosti obravnavanega območja se v večini ne vodijo in ne merijo. Zaenkrat razpolagamo s podatki o obiskanosti TIC-a, vendar samo za določene mesece in o številu obiskovalcev, udeležencev nekaterih prireditvev in muzejev. Npr. v obdobju štirih mesecev obišče TIC okoli 175 obiskovalce od tega je od 20-30% tujih turistov, pohoda po Steklasovi poti se udeleži okoli 600 udeležencev in Galerijo likovnih samorastnikov Trebnje obišče cca. 2.500 obiskovalcev letno. Na osnovi omenjenih in zavedenih podatkov pa ne moremo podati ocene o številu in o višini potrošnje dnevnega gosta na dan.

Po oceni Občine Trebnje, glede na motiv prihoda, obiščejo občino Trebnje predvsem družine na izletih, kolesarji, pohodniki, upokojenci, v manjši meri pa obiskovalci prireditvev, šolske skupine in kongresni oziroma poslovni gostje.

2.3.9 Namen obiska stacionarnih in dnevnih gostov

Namen obiska ocenjujemo na podlagi podatkov o najbolj pogostih vprašanih gostov, ki obišejo občino Trebnje. Kakšne vrste informacij iščejo nam prikazujejo spodnja tabela.

Tabela 8: Kakšne vrste informacij iščejo obiskovalci občine Trebnje ?

	Namen obiska	delež
1	Posredovanje informacij o možnostih za prenočevanje	10%
2	Posredovanje informacij o ogledih okolice	20%
3	Posredovanje informacij o aktivnostih	10%
4	Posredovanje informacij o prireditvah	10%
5	Posredovanje informacij o turistični ponudbi ostalih predelov Slovenije	5%
6	Posredovanje turističnih publikacij	25%
7*	Rezervacija prenočišča	10%
8*	Nakup turističnih spominkov oz. promocijskih materialov	0%
9*	Ogled TIC (razstave, multivizije, tiskane publikacije, predavanja...)	5%
10	ostalo:menjalnica,internet,vozni red,pošta	5%
	Skupaj	100%

Vir : TIC Trebnje

Iz zgornje tabele je razvidno, da gosti najbolj pogoste povprašujejo po promocijsko-informativnemu materialu, iščejo informacije o ogledih okolice, o možnostih in rezervacijah prenočevanja, možnih aktivnostih, prireditvah, itd.

2.4 Analiza organiziranosti obstoječe turistične ponudbe

2.4.1. Sodelovanje javni sektor, podjetniški sektor, društva

Sodelovanje javnega, privatnega sektorja in civilne družbe se je obravnavalo na prvi delavnici, ki je bila organizirana konec meseca avgusta 2005. Na omenjeni delavnici smo obravnavali predvsem vlogo in naloge posameznega sektorja, obstoječe medsebojno sodelovanje in povezovanje ter problematiko na področju organiziranosti obstoječe turistične ponudbe.

2.4.2 Obstoječa vloga javnega sektorja

Občina Trebnje v okviru občinske uprave delno izvaja naloge na naslednjih področjih :

- **promocija in trženje turistične ponudbe občine:** izdaja in izvaja ponatise promocijskega materiala (zloženke, zemljevidi,...), priprava in

- skrbništvo turističnih spletnih strani , izvajanje predstavitev na tržnih manifestacijah na lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju,
- **razvoj turistične ponudbe** : sodelovanje pri projektih na lokalnem in regionalnem nivoju npr. pri projektih Po poteh dediščine Dolenjske in Bele Krajine, Dolenjski turistični grozd, Emina romarska pot,
 - **informacijska dejavnost** : v okviru občinske uprave deluje tudi edini Turistično informacijski center v občini, ki zbira in posreduje informacije gostom in ponudnikom o turistični in drugi ponudbi, sodeluje na nacionalnem nivoju v projektu Slovensko turistično informacijski portal v vlogi skrbnika in trži ter koordinira lokalne turistične vodnike,
 - **upravljanje s turistično infrastrukturo javnega pomena** : na podlagi Pravilnika o vzdrževanju turističnih poti v občini Trebnje se sofinancira vzdrževanja omenjenih poti; za urejanje javnih površin skrbijo Krajevne skupnosti in javno podjetje (Komunala Trebnje),
 - **koordinira, povezuje različne segmente ponudbe**:zagotavlja v občinskem proračunu sredstva za programe turističnih društev na podlagi Pravilnika o sofinanciranju programov TD-ejev v občini Trebnje, z izdajo koledarja prireditev koordinira in povezuje organizatorje prireditev in drugih dogodkov, na podlagi skrbništva nad slovenskim turističnim portalom in drugih aktivnosti zbira podatke o turističnih ponudnikih (na delavnici izpostavil problem nezaupljivosti privatnega sektorja pri oddajanju potrebnih informacij)
 - Z namenom razvoja turistične dejavnosti **sodeluje Občina tudi z različnimi organizacijami javnega značaja na lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju**. Sodeluje z izobraževalnimi ustanovami, ki izvajajo izobraževanje za lokalne vodnike, programe za gostinsko-turistične delavce, jezikovne tečaje, programi dopolnilnih dejavnosti na kmetijah (KGZ), lokalnimi in regionalnimi razvojnimi, podjetniškimi centri in s Slovensko turistično organizacijo na nacionalnem nivoju.

Vse zgoraj navedene aktivnosti se delno financirajo iz občinskega proračuna.

2.4.3 Obstoječa vloga privatnega sektorja

V privatnem sektorju so nosilci razvoja gostinsko-nastanitveni ponudniki, turistične agencije, ponudniki športno-rekreativnih programov, lokalni turistični vodniki, ponudniki kulturne dediščine (npr. upravljalci in lastniki gradov,...), vinogradniškega turizma (vinogradi, zidanice, vinoteke, kleti,...) in kmetje (poudariti je potrebno, da je v zadnjem času zelo zaživela dopolnilna dejavnost na kmetijah – ekološka kmetija, čebelarska, sadjarska, sirarstvo, vrtnarstvo, pletarstvo, izdelki iz gline,...).

Večina zgoraj navedenih združujejo in povezujejo različne inštitucije, društva in organizacije. Na primer ponudniki gostinskih storitev se povezujejo v okviru gostinske sekcije pri obrtni zbornici, kmetje pri kmetijsko gozdarskih zavodih, ponudniki vinogradniškega turizma, izdelovalci umetnostne in domače obrti preko svojih matičnih društev in obrtne zbornice, ostali pa so prepuščeni sami sebi.

2.4.4 Obstoječa vloga civilne družbe

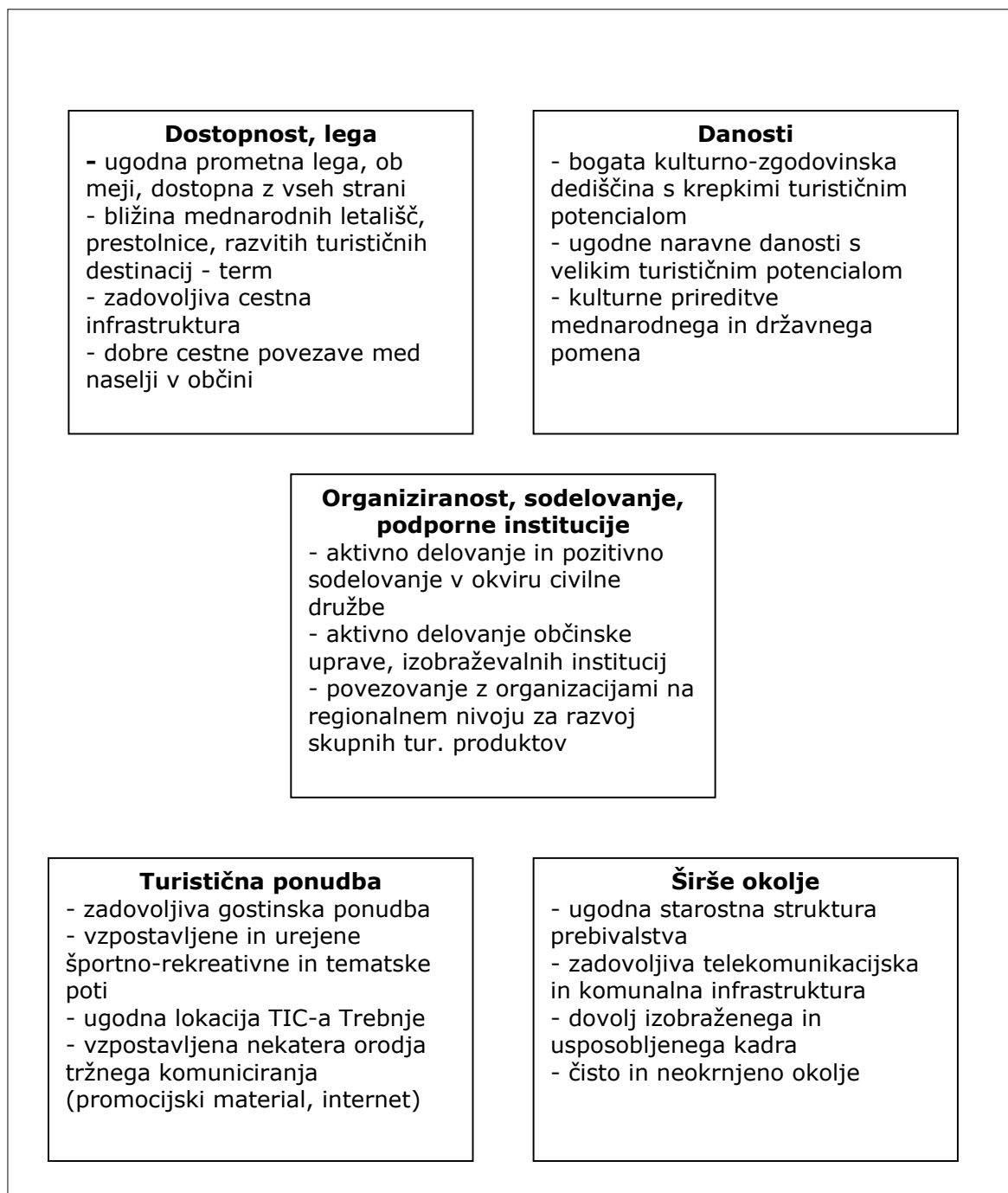
Na območju občine Trebnje deluje preko 170 različnih društev, zvez in klubov, ki so neposredno in posredno povezana s turistično dejavnostjo. Od tega je 10 turističnih društev z okoli 1000 aktivnimi člani.

Njihova vloga v turizmu je predvsem organizacija prireditev, urejanje okolice na podlagi različnih tekmovanj, organizacija izobraževanj. Nekatera društva predvsem turistična društva skrbijo in vzdržujejo turistične poti in spremljajočo infrastrukturo (klopce, koši za smeti, označevalne in usmerjevalne tablice) in izdelujejo promocijski material.

Poleg društev, zvez in klubov med civilno družbo štejemo tudi prebivalce občine Trebnje, katerih najpomembnejša vloga je pozitivno sprejemanje razvoja turizma, prijaznost, dostopnost do turistov z vidika slogana »Turizem smo ljudje«.

3. SWOT ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE IN POVPRŠEVANJA V OBČINI TREBNJE

3.1 Prednosti



3.2 Slabosti

Dostopnost, lega

- neizkoriščenost železniškega omrežja zaradi slabih povezav in časa prevoza
- slabe povezave z javnim potniškim prometom (ukinitev prog)
- preobremenjenost cest s tovrnim prometom skozi mestna jedra
- ni urejenih kolesarskih stez

Danosti

- neizkoriščenost kulturno-zgodovinske dediščine za turistične namene
- neizkoriščenost naravnih danosti za turistične namene
- naravne danosti ne omogočajo razvoja zimskih in vodnih športov
- vremenske nepravilnosti v jesenskem času (megla, slana)

Organiziranost, sodelovanje, podporne institucije

- ni krovne institucije, ki bi usmerjala in vodila razvoj turizma v občini
- nepovezanost turističnih ponudnikov
- pomanjkljivo svetovanje podjetnikom
- stihijsko dogajanje – odsotnost vizije in konkretnih ciljev razvoja
- nenaklonjenost politične javnosti razvoju turizma
- pomanjkljivo vodenje statistike

Turistična ponudba

- premalo informacijskih točk
- pasivnost turističnih ponudnikov pri informiranju gostov, posredovanju informacij o lastni ponudi
- pomanjkanje turističnih programov kljub potencialom
- premalo in neprimerni večnamenski objekti

Širše okolje

- pomanjkanje stavbnih zemljišč, omejene možnosti gradnje
- slaba komunalne ureditve zemljišč
- pomanjkanje javnih sanitarij
- pomanjkanje parkirnih prostorov
- upad vpisa v gostinske šole
- veliko črnih odlagališč
- neurejenost potencialnih zaščiteneh območij, ni vizije
- neurejene razmere na področju prostorskega urejanja (nedorečena vloga in podoba mestnih jeder, razpršena pozidava,...)

3.3 Priložnosti

Dostopnost, lega

- ureditev prometa predvsem v mestnih jedrih in možnost lažjega dostopa z osebnim avtomobilom
- nadaljevanje gradnje avtocest

Danosti

- glede na danosti vzpostavitev in razvoj novih tematskih poti
- razpoložljivi razvojni finančni viri za obnovo kulturno-zgodovinske dediščine
- možnosti za razvoj lokalne kulinarike

Organiziranost, sodelovanje, podporne institucije

- ustanovitev krovne institucije
- aktivno povezovanje turističnih ponudnikov, podpornih institucij
- sodelovanje s sosednjimi razvitimi turističnimi destinacijami
- izkazan interes turističnega gospodarstva k povezovanju in sodelovanju
- s sprejetjem strateškega dokumenta možnost aktivnega lobiranja na nacionalnem nivoju

Turistična ponudba

- razvoj družinskih oz. manjših nastanitvenih objektov
- razvoj kakovostnega in nemasovnega turizma (novi produkti)
- razpoložljivi razvojni finančni viri za razvoj turistične ponudbe
- možnosti za razvoj storitvenih dejavnosti osnovne in dodatne turistične ponudbe
- trend rasti podeželskega, kulturnega, vikend turizma
- razvoj poslovnega turizma zaradi strateškega partnerja

Širše okolje

- oživitev starih mestnih (trških) jeder
- možnost potencialnih investitorjev iz domačega okolja (Trimo Trebnje, Dana, ...)

3.4 Nevarnosti

Dostopnost, lega

- predviden AC krak poslabša dostopnost do zaledja in nekaterih turističnih atrakcij (Trebanjski grad)

Danosti

- onesnaževanje, preobremenjenost naravne in kulturno-zgodovinske dediščine

Organiziranost, sodelovanje, podporne institucije

- pasivnost turističnih ponudnikov
- lokalna politika zavira razvoj turizma
- nesodelovanje javnega, privatnega sektorja in civilne družbe

Turistična ponudba

- Nevlaganje oz. preskromno investiranje v turistično infrastrukturo
- pasivnost in čakanje zgolj na zunanje razvojne in investicijske vire – odsotnost inovativnosti in podjetnosti

Širše okolje

- onesnaževanje narave z neupoštevanjem trajnostnih načel
- pomanjkanje in neusposobljenost kadrov, bivalnih površin za kadre
- pomanjkanje družbene infrastrukture (vrtci, šole, knjižnice, športne površine)
- nejasnost, nedorečenost obstoječe zakonodaje
- zaraščanje pokrajine zaradi opuščanja kmetijske dejavnosti
- prevelika odvisnost oziroma navezanost na industrijo

4. ANALIZA POLITIČNEGA, GOSPODARSKEGA IN SOCIALNEGA OKOLJA (PEST analiza)

Spodnja tabela prikazuje ključne primerjalne kazalnike za analizo širšega okolja.

Tabela 9: Osebna izkaznica občine Trebnje

	Občina Trebnje	Statistična regija - JV Slovenija	Slovenija	% občina/ regija	% občina/ Slovenija	% regija/ Slovenija
Površina v km ²	317,1	2.675	20.273	11,9	1,6	13,2
Št. Prebivalstva (31.12.2004)	18.827	139.095	1.997.590	13,5	0,9	7,0
Gostota poselitve št.preb./km ²	59	52	99	/	/	/
Indeks staranja (31.12.2004)	86	93	107	/	/	/
BDP na prebivalca (v USD) za leto 2003	ni podatka	ni podatka	13.849	/	/	/
Povprečno št.delovno aktivnega prebivalstva v letu 2004	6.321	52.054	782.206	/	/	/
Delež aktivnega prebivalstva zaposlenega v gostinstvu in turizmu % (2.četrletje 2003)	ni podatka	ni podatka	36.000	/	/	/
Povprečna stopnja brezposelnosti v letu 2004 %*	6,6	7,4	10,6	/	/	/
Št. poslovnih subjektov na dan 31.12.2003	1.083	8.221	140.237	13,2	0,8	5,9
Št. poslovnih subjektov v gostinstvu in turizmu na dan 31.12.2004	58	503	8.332	11,5	0,7	6,0
Povprečna mesečna bruto plača na zaposlenega za leto 2004 SIT	227.968	249.591	267.523	91,3	85,2	93,3
Povprečna mesečna bruto plača na zaposlenega v gostinstvu in turizmu v SIT	ni podatka	182.784	199.937	/	/	/

Vir : SURS

Občina Trebnje meri 317 km² in predstavlja 11,9% velikosti statistične regije JV Slovenije in 1,6% celotne površine Slovenije. Po velikosti, glede na površino, spada med večje slovenske občine (med prvimi desetimi).

4.1 Osnovne demografske značilnosti

Zaradi slabše dostopnosti in oddaljenosti od večjih središč ter težav z vodno oskrbo so se ta območja v polpretekli dobi močno izpraznila. Industrija se je začela resneje razvijati po letu 1960, ko so z izgradnjo magistralne ceste Ljubljana – Zagreb postali ti kraji manj odročni. Danes industrija ustvarja dve tretjini družbenega proizvoda, podjetništvo in obrtništvo pa četrtno skupnih prihodkov občine.

Območje JV Slovenije, kamor širše spada tudi občina Trebnje, sodi s **13,2% površine** in s **6,9% prebivalstva Slovenije** med območja z manjšo stopnjo poselitve (52 prebivalcev na kvadratni kilometer, Slovenija v povprečju 99 prebivalcev), ki je najredkejša na kočevskem (posebno ob hrvaški meji, v občinah Osilnica in Kostel 11, oziroma 12 prebivalcev na kvadratni kilometer) in v občini Semič, kjer je komaj 26 prebivalcev na kvadratni kilometer. Po sorazmerno dolgem obdobju stagnacije je predvsem po letu 1981 rast prebivalstva hitra - hitrejša od slovenskega povprečja. Starostna struktura prebivalstva je ugodna, saj je delež mladega prebivalstva 2,1% višji od slovenskega povprečja, nižji pa je delež prebivalstva, starega nad 64 let. Regija ima tako tudi indeks staranja med najnižjimi v Sloveniji. Vendar pa imajo določena območja (kočevsko, Suha krajina, Bela krajina, Gorjanci) zelo neugodno starostno strukturo prebivalstva. Več kot polovica površine regije ima status demografsko ogroženega območja.²

Občina Trebnje šteje 18.827 (13,5 % v regiji) prebivalcev od tega je 49,8% moških in 50,2% žensk. Najgosteje naseljena območja v občini sta Trebnje (3.150 prebivalcev) in Mirna (1.465 prebivalcev). S 700 prebivalci jima sledi naselje Mokronog in nato ostala naselja z manj kot 350 prebivalci³.

Povprečna gostota prebivalstva znaša 59 prebivalcev na km², kar je pod slovenskim povprečjem in nekoliko nad regijskim povprečjem. Indeks staranja prebivalstva, ki je razmerje med številom prebivalstva starejšega od 65 let in številom prebivalstva mlajšega od 14 let znaša 86 in je pod regijskim (93) in slovenskim povprečjem (107), kar v primerjavi vzpodbudno kaže na višji delež mlajše populacije v občini. Najštevilčnejša starostna skupina v občini je sestavljena iz prebivalcev v starosti od 35 do 44 let (aktivna populacija).

Tabela 10 : Prebivalci Občine Trebnje po spolu in starostnih skupinah (na dan 31.12.2004)

Starostna skupina	Skupaj	Moški	Ženske
Trebnje S K U P A J	18.827	9372	9455
0 - 4 leta	981	515	466
5 - 9 let	1015	510	505
10 - 14 let	1205	605	600
15 - 19 let	1357	688	669
20 - 24 let	1422	707	715

² Vir: Regionalni razvojni program za območje Jugovzhodne Slovenije – STRATEŠKI DEL

³ Vir : Občina Trebnje

25 - 29 let	1444	745	699
30 - 34 let	1258	673	585
35 - 39 let	1558	835	723
40 - 44 let	1635	874	761
45 - 49 let	1377	747	630
50 - 54 let	1194	665	529
55 - 59 let	826	425	401
60 - 64 let	803	381	422
65 - 69 let	900	412	488
70 - 74 let	779	317	462
75 - 79 let	579	181	398
80 - 84 let	345	70	275
85 - 89 let	94	18	76
90 - 95 let	47	3	44
95 - 99 let	8	1	7
100 in več let	-	-	-

Vir: SURS

4.2 Infrastruktura

4.2.1 Promet

Sodobno prometno omrežje je eden najpomembnejših dejavnikov, ki kaže na razvitost dostopnosti do obravnavanega območja in povezovanje naselij znotraj obravnavanega območja.

Tabela 11 : Dolžina cest glede na kategorijo in gostota cestnega omrežja

v km	Občina Trebnje	Slovenija
Avtocesta		417
Hitre ceste		60
Hitre ceste-dvopasovne		82
Glavne ceste	17	972
Regionalne ceste	71	4.810
Lokalne ceste	245	31.814
Kategorizirane javne poti	424	18.245
Skupaj	757	56.400

Gostota km/km ²	2,39	2,78
----------------------------	------	------

Vir : Direkcija za državne ceste in Občina Trebnje

Po podatki občine Trebnje je skupna dolžina cest 757 km, gostota cestnega omrežja pa znaša 2,39 km/km², kar je malo pod slovenskim povprečjem. Podatek kaže zadovoljivo prehodnost in povezanost naselij znotraj občine. Poleg tega je po podatkih občine več kot 95% vseh cest asfaltiranih.

Najpomembnejše ceste v obravnavanem območju so :

- čez evropski prometni koridor : 10.koridor Ljubljana-Zagreb-Beograd-Skopje-Solun

Tabela 12 : Dolžina železniških prog in gostota železniškega omrežja

v km	Občina Trebnje	Slovenija
Železnice	34,2	1.228,7

Gostota km/km ²	0,11	0,06
----------------------------	------	------

Vir : Slovenske železnice in Občina Trebnje

Po podatkih občine Trebnje je skupna dolžina železniških prog na obravnavanem območju 34,2 km, gostota pa 0,11 km/km² kar je nad slovenskim povprečjem.

V obravnavanem območju so železniške proge regionalnega pomena, kar pomeni, da je potrebno prestopati ali v Zidanem mostu ali Novem Mestu.

4.2.2 Telekomunikacije

S podatki o številu telefonskih priključkov, rabi interneta, številu javnih internetnih točk in podobno za Občino Trebnje ne razpolagamo.

4.2.3 Komunalna infrastruktura (oskrba s pitno vodo, čiščenje odpadnih voda)

Javno vodovodno omrežje meri skupaj 415,1 km in ima 3 upravljalce, med katerimi je največje Komunala. Kanalizacijsko omrežje meri 52 km. Po podatkih RRP ima občina Trebnje v JV Sloveniji, edina dolgoročno rešeno odlaganje odpadkov.

Prav tako po podatkih Občine Trebnje in pogovorov na I.delavnici konec meseca avgusta 2005, je opremljenost občine Trebnje s komunalno infrastrukturo več kot zadovoljiva v primerjavi z regijo in državo.

4.3 Gospodarstvo

Gospodarstvo JV Slovenije ima tipično **industrijski značaj**, saj je v industriji, ki ustvari skoraj 80% vseh prihodkov, zaposlenih okoli 70% vseh zaposlenih v gospodarskih družbah. Po enakih kriterijih je na drugem mestu področje trgovine, popravil motornih vozil in izdelkov široke potrošnje. V regiji je med pomembnejšimi področji še gradbeništvo. Med najpomembnejše značilnosti podjetniškega sektorja sodita izvozna usmerjenost, saj podjetja ustvarijo preko 55% prihodkov na tujem trgu, in nadpovprečna zaposlenost v primarnem in sekundarnem sektorju (industrija, kmetijstvo), pod slovenskim povprečjem pa je zaposlenost v terciarnem in kvartarnem sektorju, kamor spadajo poslovne storitve, izobraževanje, trgovina, turizem itn. Dodana vrednost na zaposlenega je v gospodarskih družbah 5,5% nad državnim povprečjem, med posameznimi

občinami pa je presežena le v Novem mestu in Škocjanu, kar v treh četrтинah vseh občin pa je za 20 in več odstotkov nižja od državnega povprečja. Glede teritorialne zastopanosti podjetniškega sektorja torej izhaja, da so gospodarske aktivnosti močno koncentrirane v gospodarskih družbah občine Novo mesto, ki ustvarjajo preko tri četrтine vseh prihodkov regije in kjer so locirana tudi najuspešnejša podjetja.⁴

Struktura gospodarskih dejavnosti na obravnavanem območju je sestavljena predvsem iz prehranske, pohištvne, konstrukcijske in montažne dejavnosti. Nosilci gospodarskega življenja občine so podjetja Trimo Trebnje (gradbeništvo), Akripol Trebnje (polimeri), TEM Čatež (elektromaterial), Bartog Trebnje (pnevmatike), TOM Mokronog (pohištvo), Unitehna Trebnje (obrtna zadruga-plastika, kovina, gradbeništvo, trgovina), Prevent Mirna, Dana Mirna, SEP Sentrupert in drugi. Glavne ustanove za pospeševanje gospodarstva so Območna obrtna zbornica Trebnje, Območna gospodarska zbornica Novo mesto, Podjetniški center in Kmetijsko gozdarski zavod Novo mesto.

Opazno tudi povečanje števila gospodarskih družb in števila zaposlenih, dinamiko katerih prikazujeta spodnji tabela.

Tabela 13 : Rast števila gospodarskih družb, zaposlenih in prihodkov po letih med 1999 in 2004

GOSPODARSKE DRUŽBE						
	2004	2003	2002	2001	2000	1999
število gosp. družb	191	186	171	160	173	182
število zaposlenih	2.810	2.736	2.711	2.564	2.469	2.239
sredstva	58.687.093	53.202.734	46.204.466	42.104.568	36.609.701	29.400.608
kapital	24.111.805	21.443.573	20.759.120	19.861.826	17.696.201	14.290.156
skupni prihodki	88.347.838	77.177.966	65.052.499	58.198.061	50.647.729	36.676.327

Vir: Občina Trebnje

Tabela 14 : Gibanje števila samostojnih podjetnikov, pri njih zaposlenih in prihodkov po letih med 2002 in 2004

Leto	Število s.p.	Število zaposlenih	Sredstva v tisočih SIT	Prihodki v tisočih SIT	Dobiček / izguba v tisočih SIT
2002	575	872	12.633.304	17.588.822	-
2003	547	835	13.318.763	18.085.511	1.461.251
2004	561	858	14.151.168	20.333.353	1.606.237
Povprečna letna stopnja rasti v %	-	2,8	5,8	7,5	9,9

Vir: AJ PES FI-PO 05

⁴ Vir: Regionalni razvojni program za območje Jugovzhodne Slovenije – STRATEŠKI DEL

S turistično dejavnostjo se v občini Trebnje, uradno ukvarjajo le 3 registrirane gospodarske družbe, kar predstavlja le 1,5 % v številu vseh gospodarskih družb (podatek za leto 2004). Občina se s turizmom zaenkrat ne identificira, prav tako je zavedanje in sprejemljivost turizma za domače javnosti na območju destinacije, po podatkih občine Trebnje, nedefinirano in mnenja o tem deljena. Prebivalstvo naj bi si sicer želelo, da bi njihova občina v javnosti bila prepoznavna tudi kot zanimiva turistična destinacija, saj ima nešteto lokacij vrednih ogleda, vendar pa brez njihove aktivne vpletenosti v njeno nastajanje in delovanje (zatakne se vedno pri sodelovanju oz. izboljšavi turistične ponudbe). Vključno z obstoječimi turističnimi ponudniki, ki z občino in med seboj zelo slabo ali sploh ne sodelujejo. Uradni viri ne razpolagajo s podatkom o neposrednem številu zaposlenih v turistični dejavnosti. Skromni so tudi neposredni prihodki občine iz naslova turizma (turistična taksa), ki so prikazani v spodnji tabeli. Glede na višino pobrane takse se situacija v zadnjih dveh letih bistveno izboljšuje, če pa omenjeno primerjamo s številom realiziranih nočitev po uradni statistiko se ponovno lahko ugotavlja, da je pri vodenju statistike nekaj hudo narobe. Pri pestrosti turistične ponudbe predvsem na področju prenočitvenih zmogljivosti je potrebno poudariti, da občina razpolaga zgolj z nastanitvenimi kapacitetami pri zasebnikih (gostišča s prenočišči, zasebne sobe in turistične kmetije), večjih prenočitvenih obratov, kot sta hotel in motel pa v občini ni.

Tabela 15 : Pobrana turistična taksa v občini Trebnje med leti 2000 in 2004

	2004	2003	2002	2001	2000
Turistična taksa v SIT	315.724	288.414	5.933	0	48.285

Vir: Občina Trebnje

Zgoraj navedeni podatki pa se v nekaterih primerih zopet kar precej razlikujejo od podatkov uradne statistike (glej osebna izkaznica občine Trebnje). Podatki se ne ujemajo predvsem po številu vseh poslovnih subjektov in številu poslovnih subjektov v gostinstvu in turizmu. Razlike gre pripisati verjetno drugačni metodologiji in pomanjkljivemu razpolaganju s podatki.

4.4 Človeški viri

4.4.1 Izobrazbena struktura

Izobrazbena struktura kaže, da ima večina prebivalstva (66 %) izobrazbo srednje šole, delež višje in visokošolsko izobraženih znaša le slabih 6 % (slo.povprečje ob popisu 12,9%), skupina brez izobrazbe oziroma z osnovno izobrazbo pa zajema 28 % prebivalstva starega več kot 15 let (slovensko povprečje v tej skupini, pri popisu znaša 33 %).

Tabela 16 : Prebivalstvo, staro 15 let ali več, po izobrazbi, popis 2002

Občina	Skupaj	Izobrazba								
		brez izob.	Nepop. osnovna	osnovna	srednja			višja	visoka	
					skupaj	nižja in srednja poklicna	strokovna in splošna		Dodiplomska	podiplomska
Trebnje	15.020	130	1.952	4.184	7.457	4.185	3.272	561	667	69

Vir: SURS

4.4.2 Trg delovne sile

Delež povprečnega števila delovno aktivnega prebivalstva v občini Trebnje (33,6%) je v primerjavi z deležem v regiji (37,4%) in v Sloveniji (39,1%) manjše (glej osebno izkaznico občine Trebnje).

S podatkom o deležu aktivnega prebivalstva zaposlenega v gostinstvu in turizmu ne razpolagamo.

V primerjavi s Slovenijo (10,6%) in regijo (7,4%) je povprečna stopnja brezposelnosti v letu 2004 ugodnejša oziroma manjša, saj znaša 6,6% (glej osebno izkaznico občine Trebnje). Prav tako po podatkih posredovanih iz občine Trebnje, število brezposelnih v primerjavi let 1999 do 2004, pada. V letu 1999 je število brezposelnih v povprečju znašalo 764, leta 2004 pa »le« 549 brezposelnih oseb, kar je najnižja vrednost primerjanega časovnega obdobja.

4.5 Kultura

Občina Trebnje je tudi ena izmed slovenskih občin, ki ima v svoji sredi večjo romsko skupnost, ki se nahaja v 5 romskih naseljih in sicer: Hudeje pri Trebnjem, Mala Loka, Veliki Gaber (Gline), Zagorica in Korita. Najbolj moteče v smislu urejenosti in odnosov z domačini je romsko naselje pri vasi Hudeje, ki je tudi najštevilčnejše, saj v njem biva cca. 250 Romov, delno pa tudi Mala Loka, kjer pa biva le 8 Romov.

Najbolj urejeno je naselje Korita, ki ne kaže videza romskega naselja, niti niso odnosi z domačini slabi. V naselju Mala Loka, ki je na lepi lokaciji ob cesti proti Čatežu, je naselje moteče tako do domačinov, saj prihajajo redno v spor z domačini, kakor tudi je pogled na njihovo naselje moteče, saj je neurejeno, brez elektrike in vode. Čeprav je od glavne ceste proti Čatežu in Zaplazu oddaljeno okoli 100 m, je vidno moteče tudi za voznike ali pohodnike proti Čatežu.

Najbolj neurejeno je naselje Hudeje. Naselje je ob glavni cesti Velika Loka – Mirna. Ob cesti je naloženo veliko odpadnega železa, ki ovira promet in ogroža varnost voznikov, v naselju je večkrat dim in smrad, saj Romi požigajo izolirane kable. Naselje je prenaseljeno, ni urejena kanalizacija, odvoz smeti. Posamezniki so pričeli z urejanjem okolice, vendar ima večina še vedno okoli bivališč nametano kramo in drugo nesnago. Posamezni Romi imajo tudi živino, ki jo pasejo na

zasebnih zemljiščih. V naselju je tudi mnogo potepuških psov in veliko glodalcev (posebno podgan). Posamezniki imajo vodo in elektriko.

Cesta mimo naselja vodi do naselja Hudeje, kjer ima kmet jahalno šolo (moteče).

Vsa naselja so poseljena nelegalno, brez ustrezne dokumentacije.

Občina je intenzivno pristopila v reševanje romske problematike, predvsem pa želi urediti naselje Hudeje. Tako je v letos odkupila zemljišče, kar bo omogočilo, da se prične s komunalnim urejanjem naselja. (predvidena je ureditev kanalizacije, napeljava vodovoda, elektrike in ureditev cest). V pripravi je investicijski program in zaprosena so sredstva za pomoč pri urejanju naselja tudi s strani države. Ustanovljeno je kulturno društvo z imenom »Romano drom« (romska pot), ki je pričelo z usposabljanjem mladih Romov tako na plesnem, recitatorskem kot glasbenem področju. V ta namen so potrebna sredstva za nakup plesnih (romskih) oblek , sredstva za nakup inštrumentov ter za plačilo mentorjev. Romi si želijo nastopati, v programu imajo organizirati v letu 2006 osrednjo romsko proslavo ob svetovnem Dnevu Romov. Romi imajo željo pridobiti tudi ustrezna igrišča, prostor za gostinski lokal in druge dejavnosti. Po ureditvi naselja in usposobitvi skupin, bo možno vključiti romsko društvo tudi v turistično ponudbo.⁵

Prav tako se v občini nahaja zapor Dob, v katerem prestajajo kazni najstrožje obsojeni zaporniki v Sloveniji. Vendar se okolje in prebivalci zaradi tega ne počutijo ogrožene, prav tako v povezavi z zaporom ni prihajalo do nobenih izgrediv v širšem lokalnem okolju.

4.6 Analiza širšega političnega okolja

Turizem je v Sloveniji opredeljen kot pomembna gospodarska dejavnost, ki ima pomemben vpliv na zaposlovanje ljudi in rast BDP. Spodbuja pozitivno dožemanje destinacije (države) in rast njene vrednosti.

V Sloveniji so makroekonomske razmere na področju specifičnosti turistično gostinske panoge ne glede na sezone (zaposlovanje, davki in prispevki....) relativno nespodbudne.

Splošno je zaznan problem neprimerne odnosa do turističnih in predvsem gostinskih poklicev, ki nespodbudno vpliva na razvoj kvalitetnih domačih kadrov, ki so za razvoj ponudbe ključnega pomena (zato se v prihodnje lahko poraja večja potreba po uvozu kadrov od drugod (tudi tujine), kar pa lahko povzroča daljši čas prilagajanja in spoznavanja okolja – jezik, ponudba...vendar zaradi drugih dejavnikov, pozitivno vpliva na konkurenčnost ponudnikov).

Enakovredno obravnavanje turizma s strani državne politike kot vseh ostalih nesezonskih gospodarskih panog ter nespodbujanje aktualnega stalnega usposabljanja in izobraževanja kadrov za gostinsko in turistično dejavnost – nesorazmerje formalnih izobraževalnih programov in kadrov (gostinci:turisti), ki

⁵ Vir : Občina Trebnje

je v realnosti ravno obratno od potreb na trgu (premalo gostinskega kadra in preveč turističnega).

Obstoječa zakonodaja in predpisi, ki opredeljujejo gostinsko in turistično (gospodarsko) dejavnost je relativno toga in otežuje fleksibilnost, skladno s potrebami in trendi na trgu.

Na nacionalnem nivoju in v strateških razvojnih dokumentih je prisotno premalo pozitivnega duha in opredeljenih razvojnih spodbud za razvoj turizma v obrobnih krajih - preskromen policentrični razvoj in koncentracija in prioritete v spodbujanju predvsem razvoja ter promocije »klasičnih« turističnih centrov Slovenije (Ljubljana, Portorož in Bled).

5. PRIMERJALNA (BENCHMARK) ANALIZA

5.1. Predstavitev metodologije primerjalne (benchmark) analize

Analiza primerjalnih destinacij je bila v večini opravljena preko referenčnih spletnih strani in komunikacijskih orodij, ki jih omenjene destinacije uporabljajo na spletnih straneh.

Namen analize je ugotoviti primerljive in konkurenčne prednosti turističnih destinacij v razmerju do občine Trebnje. Poudarek je bil predvsem na :

- a.) splošni predstavitvi izbrane destinacije,
- b.) analizi turistične ponudbe (prenočitvene zmogljivosti, gostinska ponudba, aktivnosti/programi/produkti na ravni destinacije, informacijska dejavnost),
- c.) organiziranost na nivoju destinacije.

Primerjava z občino Trebnje je temeljila na podlagi kvantitativnih kazalnikov (št.ležišč/objektov na prebivalca, št. prenočitev na prebivalca) in kvalitativnih kazalnikov (stopnja kakovosti, pestrosti ponudbe,...).

Primerjalne destinacije so bile izbrane na podlagi podobnih naravnih in kulturno-zgodovinskih danosti in razvitosti ter pestrosti turistične ponudbe. Prav tako smo uspeli izbrati primerjalne destinacije, ki imajo primerljivo velikost območja in število prebivalcev.

5.2. Predstavitev in kratka analiza domače primerljive destinacije – Turistično območje Škofja Loka z okolico⁶

Turistično območje ob obeh Sorah združuje občine Škofja Loka, Gorenja vas-Poljane, Železniki in Žiri, ki v skupni površini merijo 511 km². Na ozemlju se nahaja 183 naselij, v katerih živi skupno 41.025 prebivalcev (podatek na dan 31.12.2004). Največja naselja so Škofja Loka, Žiri in Železniki.⁷

⁶ Vir : www.lto-blegos.si

⁷ Vir : SURS

Turistično območje je dostopno iz Primorske preko Cerkljanskih hribov, Mosta na Soči in Baške grape, iz Notranjske preko Logatca, iz Gorenjske pa preko Kranja, Kroke ali Bohinjske Bistrice. V bližini so večji turistični centri kot sta Bohinj in Bled ter prestolnica Ljubljana in upravno središče Kranj.

Za območje so značilne ozke dolinice in grape in osrednje hribovje z razgibanim terenom, ki navdušuje s prostranimi gozdovi, travniki in pašniki ter pisano pokrajino in obdelanimi polji. Podnebje označuje prehodnost od zmerno celinskega podnebja na V, proti vlažnim vplivom s primorske strani na Z, iz smeri Baške grape in Cerkljanskega ter hladnim alpskim vplivom na SZ, iz smeri Bohinjskih gora proti Soriški planini na Ratitovcu. Sonca je precej, sončni dnevi tudi pozimi niso redkost. Neokrnjena narava nudi nešteto možnosti za oddih in rekreacijo.

O bogati in pestri zgodovini priča dovolj ostankov o preteklosti, ki spominjajo na srednjeveške čase, železarsko obdobje ali nedavno preteklost prejšnjega stoletja. Ostanki srednjeveške zgodovine, obdobja freisinških škofov in številnih obrtniških dejavnosti so v pokrajini vžgali svoj pečat.

Območje s turistično ponudbo nudi možnosti za aktivno in polno preživljanje prostih uric, mini počitnic ali dopusta tako v poletni kot zimski sezoni.

Prenočitvene zmogljivosti, ki so predstavljene na spletnih straneh in v promocijsko informativnem materialu obsegajo skupaj 22 gostinsko-nastanitvenih objektov s skupaj 287 ležišči in sicer :

- 1 mini hotel : 8 sob/16 ležišč
- 6 gostišč : 25 sob/ 57 ležišč in 1 apartma/4 ležišča
- 5 privatnih sob in apartmajev : 11 apartmajev/44 ležišč
- 8 turističnih kmetij : 46 sob/119 ležišč in 5 apartmajev/25 ležišč
- 2 planinska domova : 10 sob/34 ležišči in 32 skupnih ležišč.

Uradna statistika pa prav tako kot za občino Trebnje kaže drugačno sliko o obsegu prenočitvenih zmogljivosti in sicer za leto 2004 je bilo na turističnem območju Škofje Loke 8 gostinsko-nastanitvenih objektov s skupaj 331 ležišč. Struktura po vrsti nastanitveno-gostinskih objektov je enaka zgoraj opisanemu stanju, s tem, da se v statistiki upošteva tudi v letu 2005 zaprt hotel v Škofji Loki.

Gostinsko (kulinarična) ponudba turističnega območja obsega skupno 21 gostiln, 1 restavracijo, 1 pivnico in vinoteko ter številne okrepčevalnice, bare. Prevladujejo predvsem domače gostilne s pristno slovensko hrano in gostilne s klasično internacionalno hrano, nekaj ponudnikov pa nudi srednjeveško kuhinjo in »slow food« kuhinjo.

Za obravnavano turistično območje so značilne **jame in brezna, jezero in potoki, pestra biotska raznovrstnost in slapovi**, ki se vključujejo v turistično ponudbo kot del celovitega turističnega proizvoda in ne predstavljajo same po sebi turistično znamenitost, atrakcijo oz. privlačnost zaradi katere bi se obiskovalci odločili za obisk. Naravne značilnosti so torej predstavljene skozi predlagane izlete, pohodniške, kolesarske in tematske poti.

Kulturno-zgodovinsko dediščino predstavljajo številni sakralni objekti (cerkve, znamenja in kapelice), gradovi, tehnični spomeniki (mostovi, mlin, plavž) in drugi

spomeniki, ki zaznamujejo predvsem obdobje NOB, galerije, muzeji, znane hiše in ateljeji. Med **etnološke značilnosti, posebnosti** turističnega območja Škofja Loke in okolice sodijo znane osebnosti, dialekt, kozolci, domača obrt (čipkarstvo, mlinarstvo, žagarstvo, platnarstvo, sitarstvo, klobučarstvo, glavninarstvo,...) in značilna glasba. Tako naravne značilnosti se tudi kulturno-zgodovinske značilnosti in etnološke posebnosti vključujejo v turistično ponudbo kot del celovitega proizvoda npr. skozi delavnice, tematske poti, športno-rekreativne poti predvsem pa organizirane izlete in prireditve.

Ponudba proizvodov obsega :

- zimske športe : alpsko smučanje (3 smučarski centri s cca.90 ha smučarskih površin), sankanje s 843 m dolgo sankiško progo
- pohodništvo s 25 pohodniško-tematskimi potmi
- kolesarstvo : loška kolesarska pot v skupni dolžini 370 km, prevozna v 13 etapah
- vodne športe : ribolov in kajak, kanu, plavanja (pokriti bazen)
- jahanje (3 jahalni klubi, jezdenje v naravi in ograjena jahališča)
- padalstvo
- tenis, balinanje, kegljanje, fitness, aerobika (namenjeno bolj uporabi lokalnega prebivalstva in manj kot turistična ponudba)
- izleti : 10 tematskih organiziranih izletov npr. Gradovi na Loškem, Poletne radosti – odmev s planin,..
- organizirane delavnice kot so klekljarska, glasbena, delavnice na temo srednjeveške Škofja Loke, peka kruha,...
- poroke

Na turističnem območju Škofja Loke z okolico se odvijajo številne **prireditve** od organiziranih pohodov, etnoloških in kulturnih prireditev ter športnih tekmovanj predvsem v zimskem času. Med pomembnejše, ki privabijo številne obiskovalce sodijo Venerina pot v Škofja Loki, Groharjev teden in ex-tempore v Sorici, Dnevi turizma in teden podeželja na Loškem ter svetovni pokal v sankanju na Sorici.

Gosti obravnavanega turističnega območja lahko pridobijo **turistične informacije** v Turistično informacijskem centru v Škofji Loki in vzpostavljenih informacijskih točkah v Škofji Loki, Železnikih, Žireh in Poljanah. Izčrpne informacije pa lahko pridobijo tudi na turističnem spletnem portalu www.lto-blegos.si. V okviru Turistično informacijskega centra, ki deluje v sklopu Lokalne turistične organizacije je možno najeti tudi lokalnega vodnika z licenco. Lokalni vodniki vodijo predvsem zgoraj omenjene izlete, ki so v ponudbi TIC-a in predstavljene na turističnem spletnem portalu.

Osnovni kazalniki **turističnega povpraševanja** za leto 2004 kažejo, da je turistično območje Škofja Loke z okolico obiskalo 5.216 gostov, ki je realiziralo 9.606 nočitev, od tega je delež realiziranih nočitev tujih gostov skoraj 79 %. Povprečna doba bivanja je 1,8 dni, povprečna zasedenost kapacitet pa le 8 %, največ v Škofji Loki in sicer 17,7%. Največ gostov obišče turistično območje v obdobju julij-september in najmanj v obdobju oktober-december. V letu 2004 je bilo največ realiziranih nočitev iz domačega trga, sledijo gostje iz Nemčije, Italije, Avstrije, Danske, Hrvaške,...

Na območju štirih občin : Gorenja vas-Poljane, Škofja Loka, Železniki in Žiri **deluje Lokalna turistična organizacija Blegoš** (LTO Blegoš). Deluje na področju pospeševanja turizma in razvoja, v smeri večje turistične izkoriščenosti območja. Namen ustanovitve LTO je izboljšanje kvalitete turistične ponudbe in povečanja aktivnosti ter profesionalizacije dela na področju oblikovanja in trženja turističnih programov. To pa zahteva večjo koordinacijo med vsemi ponudniki turističnih storitev in višjo stopnjo valorizacije kulturno-zgodovinskih in naravnih danosti v turistični ponudbi skozi aktivnejše povezovanje. LTO Blegoš, kot skupna institucija, s svojo tržno orientacijo bistveno prispeva k razvoju in učinkovitosti turistične ponudbe na zaokroženem turističnem območju z izpolnjevanjem naslednjih ciljev :

- uspešen in trgu prilagojen razvoj ponudbe,
- graditev prepoznavnega koncepta destinacije in ustrezno pozicioniranje na trgu,
- doseganje konkretnih ekonomskih učinkov, ki so osnovni razlog vlaganja v turistično ponudbo, skozi prodajno trženje,
- dodatno povečanim zaslužkom na področju turizma.

Lokalna turistična organizacija Blegoš prevzema tudi vlogo **promotorja in tržnika**. Tako na domačem kot tujem trgu se turistično območje Škofja Loka z okolico predstavlja skupaj s sosednjimi občinami oz. turističnimi območji (Kranj z okolico). Pri tem se poslužuje vseh orodij tržnega komuniciranja. Na turistično spletnem portalu, ki predstavlja enega izmed osnovnih orodij tržnega komuniciranja se pogreša predvsem tržna naravnost (izjema so izleti), segmentacija oz. ciljna usmerjenost ponudbe in pozicioniranje destinacije.

5.3. Predstavitev in kratka analiza tuje primerljive destinacije – Turistično območje Wachau⁸

Turistično območje Wachau, ki leži v Spodnji Avstriji, predstavlja pokrajino ob le 36 km od skupno 2800 km reke Donave in velja zaradi svoje raznolike pokrajine, pomembnih kulturnih spomenikov in čudovitih majhnih mest za pomembno kulturno-zgodovinsko regijo.

Turistično območje Wachau ob obeh straneh reke Donave, obsega 10 občin od tega so 4 mestne občine (Spitz, Weisenkirchen, Dürstein, Krems, Melk, Schönbrühl-Aggsbach, Rossatz-Arnsdorf, Bergern im Dunkelsteinerwald in Mautern), ki v skupni površini merijo nekaj več kot 254 km². Na obravnavanem območju se nahaja 40 naselij , v katerih živi skupno 39.516 prebivalcev (podatki so za leto 2001). Največja naselja so Spitz, Weisenkirchen, Dürstein, Krems in Melk.

Turistično območje Wachau ima dobro razvito cestno omrežje južno in severno od Donave, leži med krajema Melk in Krems an der Donau in je 80 km oddaljen od avstrijske prestolnice Dunaja. Glavna železniška povezava je med Krems-

⁸ Vir : povzeto : www.wachau.com oz. www.wachau.at , www.de.wikipedia.org/wiki/Wachau , www.aeiou.at/aeiou.encyclop.w/w008720.htm ,

St.Valentin, dobre so tudi lokalne povezave. Turistično ladijski promet na območju Wachau je najmočnejši na Donavi, prav tako tudi kolesarske poti na obeh straneh Donave, še posebej na severnem bregu Donave, predstavljajo kar občuten del Donavske kolesarske poti.

Naravne značilnosti kot so vijugasta dolina reke Donave, obrečni gozdovi in skalnate stene, obdelane površine s značilnimi vinogradniškimi terasami, tipični kraji in poljske površine, samostani, gradovi in razvaline se čudovito dopolnjujejo. Za dolinske predele je značilno milo, ugodno podnebje, medtem ko gozdnato gričevje označujejo mrzle zime, predvsem zaradi nadmorske višine (okrog 900m n.v.) Zaradi milega in ugodnega podnebja (značilno veliko toplih sončnih dni in hladne noči) ter rodovitne prsti je območje prekrito s vinogradniškimi terasami in sadovnjaki.

Ostanki iz preteklosti pričajo o bogati in pestri zgodovini že v prazgodovini, območje je bilo v času rimskega imperija del severne trgovske oz. vojaške poti. Na bogato zgodovino v srednjem veku govorijo številne razvaline, gradovi in samostani in tudi legende, značilno mesto iz tega časa je Dürstein. Turistične znamenitosti so tudi sakralni objekti iz časa turških vpadov.

Turistični razvoj je območje doživelo v 19.stoletju, saj je Wachau predstavljal izletniško vikend destinacijo za Dunajčane. Po II.svetovni vojni je sledil nadaljnji razvoj turizma, ki se je preusmeril iz izletniškega v stacionarni turizem, predvsem zaradi visoko razvite vinske kulture in umetnosti kuhanja oz. posebne, značilne kulinarike. O množičnem turizmu govorimo z vzpostavitvijo kolesarskih stez in športno-rekreativnih prireditev kot je npr. tradicionalni maraton (tek), ki je eden največjih v Avstriji in zelo obiskan.

Leta 1994 je bilo območje Wachau vpisano tudi v seznam svetovne kulturne dediščine UNESCA.

Osnovni panogi, sta kljub razvoju turizma še vedno sadjarstvo in vinogradništvo. Za območje so znane tri vrste vina in posebna sorta marelice, ki je avtohtona in zaščitena iz strani EU. Poleg marelic pridelujejo tudi druge vrste sadja predvsem jabolka.

Značilna je celoletna sezona, saj vsak letni čas ponuja svoje posebnosti, katerim pa je prilagojena tudi turistična ponudba.

Prenočitvene zmogljivosti, ki so predstavljene na turističnem portalu turističnega območja Wachau obsegajo skupaj kar 385 gostinsko-nastanitvenih objektov s 6520 ležišči. Zastopane so prav vse vrste nastanitvenih objektov z naslednjimi kapacitetami :

- hoteli : 51 hotelov/2799 ležišč
- gostišča : 55 gostišč/1239 ležišč
- penzioni : 18 penzionov/357 ležišč
- turistične kmetije : 45 turističnih kmetij/391 ležišč
- privatne sobe in apartmaji : 202 objektov/1457 ležišč
- planinske kočje in domovi : 5 koč/277 ležišč
- avtokampi : 9

Prav tako so zastopane prav vse kategorije od ** do *****. V povprečju je največ gostinsko-nastanitvenih objektov kakovostnega nivoja *** in ****, precejšen del pa predstavljajo gostinsko-nastanitveni objekti, ki niso kategorizirani in sicer predvsem v vrsti privatne sobe in apartmaji, za katere je značilno, da je povprečno število ležišč na objekt samo 7 ležišč oziroma dva-tri enote oziroma sobe na objekt. Velikost posameznih gostinsko-nastanitvenih objektov se giblje v povprečju od 55 ležišč na objekt (hoteli, planinske kočice in domovi), 20 ležišč na objekt (gostišča in penzioni) do 8 ležišč na objekt (značilno za turistične kmetije in privatne sobe in apartmaje).

Gostinsko (kulinarična) ponudba turističnega območja Wachau obsega številne klasične-tradicionalne gostilne in vrhunske restavracije, katerih gostinsko-kulinarična ponudba je predstavljena v okviru dežele Spodnja Avstrija, in je razdeljena na devet rajonov, glede na posebnosti območij, od tega spada območje Wachau v rajon »Donau Niederösterreich«, rajon »Mostvierstel« in rajon »Weinviertel«. Poleg tradicionalnih klasičnih gostiln gostinska ponudba obsega tudi pivnice, pizzerije, kavarna, slaščičarne, okrepčevalnice,... Ljubitelji in poznavalci dobre kapljice lahko obišejo številne vinske kleti in vinske lokale.

Naravne danosti kot so vijugasta dolina reke Donave, obrečni gozdovi in skalnate stene, obdelane površine s značilnimi vinogradniškimi terasami, poljske površine omogočajo razvoj celovitih turističnih proizvodov (npr. pohodniške poti, kolesarske steze, vinske ceste, turistični ladijski promet,...) in ne predstavljajo same po sebi turistično znamenitost oziroma atrakcijo, zaradi katere bi se obiskovalci odločili za obisk.

Območje Wachau je od leta 1994, zaradi svoje bogate **kulturno-zgodovinske dediščine**, pod okriljem svetovne organizacije UNESCO. Za območje so značilni muzeji (kolesarski, vinski, obdobje kamene dobe,..), umetnostne galerije, sakralni objekti, samostani, dvorci, razvaline, gradovi in graščine. Med njimi so svetovno znani samostan Melk, dvorec Schönbüchel, razvalina Aggstein, stara srednjeveška mesta Dürnstein in Hinterhaus in samostan Göttweig. Tako naravne kot kulturno-zgodovinske posebnosti so predstavljene tudi v okviru nacionalnih tematskih poti, ki so navedene v ponudbi proizvodov.

Ponudba proizvodov na turističnem območju Wachau obsega :

- kolesarstvo : čez turistično območje Wachau potekajo tri krovne nacionalne tematske kolesarske poti, s stranskimi lokalnimi. Ob poteh so specializirani gostinsko-nastanitveni objekti za kolesarje, ki so vključeni v verigo »Donau-Rad-Hotels Wachau«. Območje je prepredeno tudi s potmi za gorsko kolesarjenje, ki potekajo po obstoječih lokalnih in gozdnih cestah. Skupna dolžina vseh poti za gorsko kolesarjenje je 2.000 km.
- Pohodništvo :6 pohodniško-tematskih poti
- Organizirani izleti z ladjo po Donavi
- Doživetja za otroke : tematski park »HUBHOF«, na 50.000 km² velikem vrtu z rožami in zelišči, ter predstavitevjo štirih različnih svetov (svet dinosavrov, insektov, mineralov in pravljica dežela)
- Kopanje in vodni športi : 7 športno-rekreativni center (kopališče, surfanje, jadranje, vožnja s čolni, igrišče za odbojko na mivki,...), 9 kopališč, 4 zaprti bazenski kompleksi z različno ponudbo (savne, kopeli, solariji,...)

- Jahanje : 7 ponudnikov, ki nudijo različne storitve od jahanja na terenu na vzpostavljenih konjeniških poteh, šol jahanja, manež, zaprtih osvetljenih hal, možnosti bivanja za konje,...
- 24 teniških centrov
- 2 zdravilišči
- Tematske poti : 5 tematskih poti, ki so v večini del tematske poti, ki so nacionalnega pomena : romantična pot, ki povezuje 25 zgodovinsko-turističnih krajev Avstrije; Po poti svetovne in kulturne dediščine; Po sledih vina; Od gradu do gradu, od dvorca do dvorca; K samostanom
- Golf igrišče z 18 luknjami

Na turističnem območju Wachau se organizirajo številne kulturne, etnološke, zabavne, športno-rekreativne, kulinarčne in druge prireditve oz. dogodki (razstave, seminarji,...). V naslednjih treh mesecih je na koledarju predvidenih čez 1500 prireditev in drugih dogodkov. Med najpomembnejše in najbolj obiskane pa sodijo prireditve, ki potekajo :

- v sklopu prireditev »Vinska jesen« od meseca avgusta do srede novembra s številnimi praznovanji npr. »dnevi odprtih vrat v vinskih kletah«, vinskimi pokušinami, vinsko kulinariko, vožnjo s kočijami po vinskih gričih in izleti po vinogradih
- prireditve v času obiranja marelic
- prireditve za spomladansko enakonočje, kjer se na celotnem turističnem območju Wachau prižigajo ognjemeti
- že omenjeni tradicionalni tekaški maraton.

Gosti obravnavanega turističnega območja lahko pridobijo turistične informacije v lokalnih turistično informacijskih pisarnah. Izčrpne informacije pa lahko pridobijo na turističnem spletnem portalu za turistično območje Wachau z naslovom www.wachau.at oz. www.wachau.com, na katerem je mogoča tudi rezervacija tako bivanja, ciljnih, programskih paketnih ponudb (ponudbe za družine, zdravje in vitalnost, šport in prosti čas, poroke in romantika,...), posameznih programov in storitev. Turistični spletni portali posameznih turističnih destinacij oz. območij, regij so enotno vsebinsko in oblikovno zasnovani za celo Avstrijo, saj sodijo v enoten nacionalni informacijski-rezervacijski sistem.

Podatki za prikaz turističnega povpraševanja v letu 2004 so žal nedosegljivi.

Organiziranost turizma pa izhaja iz nacionalne turistične organizacije navzdol, kjer se naloge in aktivnosti prenesejo na območne/regionalne turistične organizacije, v tem primeru na »Donau Niederösterreich Tourismus GmbH«, ki je tudi npr. skrbnik zgoraj omenjenega turističnega spletnega portala v okviru nacionalnega informacijsko-rezervacijskega sistema.

5.4. Zaključki in primerjava z občino Trebnje ter njenimi turističnimi danostmi in infrastrukturo

Tabela v nadaljevanju povzema ključne značilnosti v turistični ponudbi in povpraševanju, organiziranosti in pozicioniranju posameznih izbranih destinacij, turističnih območij.

Tabela 17 : Ključne značilnosti v turistični ponudbi in povpraševanju, organiziranosti in pozicioniranju posameznih izbranih destinacij, turističnih območij

	Občina Trebnje	Turistično območje Škofja Loka z okolico	Turistično območje Wachau
Turistična ponudba			
Prenočitvene zmogljivosti	Št. objektov : 8 / 4 Št. ležišč : 237/ 65 Vrsta : gostišča (5), turistične kmetije (2), dom ČŠOD (1) Kategorija : */**/** Cena za bivanje : cca.60 €	Št.objektov : 22/8 Št. ležišč : 287/331 Vrsta : mini hotel (1), gostišča (6), privatne sobe in apartmaji (5), turistične kmetije (8), planinska domova (2) Kategorije : **/**/** Cena za bivanje : 15-25 €	Št.objektov : 385 Št.ležišče: 6520 Vrsta : hoteli (51), gostišča (55), penzioni (18), turistične kmetije (45), privatne sobe in apartmaji (202), planinske kočje in domovi (5), kampi (9) Kategorije : **/**/**/**/**/ nekategorizirani Cena za bivanje : 20-60€
Gostinska ponudba	17 gostiln, gostišč 8 restavracija pizerije, pivnica 1 kavarna, slaščičarna 12 izletniških kmetij 3 vinotoči, vinarstvo Jedi po naročilu, domače slovenske in internacionalne jedi ter specialitete iz divjačine	21 gostiln 2 restavracija, pivnica 1 vinoteka Kmetije odprtih vrat Domače gostilne s pristno slovensko hrano in gostilne s klasično internacionalno hrano, nekaj ponudnikov pa nudi srednjeveško kuhinjo in »slow food« kuhinjo.	Tradicionalne – klasične gostilne, vrhunske restavracije, vinske kleti, pivnice, pizzerije, slaščičarne, kavarne,...
Naravne znamenitosti	Gozdovi in razgledni vrhovi, ponikalnica s ponori, vinorodni griči, doline, ostanki močvirij in suha krajina	jame in brezna, jezero in potoki, pestra biotska raznovrstnost (gozdovi, rastišče tise,...) in slapovi	Vijugasta dolina reke Drave, obrečni gozdovi in skalnate stene, obdelane površine s sadovnjaki in vinogradniškimi terasami, razgledne točke
Kulturno-zgodovinske in etnološke značilnosti	Sakralni objekti, gradovi (8), muzeji, galerije oz. ateljeji(8), arheološki spomeniki (gomila, naselbina, grobišča), tehnični spomeniki (kamniti most, toplar,	Sakralni objekti, gradovi (6), tehnični spomeniki (mostovi, mlini), spomeniki NOB, galerije, ateljeji, muzeji (13), znane hiše (19), znane osebnosti,	Sakralni objekti, samostani, razvaline, dvorci, stara srednjeveška mesta, gradovi, muzeji, umetnostne galerije,...

	mlin), 15.poldnevnik, znane osebnosti	domača obrt, dialekt, kozolci	
Ponudba proizvodov	Pohodništvo (18 pohodnih poti s tematiko) Kolesarjenje (5 etap; cca. 240 km) Golf (vadbišče) Jahanje Strelišče, balinišče, nogometno igrišče, športni center	Alpsko smučanje Sankanje Pohodništvo (25 pohodniško-tematskih poti) Kolesarjenje (13 etap v skupni dolžini 370 km) Vodni športi : ribolov in kajak, kanu, plavanja (pokriti bazen) Jahanje Padalstvo Tenis, balinanje, kegljanje, fitnes, aerobika izleti : 10 tematskih organiziranih izletov Organizirane delavnice Poroke	Kolesarjenje (3 nacionalne, 2000 km poti za gorsko kolesarjenje) Pohodništvo (6 pohodniško – tematskih poti) Organizirani izleti z ladjo po Donavi Doživetja za otroke : tematski park »HUBHOF« Kopanje in vodni športi : 7 športno-rekreativni center 9 kopališč, 4 zaprti bazenski kompleksi z različno ponudbo Jahanje : 7 ponudnikov 24 teniških centrov 2 zdravilišči Tematske poti (5) Golf igrišče
Prireditve, sejmi in drugi dogodki	Številne kulturne, športne (organizirani pohodi), etnološke in zabavne prireditve; Pomembnejše : Tabor likovnih samorastnikov, festival »Ah te orglice«	Številne kulturne, športne (organizirani pohodi, kolesarjenje), etnološke prireditve; Pomembnejše : Venerina pot v Škofji Loki, Svetovni pokal v sankanju	Številne kulturne, kulinarčne, zabavne, športno-rekreativne, etnološke in druge prireditve, dogodki Pomembnejše : v času »vinske jeseni"
Turistične informacije, lokalna vodniška služba	1 Turistično informacijski center; spletne strani www.trebnje.si ; Lokalna vodniška služba	1 Turistično informacijski center, 3 informacijske točke; spletne strani www.lto-blegoš.si ; lokalna vodniška služba	Turistično informacijski centri v krajih, spletne strani www.wachau.at oz. www.wachau.com
Turistično povpraševanje (2004)			
Prihodi turistov	Št. turistov: 1.279 Delež tujih turistov : 90,3%	Št. turistov : 5.216 Delež tujih turistov : 78,6%	Ni razpoložljivega podatka
Prenočitve	Št. prenočitev : 1.627 Delež tujih prenočitev : 80,5%	Št. prenočitev : 9.606 Delež tujih prenočitev : 78,9%	Št.prenočitev : 5.620.386 Delež tujih prenočitev: 35% *
Povprečna doba bivanja	1,3 dni	1,8 dni	Ni razpoložljivega podatka
Povprečna zasedenost	6,9%	8,0%	25%*
Sezonskost	Visoka sezona : julij-avgust Nizka sezona : november, januar-april	Visoka sezona : julij-september, februar in april Nizka sezona : oktober-	Ni razpoložljivega podatka

		december, marec	
Povpraševanje glede na emitivne trge	Slovenija, Avstrija, Nemčija, Italija, Francija, Velika Britanija,...	Slovenija, Nemčija, Italija, Avstrija, Danska, Hrvaška,...	Avstrija, Nemčija, Nizozemska, Madžarska, Italija, ZDA, Švica*
Organiziranost			
Organiziranost	Profesionalna turistična institucija ne obstaja	Lokalna turistična organizacija Blegoš	Regionalna turistična organizacija »Donau Niederösterreich Tourismus GmbH«
Pozicioniranje			
Pozicioniranje		Slogan : Kjer se hribi igrajo z dolinami	Slogan : »Willkommen an der Donau« s poudarkom na naravi in kulturi ob reki Donavi

Vir : SURS in www.statistik.at

* podatek je za deželo Spodnja Avstrija za leto 2003

Tabela 18 : Primerjalni kazalniki (na podlagi uradnih podatkov)

PRIMERJALNI KAZALNIKI osnova:podatki za leto 2004					
	Občina Trebnje	Območje Škofje Loke	Območje Wachau	Slovenija	Spodnja Avstrija*
Št.nastanitvenih objektov na 1000 prebivalcev	0,21	0,20	9,74	0,43	2,05
Št.turističnih postelj na 1000 prebivalcev	3,45	8,07	165,00	39,37	39,69
Št. turistov na 1000 prebivalcev	67,93	127,14	ni podatka	1172,05	ni podatka
Št.prenočitev na 1000 prebivalcev	86,42	234,15	ni podatka	3798,95	3619,41

Vir : SURS in www.statistik.at**Tabela 19**: Primerjalni kazalniki (na podlagi obstoječega stanja na terenu)

PRIMERJALNI KAZALNIKI osnova:obstoječe stanje na terenu		
	Občina Trebnje	Območje Škofje Loke
Št.nastanitvenih objektov na 1000 prebivalcev	0,48	0,54
Št.turističnih postelj na 1000 prebivalcev	13,01	7,00
Št. turistov na 1000 prebivalcev	ni podatka	ni podatka
Št.prenočitev na 1000 prebivalcev	ni podatka	ni podatka

Vir : www.lto-blegos.si in www.trebnje.si

Iz analiziranih destinacij oz. turističnih območij Škofja Loka in Wachau je ugotovljeno, da je glede na izjemne potenciale tako na turističnem območju Škofja Loka kot v občini Trebnje obseg turistične ponudbe obeh domačih destinacij v primerjavi z razvitim turističnem območjem Wachau zanemarljiva. Prav tako je zanemarljiv obseg slovenske turistične ponudbe v primerjavi s turističnim območjem Wachau, medtem ko je s deželo Spodnja Avstrija, ki ni turistično razvita dežela v primerjavi z drugimi turistično razviti avstrijskimi deželami (npr. Koroška), primerljiva.

Če primerjamo analizirane destinacije s kazalniki v tabelah 18 in 19 je občina Trebnje v primerjavi s Slovenijo 3 krat »pod-kapacitirana, v primerjavi s turističnim območje Wachau pa kar 12,7 krat. Pri realizaciji števila nočitev na 1000 prebivalcev občina Trebnje dosega v primerjavi s Slovenijo in Spodnjo Avstrijo za skoraj 44 krat slabši rezultata, v primeru razpoložljivega podatka za realizirane nočitve na turističnem območju Wachau predvidevamo, da bi bil rezultat še precej slabši. V primerjavi s turističnim območjem Škofja Loka je pri realizaciji števila nočitev na 1000 prebivalcev, 2,7 krat slabši rezultat, kljub kar enkrat manjši kapaciteti na 1000 prebivalcev (Trebnje – 13,01 turističnih postelj/1000 prebivalcev, Škofja Loka – 7,00 turističnih postelj/1000 prebivalcev). Pri uradnem podatku števila nočitev v letu 2004 za občino Trebnje, na osnovi katerega je tudi izračunan primerjalni kazalnik, je potrebno upoštevati, da niso zavedene vse realizirane nočitve v občini Trebnje.

Prav tako so občutne razlike med občino Trebnje in turističnim območjem Škofja Loka s turističnim območjem Wachau v pestrosti glede na vrste gostinsko-nastanitvenih objektov. Na turističnem območju Wachau so zastopane prav vse pomembnejše vrste gostinsko-nastanitvenih objektov, medtem, ko sta v občini Trebnje zastopani dve vrsti gostinsko-nastanitvenih objektov (gostišča in turistični kmetiji).

Glede na naravne danosti in pestro bogato kulturno-zgodovinsko dediščino sta po obsegu proizvodov občina Trebnje in turistično območje Škofja Loka s turističnim območjem prav tako neprimerljiva. Razviti so predvsem proizvodi, za katerih razvoj, ni potreben velik finančni vložek v infrastrukturo.

Za izbrano tuje turistično območje, je bilo ugotovljeno, da je najpomembnejše natančno segmentiranje in pozicioniranje turistične ponudbe tako na ravni celotne destinacije kot posameznega kraja. Turistično območje Wachau izpostavlja predvsem svojo naravnost s prestižnimi proizvodi kot so pohodništvo, kolesarjenje, gastronomija, vožnja po Donavi, umetnost in kultura ter poznavanje enologije. Ob tem je treba poudariti predvsem, da je predstavitev turistične ponudbe integrirana predvsem pa tržno naravnana (zanimive so ugodne mesečne ponudbe, ki so poimenovane predvsem glede na motiv obiska in starostne skupine).

Delno o vzpostavljenem segmentiranju in pozicioniranju ter integrirani in tržno naravnani predstavitvi turistične ponudbe lahko govorimo tudi za izbrano domačo turistično destinacijo, predvsem s trženjem izletov in delavnic, ki so vsebinsko zasnovane prav tako glede na motiv obiska in starostno skupino. Integracija ponudbe pa je mogoča le na podlagi vzpostavljene krovne

turistične organizacije na lokalnem ali regionalnem nivoju, katere poslanstvo je prav povezovanje, koordiniranje tako javnega in privatnega sektorja ter civilne družbe s ciljem skupnega načrtovanja, oblikovanja in trženja celovite turistične ponudbe območja, destinacije.

Razloge za zgoraj omenjene ugotovitve je iskati predvsem v neorganiziranosti turističnega gospodarstva in javnega sektorja, ki bi omogočalo večjo integracijo turistične ponudbe in v nejasni viziji in strateških usmeritvah razvoja turizma.

6. AKTUALNI IZZIVI TURIZMA

V nadaljevanju so po več delovnih področjih povzeti in podrobno predstavljeni ključni problemi občine, kot so bili izpostavljeni na delavnicah in prepoznani skozi analizo obstoječega stanja v turizmu in v politično, gospodarskem in socialnem okolju. Nekateri problemi se pojavljajo na več področjih in so med seboj povezani kar kaže na obseg in velik pomen posameznega problema.

a.) DOSTOPNOST

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - pomanjkljiva turistična in druga obvestilna signalizacija ob glavnih prometnicah, - slaba pretočnost informacij o turistični ponudbi; niso širše distribuirane npr. v bližnje razvite turistične destinacije, - ni vzpostavljenih informacijski točk ob glavnih prometnicah, - ni programov, ki bi vključevale javni železniški prevoz, - pomanjkljivo, premalo agresivno trženje turistične ponudbe, predvsem enodnevnih programov v bližnjih razvitih turističnih destinacijah. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ne zadostna izkoriščenost potencialov bližnjih razvitih turističnih destinacij (Šmarješke, Dolenjske toplice, Otočec, Čateške toplice) za razvoj turizma obravnavanega območja, - nezadostno izkoriščenost relativno dobre prometne dostopnosti (cestna, železniška) mednarodnih letališč (Ljubljana, Zagreb, Celovec, Trst), prestolnice in drugih večjih mest doma in čezmejo (Novo Mesto, Zagreb). - Obravnavano območje ni prepoznavno kot privlačna, izletniška turistična destinacija (glede na obstoječo ponudbo)

b.) TURISTIČNA PONUDBA IN STORITVE

Nastanitvene zmogljivosti

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Toga zakonodaja predvsem za nastanitvene objekte vrste privatne sobe in apartmaji ter turistične kmetije, - previsoke zahteve, kriteriji, ki opredeljujejo minimalno ustreznost za vzpostavitev turističnih kmetij, - ker turistična dejavnost ni prepoznana kot perspektivna panoga, predstavljajo prenočitvene zmogljivosti dopolnilno 	<ul style="list-style-type: none"> - Premalo diverzificirana, specializirana in kakovostna ponudba v vrsti nastanitvenih objektov (zastopane samo naslednje vrste nastanitvenih objektov : gostišča, turistične kmetije, dom CŠOD).

<p>ponudbo/dejavnost osnovni npr. gostinstvo, kmetijstvo,</p> <ul style="list-style-type: none"> - pomanjkanje stavbnih zemljišč oz. precejšen del zemljišč na podeželju spada v 1.kategorijo kmetijskih zemljišč, - premajhna razpoložljivost javnih virov financiranja investicij v nastanitvene zmogljivosti (ugodni krediti na občinskem in državnem nivoju; nepovratna sredstva iz različnih evropskih donacijskih shem), izjema so viri s področja kmetijstva, - slabo izkoriščene možnosti pridobivanja nepovratnih sredstev za razvoj turizma na kmetijah, - prezahtevni postopki za pridobivanje razvojnih nepovratnih sredstev EU, - slabo izkoriščene možnosti vključevanja obstoječih objektov za turistične namene (zidanice, počitniške hiše,...) 	
--	--

Gostinska ponudba

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Promocija in trženje gostinske ponudbe je prepuščena posameznemu ponudniku, - ni turistične organizacije, ki bi povezovala gostinske ponudnike s ciljem razvoja skupnih integralnih proizvodov s področja enogastronomije, - obratovalni časi predvsem izletniških kmetij premalo fleksibilen (ogled, pokušina in prodaja izdelkov izključno po predhodnem naročilu in predvsem za večje skupine), - ni vzpostavljene mreže prodajaln oz. »butične« prodaje izdelkov domače in umetnostne obrti, - slaba pretočnost informacij o obstoječi gostinski ponudbi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Premajhna razpoznavnost pestre in kakovostne gostinske ponudbe, - slabo izkoriščena ponudba predvsem na izletniških kmetijah.

Naravne turistične znamenitosti/atrakcije

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Nejasna razmerja glede upravljanja, vzdrževanja oz. skrbništva (netržna orientiranost naravnih znamenitosti javnega pomena, nedorečeni viri financiranja), 	<ul style="list-style-type: none"> - Premalo izkoriščene naravne danosti (ostanki močvirij, reka Temenica in samotne tihe doline Laknice, Radulja, Bistrica, Vejar, zg.tok Mirne) za

<ul style="list-style-type: none"> - ni vzpostavljene enotne celostne podobe turistične usmerjevalne in obvestilne signalizacije, - slaba pretočnost informacij o obstoječih naravnih znamenitostih primernih oglada, - informacije so omejene na mikrolokacijo, niso širše distribuirane, - obstoječi programi, proizvodi npr. Po poteh dediščine Dolenjske in Bele Krajine, ki vključujejo naravne znamenitosti, niso tržno naravnani, - turistični ponudniki v svoje programe premalo vključujejo npr. ogleda naravnih znamenitosti - ni krovne turistične organizacije, ki bi razvijala celovite in integrirane proizvode, predstavljala in tržila npr. z vodenimi izleti, delavnicami in orodji tržnega komuniciranja, - slabo izkoriščene možnosti za pridobivanje nepovratnih sredstev (MOP). 	<p>turistične namene npr. danosti so premalo ali neprepoznane kot turistične atrakcije,</p> <ul style="list-style-type: none"> - slabo urejene, označene naravne znamenitosti/atracije, - premalo tržno naravnanih turističnih programov, ki bi vsebovali naravne znamenitosti.
---	---

Kulturno-zgodovinske turistične znamenitosti/atracije

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Nejasna razmerja glede upravljanja, vzdrževanja oz. skrbništva (netržna orientiranost naravnih znamenitosti javnega pomena, nedorečeni viri financiranja), - ni vzpostavljene enotne celostne podobe turistične usmerjevalne in obvestilne signalizacije, - slaba pretočnost informacij o obstoječih kulturno-zgodovinskih znamenitostih primernih oglada, - obstoječi programi, proizvodi npr. Po poteh dediščine Dolenjske in Bele Krajine, ki vključujejo kulturno-zgodovinske znamenitosti, niso tržno naravnani, - turistični ponudniki v svoje programe premalo vključujejo npr. ogleda kulturno-zgodovinskih znamenitosti, - ni krovne turistične organizacije, ki bi razvijala celovite in integrirane proizvode, predstavljala in tržila npr. z vodenimi izleti, delavnicami in orodji tržnega komuniciranja, - v primerjavi z drugimi investicijami obnova kulturno-zgodovinskih objektov potrebuje precej večja investicijska in 	<ul style="list-style-type: none"> - Prepočasno oživljanje in vključevanje kulturno-zgodovinskih znamenitosti v turistično ponudbo - nizka obiskanost kulturno-zgodovinskih znamenitosti, - slabo urejene, označene kulturno-zgodovinske znamenitosti/atracije, - neprimerno stanje objektov (npr. gradovi, razvaline, kmečka poslopja, arheološka najdbišča in nekateri sakralni objekti) za turistične ogleda - premalo tržno naravnanih turističnih programov, ki bi vsebovali kulturno-zgodovinske znamenitosti.

razvojna sredstva, - slabo izkoriščene možnosti za pridobivanje nepovratnih sredstev (MK), - kulturne danosti niso ali pa so le izjemoma prepoznane kot turistični trženjski produkt/atrakcija (izdelki obrti se ne prodajajo kot spominski, blagovnih znamk domačih in umetnih obrti ni oz. so skromne, trženje izdelkov je preskromno, cenovna politika je nedorečena).	
---	--

Športna ponudba

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Premajhno vključevanje obstoječih ponudnikov v turistično ponudbo (izjema pohodne in kolesarske poti), - slaba povezanost ponudnikov športnih programov in ponudnikov gostinsko-nastanitvenih storitev, s ciljem priprave skupnih programov, - slaba pretočnost informacij o obstoječi športni ponudbi, - premalo razvojnih sredstev za razvoj športne infrastrukture predvsem javnega pomena (vzpostavljanje, vzdrževanje, označevanje kolesarskih stez, konjeniških poti,...), - problematični odnosi z domačini za najem, odkup zemlje za razvoj golf igrišča, - vpliv ureditve in vzdrževanja igrišč na okolje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Preskromna ponudba glede na potencialne, - slabo prepoznavno oz. neenotno označevanje športne ponudbe, - slabo razvita športno-turistična infrastruktura (izjema so pohodne poti), - neizkoriščene možnosti za razvoj novih proizvodov oz. večje investiranje v obstoječe npr. tek na smučeh, ribolov, lovstvo, zmajarstvo, konjenišstvo, jamarstvo, golf.

Prireditve, sejmi in drugi dogodki

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Ne izpostavljajo se prireditve večjega obsega npr. Tabor likovnih samorastnikov, Ah te orglice, pohodi oz. ni rangiranja prireditev glede na pomembnost, - premajhna skupna, celovita promocija in informiranost o prireditvah, dogodkih, sejmih, - ni vzpostavljene koordinacije, usklajevanja z namenom izdelave letnih koledarjev, - prireditveni objekti so razpršeni, niso določeni in zato 	<ul style="list-style-type: none"> - Premajhna prepoznavnost občine po bogati ponudbi na področju prireditev, sejmov, dogodkov, - premajhno vključevanje ponudbe prireditev, dogodkov, sejmov kot del turistične ponudbe, - premajhna obveščenost, informiranost

neprepoznavni kot mesta prirediteljev - ni pretoka informacij o prireditvah in dostopih do prirediteljev (transport, usmerjevalna komunikacije, osebno animiranje).	
--	--

Druge oblike ponudbe (podeželski, poslovni)

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje resursov za celostno urejanje vaškega okolja, - Nesistematično in nepovezano trženje obstoječe ponudbe turističnih in izletniških kmetij, - skromno povezovanje z dodatno ponudbo (rekreacija in druga tematska ponudba) - večji kraji kot je npr. Šentrupert, Mokronog, Trebnje, Mirna imajo potencial za razvoj poslovnega turizma (problem neraziskanost trga, profesionalen pristop, potencialni investitorji) 	<ul style="list-style-type: none"> - Neizkoriščeni potenciali za razvoj podeželskega, poslovnega in drugih oblik turizma

Turistične agencije, vodniška služba

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Premajhno povpraševanje po organiziranih, vodenih izletih, ogledih znamenitosti (veliko individualnih dnevnih gostov, skupine vodijo njihovi vodiči), - Premajhnen obseg turistične ponudbe ne omogoča poslovanja samo na receptivnem trgu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Premajhnen obseg poslovanja na receptivnem trgu (»incoming turizem«), - Premajhno trženje turističnih ponudnikov, - Premajhno povpraševanje po lokalnem vodenju.

Turistične informacije

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Premalo vzpostavljenih informacijskih točk npr. pri turističnih ponudnikih, - premajhno zavedanje ponudnikov o pomembnosti posredovanja informacij tako informacijskemu centru kot turistom, - ni vzpostavljenega lokalnega rezervacijskega sistema, - ni izdelane celostne podobe usmerjevalne in obvestilne 	<ul style="list-style-type: none"> - Premajhna pretočnost informacij ponudnik-turist, ponudnik-centralni informacijski center, - premajhna uporaba sodobnih orodij tržnega komuniciranja (internet) predvsem na področju rezervacij in prodaje, - neurejena, pomanjkljiva in neenotna usmerjevalna in obvestilna turistična signalizacija.

turistične signalizacije.

c.) TURISTIČNO POVPRASEVANJE

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Majhno število realizirani nočitev, kratka povprečna doba bivanja, zelo nizka zasedenost gostinsko-nastanitvenih objektov, - individualno trženje, - nepovezani ponudniki prenočitvenih zmogljivosti, - nepovezano, manj učinkovito trženja, - premajhna izkoriščenost orodij tržnega komuniciranja zlasti elektronskih medijev, - premalo zanimivih trendovskih, specializiranih, dopolnilnih programov - ponudniki se premalo vključujejo v obstoječi nacionalni informacijski sistem (STIP), - ni nastanitvenega objekta, ki bi lahko sprejel več kot 50 turistov (en avtobus), - slaba pretočnost informacij o turistični ponudbi, - pomanjkljivo in nenadzorovano vodenje turistične statistike, - »delo na črno«, - odsotnost vizije in konkretnih strateških ciljev razvoja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Premajhno turistično povpraševanje (v primerjavi s slovenskimi povprečji in povprečji izbranih, analiziranih primerjalnih turističnih destinacij; glej str.50-54). - kazalniki turističnega povpraševanja v večini nerelevantni.

d.) ORGANIZIRANOST

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - ni krovne institucije, ki bi usmerjala in vodila razvoj turizma v občini, - ni občinske strategije razvoja turizma 	<ul style="list-style-type: none"> - Nepovezani turistični ponudniki, - premajhno sodelovanje turističnih ponudnikov z javnimi službami in civilno družbo, - pomanjkljivo vodenje statistike, - pomanjkljivo svetovanje podjetnikom,

- | |
|--|
| - nizka uspešnost pri pridobivanju razvojnih sredstev. |
|--|

e.) SPLOŠNA INFRASTRUKTURA

Promet

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Slabe železniške povezave in večja poraba časa, - ukinjanje rednih avtobusnih linij, - preveč tovornega prometa, - neurejene razmere na področju prostorskega urejanja (nedoročena vloga in podoba mestnih jeder, zaprte cone za promet, kolesarske steze), 	<ul style="list-style-type: none"> - Neizkoriščenost železniškega omrežja, - slabe povezave z javnim potniškim cestnim prometom, - povečevanje motoriziranega prometa v mestnih središčih - pomanjkanje parkirnih mest in sistemov za umiranje prometa, - neizgrajeno lokalno kolesarsko omrežje

Telekomunikacije, komunalna infrastruktura, drugo (ulična razsvetljava, javni sanitarije, klopice, koši,...)

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkljiva opremljenost s javnimi sanitarijami, koši za smeti, klopice, označbe in signalizacija slabo vzdrževana, brez pravega reda, enotne celostne podobe, neurejene turistične atrakcije, - pokriti s možnostjo dostopa do interneta samo večji kraji, - slaba komunalna urejenost zemljišč. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkljiva opremljenost s drugo infrastrukturo, - pomanjkljiva pokritost s telekomunikacijami, - neurejena okolica.

f.) OKOLJE IN PROSTOR

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - Pomanjkanje stavbnih zemljišč, omejene možnosti gradnje, - nedorečena vloga in podoba mestnih jeder, - razpršena pozidava in pomanjkljiva komunalna opremljenost na podeželju, - premajhna zavest o pomembnosti varovanja okolja; ni sankcij, 	<ul style="list-style-type: none"> - Neurejene razmere na področju prostorskega urejanja, - veliko črnih odlagališč, - neurejena romska naselja.

- | | |
|-------------------------------------|--|
| - način življenja romske skupnosti. | |
|-------------------------------------|--|

g.) ČLOVEŠKI VIRI

Problemi /Izzivi	
Vzrok	Posledica
<ul style="list-style-type: none"> - upad vpisa v gostinske šole, - v povprečju slabi dohodki v gostinsko-turistični dejavnosti, - delo ob vikendih, praznikih, popoldansko, nočno delo; premajhni dodatki. 	<ul style="list-style-type: none"> - majhen interes za gostinski poklic

7. RAZVOJNE MOŽNOSTI, RAST IN TRENDI TURISTIČNEGA TRGA

7.1 Pomen turizma na globalni ravni

Turizem je ekonomski in družbeni fenomen 20.stoletja. Turizem je največja gospodarska panoga (7% povprečna rast v obdobju 1960-2000, 11% svetovnega BDP, 9% svetovne zaposlenosti, 8% vrednosti svetovnega izvoza). Zaradi svoje poslovne širine je turizem dejansko »gospodarstvo vseh gospodarskih dejavnosti«. Temeljne razvojne lastnosti in vrednote turističnega gospodarstva (storitve, globalizacija, svoboda) predstavljajo najznačilnejše razvojne elemente »informativne družbe« prihodnosti.⁹

Zato je turizem osrednja gospodarska panoga 21.stoletja in temeljni kazalci njegovega družbenega razvoja. Zato vse države, ne glede na ekonomsko razvitost, politično usmerjenost in kulturno različnost, poudarjajo razvoj turizma kot svojo strateško razvojno usmeritev. Turizem je civilizacijski temelj vsake sodobne družbe in eden temeljnih ekonomskih faktorjev razvoja.¹⁰

7.2 Trendi gibanja turističnega povpraševanja v letu 2004¹¹

Leta 2004 je po svetu potovalo 760 milijonov turistov, kar predstavlja 10-odstotno rast v primerjavi z letom 2003, kar je rekordna rast v zadnjih dvajsetih letih. Leto 2004 je minilo v znamenju zanesljivega vzpona azijsko-pacifiške regiji po izgubah, ki jih je povzročil SARS, vrnitve Amerike in prerazporeditve turističnih tokov med Evropo in Ameriko zaradi učinka razmerja med dolarjem in evrom, po ocenah WTO pa rekordne rezultate decembrski dogodki v Jugovzhodni Aziji naj ne bi zamajali.

Daleč nadpovprečno rast je zabeležila azijsko-pacifiška regija in sicer kar 29-odstotno. Z 21 odstotki večjim izkupičkom na strani prihodov se je izkazal tudi Bližnji Vzhod, lani pa je dvoštevilo rasti zabeležila celo Amerika (čeprav še vedno ni ulovila številke iz leta 2000). Evropa se je uvrstila po odstotku rasti za Afriko, ki je iztržila 7 odstotkov več popotnikov – tako je bila Evropa kot siceršnja svetovna destinacija številka ena s štirimi odstotki pod povprečjem, a vseeno nad rezultati leto poprej. K povečanju na 414 milijonov turistov je največ prispevala prav Srednja in Vzhodna Evropa z 11 odstotki in Severna Evropa s sedmimi odstotki rasti (Južna, Mediteranska in Zahodna Evropa le z dvema odstotkoma).

Trend gibanja turističnega povpraševanja v Srednji in Vzhodni Evropi je Svetovna turistična organizacija napovedala že pred nekaj leti (na prelomu tisočletja), v okviru te regije pa je največje (in nadpovprečne) stopnje rasti napovedala prav za Hrvaško in Slovenijo.

⁹ Vir : Strategija slovenskega turizma 2002-2006, Ljubljana 2002, str.10

¹⁰ Vir : ibid

¹¹ Vir : SURS in WTO

Leto 2004 pa je tudi prineslo spremembe v slovenski statistiki. Med tujci so v številkah prevladali italijanski gostje, ki jih je bilo kar za 9 % več, opravili pa so za 8 % več prenočitev in na ta način na prvem mestu tudi po številu nočitev zamenjali sicer dobro usidrane Nemce (teh je bilo za 4 % več, a so prespali za 5 % manjkrat). Poleg tega so tako pri prihodih kot tudi pri prenočitvah Francozi prehiteli Madžare, gostje iz Velike Britanije pa so pri prenočitvah prehiteli do še lani četrte Hrvate.

Slovenijo je v letu 2004 obiskalo 2,3 milijona turistov, kar je za 4% več glede na leto 2003. V skupni bilanci se je število tujih gostov povečalo za 9 % (na nekaj manj kot 1,5 milijona prihodov), število prenočitev tujih gostov pa povečalo za 4 % (na 4,3 milijona nočitev). Število prenočitev domačih gostov pa zmanjšalo za 3 %. V korak z rastjo svetovnega turizma pa gre tudi slovenski devizni priliv, ki je v enajstih mesecih preteklega leta zabeležil 10-odstotno rast, nad to stopnjo rasti pa je povečanje prav v tistem osrednjem delu, pri turističnih podjetjih (za 16 odstotkov).

7.3 Trendi v mednarodnem turizmu¹²

Nenehne naravne in družbene spremembe vplivajo na razvoj turizma in na trende turističnega trga.

V zadnjih treh letih je bilo globalno turistično povpraševanje večkrat ogroženo zaradi vojne v Iraku, terorističnih napadov in groženj, poslabšanjem gospodarske situacije nekaterih držav, izbruha bolezni kot je SARS in ptičja gripa in naravnih katastrof (poplave, orkani, potresi,...). To vpliva na vse regije najbolj pa na Bližnji vzhod in severno Ameriko.

Prav zaradi omenjenih dogodkov in sprememb v načinu življenja je med turisti še vedno velika **skrb za varnost**. Sicer pa so se ljudje privadili, da živijo v nevarnem svetu, kar se vidi predvsem po zadnjih terorističnih napadih, ki niso bistveno vplivali na obseg potovanj. Podobno lahko ugotovimo tudi, da so ljudje sprejeli **zdravstveno tveganje**. Vendar bi morale vlade in gospodarstva posvetiti več pozornosti za zaustavitev epidemij in pripraviti načrte zmanjšanje vpliva na turizem, zaposlovanje in širšo ekonomijo.

Ljudje se še vedno bolj odločajo **za krajša in pogostejša potovanja**. Sicer se pričakuje okrepitev daljših, čez oceanskih potovanj v prihodnjih letih, vendar pa bodo na nekaterih trgih še vedno v velikem deležu zastopana domača in med regijska potovanja.

Izrazita je **rast povpraševanja po nizko cenovnih letih**. S ponudbo novih nizko cenovnih letalskih povezav in vse večjem povpraševanju po cenovno ugodnih aranžmajih pa bo povpraševanje še raslo. Večja in cenejša ponudba povezav s hitrimi vlaki bi sicer lahko delno vplivala na preusmeritev potnikov k železniškim povezavam, predvsem tudi zaradi povečanja cen goriv in letalskih taks.

¹² Vir : povzeto po članku K.Hauko »Trendi in napovedi v turizmu«;

Tudi v prihodnje se pričakuje **velika rast uporabe interneta** pri načrtovanju in rezervaciji potovanj, kar bo še pospešilo rast poznih rezervacij.

Turisti vse bolj iščejo **doživetja, aktivnosti in ne destinacije**. Zato bodo morale nacionalne in lokalne turistične organizacije biti bolj kreativne pri trženju in promociji, ponudniki pa pri oblikovanju turističnih produktov in ponudb.

Povpraševanje po avtentičnih izkušnjah, vključujoč kulturo in stik z naravo še vedno narašča, predvsem med starejšimi turisti. Prav tako raste povpraševanje po **wellness programih in po izobraževalnih programih**, ki omogočajo različna usposabljanja in izobraževanja na potovanju.

Pozorni moramo biti tudi na »**hibridne**« **potrošnike**, ki iščejo npr. kombinacijo luksuznega hotela z nizko cenovnim letom, ali npr. en večer restavracijo s hitro prehrano, drugič pa luksuzno restavracijo. Vsekakor ne moremo več pričakovati lojalnosti turistov posamezni destinaciji oziroma določenemu turističnemu proizvodu.

Pri načrtovanju strategije bomo upoštevali ekonomske, socialne in okoljske trende oziroma posledice omenjenih trendov za razvoj turizma. Trendi in posledice po posameznih sklopih so zaradi preglednosti prikazani na tabelarni način.

a.) DEMOGRAFIJA

Sklop	Posledica/izziv
<p>Povečanje deleža starejših ljudi. Starejši ljudje bodo bolj zdravi, aktivnejši in premožnejši. Mnogi se bodo hitreje upokojili. Imeli bodo več časa za prostočasne dejavnosti (hobiji), potovanja, zabavo, rekreaciji in učenje. Značilnost starih staršev, da skrbijo za varstvo vnukov in iščejo priložnosti za preživljanje prostega časa.</p>	<p>Porast povpraševanja po:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kakovosti, primernosti in varnosti, - enostavnih prevozih, - novih proizvodih, ki omogočajo aktivno preživljanje počitnic, na drugi strani proizvodi, ki omogočajo sprostitev, počitek (uživanje, sprehajanje npr.golf) v naravi, - proizvodih za eno osebo, - izven sezonskih mesecih, - v marketingu manjše poudarjanje starosti večje poudarjanje na udobju, - potovanjih v oddaljene destinacije in kulturno bogate destinacije, kjer tudi več trošijo, - izvenpenzijske ponudbi za otroke, družine, stare starše z vnuki (pravljicne dežele, zabavišni parki, vodni parki,...). - Povečujejo se zahteve po zadovoljivosti potreb za starejše goste (tehnologija, pravi izbor prehrane, zdravstvena oskrba).
<p>Trend manjšega števila družinskih članov povečuje razpoložljiv dohodek in nakupno moč na osebo.</p>	<p>Porast povpraševanja po :</p> <ul style="list-style-type: none"> - razkošnejših, luksuznih počitnicah, - specializiranih, posebnih proizvodih, - oddihih v mestih in drugih krajših potovanjih izven sezonskih obdobjih, - povečanje interesa za počitnice v sončnih zimskih destinacijah.

b.) ZDRAVJE

Sklop	Posledica/izziv
<p>Naraščanje zavesti po zdravem načinu življenja bo še vedno naraščalo. Ne bo vplivalo na povečanje povpraševanja ampak na odločanje glede destinacije.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Turisti se bodo izogibali rizičnim destinacij, - upadlo bo povpraševanje po klasičnih poletnih počitnicah, - naraščalo bo povpraševanje po destinacijah, ki nudijo aktivne počitnice, - povečalo se bo povpraševanje po wellness proizvodih, posebno po toplicah in fitnes centrih.

c.) IZOBRAŽEVANJA IN USPOSABLJANJA

Sklop	Posledica/izziv
<p>Z naraščanjem povprečne stopnje izobrazbe se povečuje zanimanje po spoznavanju novih krajev, običajev, umetnosti, kulture in ljudi. Počitnice niso zgolj potrošnja ampak investicija v znanje. Izobražen potrošnik uporablja vsa sodobna orodja komunikacije in informacijske tehnologije.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Naraščalo bo povpraševanje po specializiranih proizvodih, - pomembno je vključevanje umetnosti, zgodovine in kulture v turistične programe, pakete, - pričakuje se povečanje potreb po boljši in kreativnejši komunikaciji in informiranosti, - povečanje povpraševanja po še slabo razvitih turističnih destinacijah v Srednji in Vzhodni Evropi.

d.) PROSTI ČAS

Sklop	Posledica/izziv
<p>Moderen način življenja je vedno bolj stresen, kar povečuje željo po več prostega časa in sprostivni, po drugi strani pa se zaradi povečanega obsega dela na delovnem mestu zmanjšuje razpoložljivi čas za počitnice. Značilen hiter in mobilni način življenja s premišljenim izborom počitnic.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Povečuje se potreba po cenejših, krajših in intenzivnejših počitnicah, - povečuje se potreba po sprostitvi, dogodkih in doživetjih - povečuje se povpraševanje po krajših in vse pogostejših počitnicah, kar pomeni, da izdatki za počitnice rastejo hitreje kot za druge dobrine - več potovanj bo bliže domu, - pričakovana je hitrejša rast kontinentalnih in počasnejša rast medkontinentalnih potovanj, - čas je vedno bolj dragocen, zato želijo obiskovalci maksimizacijo užitkov v minimalnem času, - porast povpraševanja po aktivnih kratkih oddihih, tematskih parkih, športnih in sprostivnih centrih oz. se odpira trg za tiste destinacije, ki nudijo ponudbo, kjer se gosti lahko spočijejo, oddahnejo od stresnega vsakdanjega življenja, uživajo brez aktivnosti in sprejemanja odločitev.

e.) POTOVALNE IZKUŠNJE

Sklop	Posledica/izziv
<p>Sodobni potrošniki imajo zelo dobro izoblikovan občutek za razmerje med ceno in kakovostjo ponudbe.</p> <p>Večja vrednost za manj denarja.</p> <p>Poslovna potovanja so v porastu.</p> <p>Porast individualnih potovanj.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Destinacije, ki bodo zaostajale v izpolnjevanju zelenih standardov bodo zaostajale v razvoju na dolgi rok, - turisti bodo počitnikovali npr. to leto v modenih (visokega cenovnega razreda) destinacijah drugo leto v destinacijah (nizkocenovnega razreda) s povprečno, preprosto turistično ponudbo; ali to leto za daljši čas, drugo leto za krajši čas (ni več stereotipov); povpraševanje po različnih kombinacijah in možnostih luksuznih in povprečnih oz. cenejših storitvah in proizvodih, - število turistov, ki so zvesti samo eni destinaciji se bo občutno manjšalo, - večja izobrazbenost, »razgledanost« turistov bo vplivala na kritičen odnos do ustvarjene umetne oz. »kičaste« ponudbe in čustveno zadovoljstvo ter poudarjanje osebnosti; umetna ponudba bo izgubljala na odličnosti, če ne bomo dosegala visokih standardov, - turisti se bodo vračali v destinaciji, ki so sem jim zaradi lepih izkušenj ohranile v spominu, - potrebe po vse večji mobilnosti bodo povečevale potrebo bo izposoji osebnih avtomobilov, motornih koles in koles, - regije ki bodo nudile bogato, različno ponudbo in celovite, integralne proizvode bodo vse bolj iskane; možno samo z dobrim »destinacijskim managementom«, - motiv poslovnega potovanja je v porastu, vendar je rast odvisna od trženja, ki temelji na ponudbi paketov za poslovne goste, ki se navezujejo na posebne dogodke in konference, - potrošnja poslovnih gostov se bo povečevala, po drugi strani pa bodo postajajo poslovna potovanja bolj varčna in časovno omejena, - porast povpraševanja po nizkocenovnih prevozih in prenočiščih - občuten porast »touring« počitnic oz. krožnih potovanj, - ponudbe bodo prilagojene za manjše in fleksibilnejše skupine.

f.) NAČIN SODOBNEGA ŽIVLJENJA

Sklop	Posledica/izziv
<p>V sodobni družbi se način življenja konstantno spreminja, kar vpliva tudi na zaznavanje turista, njegovih osebnih potreb in obnašanje</p>	<ul style="list-style-type: none"> - storitev »Bed&Breakfast« ne bo več dovolj, potrebno bodo investicije v izvenpenzijsko ponudbo - status ni več pomemben, turist želi imeti bolj osebne stike s osebjem zato večje povpraševanje po manjših nastanitvenih objektih npr. družinski hoteli, penzioni in turistične kmetije

	<ul style="list-style-type: none"> - manjše je povpraševanje po vodenih izletih - ponudniki bodo morali razvijati nove, inovativne proizvode in storitve z višji dodano vrednostjo, kar jih bo razlikovalo od drugih - zaradi različnih hobijev in zanimanj turistov se bo povečalo povpraševanje po specializiranih ponudnikih, ki bodo ponujali proizvode - trend »vrni se k enostavnemu počitnikovanju« bo povečalo potrebo po bivanju npr. v bungalovu in ne hotelu, v šotoru in ne več v počitniški prikolici ali avtodomu .
--	---

g.) INFORMACIJSKA TEHNOLOGIJA

Sklop	Posledica/izziv
<p>Povečuje se uporaba elektronskih komunikacij predvsem interneta in mobilne telefonije. Uporaba interneta za iskanje informacij, rezervacije in nakup turističnih proizvodov in storitev še vedno narašča. Možnost vizualne predstavitve, ki jo omogoča internet, bo še povečala uporabo in pomembnost interneta kot orodja tržnega komuniciranja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Z uporabo interneta kot osnovnega orodja tržnega komuniciranja in možnostjo primerjanja turistične ponudbe ene in druge destinacije, se bo konkurenca močno povečala, - izkušeni turisti si bodo sami oblikovali potovanje in direktno rezervirali potrebne turistične storitve, - klasična vloga organizatorjev potovanja se bo zmanjšala, celovite turistične programe se bomo kupovali preko interneta, - klasična vloga nacionalnih, regionalnih, lokalnih organizacij se bo spremenila, e-marketing bo pridobil na pomenu, vključno z uporabo (CRM) destinacijskega marketinga, - promocija od ust do ust bo imela veliko vlogo pri stimuliranju obiskov spletnih strani, - razpoložljivost podrobnih informacij ponudnikov na spletnih straneh destinacije oziroma vzpostavljene povezave na spletne strani ponudnikov bo osnovni pogoj za uspešnost spletnih strani, - možnost rezervacij turističnih storitev bo povečalo realizacijo rezervacij, - turisti bodo morali biti obveščeni o varni možnosti on-line rezervacij - s pomočjo centralnih podatkovnih baz se bo spoznavalo potrošnikove navade - povečalo se bo število potovanj v zadnjem trenutku (»last minute« ponudbe), prav zaradi hitrega dostopa do ponudb preko interneta

h.) PREVOZI

Sklop	Posledica/izziv
<p>Naraščanje možnosti uporabe hitrih vlakov in nizko-cenovnih letalskih prevoznikov bo vplivalo na razvoj klasičnih poti. Cestni promet se bo soočal s</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prednost bodo imele dostopne destinacije, primerne za kratki oddih, predvsem kadar so organizirani veliki dogodki izven glavnih sezon, - povečanje možnosti direktnih železniških in letalskih povezav bo spodbudilo povpraševanje po mednarodnih kratkih potovanjih v mesta in

problemi preobremenjenosti.	<p>mestne regije na račun potovanj na podeželje,</p> <ul style="list-style-type: none"> - za srednje razdalje se bo povečala uporaba hitrih vlakov namesto rednih letalskih linij - preobremenjenost cest zlasti v glavnih sezonah bo zmanjšalo uporabo osebnega avtomobila ali avtobusnih prevozov za potovanja, - slabe mednarodne povezave med posameznimi javnimi transportnimi sredstvi (vlak, letalo, avtobus) bodo slabo vplivale na obisk destinacije, s tem je dostopnost manjša, - zlasti med starejšimi se bo povečalo povpraševanje po potovanjih z ladjo, - prednost bodo imele destinacije z urejeno transportno infrastrukturo (ceste, železnice, letališča).
-----------------------------	---

i.) TRAJNOSTNI RAZVOJ

Sklop	Posledica/izziv
<p>Zavest o varovanju okolja se bo povečevala. Povečalo se bo povpraševanje po okolju prijaznih destinacijah, kjer bosta narava in ljudje odigrali vedno večjo vlogo. Trajnostni razvoj turistične destinacije bo vplival tudi na višje cene turističnih storitev.</p> <p>Trend »nazaj k naravi«</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Politika destinacijskega managementa mora biti skladna in sestavni del prostorskega planiranja, - prednost destinacije je, če so turisti pri lokalnem prebivalstvu dobro sprejeti oz. dobrodošli - destinacije, ki so pregosto pozidane in katerih arhitektura ni v skladju z naravnim okolju bodo izgubljale na privlačnosti, - zaradi vedno večje ozaveščenosti prebivalstva o varovanju okolja so vedno bolj privlačne čiste in urejene destinacije, - potrebno je razlikovati eko-turizem od trajnostnega razvoja turizma - povečano povpraševanje po ekeoloških turističnih proizvodih, - vrednota ostaja ohranjanje kulturne dediščine, varovanje naravnega okolja in socialnih odnosov, pri čemer je bistveno, da se dviga raven kakovosti življenja v celotnem okolju.

j.) VARNOST

Sklop	Posledica/izziv
<p>Teroristični napadi, vojne, onesnaževanje in druge krize so na žalost postali sestavni del življenja, a kljub temu narašča potreba po varnosti. Turisti se izogibajo destinacij, ki so rizične.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kvaliteta vode tako v jezerih, bazenih, kot tudi pitne vode je pomemben element pri izbiri destinacije - Turisti se bodo vse pogosteje pritoževali nad kvaliteto turističnih storitev in proizvodov, ki ne bodo zadoščali pričakovanim standardom - Stroški za zagotavljanje varnosti bodo naraščali - Turistična industrija mora biti bolj fleksibilna in pripravljena na manjše turistično povpraševanje v primeru kriz

k.) TRŽENJE

Sklop	Posledica/izziv
Nove oblike trženja in vplivanja na nakupne navade potrošnikov oziroma turistov.	<ul style="list-style-type: none"> - Trženje dokazov, s tem da ne obljubljaš preveč temveč prodajaš resnično izkustvo, - promocije ni več, v porastu je strateško trženje, z merljivimi rezultati, podatkovnimi bazami, prodajnimi cilji, - osnovni cilj ni več pritegnitev večjega št. turistov, ampak večji izplen na podlagi večje potrošnje, daljšega bivanja, - uspeh trženja je odvisen od kakovosti procesa trženja ne več od sredstev/orodij trženja, - najbolj učinkovito orodje je osebno priporočilo ne več reklama, - v porastu je direktna prodaja, - novi elektronski mediji omogočajo neposredno prodajo, - dober produkt, ki je tržno naravnano kreirajo ljudje z domišljijo in kreativnostjo za pozitivna čustvena doživetja, - turisti so vedno bolj sofisticirani : a.) »hibridni« konzumenti – mešanje nastanitev visoke kakovosti z nizkoproračunskim potovanjem, hitro prehrano s kulinaricnimi užitki; trg kljubuje tradicionalni segmentaciji; neodvisne počitnice prekašajo paketne ponudbe, b.) množična prilagoditev : prilagoditev ponudbe individualnim posebnostim/željam c.) navzkrižno trženje – vpliv medijev in pop kulture (vpliv zvezdnikov in njihovih življenjskih stilov), - ne moreš ponujati vsega za vse-izbrati je treba trge in presegati njihova pričakovanja

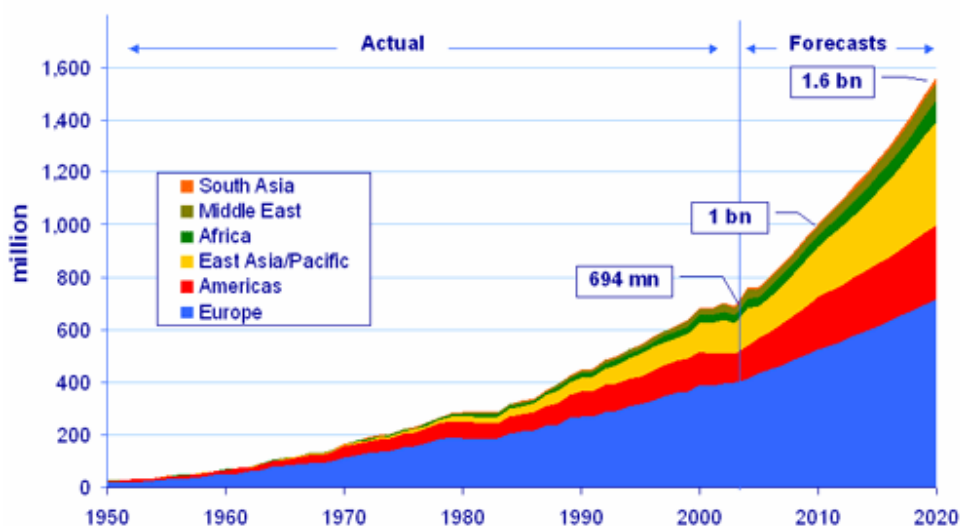
7.4. Napoved rasti turističnega povpraševanja do leta 2020 za Evropo

Po napovedih Svetovne turistične organizacije se bo obseg evropskega turizma v naslednjih letih podvojil, Srednja in Vzhodna Evropa pa bosta Zahodno Evropo izrinili iz vrha lestvice najbolj priljubljenih destinacij. Mednarodni prihodi v Evropo naj bi narasli do leta 2020 na 717 milijonov letno. Letna rast bi bila 3%, kar je pod svetovnim povprečjem, ki znaša 4,1%. K temu bodo pripomogla pogostejša inozemska potovanja, ki se bodo zgodila zunaj evropske tradicionalne sezone in tako pripomogla k stabilnosti turistične industrije. Evropa bo še naprej ostala svetovna destinacija številka 1, čeprav se bo njen delež v svetovnem kolaču v naslednjih dveh letih zmanjševal. Napovedi za posamezne države kažejo, da bo Francija ostala najprivlačnejša turistična destinacija, Nemčija pa še vedno predstavlja največji emitivni trg.

Napoved rasti turističnih potovanj glede na destinacijo prihoda je prikazana v tabeli in grafu. Absolutni podatki so podani v milijonih.

Tabela 20 : Napoved rasti turističnih prihodov glede na destinacijo prihoda do leta 2020

v mio	Bazno leto 1995	Napoved 2010	Napoved 2020	Povprečna letna rast v %	Tržni delež 1995	Tržni delež 2020
Svet	565	1006	1561	4,1	100	100
Afrika	20	47	77	5,5	3,6	5,0
Amerika	110	190	282	3,8	19,3	18,1
Vzhodna Azija in Pacifik	81	195	397	6,5	14,4	25,4
Evropa	336	527	717	3,1	59,8	45,9
Bližnji vzhod	14	36	69	6,7	2,2	4,4
Južna Azija	4	11	19	6,2	0,7	1,2

Vir : www.world-tourism.org**Graf 7** : Grafični prikaz napovedi rasti turističnih prihodov glede na destinacijo prihoda do leta 2020Vir : www.world-tourism.org

8. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OBČINE TREBNJE

8.1 Poslanstvo razvoja turizma občine Trebnje

Poslanstvo vseh prebivalcev in poslovnih subjektov, ki živijo in delujejo na območju občine Trebnje, je na področju turistične dejavnosti :

- **ustvarjanje pozitivnega in pristnega turističnega okolja (naravnega, kulturnega in sociološkega),**
- **medsebojno sodelovanje in povezovanje ponudbe,**
- **kakovostno in gostoljubno sprejemanje gostov, ki jih obišejo,**
- **ustvarjanje pozitivne energije,**
- **trajnostno in odgovorno koriščenje ponujenih naravnih danosti,**
- **pripovedovanje zgodb, vzpodbujanje pozitivnih in enkratnih doživetij,**
- **zagotavljanje lastne ekonomske neodvisnosti, delovnih mest in nenehnega razvoja kakovosti življenja domačinov,**
- **donosnost skrbno izbranih turističnih naložb,**
- **dolgoročno zadovoljstvo turistov in obiskovalcev.**

8.2 Vizija razvoja turizma občine Trebnje

Vizija razvoja turizma opredeljuje usmeritve razvoja turizma občine Trebnje. Strateška vizija dolgoročnega razvoja občine Trebnje vključuje izzive in spremembe, ki jih prinaša globalizacija, spremenjeni demografski trendi in tehnološki razvoj. Temelji na prepoznavnosti, konkurenčnosti ponudbe, urejenosti okolja, in razvoju okolju prijaznega trajnostnega turizma,...

Predstava o tem kako bo izgledala prihodnja slika turizma v občini Trebnje, izhaja tudi iz predstav oziroma vizij udeležencev II.delavnice, in je nadgrajena z ugotovljenimi priložnostmi in trendi v razvoju turizma.

Destinacija Trebnje bo postala okolju prijazna turistična destinacija, privlačna v vseh letnih časih, primerna za enodnevni obisk ali krajši nekaj dnevni oddih.

Razvijala se bo turistična ponudba, ki bo razpoznavna po individualnem pristopu do gosta, ki želi občudovati, spoznavati, aktivno in pasivno uživati neokrnjeno naravo, ki išče sprostitvev, doživetja v domačem in gostoljubnem podeželskem okolju, in ki se rad vrača v preteklost in spoznava zgodovino, okuša vina in tradicionalno kulinariko.

Turistični razvoj bo sledil načelom trajnosti predvsem pa ekološke sprejemljivosti, ki bo omogočal prebivalcem kakovostno bivanje, v različnih življenjskih obdobjih, ustvarjal dodatne možnosti za zaposlovanje, omogočal podjetniško udejstvovanje oziroma ekonomsko trajnosten posel, ki bo na dolgi rok zagotavljal konstantne donose.

Grafični prikaz vizije prikazuje spodnja slika. Za simbol strateške usmeritev občine Trebnje v razvoj ekoturizma smo izbrali sončnico (Heliianthus). Ime izvira iz dveh besed, Helios, ki pomeni sonce in Anthos, ki pomeni rožo. Sončnica se vedno obrača proti soncu in ta lastnost ji je dala tudi ime¹³.

Slika 2 : Vizija



¹³ Vir :

http://www.semenarna.si/semenarna/nasveti/okrasni_vrt/2005/Soncica_hellianthus.htm

8.3 Strateški in operativni cilji razvoja turizma občine Trebnje (merljivi)

Pri oblikovanju razvojnih ciljev izhajamo iz upoštevanja danosti in prednosti obravnavanega območja, oziroma iz problemov/izzivov prepoznanih v analizi stanja obstoječega turizma ter trendov razvoja turističnega povpraševanja in ponudbe. Upoštevajo se tudi raznoliki specifični interesi in možnosti javnih in zasebnih razvojnih partnerjev zlasti pri določanju razvojnih priorit.

Dolgoročni strateški razvojni cilji prispevajo k uresničevanju vizije in rešujejo strukturne razvojne probleme v turizmu občine Trebnje in upoštevajo usmeritve razvoja okolju prijaznega trajnostnega turizma, ki so :

- **vzpostavljanje in ohranitev konkurenčnosti ponudbe**, ki upošteva načela okolju prijaznega trajnostnega turizma,
- **spodbujati vrhunsko kakovost** vse turistične ponudbe, vendar v sožitju z naravo , kulturno-zgodovinsko, etnološko dediščino, sodobno umetnostjo in pričakovanji gostov,
- **vzdrževanje in varovanje naravnih, kulturno-zgodovinskih, etnoloških, sodobnih in drugih značilnosti**,
- **oblikovanje usklajene turistične ponudbe območja skozi vse letne čase**, za kar je potrebno oblikovanje dodatnih turističnih proizvodov, programov in posredno tudi turistične infrastrukture (poslovni, družinski, wellness),
- **vzpostavljanje in vzdrževanja sodelovanja med partnerji (»v slogi je moč«)**, kar je eden izmed pomembnejših dejavnikov razvoja, ki je bil do sedaj premalo uporabljen, posledica česar je slabo povezana turistična ponudba in nasprotovanja med akterji turističnega razvoja in ponudbe ter njihovo slabo prilagajanje, ki se kaže v tudi v sedanjem stanju turizma v občini Trebnje,
- **delovanje v smeri čim večjih koristi in čim manj škod**, kar pomeni sklepanje kompromisov med ekonomskimi željami in zmogljivostjo okolja, ki podpira trajnostni in okolju prijazen moment turističnega razvoja (med okolje uvrščamo tako naravo in človeka (prebivalstvo, investitorji, ponudniki),
- **razvijanja ustrezne, prepoznavne podobe**, kar pomeni priprava blagovne znamke, celostne grafične podobe za potrebe trženja in informiranja gostov,
- **vzpostavljanja in vzdrževanja učinkovitega trženja in informiranja**
- imeti **zadovoljne gostitelje in zadovoljne goste (»brez enih ni drugih«)**, kar ni možno brez sodelovanja krajev in njegovih prebivalcev in je pomemben dejavnik uspešnega in trajnega ter okolju prijaznega razvoja turizma.

Kakor je pokazala analiza obstoječega stanja turistične ponudbe, povpraševanja, organiziranosti in razvojnih možnosti glede na danosti in trende ter usmeritve v ekološki razvoj turizma smo razvojne cilje turizma v občini Trebnje razvrstili v več sklopov. Cilji po sklopih so predstavljeni tabelarično zaradi boljše preglednosti in so razdeljeni na strateške dolgoročne cilje (2006-2015) in operativne kratkoročne cilje (2006-2010).

8.3.1 Cilji na področju turistične infrastrukture

Strateški dolgoročni cilj (2006-2015)	
Povečanje investicij v ureditev obstoječe in nove turistične infrastrukture usklajene z okoljem in trendi.	
Področje	Operativni, kratkoročni cilji (2006-2010)
Gostinsko-nastanitvene zmogljivosti	Povečati obseg zmogljivosti iz 237 ležišč na najmanj 580 ležišč in 100 parcel. Vzpostaviti najmanj 5 opremljenih parkirnih mest za avtodome. Popestriti raznolikost iz sedanjih treh vrst objektov na vsaj 7 vrst objektov. Dvigniti kakovost ponudbe iz **/** na ***/****. Vzpostaviti najmanj 3 ekološke turistične kmetije. Prilagoditi ponudbo v gostinsko-nastanitvenih objektih za najmanj tri različne ciljne skupine npr. pohodniško-kolesarski, družinski, poslovni gostinsko-nastanitveni objekt.
Gostinska ponudba	Povečati št. vinskih kleti, vinotočev iz 3 na najmanj 6. Povečati št. izletniških kmetij iz 12 na najmanj 14. Vzpostaviti 3 nove prodajalne (butiki) z izdelki domače in umetnostne obrti, vinskimi izdelki in ekološkimi in kmetijskimi izdelki. Vzpostaviti dve etno gostišče.
Naravne danosti	Urediti in vzdrževati naravne znamenitosti: reka Temenica, ostanki močvirij, in samotne tihe doline Laknice, Radulja, Bistrica, Vejar, zg.tok Mirne. Vzpostaviti eno informacijsko središče s gostinsko in športno-rekreativno ponudbo. Vzpostaviti najmanj eno učno pot.
Kulturno-zgodovinska in etnološka dediščina	Obnoviti najmanj en grad. Vzpostaviti etnološki krajevni muzej. Vzpostaviti eno galerijo. Vzpostaviti muzej na kmetiji. Oživiti in obnoviti najmanj eno arheološko najdbišče. Vzpostaviti in zagotoviti uspešno delovanje najmanj 3 biotržnicam.
Športno-rekreativna ponudba	Izdelati en načrt poteka športno-rekreativnih poti. Zgraditi najmanj 15 km lokalnih kolesarskih stez. Vzpostaviti in vzdrževati konjeniške poti po občini. Vzpostaviti najmanj XXX km tekaških prog (tek na smučeh). Zgraditi »public« golf igrišče s 9 luknjami. Vzpostaviti najmanj en ribolovni center s gostinsko in športno-rekreativno ponudbo. Vzpostaviti in vzdrževati najmanj eno naravno drsališče za turiste. Izdelati eno študijo preučitve možnosti vzpostavitve manjšega smučišča in urejenih sankoških prog. Zgraditi najmanj en športno-jahalni center s pokrito halo.

Poslovni turizem	Vzpostaviti en poslovni center, manjše zmogljivosti in visoke kakovosti. Povečati št. manjših seminarских v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih iz 3 na najmanj 5.
Turizem dobrega počutja	Povečati število dopolnilnih programov dobrega počutja v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih in vključiti naravne resurse.
Družinski turizem	Vzpostaviti najmanj eno pravljico deželo ali pot. Prilagoditi ponudbo družinam v najmanj enem gostinsko-nastanitvenem objektu.
Podeželski turizem	Investicije na podeželju so zajete v nekaterih zgornjih ciljeh.

8.3.2 Cilji na področju ostale infrastrukture

Strateški dolgoročni cilj (2006-2015)	
Spodbujati investicij v ureditev obstoječe in nove ostale infrastrukture in suprastrukture usklajene z okoljem.	
Področje	Operativni, kratkoročni cilji (2006-2010)
Promet	Urediti najmanj 30% parkirišč od potrebnih in načrtovanih. Vzpostaviti najmanj eno peš cono v starih mestnih jedrih. Izdelati študijo s preučitvijo možnosti za vzpostavitev alternativnih in okolju prijaznih oblik prevoza. Opremiti najmanj 50% vseh krajev s pločniki (kjer potrebno).
Telekomunikacije	Opremiti najmanj 80% celotnega območja občine s sodobno telekomunikacijsko infrastrukturo (dostop do interneta preko hitrejših in cenejših oblik).
Javna infrastruktura	Naselja, naravne in kulturno-zgodovinske znamenitosti, ki se uporabljajo v turistične opremiti in urediti s suprastrukturo (počivališči, klopmi, koši za smeti, ulično razsvetljavo, obvestilno in usmerjevalno signalizacijo) usklajeno s okoljem. Urediti in vzdrževati javne zelenice, parke, otroška igrišča, trge,...
Podeželje	Nadaljevati z revitalizacijo vasi.
Drugo	Sanirati najmanj 70% črnih odlagališč. Urediti in komunalno opremiti najmanj 80% romskega naselja.

8.3.3 Cilji na področju turističnega povpraševanja

Strateški dolgoročni cilj (2006-2015)	
Povečati turistično povpraševanje.	
Operativni, kratkoročni cilji (2006-2010)	
Vzpostaviti vodenje statistike in sistematično spremljanje obiskanosti.	
Cilje za kazalnike turističnega povpraševanja ne moremo kvantificirati, zaradi nerelavantnih obstoječih podatkov, kljub temu so cilji :	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ povečati število prihodov turistov, ▪ povečati število realiziranih prenočitev, ▪ daljša povprečna doba bivanja (več stacionarnega turizma) ▪ večja povprečna letna zasedenost gostinsko-nastanitvenih kapacitet 	

8.3.4 Cilji na področju destinacijskega managementa

Strateški dolgoročni cilj (2006-2015)	
Vzpostavitev destinacijske management organizacijske strukture.	
Področje	Operativni, kratkoročni cilji (2006-2010)
Trženje	<p>Izdelati marketinško strategijo.</p> <p>Izdelati krovno blagovno znamko.</p> <p>Izdelati celostno grafično podobo destinacije in aplikacije na orodja tržnega komuniciranja.</p> <p>Izdelati tržno naravnana in nadgraditi obstoječa orodja tržnega komuniciranja.</p> <p>Učinkovitejše tržiti in promovirati celovite programe, turistične proizvode in s tem povečevati obseg receptivnega turizma.</p> <p>Izvajati skupno prodajo gostinsko-nastanitvenih zmogljivosti vključno s zidanicami in počitniškimi hišami.</p> <p>Obveščati širšo in strokovno javnost o turistični ponudbi občine.</p> <p>Vzpostaviti trženje in prodajo ekoloških in kmetijskih pridelkov, izdelkov domače in umetnostne obrti.</p>
Prireditve	<p>Izboljšati destinacijski management prireditvev :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ koordinirati organizatorje s namenom izdelave mesečnih in letnih koledarjev prireditvev, ▪ opredeliti in rangirati prireditve v občini po pomembnosti, ▪ sistematično spremljati obiskanost prireditvev in segment obiskovalcev, ▪ vključevati prireditve v programe turističnih ponudnikov. <p>Izdelati študijo s preučitvijo potreb po gradnji večnamenske dvorane.</p> <p>Organizirati prireditve, delavnice, tekmovanja, akcije na temo varovanja okolja.</p>
Upravljanje s naravnimi in kulturno-zgodovinskimi znamenitostmi, ki so javno	<p>Izdelati model in načrt upravljanja naravnih in kulturno-zgodovinskih znamenitosti, ki so potencialne turistične atrakcije.</p> <p>Določiti skrbnike.</p>

dobro	
Informacijska dejavnost	Vzpostaviti enoten informacijski sistem.
Turistični programi/proizvodi	Razviti in vzpostaviti najmanj 10 novih okolju prijaznih turističnih proizvodov in najmanj 5 programov. Uspešno tržiti turistične proizvode in programe.
Usposabljanje in izobraževanje	Vključiti in obveščati turistične ponudnike ter predstavnike drugih zainteresiranih javnosti pri načrtovanju razvoja turizma. Izobraževati zaposlene kadre za potrebe ponudnikov in kakovostne širitve ponudbe. Izobraževati ponudnike za potrebe okolju prijaznega trajnostnega razvoja. Vzpostaviti sodelovanje, proaktivirati in osveščati domačine, da sodelujejo pri razvoju okolju prijaznega trajnostnega razvoja turizma.

8.3.5 Cilji na področju razvoja ekoturizma (cilji se navezujejo na predlagani razvojni model, ki je opisan v točki 8.4)

Strateški dolgoročni cilj (2006-2015)
Spodbujanje razvoja turizma v ekoturizmu in s tem povečevati konkurenčnost in prepoznavnost občine Trebnje kot ekoturistično destinacijo
Operativni, kratkoročni cilji (2006-2010)
Dvigovati osveščenost in vedenje o pomenu in možnostih ekoturizma za družben, ekonomski in okoljski razvoj. Razviti najmanj 5 prepoznavnih proizvodov ekoturizma. Spodbujati razvoj potencialnih ponudnikov ekoproizvodov in ekoturistične ponudbe z ugodnimi finančnimi viri in olajšavami.

8.4 Model razvoja ekoturizma v občini Trebnje

Model razvoja turizma prikazuje najbolj primeren in konkurenčen način razvoja turizma, s katerim se uresničujejo prepoznani strateški razvojni cilji, ki ležijo na tako imenovanih štirih stebrih.

Na primeru občine Trebnje se predlaga model razvoja EKOTURIZMA (ki ga predstavlja sončnica), kot najbolj primeren in konkurenčen način razvoja turizma, s katerim se uresničujejo PREPOZNANIH STRATEŠKIH RAZVOJNIH CILJEV (steblo sončnice), in s katerimi :

I.steber : SLEDIMO TRENDE V TURIZMU

II.steber :ODPRAVLJAMO PROBLEME,

III.steber:KREIRAMO TRENDE S NOVIMI INOVATIVNIMI
PROIZVODI/PROGRAMI,

IV.steber: KREPIMO PREPOZNANE PREDNOSTI IN PRILOŽNOSTI TER OMEJUJEMO
NEVARNOSTI.

(na primeru sončnice, stebre predstavljajo korenine)

Slika 3 : Razvojni model



8.4.1 Opredelitev pojma ekoturizma in trajnostnega turizma ter drugih sorodnih, podobno pojmovanjih zvrsti turizma

O pojmovanju ekoturizma je bilo mnogo napisanega. Splošne definicije ekoturizma ni. Pogosto se ekoturizem opredeljuje kot okolju prijazna oblika turizma, katere interpretacija je od celine do celine različna.

Prva znamenja ekološke usmeritve v turizmu segajo v šestdeseta leta prejšnjega stoletja. Spremembe v družbi so zahtevale večjo okoljsko osveščenost, v turizmu pa so poskrbele za pravi razmah ekologije (**ekologija** je veda o odnosu živih bitij do naravnega (ožji pomen) in človekovega kulturnega ter socialnega (širši pomen) okolja). Leta 1991 je Mednarodno združenje za ekoturizem - International Ecotourism Society (1991) definiralo : » Ekoturizem pomeni potovanje v naravna območja, ki odgovorno varuje naravo in spodbuja blaginjo lokalnega prebivalstva«. V nadaljevanju je Svetovno združenje za varstvo narave - World Conservation Union, (1996) podobno opredelilo ekoturizem kot Mednarodno združenje za ekoturizem. Skozi razvoj so se namesto pojma ekoturizem uporabljali tudi naslednji izrazi : ekološki turizem, alternativni turizem , zeleni turizem »low impact«, mehki ali blagi turizem in podeželski (agro) turizem, ki pa se nikoli niso uveljavili v enaki meri kot ekoturizem¹⁴.

Opredelitve oziroma interpretacije omenjenih zgornjih izrazov se zopet med seboj razlikujejo. Navajamo eno izmed možnih opredelitev, ki je preprosta in razumljiva. Ekoturizem in vsi omenjeni izrazi so zvrsti turizma, ki se med seboj razlikujejo glede na različne kriterije :

- a.) kraja ali območja preživljanja počitnic – **podeželski turizem** katerega namen je preživljanje počitnic na podeželju,
- b.) iskanje drugačnosti, upoštevanjem ekologije, okolja - **Alternativni turizem**, ki išče protiutež masovnemu (črednemu) turizmu, drugačni turizem, ki ni enoličen ali serijski, **mehki ali blagi turizem** (soft tourism), ki ni nasilen turizem, človeku prijazni turizem, **ekološki turizem** (okolju prijazni turizem), ki ne uničuje okolja, temveč ga ohranja in vpliva nanj pozitivno.¹⁵

Ker še ni enotne definicije ekoturizma, so se leta 2002 (mednarodno leto ekoturizma) na svetovnih konferencah v Quebecu in Johannesburgu, v organizaciji ZN (Združenih narodov) in WTO (World Tourism Organisation), izdelali naslednji zaključki, ki naj bi opisovali mogoče **splošne značilnosti ekoturizma** :

- obsega vse oblike turizma, ki slonijo na naravi in pri katerih je osnovni motiv turističnega obiska opazovanje in občudovanje narave ter tradicionalnih kultur zlasti v naravnih okoljih,
- vključujejo izobraževanje in predstavitveno dejavnost namenjeno obiskovalcem,
- v splošnem, ni pa pravilo, je namenjen malim organiziranim skupinam, ki jih vodijo mala specializirana turistična podjetja na lokalni ravni, lahko pa

¹⁴ Vir : povzeto po www.etc-corporate.org in M.Koščak, Turistične gozdne poti in varstvo narave, posvet v Pocarjevi domačiji v Radovni, 22.september 2004

¹⁵ Vir : D.Zorko, Uvod v turizem, Ljubljana, 1999, str.25-26

ekoturistične izlete in potovanja, organizirajo tudi tuja turistična podjetja različnih velikosti, vendar praviloma za male skupine turistov,

- zmanjšuje negativne vplive na naravno in socio-kulturno okolje,
- podpira varovanje naravnega okolja z:
 - a.) ustvarjanjem ekonomskih koristi za lokalno prebivalstvo, podjetja in organizacije, ki upravljajo z naravnimi območji in jih ohranjajo,
 - b.) ustvarjanje dodatnih možnosti zaposlovanja in s tem dodatnimi prihodki oz. zaslužki za lokalno skupnost
 - c.) osveščanjem prebivalcev in turistov o pomenu in ohranjanju naravnih in kulturnih dobrin.

Ekoturizem pa lahko opredelimo tudi glede na kategorijo¹⁶ :

a.) Ekoturizem kot sociološka kategorija je:

- kultura ali način obnašanja, ravnanja, gospodarjenja, načrtovanja, nadzora in spremljanja družbi, okolju in ekonomskemu razvoju prijaznih aktivnosti v številnih naravnih in grajenih okoljih, varovanih in nevarovanih okoljih, razvitih in nerazvitih področjih sveta,
- za gospodarsko in turistično že visoko razvita področja, uveljavljanje principov in načel ekoturizma pomeni saniranje pogosto močno potrošenih naravnih virov in onesnaženja okolja ter socialnejše in racionalnejše razporejanje kapitala,
- za nerazvita področja pa ekoturizem pomeni visok razvojni potencial v okviru sonaravnega trajnostnega razvoja z ugodnimi vplivi predvsem na ekonomsko-socialnem področju.

b.) Ekoturizem kot ekonomska kategorija ima svoje izhodišče v marketinški filozofiji, kjer kot specialen marketinški turistični proizvod-izdelek :

- omogoča promocijo in trženje celovitega eko-turističnega proizvoda neke dežele, območja,
- ki ga sestavljajo številni pod-produkti, kot so eko-prehrambena ponudba in nastanitev, eko-prevozna sredstva, ohranjeno socio-kulturno okolje, tradicionalna arhitektura, bivanjski ambient s tradicionalnim načinom življenja, varovana območja, ekološka neoporečna pitna voda iz javnih zajetij, izvirov, vodnjakov, ekoturistične tematske, pohodne in kolesarske poti, neoporečne kopališke vode, čist zrak, urejeno in ekološko neoporečno okolje,...
- ki so osnovani na osnovi mednarodno priznanih ekoturističnih in ekoloških standardov in kriterijev kot osnovi za nacionalno eko-blagovno znamko

c.) Ekoturizem kot okoljska kategorija, kot specifičen del trajnostnega sonaravnega razvoja in procesa naj bi predstavljal ključ do sonaravnega razvoj.

Ekoturizem pa se pogosto zamenjuje s **trajnostnim turizmom**. Iz spoznanj Quebeške deklaracije o ekoturizmu izhaja da¹⁷ :

¹⁶ Vir : povzeto po A.Božičnik, Ekoturizem in razvojne usmeritve slovenskega turizma, prispevki posvetovanj Razvoj ekoturizma v Sloveniji, Škocjanske jame, 2002, str.18

¹⁷ Vir : Razvoj ekoturizma v Sloveniji, prispevki posvetovanj, TZS, Škocjanske jame, 2002, str.4

ekoturizem zajema načela trajnostnega turizma glede ekonomskih, socialnih in okoljskih vplivov turizma. Zajema pa tudi posebna načela po katerih se razlikuje od širšega koncepta trajnostnega turizma :

- dejavno prispeva k ohranjanju naravne in kulturne dediščine,
- vključuje lokalne skupnosti in civilno družbo v načrtovanje, razvoj in delovanje in prispeva k njihovemu dobremu počutju,
- razlaga obiskovalcem naravno in kulturno dediščino ciljnega kraja,
- je pripravnejši za samostojne potnike in tudi za organizirane obiske manjših skupin.

Glede na predstavljene opredelitve pojmovanja ekoturizma, lahko povzamemo, da je vseeno kateri izraz za okolju prijaznejši turizem izberemo. Pomembno je, da ga opredelimo kot turizem, ki je prizanesljiv, ekološko sprejemljiv do naravnega, socialnega in kulturnega okolja.

8.5 Načela in usmeritve za razvoj ekoturizma in njegov management¹⁸

V okviru mednarodnega leta o ekoturizmu (leto 2002) so bila sprejeta tudi načela in usmeritve za razvoj ekoturizma in njegov management, ki naj bi jih upoštevale tako vlade, nevladne organizacije, izobraževalne in druge ustanove, zasebni sektor, lokalne skupnosti, civilna družba, in drugi.

Načela in usmeritve/priporočila so naslednja:

1. Ekoturizem mora prispevati k ohranjanju in napredovanju naravnih območij in k trajnostnemu razvoju širšega okolja (kulturno in socialno okolje).
2. Ekoturizem zahteva posebno politiko, strategije in programe za vsako posamezno območje.
3. Vzpostavljeno mora biti učinkovito koordiniranje vseh akterjev.
4. Načrtovanje ekoturizma mora vsebovati jasne kriterije za teritorialno delitev na rezervate ter nizko in srednje vplivna območja.
5. Načrtovanje in oblikovanje ekoturistične infrastrukture mora preprečiti ali minimizirati njihove negativne vplive na naravno in kulturno okolje.
6. Prevozna sredstva in komunikacije do/v ekoturističnih območjih morajo zagotavljati nizko stopnjo onesnaževanja.
7. Ekoturistične dejavnosti v nacionalnih parkih in drugih zavarovanih območjih morajo dosledno spoštovati pravila, ki vladajo na teh območjih.
8. Načrti upravljanja zavarovanih območij morajo upoštevati dejstvo, da so namenjeni rabi turistov in ustvarjati pogoje za trajnostno rabo in obisk.
9. Dolgoročne strategije in načrti morajo vsebovati nosilno zmogljivost prostora za turistične dejavnosti.

¹⁸ Povzeto in prirejeno The world Ecotourism Summit, final report, WTO in UNEP, Quebec city, Canada, 2002

10. Vzpostavljen naj bo zakonski in institucionalni mehanizem, ki bo zagotavljal sodelovanje lokalne skupnosti pri oblikovanju politike, načrtovanju, upravljanju in nadzoru celotnega ekoturističnega procesa.
11. Vzpostavljeni morajo biti institucionalni, finančni in davčni mehanizmi, ki bodo zagotavljali pomembni delež dohodka ustvarjenega iz ekoturizma za lokalno skupnost oziroma za varovalne namene.
12. Potrebno je zagotoviti, da je ekoturizem kakovosten, ekonomsko trajnosten posel, ki ustvarja profit.
13. Vsi, ki se ukvarjajo z ekoturizmom se morajo zavedati stroškov preprečevanja možnih negativnih učinkov na okolje ter jih vključiti v predinvesticijsko analizo stroškov pri pripravi ekoturističnih projektov.
14. Ekoturistični predpisi morajo biti strožji od splošnih turističnih.
15. Potrebno je vzpostaviti sistem certificiranja ekoturistične infrastrukture, storitev in podjetij.
16. Izobraževanje in usposabljanje sta predpogoja za trajnostni razvoj ekoturizma in njegov management.
17. Turisti potrebujejo popolne informacije pred in med obiskom ekoturistične destinacije.
18. Promocijsko-informativni material mora vsebovati bistvene informacije o ponujenem doživetju, vključno s podrobnostmi glede značilnosti in posebnosti okolja. Vsebovati morajo tudi konkretne podatke o storitvah nastanitve in prehrane ter priporočila o tem, kaj se v destinaciji sme in ne sme početi.
19. Promocija in marketing ekoturističnih proizvodov morajo biti usklajeni z obliko turizma in tipologijo gostov katerim so namenjeni.

8.6 Sredstva za uspešen in učinkovit razvoj ekoturizma¹⁹

Ekoturistična politika se tako na nacionalnem, regionalnem kot na lokalnem nivoju zagotavlja z zakonskimi regulativami (zakoni, pravilniki, uredbe in občinski odloki, pravilniki), razvojnimi strateškimi dokumenti, ustreznimi razvojnimi gospodarskimi politikami, ki ohranjajo ustrezna razmerja med gospodarskim razvojem in varovanjem okolja.

Skozi številne ukrepe letnih politik gospodarskega in turističnega razvoja in ustreznih virov financiranja se oblikuje osnova za dejansko uveljavitev ekoturistične politike in vzpodbujanje razvoja ekoturističnih projektov.

Z omogočanjem tehnične, finančne in podpore razvoju človeških virov malemu in srednjemu turističnemu podjetništvu v fazi nastajanja, rasti in nadaljnega razvoja se spodbuja in pospešuje ekološko naravnane turistične projekte in spodbuja podjetnike za ekološko sprejemljivo gospodarjenje in investiranje v ekološke razvojne projekte.

¹⁹ Vir : povzeto po A.Božičnik, Ekoturizem in razvojne usmeritve slovenskega turizma, prispevki posvetovanja Razvoj ekoturizma v Sloveniji, Škocjanske jame, 2002

Sredstva, ki pripomorejo k uspešnemu in učinkovitemu razvoju ekoturizma so tudi oblikovani **eko standardi in kriteriji ter certifikatne sheme**, ki so необходni za oblikovanje eko-turističnih blagovnih znamk oziroma celovite nacionalne eko-blagovne znamke. Ti specialni standardi so standardi eko-namestitve, ekokulinarične ponudbe, eko-potovanj, eko-destinacij-regij, mest, vasi, kmetij, ekološko pridelane, predelane in ponujene hrane, standardi ekoturistične kmetije, ekološka standardizacija pri ureditvi in posodobitvi planinskih domov in koč, standardizacija pohodnih in planinskih poti, standardizacija in tipizacija turistične postavitve, predstavitev, označitve in ponudbe naravnih parkov in varovanih območij, standardizacija vodniške službe,...

Nekateri mednarodno priznani eko-standardi so v Sloveniji že uveljavljeni, zagotavljajo pa predvsem visoko kakovost specialne turistične ponudbe na eni strani ter varovanje potrošnikov in okolja na drugi strani in so izredno pomemben element nacionalnega eko-proizvoda. Ti standardi so :

- **modra zastava** – standardi kakovosti kopaliških vod,
- **zeleni srček** – čistoča sanitarij, sanitarnih in odpadnih voda,
- **zelena pika** – ekološka vzdrževanje zelenic, igrišč, travnatih površin, golf igrišč,
- **modra lastovka** – standardi kakovosti zraka,
- **biodar, EC-control system, HACCP** – standardi zdravstveno neoporečne pridelave in predelave hrane od zemlje do krožnika.

Predlogi standardov :

- **zeleni zidak** – uporaba ekoloških gradbenih materialov v hotelirstvu in gostinstvu, vgradnja energetske varčnih naprav, čistilnih naprav in vodovarstvene opreme, uporaba obnovljivih energetskih virov, protihrupna zaščita, ekološki sistem zbiranja in odstranjevanja odpadkov,...
- **zlata kaplja** – standardi za neoporečno pitno vodo iz vodnjakov, izvirov in javnih vodovodov,...
- **lipov list** – standardi etnološko ohranjenega socio-kulturnega okolja, tradicionalnih bivalnih ambientov vključno s standardi ekoturistične kmetije, planinskih koč, monumentalne dediščine,...
- **eko regija /mesto/ vas,**
- **eko potovanje** (eco-tour).

Poleg eko standardov, kriterijev in certifikatnih shem so sredstva za uspešen in učinkovit razvoj ekoturizma tudi **izobraževalne delavnice in seminarji** za vse nivoje že aktivnih turističnih delavcev, kar omogoča nadgrajevanje znanja in osveščenost o pomenu uveljavljanja ekoloških principov v turizmu širšemu krogu turističnih delavcev. Razna **tekmovanja** kot je na primer podeljevanje Slovenske nagrade za najbolj inovativne dosežke na področju turizma in Slovenska nagrada za poslovno odličnost na področju turizma, ki skozi standarde in kriterije za doseganje nagrad in znakov kakovosti pospešujejo uveljavljanje ekoturističnih principov v turizmu predvsem v hotelirstvu in gostinstvu.

8.7 Organiziranost turizma na območju občine Trebnje oz. »destinacijski management«

Eden izmed ključnih dejavnikov razvoja turizma in konkurenčnosti turistične destinacije je poleg opredeljene jasne strategije razvoja in trženja turizma tudi organiziranost turizma.

Ob analizi obstoječega stanja turizma v občini in opredelitvi problemov je bilo ugotovljeno, da je nepovezanost turističnih ponudnikov, premajhno sodelovanje turističnih ponudnikov z javnimi službami in civilno družbo, pomanjkljivo vodenje statistike, pomanjkljivo svetovanje podjetnikom, nizka uspešnost pri pridobivanju razvojnih sredstev,... ena izmed posledic šibkega razvoja turizma.

Za odpravljanje problemov, upoštevanja strateških usmeritev države in priporočil države in Svetovne turistične organizacije za uspešen razvoj ekoturizma in nenazadnje uresničitve strateškega cilja, ki smo si ga zadali v tem dokumentu, smo v nadaljevanju opredelili vloge posameznih subjektov in organizacij pri razvoju in trženju turistične ponudbe in predlog organizacijske sheme.

8.7.1 Opredelitev pojmov destinacijski management, destinacija, turistično območje

Ko govorimo o organiziranosti (razvoja) turizma na določenem območju, je v osnovi pomembno, da presežemo razmišljanje, ki izhaja iz mej, ki jih postavlja posamezna občina. Govorimo torej o **destinacijah** oziroma **turističnih območjih**.

Zakon o spodbujanju razvoja turizma (UL, št. 02/2004) opredeljuje **turistično območje** kot »geografsko zaokroženo območje ene ali več občin, ki ponuja določen splet turističnih storitev oziroma integralni turistični proizvod (od storitev prenočevanja, prehrane, zabave, rekreacije do drugih storitev za prosti čas in drugih storitev), zaradi katerega ga turist oziroma turistka izbere za svoj potovalni cilj.«

Zaokroženo turistično območje torej združuje različne danosti, dejavnike in ponudnike osnovnih in komplementarnih turističnih storitev na geografsko povezanem območju, ki lahko oblikujejo skupne turistične proizvode z vidika turističnega povpraševanja.

Enako velja tudi za pojem **destinacija**, ki pomeni »namembni kraj, določeno območje«²⁰, ki si ga turist izbere za ciljni turistični kraj, območje, država.

8.7.2 Izhodišča za oblikovanje optimalne in najbolj učinkovite organizacijske sheme

Pri oblikovanju optimalne in najbolj učinkovite organizacijske sheme je potrebno izhajati iz naslednjih izhodišč:

1. Turizem je zelo kompleksna dejavnost, ki temelji na naravnih, kulturnih in socialnih privlačnostih določenega geografskega prostora (t.i. primarna turistična ponudba) in vključuje oblikovanje in nudenje vrste posameznih storitev od transportnih, prenočitvenih, gostinskih, zabavno-prireditvenih, kulturnih, trgovskih do vrste osebnih in obrtnih storitev (t.i. sekundarna turistična ponudba), ki jih proizvajajo neodvisni turistični ponudniki;

²⁰ Vir : D.Zorko, Uvod v turizem, Zavod RS za šolstvo, Ljubljana, 1999, str.196

2. Turisti ne povprašujejo po posameznih turističnih storitvah, temveč po integralnem turističnem proizvodu, ki je sestavljen iz določenega spleta posameznih turističnih storitev, ki ga turisti lahko dobijo na določenem turističnem območju;
3. Na globalnem turističnem trgu zato namesto konkurence posameznih turističnih ponudnikov prevladuje konkurenca turističnih območij, ki ponujajo tržno zanimive integralne turistične proizvode;
4. Integralni turistični proizvodi poleg storitev, ki jih ponujajo posamezni privatni ponudniki, nujno vključujejo tudi storitve t.i. javnega značaja, ki jih mora zagotavljati javni sektor (primer: storitve informiranja gostov na turističnem območju, sprehajalne, kolesarske, tekaške poti, ipd.).

8.7.3 Dejavniki, ki določajo tekmovalno sposobnost posameznega turističnega območja

Dejavnike smo zaradi lažjega razumevanja in preglednosti razdelili v naslednje štiri sklope, pri katerih navajamo predvsem ključne dejavnike:

a) Strategija območja, struktura ponudbe in notranja konkurenca ponudnikov

- Čim manj vstopnih in izstopnih ovir za vstop na trg za podjetnike;
- Podjetništvu prijazno reguliranje poslovnih aktivnosti z državno zakonodajo in občinskimi akti;
- Koncentracija/struktura – lastništvo, združenja, monopoli ipd., jasna in trženjsko pogojena strategija razvoja in trženja turizma na območju.

b) Pogoji ključnih dejavnikov/danosti na območju in njihova razvitost

- Kakovost človeških danosti na območju;
- Razvitost trga kapitala;
- Razvitost in opremljenost z infrastrukturo;
- Turistična infrastruktura na območju;
- Primarne danosti;
- Know-how.

c) Pogoji povpraševanja

- Razgledanost in zahtevnost obiskovalcev in turistov,
- Vedenjski profil obiskovalcev in turistov;
- Izobraženost obiskovalcev in turistov;
- Stopnja posrednosti (institucionaliziranosti) komercializacije/prodaje;
- Nadzor kakovosti ponudbe.

d) Vezano (komplementarno) in podporno gospodarstvo

- Organizatorji potovanj in turistične agencije;
- Restavracije, bari;
- Tematske poti;
- Kulturno-zgodovinska in etnološka dediščina;
- Športne in rekreacijske aktivnosti na območju;
- Razne storitve (pralnice, banke, zdravstvo,...);
- Informacijski sistem za turiste na območju.

Vsi zgoraj navedeni dejavniki in njihova razvitost določajo tekmovalno sposobnost turističnega območja/destinacije. Oblika in vsebina posameznih dejavnikov je seveda odvisna od značilnosti povpraševanja na določenem območju (kakšne goste ima določeno območje) in iz tega izhajajoče vrste prevladujoče turistične ponudbe. Kot vidimo, je kakovost in tekmovalna sposobnost nekega turističnega območja odvisna od nekaterih objektivnih (zunanjih) dejavnikov kot tudi subjektivnih dejavnikov, ki jih determinirajo subjekti na turističnem območju.

8.7.4 Pomen in vloga posameznih subjektov in organizacij pri razvoju in trženju turistične ponudbe

Ena najpomembnejših aktivnosti za dolgoročno učinkovit razvoj turizma na nekem turističnem območju je prav vzpostavitev učinkovitega sistema organiziranosti. **Organiziranost je lahko tudi ovira za učinkovitost, če ne temelji na resničnem interesu turističnih subjektov in jasno določenih vsebinskih ciljih, ki naj se skozi lokalno turistično organizacijo uresničujejo.**

Če pogledamo vsebino posameznih dejavnikov na turističnem območju (v točki 8.6.3), vidimo, da vsebino in stopnjo razvitosti posameznih dejavnikov določajo različne vrste subjektov, ki sodelujejo pri oblikovanju turistične ponudbe nekega območja, in jih lahko razvrstimo v naslednje sektorje:

1. **Javni sektor** (občine, javna podjetja in zavodi, razvojni centri, država itd.);
2. **Zasebni** (gospodarski) **sektor** (podjetniki in družbe, ki delujejo na področju turizma in gostinstva ter gospodarski subjekti, ki ponujajo komplementarne turistične storitve in izdelke);
3. **Civilni sektor** (občani - domačini, ki se na ljubiteljski način združujejo v društva in zveze civilne družbe, zaradi interesa po aktivnem sodelovanju pri turističnem razvoju in urejanju svojega kraja).

Poudariti je potrebno, da vsak od navedenih treh sektorjev na pomemben način sodeluje pri oblikovanju in trženju turistične ponudbe turističnega območja/destinacije, vsi skupaj pa sooblikujejo celovito turistično ponudbo in posamezne turistične proizvode, ki jih neko območje proizvaja za posamezne ciljne trge gostov. V nadaljevanju smo navedli bistveno vlogo in naloge posameznega sektorja in dodali priporočila Quebeške deklaracije o ekoturizmu, ki je bila sprejeta na svetovnem vrhu o ekoturizmu v Quebec Cityu, maja 2002 .

8.6.4.1 Vloga in naloge javnega sektorja pri razvoju turizma občine Trebnje

Kljub temu, da je turizem domena zasebnega gospodarskega sektorja in majhnega podjetništva, imajo subjekti javnega sektorja in še posebej občine ključno vlogo pri zagotavljanju dolgoročne uspešnosti pri razvoju turizma na določenem območju.

Javni sektor – občina, javni zavodi, javna podjetja, razvojni centri in tudi država mora zagotavljati maksimiranje koristi, ki jih prinaša turizem in minimizirati probleme, ki se lahko pojavljajo pri razvoju turizma v dobro gospodarskega razvoja območja, mednarodne konkurenčnosti, novih delovnih mest, socialne varnosti, pozitivnega in načrtovanega razvoja okolja in dolgoročnih koristi turističnega gospodarstva. **Način izvajanja aktivnosti javnega sektorja mora temeljiti na nenehni koordinaciji s privatnim sektorjem zaradi večje učinkovitosti razvojnih in trženjskih aktivnosti.**

Naloge javnega sektorja občine Trebnje:

1. Zagotavljanje ustrezne gospodarske razvojne politike, skladno s strateškimi usmeritvami, torej zagotavljanje ekoturistične politike, ki ohranja ustrezna razmerja med gospodarskim razvojem in varovanjem okolja (**skozi številne ukrepe letnih politik gospodarskega in turističnega razvoja in ustreznih virov financiranja oblikuje osnovo za dejansko uveljavitev ekoturistične politike in vzpodbujanje razvoja ekoturističnih projektov**).
2. **Načrtovanje rabe okolja in prostora.** Spodbuja razvoj turizma s strateškim načrtovanjem prostora, rabe okolja s opredelitvijo mejnih zmogljivosti okolja in pripravo ustreznih prostorskih planov.
3. **Zagotavljanjem varovanja in ohranjanja narave, biotske raznovrstnosti, lokalnih in tradicionalnih kultur, tradicionalnih obrti in znanj.** Poleg upoštevanja zakonodaje se na lokalnem nivoju s različnimi mehanizmi predvsem finančnimi, spodbuja projekte, ki predvidevajo razvoj naravnih in kulturno-zgodovinskih in etnoloških danosti kot turistične atrakcije.
4. Vzpostavi in skrbi za **urejeno komunalno infrastrukturo**, ki olajšuje investicije privatnega sektorja v turistično infrastrukturo in **suprastrukturo** (ceste, pločnike, mestni trgi in vaški trgi, občinske zelenice in površine, ulično razsvetljavo,...) usklajeno s okoljem.
5. Ureja prometni režim v občini (zaprtje starih mestnih jeder, vzpostavitev peš con, obvoznice, parkirna mesta in parkirni režim,...). Načrtuje in spodbuja preusmerjanje k **okolju prijaznim oblikam prometa in prometnih sredstev**.
6. Spodbuja **preusmerjanje kmetijske proizvodnje od intenzivne k ekološki pridelavi hrane.** Načrtuje **celostni razvoj podeželja**, spodbuja **programe preusmerjanja kmetovanja** od intenzivnega k ekstenzivnemu oziroma organskemu kmetovanju in **pospešuje razvoj dopolnilnih kmečkih dejavnosti** (turizem, tradicionalne obrti itd.), ter s tem ustvarja osnovne pogoje za razvoj ekoturistične ponudbe in omogoča oblikovanje celovite **ekoturistične ponudbe** destinacije, vasi, kmetij,...
7. Vzpostavi in skrbi za osnovno **javno turistično infrastrukturo** in **njeno ustrezno signalizacijo** (pohodne poti, sprehajalne poti, kolesarske poti, vzdržuje poenoten sistem signalizacije – tabel, inicira in omogoča ter tudi sofinancira naložbe v skupne objekte turistične infrastrukture, ki koristijo večjemu številu turističnih ponudnikov in turistov na območju občine) skladno z okoljem.
8. Pojavlja se kot investitor in soinvestitor v določene **ključne objekte turistične infrastrukture** in **turističnih programov** v destinaciji (npr. športna dvorana, golf igrišče, tekaške steze,...), ki so skladni z okoljem.

9. Skrbi za **splošno (»image«) turistično promocijo** območja s »PULL AKTIVNOSTMI«, kar pomeni pritegnitev splošne pozornosti in vplivanje na pozicioniranost destinacije, kar bo olajšalo privatnemu gospodarskemu sektorju individualno trženje konkretnih turističnih ponudb in programov in nastop s »PUSH AKTIVNOSTMI«, ki se nanaša na konkretne komercialne aktivnosti.
10. Skrbi za **turistično informacijsko dejavnost** v občini s tesnim sodelovanjem privatnega sektorja v obliki skupnega »javno zasebnega partnerskega odnosa«. Izvajajo se aktivnosti informiranja v Turistično informacijskem centru, informacijskih točkah, postavitve in vzdrževanje turističnih označb in turistične signalizacije, nadgradijo se obstoječe spletne strani s centralnim rezervacijskim sistemom, ciljno segmentacijo in dodatnimi ažurnimi turističnimi informacijami.
11. Vzpostavlja **ustrezno socialno in zaposlitveno politiko, sofinancira in vzpodbuja usposabljanje in izobraževanje na področju deficitnih poklicev v turizmu, spodbuja zaposlovanje ljudi v turistični dejavnosti v občini Trebnje** iz lokalnega okolja, širšega regijskega področja in celotne Slovenije in vpliva na ugodne življenjske razmere lokalnega prebivalstva. **Organizira izobraževalne delavnice in seminarje za vse nivoje že aktivnih turističnih delavcev**, s katerim bo omogočeno nadgrajevanje znanja in osveženosti o pomenu uveljavljanja ekoloških principov v turizmu širšemu krogu turističnih delavcev.
12. **Spodbujanje sonaravnega podjetništva, pospeševanja in vzpodbujanja ekološko naravnanih turističnih projektov, spodbujanje podjetnikov za ekološko sprejemljivo gospodarjenje in investiranje v ekološke razvojne projekte.**
13. **Uveljavljanje mednarodnih primerljivih nacionalnih ekoturističnih standardov in kriterijev ter certifikatnih shem.**

8.7.4.2 Vloga zasebnega sektorja in medsebojna povezanost gospodarskih subjektov pri razvoju turizma občine Trebnje

Od raznolikosti in obsega ponudbe privatnega gospodarskega sektorja, ki ga tvorijo ponudniki osnovnih turističnih storitev in dopolnilne ali komplementarne turistične ponudbe je v največji meri odvisna učinkovitost in kakovost turistične ponudbe območja. Gospodarski subjekti so ključni dejavniki turističnega sistema na ponudbeni strani in torej tudi **ključni subjekti turistične organiziranosti**.

Naloge gospodarskih subjektov na turističnem območju občine Trebnje pri razvoju turizma so porazdeljene po vrstah dejavnosti gospodarskih subjektov:

I. Naloge gospodarskih subjektov in podjetnikov na področju hotelske in gostinske dejavnosti, rekreacijskih, športnih, kulturnih, poslovnih, wellness in drugih storitev :

1. izvajanje poslovno komercialnega trženja obstoječih storitev,
2. investirajo v razvoj novih potrebnih kapacitet, turističnih programov in proizvodov,
3. skrbijo za izvajanje kakovostne turistične ponudbe,
4. dodatno usposabljujejo in izobražujejo zaposlene ljudi,

5. izvajajo »PUSH« trženjske aktivnosti,
6. sodelujejo z javnim sektorjem pri trženju doma in v tujini,
7. sodelujejo z ostalimi gospodarskimi subjekti, javnim sektorjem in civilnim sektorjem pri oblikovanju integralnih novih, konkurenčnih turističnih programov, proizvodov in paketov namenjenim končnim potrošnikom.

II. Ponudniki dopolnilnih storitev in izdelkov (domača obrt, prevozniki, servisne storitev :

1. sooblikujejo celovito integralno turistično ponudbo občine Trebnje,
2. sodelujejo s ponudniki osnovnih turističnih storitev pri oblikovanju turističnih programov in proizvodov,
3. nastopajo pri trženju integralne turistične ponudbe občine Trebnje.

III. Organizatorji potovanj in turistične agencije

1. oblikujejo in tržijo turistične pakete in potovanja z ostalimi gospodarskimi subjekti in podjetniki kot »dobavitelji« sestavnih delov za pakete,
2. izvajajo trženjske aktivnosti do končnih potrošnikov.

Predlaga se, da zasebni sektor upošteva, čim več spodnjih priporočil, kajti le na ta način, bo imel več možnosti do različnih virov financiranja (lokalnih, državnih, evropskih)

Priporočila zasebnemu sektorju Quebeške deklaracije o ekoturizmu so naslednja²¹ :

1. Ekoturistično podjetje bo trajnostno le, če bo dobičkonosno za vse vpletene zainteresirane, vključno z lastniki projektov, vlagatelji, vodjami in zaposlenimi, kot tudi za skupnosti in organizacije za varovanje naravnih območij, kjer se odvijajo;
2. Gospodarski subjekt naj se razvija in vodi s čim manj negativnimi vplivi in s pozitivnim prispevkom za ohranitev občutljivih ekosistemov in okolja na splošno in z neposrednimi koristmi in vključevanjem lokalne skupnosti in civilne družbe.
3. Gospodarski subjekt naj zagotovi, da bodo v zasnovo, načrtovanje, razvoj in delovanje ekoturističnih objektov vgrajena načela trajnosti, kot so zasnova občutljivih lokacij in občutek skupnosti za prostor, kot tudi ohranjanje vode, energije in materialov ter dostopnost za vse vrste prebivalstva brez razlikovanja;
4. Gospodarski subjekt naj sprejme zanesljiv certifikacijski sistem ali druge sisteme prostovoljne ureditve, kot so ekonalepke, zato da svojim možnim odjemalcem pokaže, da upošteva načela trajnostnosti in solidnost proizvodov in storitev, ki jih ponujajo;
5. Gospodarski subjekt naj sodeluje z vladnimi in nevladnimi organizacijami oz. odgovornimi za varovana naravna območja in ohranjanje biološke raznovrstnosti, in poskrbi, da se bodo ekoturistične dejavnosti izvajale v skladu z načrti upravljanja in drugimi predpisi, ki veljajo na tistih področjih, da bi se čim bolj zmanjšali negativni vplivi nanje, pri tem pa izboljšuje kakovost turističnih izkušenj in finančno prispeva k ohranjanju naravnih virov;

²¹ Vir : povzeto po Razvoj ekoturizma v Sloveniji, prispevki posvetovanj, TZS, Škocjanske jame, 2002

6. Gospodarski subjekt naj vedno bolj uporablja lokalne materiale in proizvode in tudi lokalne logistične in človeške vire pri svojih dejavnostih, zato da se ohrani celovita pristnost ekoturističnega proizvoda in poveča delež finančnih in drugih ugodnosti, ki ostanejo v ciljnem kraju. Da bi to dosegli, naj zasebni izvajalci dejavnosti vlagajo v izobraževanje lokalne delovne sile;
7. Gospodarski subjekt naj zagotovi, da bo dobavna veriga, ki se uporablja pri graditvi ekoturistične dejavnosti, v celoti trajnostna in v skladu z ravniyo trajnosti, ki je kot cilj zastavljena v končnem proizvodu ali storitvi, ki se ponuja potrošniku;
8. Naj dejavno dela s civilno družbo in lokalno skupnostjo, da zagotovi, da se tradicionalne kulture opisujejo natančno in spoštljivo in da so njihovo osebje in gostje dobro in točno seznanjeni z lokalno kulturo, običaji in zgodovino;
9. Naj spodbuja med svojimi odjemalci etično in okoljsko zavedno vedenje do obiskanih ekoturističnih ciljnih krajev, recimo z okoljskim izobraževanjem ali s spodbujanjem prostovoljnih prispevkov za podporo lokalni skupnosti ali ohranitvenih pobud;
10. Naj spodbuja ozaveščenost med celotnim vodstvom in osebjem o lokalnih, nacionalnih in globalnih okoljskih in kulturnih vprašanjih z nenehnim okoljskim izobraževanjem in podpiranjem njihovega prispevka in prispevka njihovih družin k ohranjanju, gospodarskemu razvoju skupnosti in lažšanju revščine;
11. Naj poskrbi za raznolikost svoje ponudbe z razvijanjem širokega obsega turističnih dejavnosti na danem ciljnim kraju in s širjenjem svojega poslovanja na različne ciljne kraje, zato da se razprostrejo možne koristi ekoturizma in se izogne gneči na nekaterih izbranih ekoturističnih lokacijah, s čimer se ogrozi njihova dolgoročna trajnost. V tem pogledu so zasebni nosilci dejavnosti nujno pozvani, naj spoštujejo uveljavljene sisteme za obvladovanje vpliva obiskovalcev pri ekoturističnih ciljnih krajih in prispevajo k njim;
12. Naj ustvari in razvije mehanizme financiranja za delovanje poslovnih združenj ali kooperativ, ki lahko pomagajo pri usposabljanju, trženju, razvoju proizvodov, raziskavah in financiranju ekoturizma;
13. Naj zagotovi z ustreznimi instrumenti in strateškimi povezavami pravično porazdelitev finančnih koristi od prihodka od ekoturizma med mednarodnimi, domačimi in tujimi organizatorji potovanj, lokalnimi izvajalci storitev in lokalnimi skupnostmi;
14. Naj oblikuje in izvaja usmeritve podjetja za trajnost, zato da se bodo uporabljale v vsakem delu njegovega poslovanja.

8.7.4.3 Vloga civilno pravnih organizacij pri razvoju turizma destinacije Trebnje

Sektor civilno pravnih organizacij vključuje Turistična društva občine Trebnje, športna, kulturna, planinska, vinarska društva in drugi, ki smo jih identificirali na I.delavnici in so naštetih pod točko 1.2.

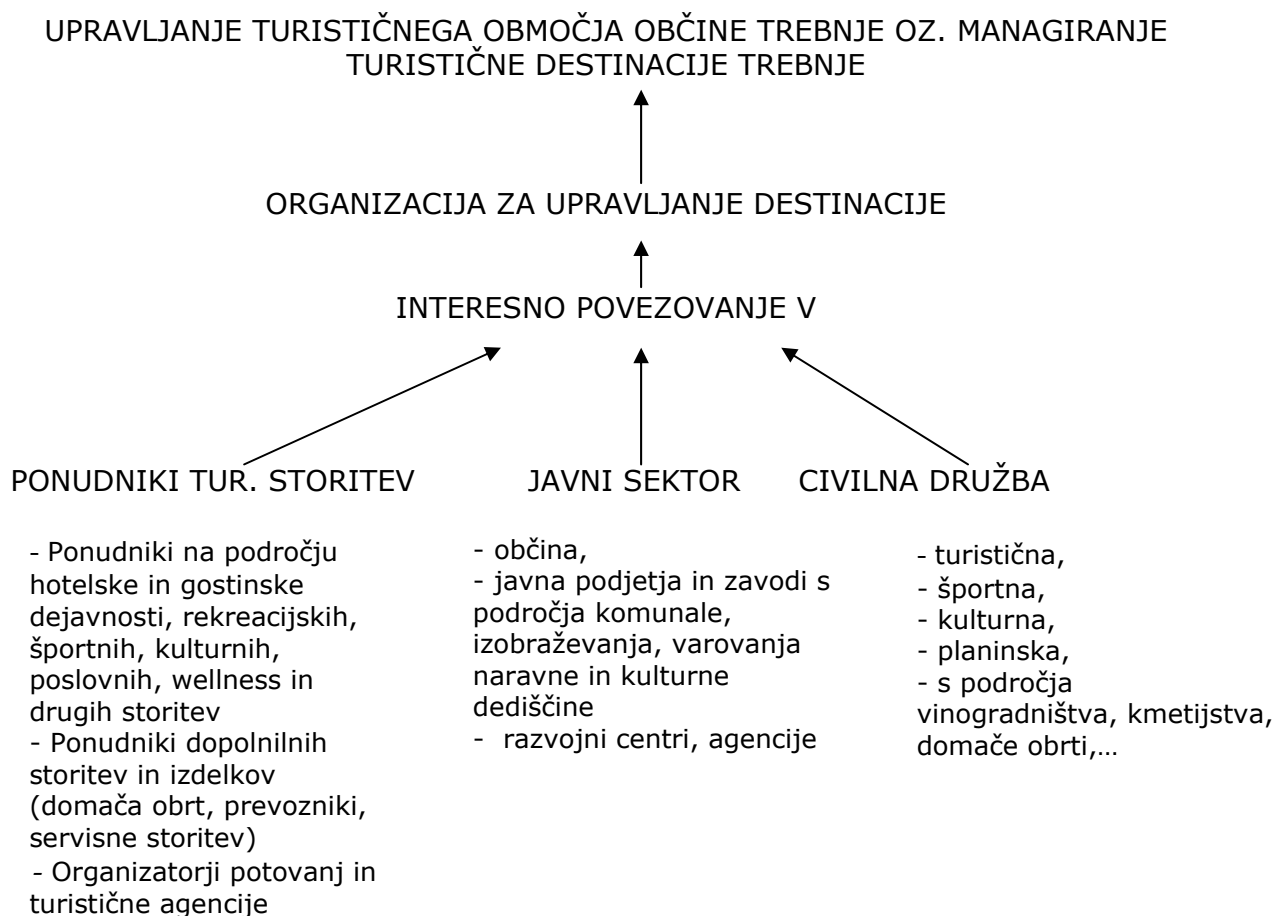
Vloga in dejavnost civilno pravnih organizacij v občini Trebnje je:

1. spodbujanje domačega prebivalstva za sodelovanje pri pospeševanju razvoja turizma s poudarkom na ekoturizmu z raznimi akcijami, tekmovanji in urejanjem okolja,

2. akcije na področju ohranjanja kulturne in naravne dediščine, običajev ter urejanju okolja,
3. olepševanje krajev,
4. organiziranje nekaterih tipičnih prireditev v svojem okolju ali sodelovanje pri določenem delu prireditev z drugimi dejavniki,
5. akcije ozaveščanja mladih za turizem s poudarkom na ekoturizmu,
6. razvijajo »prve zametke turizma/ekoturizma« v turistično nerazvitih krajih,
7. izvajanje nekaterih promocijskih aktivnosti v kraju,
8. izvajanje dejavnosti Turistično informacijskega centra v dogovoru z občino in turističnim gospodarstvom,
9. prodaja spominkov, ribolovnih dovolilnic, vstopnic, vozovnic, ipd.,
10. izposoja rekvizitov za rekreacijo in sprostitvev,
11. založništvo promocijskih materialov,
12. povezovanje s sorodnimi društvi v drugih občinah, regijah (državno in mednarodno) in spodbujanje povezovanja proizvodov,
13. gostinska dejavnost v določenem obsegu v skladu s zakonodajo
14. ustrezno sodelovanje z javnim in zasebnim sektorjem ter pri tem zagotavljanje informiranja javnosti o razvoju in upravljanju ekoturizma,
15. sodelovanje z znanstveno raziskovalnimi institucijami, drugimi nevladnimi organizacijami za razvoj rešitev za ekoturizem
16. vključevanje ekoturizma v programe aktivnosti.

8.7.5 Organiziranost turizma na območju občine Trebnje oz. »destinacijski management«

Organiziranost turizma v občini Trebnje se oblikuje po načelu partnerstva javnega, zasebnega sektorja ter civilne družbe in konceptom upravljanja turističnega območja, ki temelji na svobodnem interesnem povezovanju ponudnikov turističnih storitev, javnega sektorja in civilne družbe pri skupnem načrtovanju, oblikovanju in trženju celovite turistične ponudbe turističnega območja. Prikazuje spodnja skica:

Slika 4 : Organiziranost turizma v občini Trebnje**8.7.5.1 Poslanstvo in cilji »organizacije za upravljanje destinacije«**

Poslanstvo organizacije, ki bo upravljala z destinacijo (najbolj primerno destinacijsko management organizacijsko strukturo za občino Trebnje se opredeli na podlagi preučitve različnih možnih organizacijskih oblik in primerov dobre prakse pri nas in tujini) je, da povezuje ponudnike turističnih storitev, javni sektor, turistična društva ter druge s turizmom povezane akterje ter vzpodbuja in usklajuje njihove aktivnosti na področju:

- razvojnih projektov za oblikovanje novih turističnih proizvodov, integralnih turističnih proizvodov, vključno s turistično infrastrukturo
- oblikovanja, promocije in trženja celovite turistične ponudbe, predvsem pa manjših turističnih ponudnikov
- razvoja in organizacije sistema informiranja
- razvoja in vzdrževanja centralnega informacijskega in rezervacijskega sistema,
- koordinacija, organizacije prireditvev in drugih dogodkov,
- upravljanja s turistično infrastrukturo, predvsem nadzorovanja in trženja javne turistične infrastrukture

- usklajevanja aktivnosti turističnih društev in drugih društev (planinskih, športnih, kulturnih,...), ki se neposredno ali posredno povezujejo s turistično dejavnostjo na območju občine Trebnje,
- izobraževanja in usposabljanja turističnih ponudnikov,
- skrbništva uresničevanja zastavljenih ciljev in aktivnosti iz sprejete strategije razvoja turizma občine Trebnje.

S povezovanjem in sodelovanjem s subjekti na območju občine Trebnje omogoča turističnemu gospodarstvu, kot tudi civilni družbi lažje uresničevanje svojih interesov in razvoja na lokalni ravni. S sodelovanjem z organizacijami in sorodnimi institucijami (RTO, STO, TZS, OZS, GZS,...) na regionalni in nacionalni ravni pa učinkovitejši vpliv na oblikovanje regionalnih in nacionalnih programov na področju turistične dejavnosti.

Cilji »organizacije za upravljanje destinacije« so :

- zagotoviti kakovost in trajno uspešno trženje in konkurenčnost turistične ponudbe turistične destinacije z uresničevanjem zastavljenih ciljev in aktivnostih sprejetih v strategiji razvoja turizma občine Trebnje,
- izboljšati sedanjo organiziranost turistične dejavnosti turistične destinacije,
- vzpostaviti načrtno in tvorno sodelovanje javnega, zasebnega in civilnega sektorja pri oblikovanju celovite in kakovostne turistične ponudbe turistične destinacije,
- oblikovati strokovno javnost, ki bo nastopala kot pomemben partner pri oblikovanju lokalnih, regionalnih in nacionalnih programov na področju turistične dejavnosti,
- spodbujati s turizmom povezano podjetništvo.

8.7.5.2 Organizacijska oblika »organizacije za upravljanje destinacije«

Predlog zakona o spodbujanju razvoja ne predpisuje organizacijske oblike nosilca spodbujanja razvoja turizma. Odločitev o organiziranosti turizma na lokalni ravni prepušča lokalnim skupnostim.

Pri organiziranosti in aktivnem članstvu se je priporočljivo izogibati monopolni ali oligopolni naravnosti upravljanja in odločanja v organih »organizacije za upravljanje destinacije« (da jo torej obvladuje izključno en sam prevladujoč subjekt – bodisi občina ali podjetje). Bistveno pri organiziranosti turizma na nekem območju je ko-operativni pristop k aktivnostim razvoja turizma na območju kot celoti. Notranja organiziranost »organizacije za upravljanje destinacije« območja mora biti tržno in ne administrativno naravnana. Prilagojena mora biti načrtu trženja in razvoja turizma na območju, predvsem pa potrebam ciljnih trgov /segmentov gostov in načinom za njihovo zadovoljevanje.

Možne pravno organizacijske oblike :

- **javni zavod** (najbolj pogosta oblika pri nas)
- **javni gospodarski zavod** (primer Slovenska turistična organizacija)
- **konzorcij ali gospodarsko interesno združenje** (vedno pogostejša oblika v Evropi)

- pravna organizacijska oblika, ki vzpostavlja učinkovit model **javnega in zasebnega partnerstva**. Ta način upravljanja predvideva nova zakonodaja na področju javnega in zasebnega partnerstva in sicer skozi oblike pogodbenega ali statusnega partnerstva, pri čemer ima lahko partnerstvo naravo **koncesije** in/ali **javnega naročniškega razmerja/partnerstva**.

Ne glede na pravno organizacijsko obliko, mora biti poslanstvo »organizacije za upravljanje destinacije«, da vzpostavi načrtno in tvorno sodelovanje javnega, zasebnega in civilnega sektorja pri oblikovanju celovite in kakovostne turistične ponudbe turistične destinacije, da zastopa enakovredno interesi posameznega sektorja, kar pomeni, da organizacijo tudi sofinancirajo in imajo od nje koristi.

8.7.5.3 Viri financiranja »organizacije za upravljanje destinacije«

Vire financiranja bi lahko razdelili na vire financiranja iz :

- **občinskega proračuna** (namenski vir: turistična taksa)
- **turističnega gospodarstva**
- **lastni prihodki**, ki obsegajo prihodke iz lastne pridobitne dejavnosti kot je:
 - a.) trgovina, ki obsega storitve (prodaja storitev turističnih ponudnikov, prodaja pripravljenih programov npr. izleti, organizirane delavnice,..., prodaja oglasnega prostora v orodjih tržnega komuniciranja, pridobivanje nepovratnih sredstev iz EU in državnega proračuna na podlagi prijav na javne razpise,...),
 - b.) blago (spominki, predvsem izdelki domače in umetnostne obrti, zemljevidi, vodniki, razglednice, in drugo nepokvarljivo blago, ki je značilno za območje občine Trebnje)
 - c.) sponzorji, darila, donacije

8.7.5.4 Aktivnosti/naloge »organizacije za upravljanje destinacije« po področjih delovanja

Osnovna naloga »organizacije za upravljanje destinacije« je seveda upravljanje turističnega območja občine Trebnje oz. managiranje turistične destinacije Trebnje z uresničevanjem zastavljenih ciljev in aktivnosti sprejete strategije razvoja turizma občine Trebnje.

Aktivnosti/naloge po posameznih področjih :

a.) Aktivnosti na področju svetovanja in usposabljanja :

- o nudenje strokovno pomoči turističnemu gospodarstvu pri razvoju nove turistične ponudbe,
- o sodelovanje s srednje, višje in visokošolskimi izobraževalnimi ustanovami s področja turizma in drugimi izobraževalnimi ustanovami in organizirati

izobraževanja (jezikovni tečaji, računalništvo, komuniciranje s strankami, ipd.),

- o spodbujati delovanje interesnih dejavnosti s področja turizma v osnovnih šolah (turistični krožki),
- o usposabljanje kadre,
- o izvajati odlok o lokalni turistični vodniški službi in voditi usposabljanja za pridobivanje licenc za lokalne vodnike,
- o organizirati izobraževalne delavnice in seminarje za vse nivoje že aktivnih turističnih delavcev, s katerim bo omogočeno nadgrajevanje znanja in osveščenosti o pomenu uveljavljanja ekoloških principov v turizmu širšemu krogu turističnih delavcev.

b.) Aktivnosti na področju raziskav, tržnih analiz, razvojnih strategij :

- izvajati Strategijo razvoja turizma občine Trebnje,
- zbirati, analizirati mesečno turistični promet v občini, po potrebi mesečno posredovati skupne podatke Statističnemu uradu Republike Slovenije,
- zbirati, analizirati in posredovati letne informacije o turističnem prometu, tržnih trendih, priložnostih, konkurenci, razvoju in pomenu turizma v slovenskem gospodarstvu, ki predstavljajo informacijsko podporo za strateško načrtovanje in oblikovanje letnih politik turističnih in drugih subjektov na vseh ravneh in področjih delovanja,
- pridobivati podatke o razvoju in trženju proizvodov v konkurenčnih državah,
- sodelovati pri oblikovanju lokalnih, regionalnih in nacionalnih programov turistične dejavnosti.

c.) Aktivnosti na področju razvoja :

- oblikovati nove celovite integralne turistične proizvode, programe,
- izdelati strategijo trženja in orodij tržnega komuniciranja na podlagi strateških marketinških usmeritev razvojne strategije,
- izdelati CGP in vzpostaviti blagovno znamko turistične destinacije Trebnje
- sodelovati pri in vzpodbujati razvoj novih blagovnih znamk (eko) na turističnem območju Trebnje ,
- sodelovati pri skupnih projektih sosednjih občin, regije in države in čezmejnih projektih
- aktivno sodelovati z razvojnimi projekti pri pridobivanju državnih in evropskih sredstev

d.) Aktivnosti na področju promocije in trženja turističnega območja Trebnje :

- posodabljanje, nadgrajevanje in izdelovanje nova orodja tržnega komuniciranja, ki morajo biti predvsem tržno naravnava,
- v sodelovanju s partnerji sodelovati na turističnih sejnih, predstavitev in drugih promocijskih dogodkih,
- obveščati širšo in strokovno javnost o obstoječi turistični ponudbi in novostih z obvestili za javnost,
- pospeševati prodajo s sodelovanjem na tako imenovanih delavnicah, workshopih, sprejemati turistične agente oz. organizatorje potovanja,...
- aktivno tržiti turistične proizvode in programe

e.) Aktivnosti na področju informacijskega sistema

- delovanje informacijskega centra,
- izdelati enotno vsebinsko in oblikovno zasnovo turistično obvestilne in usmerjevalne signalizacije,
- nadgrajevati vzpostavljen internetni spletno stran s rezervacijskim sistemom, s možnostjo nakupa turističnih programov in storitev,
- vzpostaviti in skrbeti za informacijske točke pri turističnih ponudnikih,
- redno distribuirati material po občini in sosednjim razvitim turističnim destinacijam,
- vključevati se v druge turistično informacijske portale,
- izdelovati tiskan informacijski material.

f.) Aktivnosti na področju koordinacije in organizacije prireditev in drugih dogodkov :

- koordinirati prireditelje,
- izdelovati mesečne in letne koledarje prireditev občine Trebnje,
- pripraviti pravilnik o sofinanciranju turističnih prireditev, izvajati z objavo enkrat letno javnega razpisa o sofinanciranju turističnih prireditev in drugih dogodkov v občini Trebnje,
- spodbujati vključevanje prireditev v programe turističnih ponudnikov,
- stalno informirati javnost o prireditvah.

g.) Aktivnosti na področju upravljanja z objekti turistične infrastrukture (javna infrastruktura):

- sodelovati pri izbiranju najprimernejših skrbnikov javne turistične infrastrukture, ki se ne trži (kolesarske poti, pohodniške poti, tekaške steze,...),
- komunicirati, predstavljati, tržiti in vključevati v oblikovanje turističnih proizvodov in programov skrbnike, upravjalce, koncesionarje javne turistične infrastrukture, naravnih in kulturno-zgodovinskih znamenitosti.

8.8 Viri financiranja izvajanja strategije razvoja turizma občine Trebnje

Za izvedbo predvidenih investicijskih projektov in aktivnosti za razvoj turizma v občini Trebnje je potrebno zagotoviti primerne vire financiranja, ki zajemajo:

1. Obstoječe razpoložljive vire financiranja v Sloveniji in EU:

- bančne,
- javne,
- investicijske sklade in sklade tveganega kapitala,
- zasebne vire (domači in tuji investitorji, investicijske družbe, posamezniki, ipd.),
- finančne programe iz Strukturnih skladov EU, komunitarni programi (Interreg, Equal, Leader) idr.,
- mednarodne in bilateralne finančne programe, namenjene spodbujanju podjetništva, razvoju turizma, varstvu naravne in kulturne dediščine idr.

sektorjev, povezanih s celostnim urejanjem turizma (npr. transportne, komunalne infrastrukture, promocije).

Ti viri se med seboj razlikujejo glede namembnosti investiranja, glede nosilcev turističnih investicij, pričakovane stopnje donosa na vloženi kapital in drugih finančnih kriterijev ter po drugih splošnih in posebnih kvalitativnih ter kvantitativnih pogojih, ki jih morajo izpolniti razvojni projekti oz. investitorji/nosilci za pridobitev sredstev (kot npr. cilji sektorskih politik, cilji na bilateralni ravni, cilji mednarodnih programov). Predpogoj pridobitve tovrstnih sredstev so vsaj izdelan poslovni načrt, študija izvedljivosti in urejena lastniška razmerja, razpoložljivost z gradbeno-lokacijsko dokumentacijo ter v veliki meri tudi zmožnosti in spodobnosti investitorjev za trajnostno financiranje ter upravljanje investicij.

a) Bančni viri

Banke že sedaj ponujajo več možnosti kreditiranja turističnih razvojnih projektov pod določenimi kriteriji in pogoji, kot so npr. stopnja donosnosti na kapital, obseg investicije, obseg in vrste vložkov investitorjev idr. Pričakovati je, da se bo bančni trg zaradi vstopa konkurence iz trgov EU še bolj približal in odprl za investitorje v Sloveniji, še posebej, če bo ustrezno obliko sodelovanja z lokalnimi bankami možno skleniti z eno ali večimi podjetji ali javnimi inštitucijami.

b.) Javni viri

Gre za razvojne spodbude ministrstev, ki se posredno ali neposredno nanašajo na razvoj turizma v obmejnih regijah. Takšne razvojne spodbude že sedaj, v prihodnje v okviru strukturnih in drugih sredstev Evropske unije pa še bolj, omogočajo resorna ministrstva, kot so:

- Ministrstvo za gospodarstvo (za turizem in podjetništvo),
- Ministrstvo za promet (za ureditev tematskih poti in urejanje prometne problematike v povezavi s turizmom - npr. kolesarske poti, panoramske poti idr.),
- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (za investicije v dopolnilne dejavnosti na kmetijah, za dejavnosti kmečkih društev, za investicije v okolju prijaznejše kmetovanje in s tem trajnostni turizem),
- Ministrstvo za kulturo (za prenavo kulturnih spomenikov v povezavi z regionalnim razvojem in trajnim zagotavljanjem varstva in razvoja kulturne dediščine),
- Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve ter Ministrstvo za šolstvo (za izobraževalne in zaposlitvene projekte na področju turizma),
- Ministrstvo za okolje in prostor (za npr. učinkovito porabo energije v turističnih objektih, za sofinanciranje dejavnosti na naravnih zavarovanih območjih) ter
- Služba vlade za regionalno politiko v okviru sredstev za spodbujanje čezmejnega sodelovanja (program Interreg) in demografsko ogroženih območij (Javni sklad za razvoj podeželja Ribnica).

c.) Investicijski skladi in skladi tveganega kapitala

Skladi tveganega kapitala in investicijski skladi so primerna oblika sofinanciranja razvoja v primeru večjih projektov z učinki na ravni celotne občine, več občin in širše regije, v katere se lahko vključuje tudi občina Bovec zaradi svoje ugodne tranzitne in obmejne lege. Podobno, kot to velja za druge vire sredstev, imajo tudi skladi svojevrstne pogoje in kriterije za sofinanciranje razvojnih sredstev, ki jih je potrebno proučiti. Občina lahko v sodelovanju z različnimi partnerji tudi v teh primerih z ustreznimi projektnimi predlogi zastopa interese povezanih razvojnih partnerjev ali pa se v prizadevanjih, da bi ti skladi bili zainteresirani za investiranje v turistične projekte lahko poveže z drugimi nosilci razvoja v občini in regiji in jim nudi podporo.

d.) Zasebni viri

Lastni viri financiranja zasebnikov in gospodarskih družb so med najpogostejšimi viri zagotavljanja zagona in rasti poslovanja turistične dejavnosti in za ureditev najosnovnejše turistične infrastrukture in opreme. Je pomemben vir financiranja. Od zmožnosti in sposobnosti financiranja posameznikov in podjetij je velikokrat odvisen tudi obseg financiranja iz drugih virov. S posebnimi ugodnostmi pri npr. davčni oz. prostorski politiki občine je mogoče pozitivno vplivati tudi na dodatne spodbude zasebnega sektorja v razvoj turizma in turistične infrastrukture območja.

e.) Finančni programi iz Strukturnih skladov EU, komunitarni programi (Interreg, Equal, Leader, CARDS) idr.

V okviru razširjene Evropske skupnosti se tudi Sloveniji odpira paleta več različnih finančnih programov, ki so za različna področja dosegljiva za javni in zasebni sektor iz Slovenije. Pogoj za pridobitev teh sredstev pa je sposobnost pripraviti projektno dokumentacijo in obvladovanje zapletenih postopkov prijav na razpise, pri čemer lahko občina omogoči vsem zainteresiranim t.i. tehnično pomoč svetovanja pri pripravi dokumentacije za pridobivanje sredstev za razvojne projekte na področju turizma. Potrebno je tudi vedeti, da imajo programi EU vrsto različnih namenov (npr. program Equal za zagotavljanje enakih možnosti spodbuja predvsem vključevanje žensk in invalidov na trg delovne sile) in da je zato za potrebe turističnega razvoja potrebno ustrezno razvrstiti projekte, da lahko kandidirajo za različna sredstva.

Med največjimi priložnostmi občine iz teh programov so sredstva Evropskih strukturnih skladov za regionalni razvoj za spodbujanje razvoja turističnih destinacij, ki je že (bil) aktualen in bo še enkrat ponovno razpisan v letu 2007. Priložnost nudi tudi program čezmejnega sodelovanja Interreg III A s sosednjo Avstrijo in Italijo pa tudi skozi program Leader, namenjen razvoju podeželja.

f.) Mednarodni in bilateralni finančni programi, namenjeni spodbujanju podjetništva, razvoju turizma, varstvu naravne in kulturne dediščine idr. sektorjev povezanih s celostnim urejanjem turizma (npr.: promocije, izobraževanju, izmenjave informacij in znanj ...).

Podobno kot velja za programe EU, velja tudi za programe in vire financiranja iz drugih mednarodnih organizacij in bilateralnih programov, ki so navadno namenjeni specifičnim vsebinam. Tudi v teh primerih je pogoj projektna

dokumentacija z jasno izraženimi cilji, rezultati, aktivnostmi in potrebnim minimalnim deležem lastnega sofinanciranja (navadno 25 %) ter soudeležba več partnerjev.

V to kategorijo sredstev se uvrščajo tudi razpisane nagrade in natečaji, štipendije, programi tujih vlad (bilateralni programi npr. Italije in Slovenije) ter vrsta t.i. skladov oz. fundacij, ki delujejo na različnih koncih sveta z različnim poslanstvom.

2. Nove možne oblike financiranja:

- namenske finančne sheme financiranja,
- javno-zasebna partnerstva za izvajanje razvojnih investicijskih projektov.

a.) Javno in zasebno partnerstvo pri financiranju razvojnih naložbenih projektov v turizmu

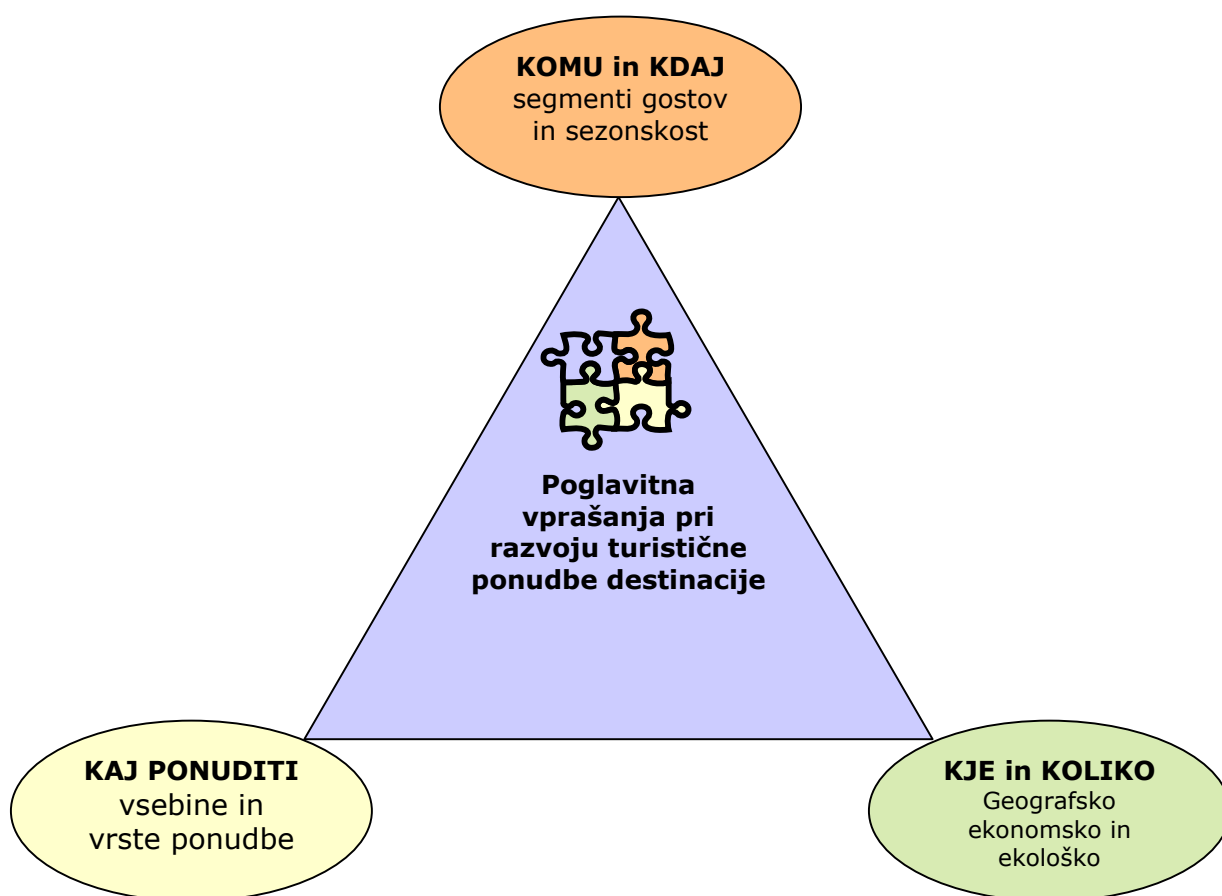
Iz javnih sredstev se lahko zagotovi financiranje za razvoj trajnostnega turizma nujne infrastrukture (ceste, kanalizacijski sistemi, tematske poti, promocijski materiali ...). Iz zasebnih virov pa se financirajo investicije v izgradnjo manjših penzionov, gostinskih lokalov in ponudbe pa tudi prenove objektov za turistične namestitve in vsebinska/programska ponudba. Takšna oblika financiranja je še zlasti primerna za investicije v turistične kmetije, kjer npr. Ministrstvo za kmetijstvo gozdarstvo in prehrano sofinancira prenovo kmetijskih objektov za namene razvoja dopolnilnih dejavnosti, kakršna je turizem.

V primeru večjih in pomembnejših investicijskih projektov, ki pozitivno vplivajo na širši razvoj turizma v destinaciji, kjer občina lahko zagotavlja zemljišče in ureditev prostorske dokumentacije ali tudi komunalne infrastrukture za določen projekt pa je možna tudi varianta javno-zasebnega partnerstva na način, da občina vloži v projekt (oz. skupno kapitalsko družbo-investitoriko) prostorsko (opcija: in komunalno urejeno) zemljišče zasebni kapital pa potrebna dodatna sredstva za zaključitev finančne konstrukcije z lastniškim kapitalom sredstev (ponavadi cca. 40% celoten vrednosti projekta vključno z zemljiščem predstavljajo lastniški viri financiranja). Preostala potrebna sredstva za zaključitev celotne finančne konstrukcije projekta pa se zagotovijo s strani dolgoročnih bančnih kreditnih virov (dolžniški kapital ponavadi predstavlja cca. 60% vrednosti celotnega naložbenega projekta) kot kredit skupni javno-zasebni kapitalski družbi investitoriki. Takšen način razvojnega financiranja naložb po modelu javno-zasebnega partnerstva bi v primeru Bovca lahko primeren za projekt Wellness Resorta ali projekta apartmajskega naselja s programsko ponudbo.

9. STRATEŠKE USMERITVE TRŽENJA TURISTIČNE PONUDBE V OBČINI TREBNJE

Strateške odločitve razvoja turistične ponudbe oziroma priprave turističnih proizvodov so povezane predvsem z odgovori na naslednja vprašanja :

Slika 5 : Poglavitna vprašanja pri razvoju turistične destinacije



Na poglavitna vprašanja pri razvoju turistične ponudbe destinacije bomo odgovorili v nadaljevanju s opredelitvijo obstoječih in predlaganih turističnih proizvodov, s segmentacijo, opredelitvijo geografsko in vsebinsko turističnih con ali središč in strateškim pozicioniranjem turistične ponudbe.

9.1. Opredelitev obstoječih in potencialnih turističnih proizvodov

Pred opredelitvijo obstoječih in potencialnih turističnih proizvodov bomo najprej na kratko obrazložili pojmovanje turističnega proizvoda in omejitvene dejavnike »klasičnega« in ekoturističnega proizvoda.

9.1.1 Opredelitev pojma turistični proizvod in omejitveni dejavniki »klasičnega« turističnega proizvoda in ekoturističnega proizvoda

Kaj je turistični proizvod ?

»Turistični proizvod pomeni neko vsebinsko zaokroženo celoto posameznih primarnih in sekundarnih delov turistične ponudbe, namenjeno določeni skupini turistov (športnikom, starejšim ljudem ali seniorjem, družinam, avanturistom, znanstvenikom,...). Turistični proizvod lahko oblikujejo lokalne turistične organizacije (ki ga na turističnem trgu samo promovirajo kot vsebinsko zaokroženo celoto,... ali pa ga ponudijo kot turistični paket/program po enotni ceni), turistične agencije (ki ga na turističnem trgu ponudijo kot turistični program/paket po enotni ceni) ali neposredni ponudniki delnih turističnih storitev (ki ga na turističnem trgu samo promovirajo kot vsebinsko zaokroženo celoto,) ali pa si ga sestavijo turisti sami, kot program, tako da si sami organizirajo prevoz, nastanitev, izberejo obliko rekreacije, obišejo galerijo, muzej,...)«. ²²

Omejitveni dejavniki »klasičnega« toda »trajnostnega« turističnega proizvoda

Oblikovanje turističnega proizvoda pa je odvisno na eni strani od razpoložljivih zmogljivosti, primarnih kot so naravne danosti, kulturno-zgodovinska in etnološke dediščina in sodobne ustvarjalnosti in sekundarnih kot so gostinsko-nastanitvene zmogljivosti, turistične agencije, kolesarske steze, prometna ureditev,... in na drugi strani od obsega povpraševanja. Poleg zgoraj naštetih dejavnikov pa je pri oblikovanju potrebno upoštevati tudi vse zakonitosti trženja, kar pomeni da :

- mora oblikovalec turističnega proizvoda najprej poznati obseg in vsebino turističnega povpraševanja oz. mednarodne trende turističnega povpraševanja,
- mora oblikovati tak proizvod in po taki ceni, da bo določena skupina turistov z njim zadovoljna, torej mora poznati lastnosti, obnašanje, zahteve posamezne skupine turistov za katere oblikuje proizvod,
- bo s prodajo proizvoda ustvaril dobiček in,
- okolje, v katerem bodo turisti preživljali počitnice, pri tem ne bo ogroženo, kar pomeni, da mora biti razvoj usklajen in načrtovan skladno z realnimi možnostmi in sprejemljivostjo fizičnih, ekonomskih in socialnih elementov okolja, mora biti uravnotežen, saj le tako zagotavlja dolgoročno izkoriščanje in uporabo lokalnih potencialov in pri tem njihovo varovanje za prihodnje generacije . ²³

²² Vir : povzeto po D.Zorko, Uvod v turizem, Zavod RS za šolstvo, Ljubljana, 1999, str.114

²³ Vir : ibid

Omejitveni dejavniki ekoturističnega proizvoda

Glede na to, da je strateška usmeritev razvoja turizma občine Trebnje v ekoturizmu, je pri oblikovanju turističnih proizvodov potrebno, poleg zgoraj navedenih dejavnikov, upoštevati tudi dejavnike, ki vplivajo na razvoj turističnega proizvoda, ki je okolju prijazen in trajnosten oz. ekoturističnega proizvoda.

Pri razvoju ekoturističnega proizvoda Svetovna turistična organizacija (WTO) predlaga naslednje usmeritve in priporočila²⁴ :

- **VAROVATI IN UREJATI OKOLJE** :oblikovan ekoturistični proizvod mora prispevati k varovanju in boljši urejenosti območij ter k trajnostnemu razvoju ekonomskega in socialnega okolja,
- **ANIMIRATI AKTERJE** :pri oblikovanju ekoturističnega proizvoda moramo vključevati, koordinirati in animirati vse vpletene akterje z namenom oblikovanja celovitega integralna ekoturističnega proizvoda
- **PROSTORSKO NAČRTOVATI V DUHU MINIMIZIRANJA VPLIVOV NA OKOLJE** :njegovo načrtovanje mora vključevati prostorsko načrtovanje, ki mora vsebovati jasne in striktne kriterije prostorskega coniranja, upoštevati mejne zmogljivosti okolja in načrtovati takšno infrastrukturo, ki minimizira vse negativne vplive na naravno in kulturno okolje v katerem se izvaja,
- **OPREDELITI UPRAVLJALCA** :jasno mora biti upravljanje ekoturističnih proizvodov,
- **ZAGOTAVLJATI ZADOSTNO KOLIČINO INFORMACIJ**: uporabniki, kupci ekoturističnih proizvodov morajo biti dobro, podrobno informirani pred in med potovanju, na razpolago morajo imeti različna orodja tržnega komuniciranja (tiskani promocijsko-informativni material, internetna predstavitev, zemljevidi, vodniki,...), prav tako morajo biti ekoturistični proizvodi opremljeni s usmerjevalno in obvestilno turistično signalizacijo in »urbano arhitekturo« (koši, počivališča, javne sanitarije,...),
- **ZAGOTAVLJATI IZOBRAŽEVALE IN PREDSTAVITVENI PROMOCIJSKO-INFORMATIVNI MATERIAL**: Promocijsko-informativni material mora poleg informacij o gostinsko-turistični ponudbi vsebovati tudi izobraževalne vsebine kot so npr. opis flore, faune, geologije, zgodovine, običajev,...Priporočeno je tudi da vsebuje informacije kaj je zaželeno in kaj je prepovedano v destinaciji obiska, predvsem zaradi kredibilnosti ponudnika ekoturističnega proizvoda in v izogib zlorabam tistih, ki želijo preprosto ponuditi nekaj »trendovskega«,
- **PRODAJATI RESNIČNO IZKUSTVO** :Izvajanje promocije in marketinga naj bo v skladu z zvrstjo in pristnostjo turistične ponudbe, ki jo ekoturističnih proizvod predstavlja.
- **PRIPRAVLJATI PROGRAME ZA MANJŠE SKUPINE TURISTOV** :v splošnem, ni pa pravilo, naj bi bili turistični proizvodi namenjeni malim organiziranim skupinam, ki jih vodijo mala specializirana turistična podjetja na lokalni ravni, lahko pa ekoturistične izlete in potovanja, organizirajo tudi tuja turistična podjetja različnih velikosti, vendar praviloma za male skupine turistov,

²⁴ Vir :povzeto po The world Ecotourism Summit, final report, WTO in UNEP, Quebec city, Canada, 2002 in dr.M.Košćak, Turistične gozdne poti in varstvo narave, posvet, Pocarjeva domačija, Radovna, 2004

9.1.2 Opredelitev obstoječih in potencialnih turističnih proizvodov

Osnovna opredelitev turističnih proizvodov temelji na :

- opredelitvi obstoječih turističnih proizvodov v občini Trebnje,
- novih turističnih proizvodih, ki imajo resurse in realen turistični potencial,
- zaznanih mednarodnih trendih turističnega povpraševanja,
- primerjalni analizi domače (območje Škofja Loke) in tuje turistične destinacije (območje Wachau).






Turistični proizvodi so grupirani po posameznih zvrsteh turizma (glede na motiv, dolžino bivanja, starost gostov in lokacijo oz. ciljno območje gosta). Turistična infrastruktura kot so gostinsko-nastanitvene zmogljivosti, športna infrastruktura in druga turistična infrastruktura predstavljajo osnovo na kateri temeljijo različne zvrsti turizma in turističnih proizvodov in osnova, ki skupaj z zgodbami in oblikovanimi turistični programi nudijo različna doživetja.

Opredelitev obstoječih in potencialnih turističnih proizvodov je prikazana tabelarično po posameznih zvrsteh turizma. V prvi koloni so naštetih tako obstoječi kot potencialni turistični proizvodi (velike črke) in turistični pod-proizvodi (male črke). V drugi koloni so obstoječi in potencialni turistični (pod)proizvodi obarvani glede na obstoječe, trenutno, v tretji pa glede na zeleno stanje ali stopnjo razvitosti v letu 2010.

OBSTOJEČI IN POTENCIALNI TURISTIČNI PROIZVODI	OBSTOJEČE STANJE (2005)	CILJNO STANJE (2010)
ŠPORTNI IN REKREATIVNI TURIZEM		
KOLESARJENJE		
Treking		
Gorsko		
POHODNIŠTVO		
Treking (rekreativne pešpoti, planinske poti)		
Nordijska hoja in zimska hoja		
TEK IN TRIM STEZE		
ŠPORTNO PLEZANJE		
Plezanje po naravnih stenah		
Plezanje po umetnih stenah		
GOLF		
JAHANJE		
Jahalne šole, jahanje v maneži, oskrba konj, hipoterapija		
Jahanje v naravi		
LOV		
FOTOLOV		
JAMARSTVO (ŠPORTNO)		
STRELJANJE NA GLINASTE GOLOBE		
VODNI ŠPORTI		
Plavanje, potapljanje, ...		
Rafting, kajak, kanu		
RIBOLOV		
ZRAČNI ŠPORTI		
Sportno letalstvo, jadralno letalstvo		
Jadralno padalstvo		
Zmajarstvo		
JAMARSTVO (športno, raziskovalno)		
POVRŠINE ZA IGRE Z ŽOGO (tenis, odbojka na mivki, nogomet, ...)		
TEK NA SMUČEH		
SANKANJE		
DRSANJE		
Naravno drsališče		
Umetno drsališče		
ALPSKO SMUČANJE		
LEDNO PLEZANJE		
KULTURNI TURIZEM		
STALNE IN ZAČASNE RAZSTAVE, OBISK MUZEJEV		
DELAVNICE UMETNIKOV, PISATELJEV		
KULTURNE PRIREDITVE, FESTIVALI		
KROŽNA POTOVANJA, IZLETI, TEMATSKE POTI (npr. po sledovih gradov, arheoloških najdb-železnodobna Dolenjska, romarske poti, Po poteh dediščine Dolenjske in Bele Krajine, vinske ceste...)		
NARAVNI TURIZEM		
KROŽNA POTOVANJA, IZLETI, TEMATSKE IN UČNE POTI (učna pot po dolini Temenice, Po poteh		

dediščine Dolenjske in Bele Krajine, vinske ceste ...)		
PRIREDTVINE IN ZABAVE		
ŠPORTNE, KULTURNE, ETNOLOŠKE, ZABAVNE PRIREDTVINE, PREDSTAVE		
SEJMI, TRŽNICE		
ANIMACIJA (DELAVNICE,...)		
SPROSTITEV IN ODDIH, POČITNICE		
WELLNESS, ALTERNATIVNA MEDICINA		
POČITNICE NA KMETIJI, PODEŽELJU		
DRUŽINSKE POČITNICE (pravljica dežela, pot)		
POČITNICE ZA SENIORJE		
VINO IN KULINARIKA		
VIKEND POČITNICE		
IZLETNIŠKI TURIZEM		
TRANZITNI TURIZEM (postanek na poti)		
POSLOVNA POTOVANJA		
POSLOVNA SREČANJA		
SEMINARJI MANJŠEGA OBSEGA		
BANKETI, PROTOKOLARNA SREČANJA		
MLADINSKI TURIZEM		
SOLE V NARAVI		
DELAVNICE, RAZISKOVANJA IN ODKRIVANJA		
ŠTUDIJSKI IZLETI		

LEGENDA:

	Obstoječi proizvodi, ki se tržijo
	Obstoječi proizvodi v zametkih, se ne tržijo načrtno
	Še nerazviti, potencialni proizvodi
	Ni potenciala glede na danosti
	Ekoturistični proizvodi

Glede na strateško usmeritev in strateške cilje želeno stanje predstavljajo ekoturistični proizvodi, ki naj bi uresničevali vse zgoraj navedene priporočila, usmeritve in kriterije Svetovne turistične organizacije oziroma standarde, ki bi bili postavljeni na nivoju lokalne skupnosti ali regije, države.

9.2. Opredelitev glavnih segmentov gostov

Na podlagi opredeljenih turističnih zvrsti in turističnih (pod)proizvodov smo opredelili glavne segmente gostov glede na motiv, starost in trg (geografsko). Geografski izbor oziroma segmentacija trgov temelji na :

- obstoječem obsegu turističnega povpraševanja po posameznem emitivnem trgu (zaradi nerelevantnih razpoložljivih podatkov smo upoštevali obstoječe turistično povpraševanje, ki je značilno za Slovenijo),
- bližina emitivnih trgov,
- velikosti, potencialu in trendih ciljnih emitivnih trgov,
- izboru turističnih proizvodov.

Smisel segmentacije je določiti čimbolj homogene ciljne skupine obiskovalcev, ki jih združujejo podobne karakteristike in s tem doseči boljše razumevanje obiskovalcev, ki prihajajo v destinacijo obenem pa pridobiti orodje za lažje in učinkovito tržno načrtovanje obiska in trženjsko upravljanje.

Tabela 21: Ciljni segmenti obstoječega in bodočega povpraševanja

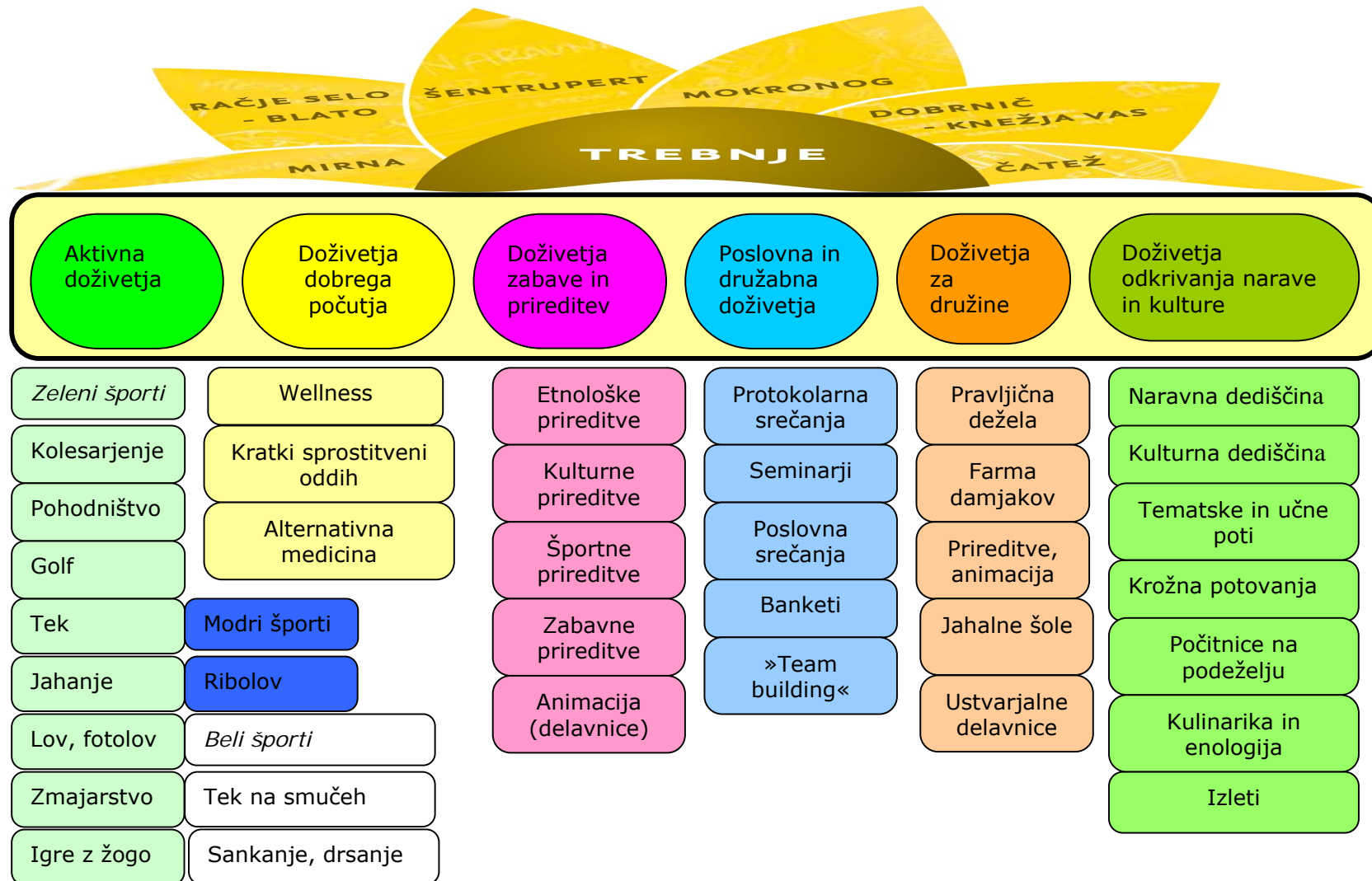
PO MOTIVU		PO STAROSTI IN STATUSU	GEOGRAFSKO
Segment	Motiv prihoda		
ŠPORTNIKI IN AKTIVNI REKREATIVCI (npr. pohodniki, kolesarji, golfisti, ljubitelji konj, jahanja in jahalnih veščin, lovci, ribiči,...)	<ul style="list-style-type: none"> - aktivno preživljanje prostega časa, - krepitev telesa in zdravja, - psihofizični počitek, - razvajanje, - doživetja narave, - spoznavanje in odkrivanje novega, - uživanje, - zabava, druženje s prijatelji, - družino, poslovnimi partnerji - statusni simbol, prestiž, - specifični hobiji (lovci na trofeje, ribiči,...) 	<p>PREDŠOLSKA MLADINA, OSNOVNOŠOLCI, DIJAKI, ŠTUDENTJE, MLADI PARI, DRUŽINE, MLAJŠI, AKTIVNI SENIORJI +50, SENIORJI, MLADI AMBICIOZNI POVZPETNIKI, PARI SREDNJIH LET, SAMSKI NAD 30 LET, ZRELI »USPEŠNEŽI«</p>	<p>SLOVENIJA, NEMČIJA, ITALIJA, HRVAŠKA, AVSTRIJA, VELIKA BRITANIJA, ČEŠKA, MADŽARSKA, SRBIJA OSTALI TRGI</p>
OBČUDOVALCI, RAZISKOVALCI NARAVNE IN KULTURNE DEDIŠČINE (raziskovalci kulturne dediščine, udeleženci kulturnih in umetniških delavnic, razstav, ljubitelji in raziskovalci narave, ljudje s specifičnimi interesi, člani kulturnih, naravovarstvenih društev in zvez, kiparji in drugi umetniki)	<ul style="list-style-type: none"> - spoznavanje dediščine in zgodovine območja, ljudi, krajev, - nova spoznanja, širjenje obzorja, - spoznavanje narave, pomembnih zgodovinskih dogodkov, legend, pravljič - odkrivanje novega in uživanje, doživljanje lepega - druženje v krogu podobno mislečih, znanci - status, - ekološka naravnost, - gibanje, sprostitvev, duševni mir, - ljubezen do živali, - specifični hobiji npr. fotografija, opazovanje rastlin, ptic,.. 		

OBISKOVALCI PRIREDITEV IN DRUGIH DOGODKOV (kulturnih, športnih, zabavnih, sejmov, ...)	<ul style="list-style-type: none"> - druženje in zabava , spoznavanje novih ljudi, - tekmovanje, navijanje, preizkušanje samega sebe, - rekreacija, krepitev telesa in zdravja, - sprostitvev, krepitev duše,... - doživljanje lepega, - tradicija
ŠTUDENTI, DIJAKI, OSNOVNOŠOLCI, VRTCARJI, TABORNIKI, SKAVTJE,...	<ul style="list-style-type: none"> - pridobivanje novih izkušenj, znanj, - spoznavanje narave, kulture, zgodovine, družbe,.. - raziskovanje, - druženje in zabava, - izobraževanje, - spoznavanje krajev, - raziskovalni tabori, - šole v naravi
POSLOVNI GOSTJE, OBISKOVALCI SEMINARJEV, USPOSABLJANJ IN DODATNIH IZOBRAŽEVANJ, UDELEŽENCI INTENZIVNIH PRIPRAV («team building«)	<ul style="list-style-type: none"> - izobraževanje, - spoznavanje novega, - sodelovanje na strokovnih dogodkih, - druženje s znanci enake stroke, - poslovna srečanja, - druženje s poslovnimi partnerji, - sklepanja novih poslov, - menjava poslovnega okolja, - spoznavanje kraja, destinacije v prostem času, - intenzivne vaje in priprava na nastope, - menjava okolja in popolna predanost delu

GOSTJE NA SPROSTITVENIH POČITNICAH IN ODDIHU (wellness gostje, alternativna medicina,...)	<ul style="list-style-type: none"> - duševna sprostitvev in psihični počitek, - umik od stresnega življenja, - sprememba okolja, - čisto okolje in neokrnjena narava, - skrb za dobro počutje, - telesna sprostitvev in počitek, - skrb za telo in zdravje, - razvajanje, - prestiž - ugodno podnebje
POČITNIKARJI (družine, seniorji, kampisti in avtodomarji,...)	<ul style="list-style-type: none"> - menjava okolja, - preživljanje prostega časa z družino v naravnem okolju, - animacija otrok, - varstvo otrok, - aktivno preživljanje prostega časa za vse člane družine, - ugodno podnebje, - mir in naravno okolje, doživljanje in spoznavanje pokrajine, domačinov, - rekreacija, - druženje in zabava, - nova doživetja, - stik z naravo, - želja po raziskovanju, - pustolovščine in dinamičnost
IZLETNIKI, TRANZITNI GOSTJE	<ul style="list-style-type: none"> - spoznavanje novih krajev, ljudi, kulturne in naravne dediščine, kulinarike, enologije, - druženje s prijatelji/družino in zabava, - doživetja in želja po raziskovanju, - nova spoznanja, širjenje obzorja, - obisk prijateljev, znancev,...

9.3. Strateško pozicioniranje in strukturiranje turistične ponudbe

Slika 6: Grafični prikaz strateškega pozicioniranja in strukturiranja turistične ponudbe



Koncept nadaljnjega razvoja je predlagana končna vsebina turistične ponudbe, način njenega predstavljanja in trženja. Na osnovi koncepta (osnovne zamisli) se bodo vodile vse aktivnosti na področju razvoja, investicij, trženja in ciljnega pozicioniranja turistične ponudbe. Na osnovi koncepta je potrebno oblikovati tudi ciljno podobo o turistični destinaciji Trebnje pri ciljnih javnostih (tako domačih kot zunanjih javnostih in turistih) in temu primerno tudi zasnovati vse tržne komunikacije.

Grafični prikaz (slika 4), predstavlja krovni koncept razvoja in trženja turistične ponudbe, strukturiranje in pozicioniranje ponudbe po vsebini in geografsko pozicioniranje ponudbe.

9.3.1 Krovno pozicioniranje turistične destinacije Trebnje

Turistična destinacija Trebnje je okolju prijazna turistična destinacija, privlačna v vseh letnih časih, primerna za enodnevni obisk ali krajši nekaj dnevni oddih. Ob valovanju gozdov, travnikov in vinorodnih gričev navdušuje s svojimi skrivnostmi, domačnostjo, samotnostjo, gostoljubnostjo in urejenostjo. V svojem objemu razvaja in nudi številna doživetja, sprostitvev in spoznavanja različnim segmentom gostom.

9.3.2 Strukturiranje in pozicioniranje ponudbe po vsebini

Ponudba destinacije je glede na koncept razvoja in trženja turistične ponudbe usmerjena k aktivnim in pasivnim doživetjem, strukturiranim v okviru naslednjih poglavitnih vsebinskih delov ponudbe, ki se medsebojno dopolnjujejo in povezujejo ter omogočajo zanimivost obiska destinacije v vseh letnih časih :

Aktivna doživetja : Turistična destinacija Trebnje in njene bogate naravne danosti nudijo izjemno pestro ponudbo športno rekreativnih aktivnosti in doživetij. Neposreden stik z naravo, krepitev telesa in duha, sprostitvev, aktivno preživljanje prostega časa omogoča vrsta aktivnosti od kolesarjenja, pohodništva, golfa, teka, jahanja, ribolova, teka na smučeh,...

Doživetja dobrega počutja : Specializirana individualizirana wellness ponudba, vezana predvsem na pristen stik z naravo in njenih resursov nudi umik od stresnega in napetega življenja, pestre možnosti razvajanja, krepitev duha in telesa. Čisto in urejeno okolje, ekološka usmerjenost, bogata, neokrnjena naravna in kulturna dediščina nudijo stik s čisto neizumetničeno naravo, z domačnostjo in prijaznostjo domačinov, iskanja in spoznavanja samega sebe.

Doživetja zabave in prireditvev :Organizirane kulturne, etnološke, športne in zabavne prireditve lokalnega, državnega in mednarodnega značaja omogočajo srečanja in druženje ljudi enakih ali podobnih interesov, preživljanje prostega časa na dinamičen, razburljiv in zabaven način, spoznavanje običajev, kulinarike in enologije ter sodobne umetnosti v prijetnem, urejenem, preprostem okolju, v družbi prijaznih in gostoljubnih ljudi.

Poslovna in družabna srečanja : Prijeten, zgodovinski ambient, odmaknjen od mestnih središč nudi možnost protokolarnih, poslovnih srečanj, izobraževanj v prijaznem, pristnem, podeželskem okolju, umaknjenem v pomirjajoče in ustvarjalno naravno okolje z zelo dobrimi prometnimi povezavami.

Doživetja za družine : doživetja pomladi in poleti nudi navdihujoča ozelenela narava, po kateri so speljane čudovite pohodniške, sprehajalne, kolesarske in druge tematske poti. Na podeželju poprimemo za kmečka dela in se srečamo z domačimi in divjimi živalmi. Običaje, zgodovino in legende spoznavamo skozi ustvarjalne delavnice, prireditve, pravljичne dežele in poti.

Doživetja odkrivanja narave in kulture :

Prijetno naravno okolje, neskončne možnosti raziskovanja in spoznavanja, urejene učne poti in organizirane delavnice privabljajo radovedne mlade šolarje in študente. Bogat animacijski program nudi možnost zabave, druženja in prijetnih nepozabnih doživetij. Lepi spomini vračajo mlade goste na kraj lepih doživetij.

Urejenost, prijaznost, tradicionalni pridih in unikatnost, ki jo že sama po sebi nudi narava, bogata zgodovina in posebna etnologija nudijo ustvarjalno okolje, kjer lahko ustvarjajo in raziskujejo ali predstavijo svoje dosežke različni ustvarjalci umetnosti.

Vzpostavljeni tematski programi in poti nudijo gostom, da svoje hobije ali način življenja doživijo na nepozaben način tudi v prijetnem, razgibanem alpskem okolju, ki zadovolji lahko še tako zahtevnega gosta, mu nudi domačnost, ga razvaja in navdušuje z bogato in pestro ponudbo.

Skrivnostna naravna in kulturna dediščina, osnovna in turistična infrastruktura, prometnice, ki vodijo do in skozi turistično destinacijo nudijo gostom zanimiv postanek, spoznavanje in raziskovanje kulture, običajev, kulinarike in vina in načina življenja na podeželju in sprostitev v objemu neokrnjene, skrivnostne narave.

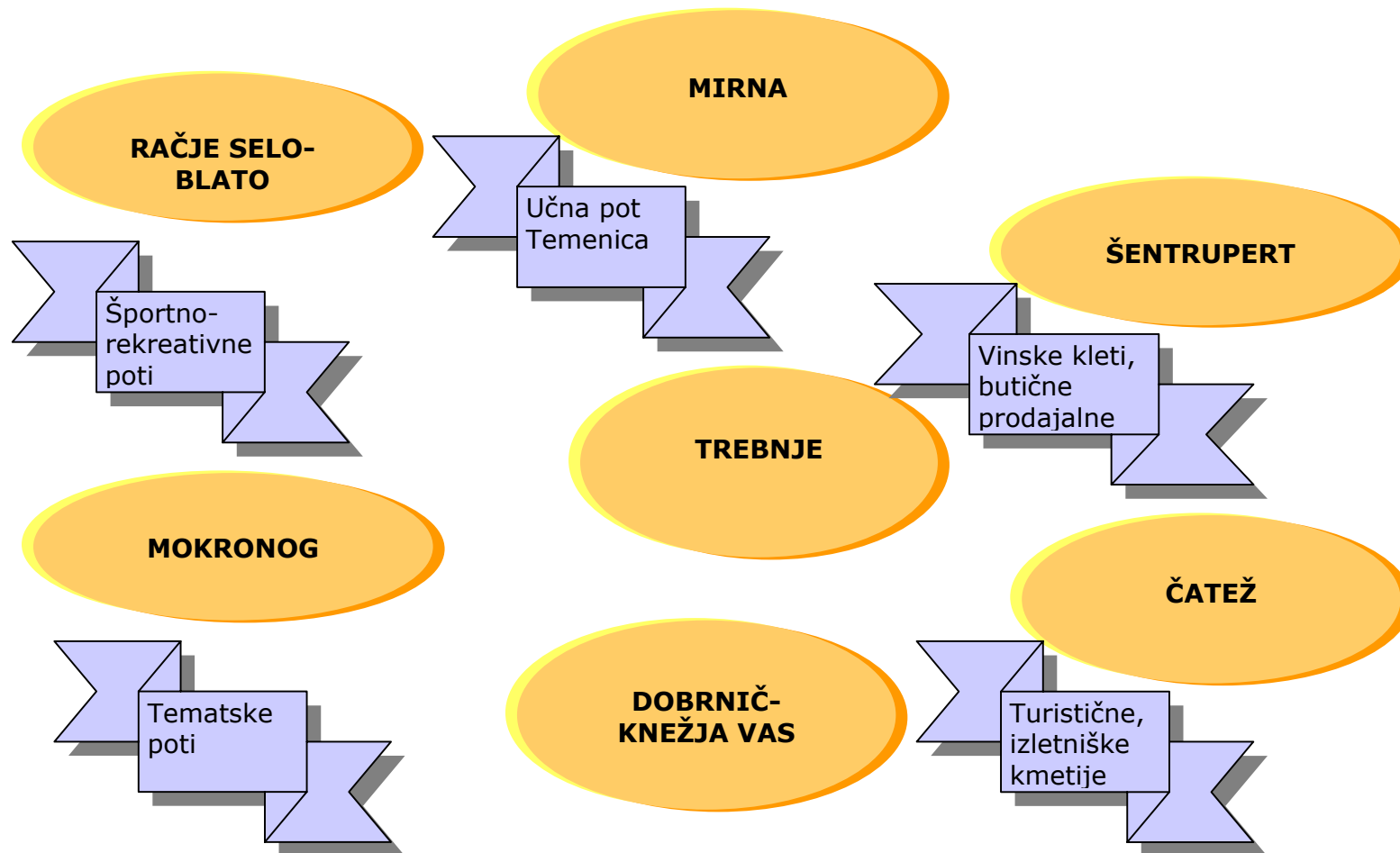
9.3.3 Geografsko pozicioniranje ponudbe

Strategija geografskega razvoja turistične ponudbe v turistični destinaciji Trebnje temelji na osnovni naravnih danosti in kulturno-zgodovinske in etnološke dediščine in dosedanjem razvoju turistične dejavnosti ter strateških opredelitvah oblikovanja turističnih proizvodov, segmentiranju ciljnih trgov, sistematičnem načrtovanju in vzpostavljanju spodbudnega okolja za investicijska vlaganja v turistično infrastrukturo.

Pri nadaljnjem razvoju turizma je pomembno vzpodbujati komplementarnost turistične ponudbe okoliških krajev od ponudbe mesta Trebnje in bližnje okolice, kot središča občine oziroma destinacije z najbolj razvito osnovno in turistično infrastrukturo ter razvijati specializirano turistično ponudbo s komplementarnimi turističnimi programi, ki bodo lahko samozadostni ali/in del integralnih turističnih proizvodov turistične destinacije Trebnje in se bodo tržili kot en proizvod ter tako vplivali na pestrost turistične programske ponudbe, konkurenčnost in pozicioniranje celotne turistične destinacije.

Ključni investicijski projekti in izvedbene aktivnosti po različnih krajih destinacije Trebnje so predstavljeni v akcijskem načrtu.

Slika 7 : Geografsko pozicioniranje ponudbe



9.5. Predlog smernic za pripravo optimalne strategije trženja turizma v občini

Na osnovi razvojne vizije in razvojnega koncepta je potrebno oblikovati ciljno podobo turistične ponudbe občine Trebnje pri ciljnih javnostih (tako domačih kot zunanjih javnostih in turistih) ter temu primerno tudi zasnovati aktivnosti tržnega komuniciranja.

Slika 8: Koncept razvoja, trženja in strateškega pozicioniranja



Podrobneje se aktivnosti trženja, vključno s prioritarnim komunikacijsko tržnim izborom emitivnih trgov in segmentov oblikujejo in določijo v marketinški strategiji in tržnega komuniciranja destinacije, ki morata izhajati iz razvojne strategije in predstavljata pomemben trženjski dokument celostnega komunikacijsko tržnega razvoja destinacije v duhu managementa turističnih destinacij.

Načrtovanje marketinškega komuniciranja

Z marketinškim načrtovanjem opredeljujemo v času in prostoru najpomembnejše tržne aktivnosti za doseganje vnaprej postavljenih ciljev. Marketinški načrt zajema vse prvine marketinškega spleta in obseg sredstev za uresničevanje celotnega načrta ter opredeljuje nosilce posameznih dejavnosti z navedbo njihovih

pravic in dolžnosti. V primeru nepredvidenih tržnih sprememb ali zasukov, mora marketinški načrt predvideti načine, poti in sredstva za prilagajanje novim okoliščinam.

Za vzpostavitev ustrezne strategije se med drugimi pogosto uporablja metoda SOSTAC, ki je primerna za različne ravni načrtovanja. Marketinška strategija ne mora obstajati ločeno od celostne razvojne strategije, ampak mora izhajati neposredno iz nje. Po pomembnosti si tako sledijo:

1. RAZVOJNA DESTINACIJSKA STRATEGIJA – strategija razvoja
2. MARKETINŠKA STRATEGIJA
3. STRATEGIJA TRŽNEGA KOMUNICIRANJA

Pri nastanku marketinške in komunikacijske strategije poteka sodelovanje različnih organizacij, vendar ob zavedanju hierarhije posameznih strategij. Idealno planiranje postavlja strategijo razvoja na prvo mesto, iz njenih ciljev in vsebine izhaja marketinška strategija in iz nje ter njenih nalog strategija tržnega komuniciranja.

Hierarhija strateškega načrtovanja marketinškega komuniciranja si od zgoraj navzdol sledi v naslednjem vrstnem redu:

- poslanstvo podjetja,
- cilji podjetja,
- strategije za doseganje ciljev podjetja,
- marketinški cilji,
- marketinške strategije,
- cilji marketinškega komuniciranja,
- strategije marketinškega komuniciranja,
- programi in proračun marketinškega komuniciranja.

Cilji marketinškega komuniciranja

Marketinški cilji se nanašajo na dosežke celotnega marketinškega programa. Navadno so določeni kot cilji prodaje, tržnega deleža ali dobička.

Cilji komuniciranja pa se nanašajo tudi na to, kar želi destinacija doseči s promocijskim programom. Navadno so opredeljeni kot ciljne vsebine komuniciranih sporočil (kaj) ali posebni efekti (kako), s katerimi naj bi dosegali svoje komunikacijske cilje. Komunikacijski cilji vključujejo graditev zavedanja in zaupanja v produkt in njegove prednosti, izgradnji imagea in razvoju prednostnega obnašanja (favoriziranja) ter odločitve za nakup (Belch in Belch 1998, 27).

Cilji komunikacije bi morali biti vodilna sila razvoja krovne marketinške komunikacijske strategije.

Orodja marketinškega komuniciranja

OSEBNA PRODAJA je oblika osebne komunikacije, pri kateri prodajalec poskuša prepričati potencialne kupce v nakup ponujenih produktov oziroma storitev. Tradicionalno vključuje osebna prodaja tako imenovano »face to face« interakcijo, vendar je v sodobnem svetu dobro uveljavljena in veliko uporabljena tudi

komunikacija preko telefona in računalnika oziroma ostalih elektronskih komunikacijskih poti (Shimp 1997,11).

Osebna prodaja ima takojšen učinek oziroma hiter efekt na prodajo. Njen namen je sklepanje poslov, generiranje prodaje in distribucija izdelkov oziroma storitev (Smith 1997, 63).

OGLAŠEVANJE vključuje uporabo masovnih medijev kot so televizija, radio in časopisi, revije in ostale oblike ter direktno komunikacijo, ki je usmerjena na kupce organizacijskega trga oziroma točno določenega kupca. To so plačane oblike neosebne komunikacije, ki so bolj kot za komunikacijo s specifičnim krogom porabnikov, primerne za komunikacijo s širšimi množicami. Direktno oglaševanje imenovano tudi »databased marketing« (oziroma direktno trženje na podlagi zbrane baze podatkov posameznega podjetja) v sedanjem času dosega večjo rast predvsem zaradi učinkovitosti ciljne komunikacije in informacijske tehnologije, ki jo omogoča.

Oglaševanje ima zgodnejši vpliv na dojetje in zaznavanje blagovne znamke ter kasnejši vpliv na prodajo, saj je oglaševanje neke vrste učni proces in se zato uporablja predvsem v začetni (uvajalni) fazi izdelka ali storitve. Njegova naloga je zbuditev pozornosti, podajanje informacij in spodbuditev potencialnih kupcev za nakup.

POSPEŠEVANJE PRODAJE je sestavljeno iz vseh marketinških aktivnosti, ki poskušajo spodbuditi hitro reakcijo kupca oziroma takojšen nakup izdelka oziroma storitve. Pospeševanje prodaje na medorganizacijskem trgu (alotmani) poteka preko različnih razstav, količinskih popustov in drugih ugodnosti, ki so namenjene za vzpodbujanje prodaje trgovcev na debelo in drobno. Pospeševanje prodaje, usmerjeno na končnega porabnika pa vključuje predvsem uporabo različnih kuponov, daril, brezplačnih vzorcev, nagradnih iger in popustov. Izdatki za pospeševanje prodaje so v zadnjih letih dosegli bolj strmo rast, kakor izdatki za oglaševanje.

Pospeševanje prodaje, ima tako kot osebna prodaja, takojšen učinek na rezultat prodaje, s tem ko motivira in vzpodbuja nakup brez predhodnega razmisleka in odločitve kupca. Običajno se izvaja na samem prodajnem mestu, oziroma v bližini mesta prodaje promoviranega izdelka oziroma storitve.

PUBLICITETA je tako kot oglaševanje oblika neosebne komunikacije s širšimi množicami preko masovnih medijev. Članki in komentarji dobijo brezplačen prostor v tiskanih ali v avdio vizualnih medijih, saj uredniki obravnavajo podano informacijo kot zanimivo in vredno objave za seznanjenost bralcev oziroma poslušalcev. Publiciteta se torej ne plačuje, destinacija pa je kljub temu deležna njenih koristi. Potrebno je težiti predvsem k iniciranju pozitivne publicitete.

ODNOSI Z JAVNOSTMI so stalnica komunikacijskih aktivnosti v poslovnem svetu. Imajo posredni vpliv na prodajo, ki se gradi počasi. Glavna naloga odnosov z javnostmi je povečanje zaupanja kakovosti, pomena in vrednosti destinacije v očeh kupca ter posredno njenim produktom oziroma storitvam ter krepitev uspešnosti ostalih komunikacijskih orodij v očeh kupca oziroma javnosti na sploh.

Razvoj marketinškega komuniciranja sledi trendu integriranega marketinškega komuniciranja (IMK), ki se je začel močneje razvijati v devetdestih letih

prejšnjega stoletja. Njegov razvoj so zavirale predvsem oglaševalske agencije, ki so zaradi novega pristopa k marketinškemu komuniciranju, bile prisiljene svojo dejavnost razširiti in razviti oziroma nadgraditi v nekaj več kot le organiziranje oglaševanja.

Uspešni tržniki v sodobnem marketinškem okolju so tako tisti, ki pripravljajo takšen program marketinškega komuniciranja, v katerem oglaševanje, izvedba različnih dogodkov, pospeševanje prodaje, odnosi z javnostmi, izdelki in storitve, kupcem pošiljajo enako oziroma enotno sporočilo.

Zato je pomembno, da pri izbiri zunanjega svetovalca za področje marketinškega komuniciranja, destinacija izbere strokovnjaka ne le s področja trženja ampak ob tem tudi turistične dejavnosti, saj le ta pozna specifikke obeh področij in jih lahko zato optimalno kombinira ter prilagaja, saj hkrati razpolaga z najnovejšimi trendi in podatki obeh področji.

Integrirano marketinško komuniciranje (IMK) vključuje koordinirano delovanje različnih promocijskih elementov oziroma orodij in ostalih marketinških aktivnosti, ki so namenjene komunikaciji s potrošniki.

Razvoj trajnostnega kvalitetnega odnosa do kupcev zahteva kvalitetno proučevanje in raziskovanje potreb in želja kupcev, razvoj produkta (proizvoda ali storitve), ki te potrebe in želje zadovoljuje, primerno ceno, distribucijske poti oziroma ustrezna prodajna mesta, razvoj programa trženja in komuniciranja z izbranimi trgi, na katerih je potrebno zgraditi zavedanje o produktu in vzpodbuditi željo za nakup.

4 P-jem osnovnega marketinškega spleta (produkt, cena, distribucija in promocija) se v storitvenih dejavnostih pridružujejo še trije in sicer ljudje, fizični dokazi in proces oziroma postopek.

V sodobnem trženju pa se v zadnjem času uveljavlja tudi koncept 4R (iz angl. relationships, rewards, relevancy in retrenchement = odnosi, nagrade, smiselnost, okrepitev), ki skupaj s ceno in ključnimi strateškimi elementi trženja ustvarjajo novo vrednost blagovne znamke in sicer:

Vrednost znamke= Odnosi, okrepitev, smiselnost, nagrade
cena

Ta model počasi zamenjuje oziroma nadgrajuje klasični model, ki temelji na 4P trženjskem principu.

Po 4R definiciji, poenostavljeno rečeno, trženje v prvi vrsti zanima kaj se (dobro) prodaja in kako (še boljše in več) prodati.

Nov koncept 4R trženja v gospodarstvu prihodnosti postavlja v ospredje **trajno skrb za kupca. Ne za kateregakoli masovnega kupca, niti ne za posameznega kupca, ampak za specifične ciljne skupine, da bi se njim lahko prilagodile strategije in taktike trženja. Pri razumevanju ciljnih skupin je potrebno tudi razumevati kaj je relevantno za določeno ciljno skupino, če naj zgradimo trajnejše odnose.**

Dobra kombinacija spleta marketinškega orodja se ne zgodi sama od sebe. Za njeno izdelavo so potrebna raznovrstna znanja in izkušnje ter dobro zastavljeni cilji, ki jih želimo s trženjem doseči. Najprej mora biti trg raziskan in analiziran, te informacije pa nadalje uporabljene pri nastanku krovne marketinške strategije in izboru orodij marketinškega spleta.

Pestra izbira orodij, ki so na voljo za trženje in promocijo produktov morajo biti medsebojno koordinirana, saj le tako dosega ustrezno učinkovitost in predstavljajo skladno podobo produkta (blagovne znamke) oziroma podjetja na trgu.

Načela načrtovanja marketinškega komuniciranja

Načela, ki jih je potrebno upoštevati pri načrtovanju komuniciranja:

- načelo PRIMERNOSTI – načrt je primeren, ko omogoča doseganje ciljev komuniciranja;
- načelo REALNOSTI – načrt komuniciranja mora biti uresničljiv z vidika financ in kadrov. Upoštevati mora učinkovito, vendar ekonomično komuniciranje;
- načelo CELOVITOSTI – načrt mora biti celovit, predvidevati mora možne probleme pri izvajanju (fleksibilnost, zamenjava medijev, sejmi...). Pravilno načrtovanje je izrednega pomena, saj se za potrebe komuniciranja namenja ogromno sredstev, rezultati pa so mnogokrat negotovi in težko predvidljivi;
- načelo ORGANIZACIJSKE OPREDELJENOSTI – za doseganje kvalitetne izvedbe je potrebna jasna delitev nalog med naročnikom (LTO=DMO) in zunanjim izvajalcem, organizacijo, specializirano za komuniciranje in trženje turistične dejavnosti (destinacije). Odgovornosti morajo biti jasno razmejene;
- načelo ČASOVNE OPREDELITVE – načrt marketinškega komuniciranja mora vsebovati koordiniranje in sodelovanje med posameznimi instrumenti (in) znotraj vsakega instrumenta. Pomembno je, kdaj mora kdo kaj narediti;
- načelo FINANČNE OPREDELITVE – predvideti je potrebno finančna sredstva za celoto dejavnosti komuniciranja in nadzor nad porabo teh sredstev;
- načelo REDNEGA PREGLEDOVANJA – predvsem v fazi sestavljanja in izvrševanja. Tržne spremembe vplivajo na spremembo načrtov. Glavne naloge načrtovanja komuniciranja so:
 - zagotavljanje doseganja ciljev in določanja obnašanja organizacije na področju komuniciranja,
 - določanje načina vrednotenja tega obnašanja v izvajanju,
 - upoštevanje koordinacije in sodelovanja vseh vhodov v komuniciranje.

Za doseganje ustreznih rezultatov je pomembno tudi testiranje oziroma predpregled oglaševanja, kar je v tujini pravzaprav že stalna praksa, pri nas pa se tovrstna dejavnost šele uveljavlja. Njen razvoj je med drugim počasen predvsem zaradi dodatne finančne obremenitve oglaševalca oziroma naročnika komunikacijsko tržne kampanje.

10. AKCIJSKI NAČRT

Akcijski načrt obsega razvojno investicijske projekte in aktivnosti, ki se nanašajo na investicije in aktivnosti v **ureditev turistične infrastrukture** (gostinsko-nastanitvene zmogljivosti, gostinska ponudba, športno-rekreativne in druge tematske poti in proizvode,...), **druge infrastrukture**, ki je neposredno ali posredno povezana z razvojem turistične destinacije (na področju prometa, telekomunikacij, ureditve javne infrastrukture, podeželja, urejanja in ohranjanja okolja in drugo), **aktivnosti za vzpostavitev konkurenčnega in učinkovitega razvoja turizma** (organiziranost, trženje, informacijska dejavnost, razvoj proizvodov in programov, prireditve in drugih dogodkov, upravljanja z naravnimi in kulturno-zgodovinskimi znamenitostmi) in aktivnosti za vzpostavitev strateško razvojne usmeritve v ekoturizmu.

Razvojno investicijske projekte in aktivnosti smo opredelili na podlagi opredeljene vizije, strateških ciljev, usmeritve bodoče turistične destinacije Trebnje v ekoturizmu, z upoštevanjem predvidenih znanih investicijskih projektov in aktivnosti investorjev in turističnih ponudnikov. Opisali smo jih s nosilcem, lokacijo izvajanja, terminsko opredelitvijo oz. dinamiko realizacije in opredeljenimi predvidenimi viri financiranja.

10.1 Akcijski načrt – opredelitev razvojno investicijskih projektov/aktivnosti v občini Trebnje

Operativni cilji	Investicijski projekt/aktivnost	Nosilci	Lokacija izvajanja	Terminska opredelitev	Viri financiranja
1. Povečanje investicij v ureditev obstoječe in nove turistične infrastrukture usklajene z okoljem in trendi.					
<p>1.1. Povečati obseg zmogljivosti iz 237 ležišč na najmanj 530 ležišč in 100 parcel.</p> <p>1.2. Popestrili raznolikost iz sedanjih treh vrst objektov na vsaj 7 vrst objektov.</p> <p>1.3. Dvigniti kakovost ponudbe iz **/** na ***/****.</p> <p>1.4. Vzpostaviti najmanj 3 ekološke turistične kmetije.</p> <p>1.5. Prilagoditi ponudbo v gostinsko-nastanitvenih objektih za najmanj tri različne ciljne skupine npr. pohodniško-kolesarski, družinski, poslovni gostinsko-nastanitveni objekt.</p> <p>1.6. Vzpostaviti najmanj 5 opremljenih parkirnih mest za avtodome.</p>	Izgradnja oz. prenova gostinsko-nastanitvenega objekta v povečanje kapacitet (najmanj 50 ležišč) in dvig kakovosti (najmanj ***)	Zasebni sektor	Trebnje in Mirna	Do konca leta 2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Obnovitev gradu v hotel ****/***** (protokolarni, poslovni, mladinski) z ustrežno infrastrukturo	Zasebni sektor	Območje Šentrupert, Velika Loka, Mirna	Do konca leta 2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Izgradnja manjšega gostinsko-nastanitvenega objekta dobrega počutja (wellness) z najmanj 50 ležišči	Zasebni sektor	Območje Račje selo, Dol Primštal	Do konca leta 2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Povečanje kapacitet gostišča s dopolnilnimi wellness programi in dvig kakovosti na ****	Zasebni sektor	Okolica Trebnjega	Do konca leta 2006	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Preureditev v privatne sobe in apartmaje (5 objektov)	Zasebni sektor	Na celotnem območju občine	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Preureditev v turistične kmetije (6) in preureditev 3 za ekološke turistične kmetije	Zasebni sektor	Na podeželju občine	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Izgradnja gostišča, penziona z najmanj 50 ležišči	Zasebni sektor	Območje Dobrnič	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Izboljšanje kakovosti gostinsko-nastanitvenih objektov na ***	Zasebni sektor	Trebnje	2006-2010	Zasebni in glede na možnost

					lahko tudi javni	
	Izgradnja privatnih sob in apartmajev (1)	Zasebni sektor	Mokronog	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
	Izgradnja kampa s 100 parcelami, z zunanjim bazenom in drugimi dopolnilnimi športnimi in gostinskimi programi (javno kopališče)	Zasebni sektor	Območje Čateža, Mirne, področje Temenice	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
	Ureditev opremljenih parkirnih mest za avtodome	Javni in zasebni sektor	Na območju občine Trebnje	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
<p>1.7. Povečati št. vinskih kleti, vinotočev iz 3 na najmanj 6.</p> <p>1.8. Povečati št. izletniških kmetij iz 12 na najmanj 14.</p> <p>1.9. Vzpostaviti 3 nove prodajalne (butiki) z izdelki domače in umetnostne obrti, vinskimi izdelki in ekološkimi in kmetijskimi izdelki.</p> <p>1.10. Vzpostaviti dve etno gostišče.</p>	Izgradnja novih vinskih kleti	Zasebni sektor	Območje Račje selo, Dobrnič, na podeželju občine	2006-2010	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
	Preureditev v nove izletniške kmetije	Zasebni sektor	Podeželje občine	2006-2015	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
	Preureditev, izgradnja vinskih butikov in ostalimi izdelki domače in umetnostne obrti, ekološkimi in vinskimi izdelki	Zasebni sektor	Večja naselja v občini	2006-2015	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
	Obnovitev graščine z ureditvijo vinske kleti in muzeja s kmečkimi orodji	Javni sektor	Vesela gora	Do konca leta 2006	Javni 100% (državni-EU, občinski)	
	Specializacija v etno gostišči	Zasebni sektor	Območje Knežja vas in Velika Loka	Do konca leta 2008	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni	
	1.11. Urediti in vzdrževati	Urediti, postaviti signalizacijo	Občina Trebnje	Ostanki	2006-2010	Javni občinski,

naravne znamenitosti 1.12. Vzpostaviti eno informacijsko središče s gostinsko in športno-rekreativno ponudbo. 1.13. Vzpostaviti najmanj eno učno pot.	vzdrževati naravne znamenitosti		močvirij, samotne tihe doline Laknice, Radulja, Bistrica, zg.tok Mirne	in stalno vzdrževanje	državni (EU sredstva)
	Ureditev informacijskega središča, zgraditev športno-rekreativne in gostinske ponudbe učno pot po reki Temenici, signalizirati	Občina Trebnje	Reka Temenica	2006-2010	Javni občinski državni, zasebni
1.14. Obnoviti najmanj en grad. 1.15. Vzpostaviti etnološki krajevni muzej. 1.16. Vzpostaviti eno galerijo. 1.17. Vzpostaviti muzej na kmetiji. 1.18. Oživiti in obnoviti najmanj eno arheološko najdbišče. 1.19. Vzpostaviti in zagotoviti uspešno delovanje najmanj 3 biotržnicam.	Obnavljanje gradov, razvalin	Javni sektor (Občina Trebnje, MK,...)	Na celotnem območju občine Trebnje	Postopoma do leta 2015	Javni (občinski, državni, EU)
	Ureditev Jurjeve domačije v etnološki krajevni muzej	Občina Trebnje	Vas Občine	Do konca leta 2006	Javni občinski
	Vzpostaviti galerijo »Rastoča knjiga«	CIK	Trebnje	Januar 2006	Javni občinski
	Urediti kmetijo »Pr Prosenk« v muzej	Zasebni sektor, Zavod za varstvo dediščine	Blato	Do konca leta 2008	Zasebni in glede na možnost lahko tudi javni
	Oživljanje in obnavljanje arheoloških najdbišč	Občina, MK, zavod za varstvo dediščine	Na celotnem območju občine Trebnje	Postopoma do leta 2015	Javni
	Ureditev biotržnic	Občina Trebnje, civilni sektor	V večjih naseljih občine	Postopoma do leta 2010	Javni (občinski)
1.20. Izdelati en načrt	Izdelava načrta poteka vseh	Organizacija za	Za celotno	Do konca	Javni občinski ,

<p>poteka športno-rekreativnih poti.</p> <p>1.21. Zgraditi najmanj 15 km lokalnih kolesarskih stez.</p> <p>1.22. Vzpostaviti in vzdrževati konjeniške poti po občini.</p> <p>1.23. Vzpostaviti najmanj XXX km tekaških prog.</p> <p>1.24. Zgraditi »public« golf igrišče s 9 luknjami.</p> <p>1.25. Vzpostaviti najmanj en ribolovni center s gostinsko in športno-rekreativno ponudbo.</p> <p>1.26. Vzpostaviti in vzdrževati najmanj eno naravno drsališče za turiste.</p> <p>1.27. Izdelati eno študijo preučitve možnosti vzpostavitve manjšega smučišča in urejenih sankoških prog.</p> <p>1.28. Zgraditi najmanj en konjeniški center s pokrito halo</p>	<p>obstoječih in predvidenih športno-rekreativnih</p>	<p>upravljanje destinacije</p>	<p>območje občine</p>	<p>leta 2007</p>	<p>državni (EU)</p>
	<p>Gradnja kolesarskih stez v okviru državnega kolesarskega omrežja</p>	<p>Direkcija za ceste, Občina Trebnje</p>	<p>Celotno območje občine</p>	<p>Postopoma do konca leta 2015</p>	<p>Državni, občinski</p>
	<p>Ureditev, označevanje in vzdrževanje konjeniških poti po občini</p>	<p>Občina Trebnje in organizacija za upravljanje destinacije, privatni sektor</p>	<p>Celotno območje občine</p>	<p>2006-2010, stalno vzdrževanje</p>	<p>Javni občinski, državni (EU), zasebni, civilni</p>
	<p>Urediti, označiti in vzdrževati tekaške proge</p>	<p>Privatno-zasebno partnerstvo</p>	<p>Blato, druge lokacije</p>	<p>Do konca leta 2008</p>	<p>Javni občinski, zasebni, civilni</p>
	<p>Zgraditi »public« golf igrišče z 9 luknjami</p>	<p>Civilni sektor, zasebni sektor</p>	<p>Blato</p>	<p>Do konca leta 2008</p>	<p>Javni državni (EU), civilni, zasebni</p>
	<p>Vzpostaviti ribolovni center s gostinsko in športno-rekreativno ponudbo</p>	<p>Zasebni in civilni sektor</p>	<p>Blato</p>	<p>Do konca leta 2008</p>	<p>Zasebni civilni</p>
	<p>Urediti naravno drsališče za turiste</p>	<p>Zasebni sektor</p>	<p>Blato</p>	<p>Do konca leta 2007</p>	<p>zasebni</p>
	<p>Izdelati študijo preučitve možnosti vzpostavitve manjšega smučišča in urejenih sankoških prog</p>	<p>Občina Trebnje, organizacija za upravljanje destinacije</p>	<p>Za celotno območje občine Trebnje</p>	<p>Do konca leta 2007</p>	<p>javni občinski, državni (EU) 7</p>
	<p>Gradnja konjeniških centrov in možnih lokacij za razvoj konjeništv s</p>	<p>Zasebni sektor</p>	<p>Hudeje, Trebelno,</p>	<p>Do konca leta 2008</p>	<p>Zasebni in glede na</p>

	potrebno infrastrukturo		Šentrupert, Mokronog, Ševnica		zmožnost lahko tudi javni
1.29. Vzpostaviti en poslovni center, manjše zmogljivosti in visoke kakovosti. 1.30. Povečati št. manjših seminarov v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih iz 3 na najmanj 5.	Urediti v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih manjše seminarske sobe	Zasebni sektor	Celotno območje občine Trebnje	2006-2010	Zasebni 100%
1.31. Povečati število dopolnilnih programov dobrega počutja v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih in vključiti naravne resurse.	Urediti v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih dopolnilne programe dobrega počutja (savne, kopeli, druge oblike z vključitvijo naravnih resursov).	Zasebni sektor	Na območju občine Trebnje	2006-2010	Zasebni in glede na zmožnost lahko tudi javni
	Izvedba geoloških raziskav in preučitev možnosti izgradnje term; eventualno raziskovalno kaptažna vtrina	Javni sektor	Mokronog	Do konca leta 2010	Javni sektor
1.32. Vzpostaviti najmanj eno pravljico deželo ali pot. 1.33. Prilagoditi ponudbo družinam v najmanj enem gostinsko-nastanitvenem objektu.	Urediti pravljico deželo ali pot (Mokronožci)	Zasebni sektor	Okolica Mokronoga	2006-2010	Zasebni
2. Spodbujati investicije v ureditev obstoječe in nove ostale infrastrukture usklajene z okoljem.					
2.1. Urediti najmanj 30% parkirišč od potrebnih in načrtovanih. 2.2. Vzpostaviti najmanj eno peš cono v starih mestnih jedrih. 2.3. Izdelati študijo s preučitvijo možnosti za	Ureditev prometa skozi mestna jedra, vzpostavitev peš con	Javni sektor	V mestih	Do konca leta 2010	Javni
	Ureditev parkirnih površin za osebne avtomobile in avtobuse	Javni sektor	V mestih	Do konca leta 2010	Javni
	Obnova cest, križišč in ureditev	Javni sektor	V naseljih	Do konca	Javni

vzpostavitev alternativnih in okolju prijaznih oblik prevoza. 2.4. Opremiti najmanj 50% vseh krajev s pločniki (kjer potrebno).	pločnikov v naseljih oz. področjih urejenih za pešce			leta 2010	
	Izdelati študijo s preučitvijo možnosti za vzpostavitev alternativnih in okolju prijaznih oblik prevoza.	Javni sektor	Za celotno območje občine	Do konca leta 2010	Javni
2.5. Opremiti najmanj 80% celotnega območja občine s sodobno telekomunikacijsko infrastrukturo (dostop do interneta preko hitrejših in cenejših oblik).	Opremljanje območij občine s sodobno telekomunikacijsko infrastrukturo	Zasebni sektor	Posamezna neopremljena območja	Do konca leta 2010	Zasebni v primeru opremljanja za turistično dejavnost sofinanciranje občine
2.6. Naselja, naravne in kulturno-zgodovinske znamenitosti, ki se uporabljajo v turistične opremiti in urediti s počivališči, klopmi, koši za smeti, ulično razsvetlavo, obvestilno in usmerjevalno signalizacijo usklajeno s okoljem. 2.7. Urediti in vzdrževati javne zelenice, parke, otroška igrišča, trge,... 2.8. Nadaljevati z revitalizacijo vasi. 2.9. Sanirati najmanj 70% črnih odlagališč. 2.10. Urediti in komunalno opremiti najmanj 80% vseh romskih naselij.	Ureditev in vzdrževati turističnih atrakcij s suprastrukturo	Javni sektor	Na celotnem območju občine	Do konca leta 2009, sicer stalno izvajanje aktivnosti	Javni sektor
	Revitalizacija vasi in vaških trgov/jeder (obnova fasad, ureditev vaških jeder, dvorišč, poslopij, revitalizacija urbane arhitekture)	Javno-zasebno partnersvo, civilni sektor	Vasi na območju občine Trebnje	Postopoma do leta 2015	Javni sektor (občina in država), zasebni
	Ureditev in vzdrževanje občinskih urbanih površin, zelenic, parkov, otroških igrišč.	Občina Trebnje oz. komunala in civilni sektor	Na celotnem območju občine	Do konca leta 2007, nato stalno izvajanje aktivnosti	Javni
	Sanacija črnih odlagališč in vzpostavitev nadzora	Občina Trebnje, komunala	Na celotnem območju občine	Do konca leta 2006 nato stalno izvajanje aktivnosti	Javni

	Urejanje romskih naselij	Občina Trebnje, romi	Romska naselja v občini	Do leta 2008	Javni
3. Povečati turistično povpraševanje.					
3.1. Vzpostaviti vodenje statistike in sistematično spremljanje obiskanosti. Cilje za kazalnike turističnega povpraševanja ne moremo kvantificirati, zaradi nerelavantnih obstoječih podatkov, kljub temu so cilji : <ul style="list-style-type: none"> ▪ povečati število prihodov turistov, ▪ povečati število realiziranih prenočitev, ▪ daljša povprečna doba bivanja (več stacionarnega turizma) večja povprečna letna zasedenost gostinsko-nastanitvenih kapacitet	Vzpostaviti vodenje statistike, pripravljati analize	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006 nato stalno izvajanje aktivnosti	Javni
4. Vzpostavitev primerne destinacijske management organizacijske strukture.					
	Preučitev možnosti za vzpostavitev najbolj primerne organizacije za upravljanje dejavnosti	Občina Trebnje, turistično gospodarstvo, civilni sektor	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006 nato stalno delovanje	javni, zasebni
4.1. Izdelati marketinško strategijo.	Izdelava marketinške strategije, z blagovno znamko, s CGP-ejem tudi za orodja tržnega komuniciranja	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006	javni
4.2. Izdelati krovno blagovno znamko.					
4.3. Izdelati celostno grafično	Izdelava »master plan« za turizem	Organizacija za	Za celotno	Do konca	javni, zasebni

<p>podobo destinacije in aplikacije na orodja tržnega komuniciranja.</p> <p>4.4.Izdelati tržno naravnana in nadgraditi obstoječa orodja tržnega komuniciranja.</p> <p>4.5.Učinkovitejše tržiti in promovirati celovite programe, turistične proizvode in s tem povečevati obseg receptivnega turizma.</p> <p>4.6.Izvajati skupno prodajo gostinsko-nastanitvenih zmogljivosti vključno s zidanicami in počitniškimi hišami.</p> <p>4.7.Obveščati širšo in strokovno javnost o turistični ponudbi občine.</p> <p>4.8.Vzpostaviti trženje in prodajo ekoloških in kmetijskih pridelkov, izdelkov domače in umetnostne obrti.</p>	(izvedbeni načrti posameznih investicij s prostorsko opredelitvijo)	upravljanje destinacije	območje občine	leta 2006	
	Nadgraditi, prilagoditi novi celostni podobi promocijsko-informativni material	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006, drugače stalno izvajanje aktivnosti	javni, zasebni
	Obveščati javnost, sprejemati novinarje, turistične agente,...	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni, zasebni
	Organizirati in se predstavljati na turističnih sejmih, borzah in drugih predstavitev	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni, zasebni
	Tržiti in prodajati gostinsko-nastanitvene objekte, vključno s trženjem zidanic in počitniških hiš	Organizacija za upravljanje destinacije in turistične agencije	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	zasebni
	Spodbujanje domače obrti na kmetijah, odkupovanje določenih (ekoloških) izdelkov, prikaz izdelave turistom, prodaja na tržnicah, v butičnih trgovinah	Javno (LTO)-zasebno partnerstvo	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni, civilni, zasebni
	4.9.Izboljšati destinacijski management prireditev : <ul style="list-style-type: none"> ▪ izdelovati mesečne in letne koledarje prireditev, ▪ opredeliti in rangirati 	Izdelovati mesečne in letne koledarje prireditev	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006 Stalno izvajanje aktivnosti

<p>priredive v občini po pomembnosti,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ pripraviti in izvajati pravilnik za sofinanciranje prireditvev, ▪ sistematično spremljati obiskanost prireditvev in segment obiskovalcev, ▪ vključevati prireditve v programe turističnih ponudnikov. <p>4.10. Izdelati študijo s preučitvijo potreb po gradnji večnamenske dvorane.</p> <p>4.11. Organizirati prireditve, delavnice, tekmovanja, akcije na temo varovanja okolja.</p>	<p>Vzpostaviti koordinacijo med prireditelji in LTO, pripraviti pravilnik o sofinanciranju prireditvev in objavljati javni razpis enkrat letno</p>	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006, stalno izvajanje aktivnosti	javni
	<p>Obveščanje javnosti o prireditvah in dogodkih z vsemi razpoložljivimi orodji (plakati, internetne strani, obvestila za javnost,...)</p>	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni
	<p>Spremljanje obiska in priprava analiz kot orodja za nadaljnje načrtovanje, promocijo prireditvev</p>	Organizacija za upravljanje destinacije, prireditelji	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni
	<p>Pripravljati predloge za nove prireditve, programe, spodbujati ponudnike za vključevanje prireditvev v njihovo ponudbo s tem, da se pomaga pripravljati pakete in se jih trži</p>	Organizacija za upravljanje destinacije, prireditelji, ponudniki	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni
	<p>Organizirati prireditve, delavnice, tekmovanja na temo ekoturizma</p>	Organizacija za upravljanje destinacije, ponudniki eko-proizvodov, civilni sektor	Za celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni
	<p>Izdelava študije s preučitvijo potreb po gradnji večnamenske dvorane</p>	Občina Trebnje	Za celotno območje občine	Do konca leta 2007	javni
<p>4.12. Izdelati model in načrt upravljanja naravnih in kulturno-zgodovinskih znamenitosti, ki so potencialne turistične atrakcije.</p> <p>4.13. Določiti skrbnike.</p>	<p>Izdelava modela in načrta upravljanja naravnih in kulturno-zgodovinskih znamenitosti, ki so potenciali za turistične atrakcije</p>	Občina Trebnje	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006	javni
	<p>Podeljevanje koncesije, skrbništvo nad naravnimi in kulturnimi znamenitostmi</p>	Občina Trebnje	Za posamezne znamenitosti	Do konca leta 2007	javni

	Upravljanje in vzdrževanje naravnih in kulturnih znamenitosti	Javno-zasebno partnerstvo	Za posamezne znamenitosti	Stalno izvajanje aktivnosti	javni, zasebni
4.15.Vzpostaviti enoten informacijski sistem.	Izdelava enotne vsebinsko in oblikovne zasnove turistično obvestilne in usmerjevalne turistične signalizacije (elaborat s celostno podobo)	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2006	javni od tega tudi evropska sredstva
	Označevanje turistične ponudbe na terenu	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Postopno do leta 2010	80% javni (občinski, EU), zasebni
	Nadgraditi spletni portal www.trebnje.si s rezervacijskim sistemom in prodajo turističnih proizvodov in programov	Organizacija za upravljanje destinacije	Za celotno območje občine	Do konca leta 2007 in nato stalno izvajanje aktivnosti	javni, zasebni
	Ureditev info in e-točk v turistični destinaciji (s sodelovanjem turističnih ponudnikov in turističnih društev, da vzpostavijo v svojih poslovnih prostorih info točke)	Organizacija za upravljanje destinacije, turistični ponudniki, turistična društva	Za celotno območje občine	Do konca leta 2007 nato stalno izvajanje aktivnosti	javni (občinska, EU sredstva) 30% zasebni
	Redno distribuiranje tiskanega promocijsko-informativnega materiala informacijskim točkam v destinaciji in v bližnja turistično razvite destinacije, letališče, železniške postaje,...	Organizacija za upravljanje destinacije	Celotno območje občine in bližnje razvite turistične destinacije	Stalno izvajanje aktivnosti	javni
	Redno obveščanje, informiranje turističnih ponudnikov in širše javnosti	Organizacija za upravljanje	Celotno območje občine	Stalno izvajanje	javni

	o novostih v turistični ponudbi npr. z enim rednim srečanjem pred poletno turistično sezono	destinacije, turistični ponudniki		aktivnosti	
4.16. Razviti in vzpostaviti najmanj 10 novih okolju prijaznih turističnih proizvodov in najmanj 5 programov. 4.17. Uspešno tržiti turistične proizvode in programe.	Oblikovanje integralnih turističnih proizvodov turistične destinacije s povezovanjem turističnih ponudnikov znotraj turistične destinacije npr. po sledih gradov, obisk izletniških kmetij s kolesom, po sledih antike, po sledih Eme Krške,....	Organizacija za upravljanje destinacije, turistični ponudniki	Celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni (občinska in EU sredstva), zasebni
	Sodelovanje pri razvoju obstoječih in novih turističnih proizvodih regionalnega, nacionalnega, čezmejnega pomena npr. po poteh dediščine Dolenjske in Bele Krajine, Emina pot,...	Organizacija za upravljanje destinacije,	Celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnost	javni
	Trženje turističnih proizvodov skozi pripravljene programe in izlete, ki vključujejo tudi organizirano vodenje	Organizacija za upravljanje destinacije, turistične agencije	Celotno območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni, zasebni
	Spodbujanje razvoja ekoturističnih proizvodov z sofinanciranjem turističnim ponudnikom, civilnemu sektorju,...	Organizacija za upravljanje destinacije	Celotne območje občine	Stalno izvajanje aktivnosti	javni
4.18. Vključiti in obveščati turistične ponudnike ter predstavnike drugih zainteresiranih javnosti pri načrtovanju razvoja turizma. 4.19. Izobraževati zaposlene kadre za potrebe ponudnikov in kakovostne širitve	Priprava in izvajanje modulov izobraževanja za ljudi neposredno in posredno povezanih s turistično dejavnostjo.	CIK, v sodelovanju z organizacijo za upravljanje destinacije	Celotno območje občine	Do konca leta 2006, Stalno izvajanje aktivnosti	zasebni, javni (občinska in EU sredstva)
	Osveščanje lokalnega prebivalstva o pomenu razvoja okolju prijaznega	Organizacija za upravljanje	Celotno območje občine	Stalno izvajanje	javni (občinska in EU sredstva)

<p>ponudbe. 4.20. Izobraževati ponudnike za potrebe okolju prijaznega trajnostnega razvoja. 4.21. Vzpostaviti sodelovanje, proaktivirati in osveščati domačine, da sodelujejo pri razvoju okolju prijaznega trajnostnega razvoja turizma.</p>	<p>trajnostnega turizma (ekoturizma); vsaj enkrat letno organizacija okroglih miz, delavnic, seminarjev, na omenjeno temo</p>	<p>destinacije</p>		<p>aktivnosti</p>	
<p>5. Spodbujanje razvoja turizma v ekoturizmu in s tem povečevati konkurenčnost in prepoznavnost občine Trebnje kot ekoturistično destinacijo</p>					
<p>5.1. Dvigovati osveščenost in vedenje o pomenu in možnostih ekoturizma za družben, ekonomski in okoljski razvoj.</p>	<p>Pripraviti pregled vseh obstoječih zakonskih regulativ države, evropskih direktiv, obstoječih sistemov certificiranja</p>	<p>Občina Trebnje</p>	<p>Celotno območje občine</p>	<p>Do konca leta 2006</p>	<p>javni</p>
<p>5.2. Razviti najmanj 5 prepoznavnih produktov ekoturizma.</p>	<p>Vzpostaviti in izvajati jasne kriterije prostorskega, infrastrukturnega, naravovarstvenega in podobnega urejanja prostora na lokalnem nivoju</p>	<p>Občina Trebnje</p>	<p>Celotno območje občine</p>	<p>Do konca leta 2006 nato stalno izvajanje aktivnosti</p>	<p>javni</p>
<p>5.3. Spodbujati razvoj potencialnih ponudnikov ekoproductov in ekoturistične ponudbe z ugodnimi finančnimi viri in olajšavami.</p>	<p>Vzpostaviti ključna sredstva razvoja ekoturizma: vzpostavitev ključnih kontrolnih in zapovedovalnih sredstev, ekonomskih razvojnih sredstev, podpornih oz. prostovoljnih instrumentov</p>	<p>Občina Trebnje</p>	<p>Celotno območje občine</p>	<p>Do konca leta 2006 nato stalno izvajanje aktivnosti</p>	<p>javni</p>
	<p>Ostale aktivnosti so navedene v posameznih sklopih</p>				

10.2 Ključni razvojni investicijski projekti/aktivnosti

V nadaljevanju smo izpostavili ključne razvojno investicijske projekte in aktivnosti, ki smo jih ovrednotili tudi z okvirno vrednostjo projekta in aktivnosti (višino vrednosti smo ocenili za tiste projekte, katerih izvedba se načrtuje za leto 2006) in terminsko opredelili izvedbo v letih 2006 in 2007. Izvedba omenjenih projektov/aktivnosti je osnova za nadaljnji aktivno usmerjen razvoj turizma v občini Trebnje.

Investicijski projekt/aktivnost	Opis	Nosilec	Terminska opredelitev	Okvirna vrednost v SIT (z DDV)	Viri financiranja
Preučitev možnosti za vzpostavitev najbolj primerne destinacijske management organizacijske strukture	Opredeliti primerno pravno-organizacijsko obliko, pripraviti ustanovitveni akt, sprejeti občinski odlok o ustanovitvi, pripraviti notranje akte in poslovni načrt (če primerno)	Občina Trebnje	2006	V okviru dela občine, v primeru zunanjega izvajalca vrednost v višini 1.800.000	100% občinski proračun
Izdelava marketinške strategije s CGP-ejem z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Marketinška strategija z izvedbenim načrtom tržnega komuniciranja s celostno grafično podobo in aplikacijami	Občina Trebnje	2006-2008	5.400.000	94,9% EU in 5,1% občinski proračun
Izdelava prostorskega razvojnega programa t.j.»master plan« za področje turizma z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Izvedbeni načrt razvoja turizma s prostorskimi in urbanističnimi elementi in predinvesticijskimi ocenami za ključne naložbene projekte (za 3-5 projektov)	Občina Trebnje	2006-2008	21.600.000	94,9% EU in 5,1% občinski proračun
Izdelava enotne vsebinsko in oblikovne zasnove turistično obvestilne in usmerjevalne turistične signalizacije z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Izdelava celostno usmerjevalnega označevalnega sistema za turistično ponudbo in priprava izvedbenega načrta vzpostavitve tematskih poti	Občina Trebnje	2006-2008	3.600.000	94,9% EU in 5,1% občinski proračun
Označevanje, signaliziranje turistične ponudbe na terenu	Na podlagi izdelanega CGP-eja, izdelanega celostnega usmerjevalnega označevalnega sistema in načrta vzpostavitve tematskih poti postopoma	Občina Trebnje	2006-2009	Vrednost odvisna od izdelanega načrta	94,9% EU in 5,1% občinski proračun

	označiti in signalizirati turistično ponudbo				
Pregled vseh obstoječih zakonskih regulativ države, evropskih direktiv, obstoječih sistemov certificiranja ekoturistične politike	Pripraviti pregled vseh obstoječih zakonskih regulativ države, evropskih direktiv, obstoječih sistemov certificiranja, standardov ekoturistične politike	Občina Trebnje	2006-2008	V okviru dela občine, v primeru zunanjega izvajalca vrednost v višini 500.000	94,9% EU in 5,1% občinski proračun
Vzpostaviti prostovoljne instrumente - eko standarde in kriterije ter certifikatne sheme za razvoj in oblikovanje eko-turističnih produktov, blagovnih znamk na lokalnem nivoju	Na podlagi pregleda vseh obstoječih zakonskih regulativ, evropskih direktiv opredeliti eko standarde in kriterije ter certifikatne sheme za razvoj ekološko naravnanih turističnih projektov na lokalnem nivoju	Občina Trebnje	2006-2008	V okviru dela občine, v primeru zunanjega izvajalca vrednost v višini 7.800.000	94,9% EU in 5,1% občinski proračun
Vzpostavitev organizacije za upravljanje destinacije	Začetek delovanja izbrane organizacije za upravljanje destinacije in izvajanje aktivnosti po izdelanem poslovnem načrtu	Organizacija za upravljanje destinacije	2007	Predvideti zagonska sredstva in sredstva predvidena v pripravljenem poslovnem načrtu	Na podlagi pripravljenega poslovnega načrta
Predinvesticijski program za vsaj en ključni investicijski projekt	Na podlagi izdelanega »master plana« izdelati predinvesticijski program in idejno zasnovo s ponudbenim memorandumom za investitorje za vsaj en projekt	Občina Trebnje in zasebni investitor (če primerno)	2007-2009	19.000.000	občinski proračun, investitor
Izdelava modela in načrta upravljanja naravnih in	Izdelava modela in načrta upravljanja naravnih in	Občina Trebnje	2007-2009	1.900.000	občinski proračun in državna oz. evropska

kulturno-zgodovinskih znamenitosti	kulturno-zgodovinskih znamenitosti, ki so potenciali za turistične atrakcije in ki so v lasti ali pod skrbništvom lokalne skupnosti				razvojna sredstva
Nadgradnja »master plana« za turizem z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Izvedbeni načrt razvoja turizma s prostorskimi in urbanističnimi elementi in predinvesticijskimi ocenami za ključne naložbene projekte (nadaljnjih novih 5 projektov)	Občina Trebnje	2007-2009	18.500.000	občinski proračun, zasebni viri, evropska razvojna sredstva
Vzpostavitev info točke in programa za tehnično in finančno podporo v okviru občinskega proračuna za spodbujanje razvoja ekološko naravnanih turističnih projektov	Vzpostaviti tehnično podporo (strokovna pomoč pri pridobivanju dovoljenj,... prijav na javne razpise,...) in finančno pomoč (nepovratna sredstva na podlagi javnih razpisov, subvencionirane obrestne mere,...) v okviru občinske službe in proračuna občine za spodbujanje razvoja ekološko naravnanih turističnih projektov	Občina Trebnje	2007-2009	Opredelitev odgovornih za pokrivanje info točke v okviru občinske službe in projektno angažiranje usposobljenih zunanjih svetovalcev. Ocena stroška letno cca. 5.000.000	občinski proračun

10.3 Ključni razvojni investicijski projekti/aktivnosti za leto 2006

Zaradi večje preglednosti smo iz vseh predlaganih ključno razvojnih investicijskih projektov/aktivnosti, ki so načrtovani za kratkoročno obdobje, to je do leta 2009 (točka 10.2) izpostavili še ključne razvojne investicijske projekte/aktivnosti, katerih začetek se predvideva v letu 2006.

Investicijski projekt/aktivnost	Opis	Nosilec	Okvirna vrednost v SIT (z DDV)	Viri financiranja
Preučitev možnosti za vzpostavitev najbolj primerne destinacijske management organizacijske strukture	Opredeliti primerno pravno-organizacijsko obliko, pripraviti ustanovitveni akt, notranje akte in poslovni načrt	Občina Trebnje	1.800.000	občinski proračun
Izdelava marketinške strategije s CGP-ejem z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Marketinška strategija z izvedbenim načrtom tržnega komuniciranja s celostno grafično podobo in aplikacijami	Občina Trebnje	5.400.000	94,9 % EU 5,1 % obč. proračun
Izdelava prostorskega razvojnega programa t.j.»master plan« za področje turizma z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Izvedbeni načrt razvoja turizma s prostorskimi in urbanističnimi elementi ter predinvesticijskimi ocenami za ključne naložbene projekte (za 3-5 projekte)	Občina Trebnje	21.600.000	94,9 % EU 5,1 % obč. proračun
Izdelava enotne vsebinsko in oblikovne zasnove turistično obvestilne in usmerjevalne turistične signalizacije z upoštevanjem usmeritve v ekoturizem	Izdelava celostno usmerjevalnega označevalnega sistema za turistično ponudbo in priprava izvedbenega načrta vzpostavitve tematskih poti	Občina Trebnje	3.600.000	94,9 % EU 5,1 % obč. proračun
Označevanje, signaliziranje turistične ponudbe na terenu	Na podlagi izdelanega CGP-eja, izdelanega celostnega usmerjevalnega označevalnega sistema in načrta vzpostavitve tematskih poti postopoma označiti in signalizirati turistično ponudbo	Občina Trebnje	Vrednost odvisna od izdelanega načrta	94,9 % EU 5,1 % obč. proračun
Pregled vseh obstoječih zakonskih regulativ države, evropskih direktiv, obstoječih sistemov certificiranja	Pripraviti pregled vseh obstoječih zakonskih regulativ države, evropskih direktiv, obstoječih	Občina Trebnje	500.000	94,9 % EU 5,1 % obč. proračun

ekoturistične politike	sistemov certificiranja, standardov ekoturistične politike			
Vzpostaviti prostovoljne instrumente - eko standarde in kriterije ter certifikatne sheme za razvoj in oblikovanje eko-turističnih produktov, blagovnih znamk na lokalnem nivoju	Na podlagi pregleda vseh obstoječih zakonskih regulativ, evropskih direktiv opredeliti eko standarde in kriterije ter certifikatne sheme za razvoj ekološko naravnanih turističnih projektov na lokalnem nivoju	Občina Trebnje	7.800.000	94,9 % EU 5,1 % obč. proračun

11. OPREDELITEV TVEGANJ IN NAČINOV OBVLADOVANJA TVEGANJ

Tabela 22: Opredelitev tveganj in načinov njihovega obvladovanja

	TVEGANJA	NAČIN OBVLADOVANJA
ZARADI NARAVE	<ul style="list-style-type: none"> - Poplave Temenice 	<ul style="list-style-type: none"> - regulacija
OKOLJSKA TVEGANJA	<ul style="list-style-type: none"> - prekomeren oziroma ekološko preveč obremenjujoč razvoj dejavnosti in izkoriščanje posameznih naravnih danosti in kulturno-zgodovinske in etnološke dediščine, - nesprejemanje usmeritev razvoja turizma v ekoturizem 	<ul style="list-style-type: none"> - jasna določitev obnašanja, ravnanja in obremenjenosti posameznih območij - uvedba ekološke takse, parkirnin, dovolilnic - vzpostavitev nadzora
LOKALNA INTERESNA TVEGANJA	<p>izhajajo predvsem iz neusklajenih interesov in ciljev na ravni destinacije kot celote ter na ravni ponudnikov in domačinov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - neusklajenost in zaprtost območja v smislu nepopustljivosti in neprilagodljivosti sodobnega trga in poslovno organizacijskim trendom - neustrezno sodelovanje oziroma nepovezovanje ponudnikov zaradi subjektivnih razlogov posameznikov, kar velja tudi za sodelovanje med javnimi in zasebnim sektorjem - potreben je hiter preskok v miselnosti domačinov, v smislu odprtosti destinacije za tuje vlagatelje, posrednike in izvajalce ponudbe (z vstopom Slovenije v EU je namreč prepovedovanje in omejevanje vstopa tujih poslovnih subjektov, ob 	<ul style="list-style-type: none"> - redna (debatna) srečanja ponudnikov zasebnega in javnega sektorja - vzpostavitev kulture dialoga in sprejemanja mnenj ter oblikovanja rešitev, ki so najprimernejša za razvoj destinacije kot celote in ne le za izpolnjevanje pričakovanj posameznika - organizacija izobraževanja s področja komuniciranja, projektnega vodenja in učinkovitega medsebojnega sodelovanja - redno seznanjanje z dogajanjem in trendi na področju turizma in posla v Sloveniji, Evropi...seznanjanje s sodobnimi smernicami, pravicami, dolžnostmi in možnostmi v okviru nacionalnega in širšega okolja

	izpolnjevanju potrebnih pogojev, nesprejemljivo)	
RAZVOJNA TVEGANJA	<ul style="list-style-type: none"> - »strategija zaradi strategije« ostane le še en napisan dokument, katerega vsebine javnost ne pozna in se ne poistoveti z njenimi ključnimi usmeritvami - neuspešna pridobitev investitorjev in strateških partnerjev razvoja ter neprilagoditev načrtom potencialnim investitorjem, lahko vodi do umika le teh in njihovih razvojnih programov za izboljšanje kvalitete in razvoj turizma v občini Trebnje - neuspešno pridobivanje javnih in razpisnih finančnih virov za razvoj - vzpodbujanje industrijske namesto turistične dejavnosti, ki pa ima, v prvi vrsti zaradi prvobitne narave, neprimerno večjo konkurenčnostno prednost na trgu 	<ul style="list-style-type: none"> - vključevanje ponudnikov, javnega sektorja in javnosti v nastajanje, oblikovanje in izvajanje dokumenta - določitev skrbnika, ki »bedi« nad izvajanjem dokumenta in obvešča, spodbuja vključeno strokovno javnost o in k uresničitvi strateških ciljev - priprava zanimivih ponudb (katalog investicijskih priložnosti) in možnosti razvoja za investitorje in izbor najoptimalnejšega ob maksimalnem medsebojnem prilagajanju za doseganje trajnostnega strateškega razvoja območja in njegove ponudbe - povezovanje s specializiranimi zunanjimi izvajalci pri prijavih na razpise - določitev jasnih prioritete razvoja na podlagi odločitev javnega in podjetniškega sektorja, v skladu s sodobnimi poslovnimi trendi in načeli okolju prijaznega trajnostnega razvoja območja

12. SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE IZVAJANJA STRATEGIJE

Proces spremljanja in vrednotenja izvajanja Strategije razvoja turizma občine Trebnje obsega opredelitev pogostnost oz. frekventnosti spremljanja, relevantnost, kvantificiranje, zanesljivost, dosegljivost ciljev strategije.

V procesu spremljanja strategije bo potrebno identificirati niz kazalcev (indikatorjev) s katerimi bodo opredeljene ciljne in želene mejne vrednosti, ki jih bo mogoče spremljati in vrednotiti na različnih ravneh strategije.

Predlaga se, da spremljanje in vrednotenje izvajanja strategije prevzame novoustanovljena lokalna turistična organizacija in sicer vsaj vsako drugo leto. S tem se zagotavlja prilagajanje strategije novim razmeram in spremembam v zunanjem okolju, ki na Občina Trebnje nima in ne more vplivati pa tudi novim razmeram in spremembam notranjega okolja, na katere ima Občina Trebnje možnost vplivati (npr. sprememba dolgoročnih strateških ciljev ipd., obseg letno alociranih resursov v turizmu, sprememba zakonodaje in regulativ ipd.).

Ključne indikatorje, ki se bodo pred procesom spremljanja strategije oziroma so z vsebino dokumenta že opredeljeni je mogoče izbrati na osnovi predlaganih kriterijev in sicer:

- relevantnosti indikatorja za prioritete in cilje
- kvantificiranje (zmožnost, da določa cilje in osnovna izhodišča)
- zanesljivost (jasnost in kako lahko je indikatorje zajeti, pridobiti)
- dosegljivost (kako lahko jih je vnašati v centralni monitoring sistem naročnika)

V procesu spremljanja izvajanja strategije se lahko spremlja:

- **Relevantnost** = v kakšni meri so cilji strategije bili relevantni za porajajoče se razvojne potrebe in prioritete
- **Učinkovitost** = kako so se vloženi resursi pretvorili v kvalitativne in kvantitativne rezultate (realizirani vs. planirani rezultati)
- **Uspešnosti** = kako je strategija prispevala k doseganju dolgoročnih strateških in kratkoročnih operativnih ciljev
- **Uporabnosti** = ali je strategija imela učinek na ciljne skupine glede na njihove razvojne potrebe
- **Trajnosti** = v kakšni meri je mogoče pričakovati, da bodo dosežene spremembe ali koristi ostali trajni in se nadaljevali tudi v novo programsko obdobje

V procesu ocenjevanja, ki je lahko t.i. predhodno, srednjeročno in končno ocenjevanje se lahko spremljajo:

predhodna evalvacija:

- zveza med konsistentnostjo dolgoročnih in strateških ciljev, kratkoročnih oziroma specifičnih ciljev
- relevantnost rezultatov za vsak nivo strategije

- zanesljivost kvantificiranja ciljev
- predlog izboljšanja sistema indikatorjev

srednjeročna evalvacija:

- spremlja nivo doseganja učinkovitosti na osnovi podatkov pridobljenih v procesu spremljanja ter kakovost in relevantnost teh indikatorjev

končna evalvacija:

- namen te evalvacije je z uporabo indikatorjev spremljanja primerjati izvajanje pričakovanih ciljev s tistimi, ki so bili v resnici doseženi, vključno z učinki

14. ZAKLJUČEK

Strategija razvoja turizma turistične destinacije je osnova za opredelitve operativnih načrtov in nalog posameznih izpostavljenih aktivnosti in investicijskih projektov za doseganje zastavljenih kratkoročnih in dolgoročnih strateških ciljev.

Strategija je živa stvar in se v obdobju lahko spreminja, dopolnjuje in prilagaja dejanskim razmeram na domačem in mednarodnem turističnem trgu ali samim razmeram v turistični destinaciji Trebnje. Bistveno je, da opredeljeno strategijo razvoja turizma turistične destinacije Trebnje posamezni neposredni in posredni turistični ponudniki, javni in tudi civilni sektor sprejmejo in v njej vidijo vsaj del, če ne že v celoti, svojo osebno vizijo, cilje in sam način, kako doseči zastavljene cilje in uresničiti vizijo.

Za uspešno uresničevanje strategije je potrebno zadolžiti vzpostavljeno destinacijsko management organizacijsko strukturo kot njenega skrbnika in koordinatorja, da bo po potrebi, organiziral problemsko delavnico za pregled uresničenih in načrtovanih aktivnosti in doseženih ciljev, ki izhajajo iz strategije in za nadgradnjo. Do vzpostavitve primerne destinacijsko management organizacijske strukture prevzame tako imenovano skrbništvo nad izvajanjem strategije Občina Trebnje.

VIRI IN LITERATURA

1. odgovori, posredovani z občine Trebnje na poslan vprašalnik
2. Regionalni razvojni program za območje Jugovzhodne Slovenije – STRATEŠKI DEL, Podjetniški center Novo Mesto, Novo Mesto, 2001
3. Tourism Trends for Europe, Evropska potovalna komisija (ETC), 2004
4. Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana, 2002
5. Letni pregledi turizma 1986, 1990, 1995, 2000, 2001, 2002, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana, 1986,1990,1995,2000, 2001, 2002
6. Strategija razvoja slovenskega turizma 2002-2006, Ministrstvo za gospodarstvo, Ljubljana, 2001
7. Razvoj ekoturizma v Sloveniji, prispevki posvetovanj, TZS, Škocjanske jame, 2002
8. The world Ecotourism Summit, final report, WTO in UNEP, Quebec city, Canada, 2002
9. dr.M.Koščak, Turistične gozdne poti in varstvo narave, posvet, Pocarjeva domačija, Radovna, 2004
10. A.Božičnik, Ekoturizem in razvojne usmeritve slovenskega turizma, prispevki posvetovanja Razvoj ekoturizma v Sloveniji, Škocjanske jame, 2002
11. www.trebnje.si
12. www.slovenia-heritage.net
13. www.stat.si
14. www.statistik.at
15. www.lto-blegos.si
16. www.wachau.com
17. www.wachau.at
18. www.de.wikipedia.org/wiki/Wachau/
19. www.aeiou.at/aeiou.encyclop.w/w008720.htm
20. www.world-tourism.org

Priloga 1²⁵ : Pregled naravnih danosti in ocena njihove rabe za turistične namene

NARAVNE DANOSTI	kratek opis	upravlja lec	ocena trenutne uporabe*	potencial rabe za turistične namene*
Reka Temenica	Ponikalnica. Dolina reke velja za najdaljšo slovensko slepo dolino.	VGP Novo mesto	2	5
Ponori reke Temenice	Pri vasi Dolenje Ponikve se nahajajo rupe, kjer Temenica ponikne. Dostopi: Dolenje, Ponikva, Trebnje	VGP Novo mesto	2	5
Planote:	Grmada, Ostri vrh, Sela Šumberk		3	5
Razgledni vrhovi	Lepe razgledne točke-široki razgledi: Čatež, Apnenik, Hom, Trebelno, Debenec, Vrh Trebnje, Šumberk		4	5
Vinorodni griči	Šmaver, Lisec, Čatež, Zadruga, Hrastno, Apnenik, Stara gora, Gradišče, Straža		5	5
Doline	Samotne tihe doline: Laknice, Radulja, Bistrica, Vejar, zg. tok Mirne		2	5
Ostanki močvirij	V kotlini vzhodno od Račjega Sela in okrog Prelesja v Mirnski dolini.		1	5
Suha krajina	Planotasta Suha krajina velja za eno najbolj kraških pokrajin.		3	5

Vir: Občina Trebnje

* 1 – zelo nizka stopnja izkoriščanja v turizmu, 5 – zelo visoka stopnja izkoriščanja v turizmu

²⁵ vir : Občina Trebnje

Priloga 2²⁶ : Pregled kulturno zgodovinskih spomenikov in zanimivosti in ocena njihove rabe za turistične namene

KULTURNO ZGODOVINSKE DANOSTI	kratek opis	Lokacija/ dostopnost	upravljalac	ocena trenutne uporabe *	potencial rabe za turistične namene*
Galerija likovnih samorastnikov Trebnje	Zbirka likovnih del je nastala na osnovi Tabora likovnih samorastnikov, ki poteka v Trebnjem vsako leto.	Goliev trg 1	CIK Trebnje	5	5
Kamnito obeležje 15. poldnevnik na VrhTREBNJEM	Skozi občino Trebnje poteka 15. poldnevnik. Obeležje je zgrajeno na razgledni točki, poleg se nahaja tudi sončna ura.	VrhTREBNJE	Komunala Trebnje	4	5
Baragova galerija	Galerija namenjena priložnostnim dogodkom in razstavam	Baragov trg 3, Trebnje	Župnijski urad Trebnje	2	5
Hiša vina – prodajna galerija	Prodajna galerija, namenjena priložnostnim razstavam in dogodkom	Šentrupert 35, Šentrupert	Vinska klet Freljih d.o.o.	3	5
Atelje Sandija Leskovca	Sandi Leskovec je bil kipar samorastnik, v ateljeju so razstavljena njegova dela.	Roje 18, Mirna	Družina Leskovec	2	3
Rastoča knjiga	Obsega opise življenja in dela pomembnih osebnosti na kulturnem, znanstvenem in gospodarskem področju iz občine Trebnje	Kidričeva ul.2, Trenje	CIK Trebnje	3	5
Spominska soba v Dobrniču	Soba je namenjena spominu 1.kongresa Slovenske protifašistične ženske zveze	Dobrnič, kulturni dom	KS Dobrnič	3	5
Razvaline gradu Kozjek	Razvaline gradu Kozjek se nahajajo vrh skalne kope nad vasjo Dolenje Selce pri Dobrniču. Včasih je bil domovanje Kozjakov.	Šela pri Šumberku, Žužemberk	KS Sela pri Šumberku	1	3
Trebanjski grad	Zgrajen je bil okoli l. 1000, ohranil je nekaj svojih starinskih delov.	Trebnje	Privatna last (Italijanka)	4	4
Župnijska cerkev Marijinega vnebovzetja v Trebnjem	Zgrajena l. 1443 v stilu pozne gotike. Oltar in slike so delo znanih umetnikov: Janežič, Langus, Koželj.	Trebnje	Župnijski urad Trebnje	5	5

²⁶ Vir : Občina Trebnje

Arheološko najdišče na Vrhtrebnjem	Manjše, dobro ohranjeno železnodobno gradišče.	Vrhtrebnje		2	3
Grad Mirna-Speča lepotica	Grad je nekdanja srednjeveška utrdba, spremenjena v renesančno palačo.	Mirna	Marko Marin	5	5
Posest Petra Pavla Glavarja na Lanšprežu	Od nekdanjega gradu in dvorca Lanšrež stojita prenovljena kapela in kozolec z 10 stebri, posestvo ima ime po Petru Pavlu Glavarju, znanem duhovniku in čebelarju.	Lanšprež	Čebelarsko društvo Šentrupert Mirna	3	5
Župnijska cerkev Sv. Janeza Krstnika na Mirni	Prvotna cerkev se omenja že v 13. st., l. 1498 so jo prezidali v gotski slog. Znamenita je predvsem po arhitekturi in stenskih poslikavah.	V centru Mirne	Župnijski urad Mirna	4	5
Kamniti most na Mirni	Povezuje naselje v enotno celoto, zgrajen je v obliki petih prekatov. Na mostu je tudi kapelica sv. Križa zgrajena l. 1856.	Mirna	KS Mirna	4	5
Grad Škrljevo	Grad je v svojem jedru romanski, kasneje v gotiki delno prezidan in v baroku dopolnjen s fasadnim učinkom.	Škrljevo	Kranjska investicijska družba	2	5
Podružnična cerkev sv. Helene	Cerkev, pozidana v prvi polovici 18. stol. ima sočasen glavni oltar z Metzingerjevo sliko, ki ga je 1897 popravljala A. Goetzl. Stranski okvirni oltar je iz sredine 18. stol., Mandlinove orgle pa iz 1858.	Mirna	Župnijski urad Mirna	2	3
Arheološko najdišče Gradec	Poznoantična utrdba z velikimi zidanimi zgradbami, verjetno obrambnimi stolpi na robu in cerkvijo na sredi, ki je strateško nadzorovala takrat še vedno pomembno antično cesto Emona - Siscia	Velika Strmica, Trebelno		2	3
Arheološko najdišče Gradec	Bakrenodobna naselbina, utrjena z močno suhozidno, v tlorisu ovalno konstrukcijo	Mirna			
Prazgodovinsko naselje in grobišče Kincelj		Mirna		2	3
Gotska cerkev Sv. Ruperta v Šentrupertu	Je ena najlepših gotskih cerkva v Sloveniji, zgrajena je bila okoli l. 1450. Pri restavraciji s sondiranjem odkrili tudi sledove srednjeveških fresk.	Šentrupert	Župnijski urad Šentrupert	5	5

Vesela Gora-romarska cerkev sv. Frančiška Ksaverja	Romarska cerkev zgrajena l. 1729, posebnost sta diagonalno zasukana zvonika, v cerkvi najdemo dela Metzingerja, Berganta, Postla in Tuška.	Vesela Gora, Šentrupert	Župnijski urad Šentrupert	4	5
Kamniti most na Bistrici	Kamniti most se pne v treh lokih čez reko Bistrico. Ograja je kamnita. Na severni strani je v sklepnem kamnu osrednjega loka vklesana letnica 1830 - obnovljen pred leti	Bistrica, Šentrupert	Direkcija RS za ceste	4	5
Kostnica v Gorenjem Mokronogu	Romanska kostnica okroglega tlorisa. Kapela v nadstropju je bila po 1324 obokana s križnorebrastim obokom, ki počiva na paličasto profiliranih konzolah. Ena izmed treh ohranjenih kostnic v Sloveniji.	Gorenji Mokronog, Trebelno	Župnijski urad Trebelno	2	4
Cerkev Žalostne matere Božje-Žalostna Gora	Longitudinalno zasnovana cerkev iz 2. polovice 17. stol. Strop prezbiterja poslikal F. Jelovšek, oltarne slike delo V. Metzingerja. Glavni oltar je marmorni (1675), stranska sta lesena.	Mokronog, Mokronog	Župnijski urad Mokronog	3	5
Župnijska cerkev sv. Egidija v Mokronogu	Sedanja cerkev je bila sezidana po 1815 v formah poznobaročnega klasicizma in na mestu starejše srednjeveške prednice. Oltarno podobo je naslikal M. Langus 1823. Zvonik je iz 1940.	Mokronog, Mokronog	Župnijski urad Mokronog	3	5
Romarska cerkev Matere božje na Zaplazu	Neorenesančna cerkev je bila zgrajena v letih od 1906-1926 po načrtu R. Trea iz Ljubljane. Iz 1848 pozidane starejše cerkve se je ohranila podoba Matere božje z detetom F. Goldensteina.	Čatež, Velika Loka	Župnijski urad Čatež-Zaplaz	5	5
Grad Mala Loka	Nadstropni dvorec pravokotnega tlorisa s petosno glavno fasado in štirikapno streho iz 2. polovice 16. stol. Sočasna kapela s prizidkom (I. Vurnik, 30. leta 20. stol.). Ostanke vrtno ureditve.	Mala Loka, Velika Loka	Dušan Šparovec	5	5
Župnijska cerkev Sv. Jurija v Dobrniču	Stavba ovalnega tlorisa z zvonikom nad vhomom je 1777 nadomestila starejšo. Glavni oltar je iz 19. stol., stranska s konca 18. stol. Nad krstnim kamnom je Baragov doprsni kip (A. Progar, 1897).	Dobrnič, Dobrnič	Župnijska urad Dobrnič	3	5
Baragova rojstna hiša v Mali vasi	Baragova rojstna hiša z dvema spominskima sobama, prva je rekonstrukcija bivalnega prostora, druga pa zajema Baragovo delovanje.	Mala vas, Dobrnič	Družina Lah	3	5

Razvaline gradu Šumberk	Grad Šumberk sodi med najstarejše gradove na Dolenjskem. Prvič se posredno omenja 1141.	Šumberk, Žužemberk		2	3
Prazgodovinska gomila na Medvedjeku	Najdišče je bilo registrirano ob gradnji voznega pasu magistralne ceste. Zavarovalno izkopavanje prazgodovinske in antične gomile je potekalo v letih 1980 in 1981. Rimski žgani grobovi so še in situ	Medvedjek, Veliki Gaber		2	3

* 1 – zelo nizka stopnja izkoriščanja v turizmu, 5 – zelo visoka stopnja izkoriščanja v turizmu

Priloga 3²⁷: Pregled etnoloških posebnosti, ustanov in ocena njihove rabe za turistične namene

ETNOLOŠKE POSEBNOSTI	lokacija in vsebina	sedanje stanje izkoriščenosti v tur. Namene *	potencial rabe za tur.namene *	Upravitelj, oskrbnik....
Muzej starih kmečkih orodij	Vesela Gora, Šentrupert Etnološka muzejska zbirka, ki obsega več kot 600 primerkov kmečkega orodja ter spominsko sobo čebelarjev Petra Pavla Glavarja in Aleksandra Lunačka.	2	5	KS Šentrupert
Zbirka etnoloških predmetov, slovenskih slikanic za otroke in izvernih ilustracij mladinskih del	OŠ dr. Pavla Lunačka Šentrupert, Šentrupert 57, Šentrupert Zbirka etnoloških predmetov, slovenskih slikanic za otroke in izvernih ilustracij mladinskih del	3	5	OŠ dr. Pavla Lunačka Šentrupert
Toplar »Florijan« na Blatu	Blato, Trebnje Restavriran toplar.	1	5	Družina Okorn
Etnološka zbirka v gostišču Deu	Gostišče Deu, Stari trg 3, Mokronog Zbirka obsega zlasti kmečke vozove in kmečko orodje, razstavljen je na dvorišču gostišča.	3	5	Gostišče Deu
Jurjeva domačija-muzej na prostem	Občine 11, Dobrnič Jurjeva domačija na Občinah 11, je ena najzanimivejših kulturnih znamenitosti v občini Trebnje iz sredine 18. stoletja. Obsega stanovanjsko hišo, ki je pritlična delno zidana in delno lesena, s črno kuhinjo, hišo, kamro in štibelcem, vsi ti prostori pa imajo tudi dobro ohranjeno notranjo opremo. Ohranjeni so tudi svinjaki, kašča, vodnjak ter pod.	2	5	Občina Trebnje
Simončičev toplar	Bistrica, Šentrupert Kozolec na tri pare oken z dvokapno streho na čop ima	1	4	Turistično društvo Šentrupert

²⁷ Vir : Občina Trebnje

	bogato rastlinsko ornamentiran zatrepni del z gankom, ki je obrnjen proti cesti. Izdelal ga je mojster J. Gregorčič iz Slovenske vasi leta 1936.			
Kregljev mlin-Roženberk	Roženberk, Šentrupert Mlin s tremi pari kamnov in stopami, zgrajen v drugi polovici 18. stol. Ohranjena sta dva vodna kolesa s pogonom na spodnjo vodo. Pod isto streho so tudi bivalni prostori. Stavba je bila obnovljena v zadnji četrtini 19. stol .	1	4	Družina Kregelj

*1 – zelo nizka stopnja izkoriščanja v turizmu, 5 – zelo visoka stopnja izkoriščanja v turizmu

Priloga 4²⁸ : Gostinske kapacitete po vrsti po krajih

KRAJ	št.gostiln, gostišč	št.notranjih sedežev	št.zunanjih sedežev	skupaj št.sedežev	št.restavracij, pizerije, pivnice	št.notranjih sedežev	št.zunanjih sedežev	skupaj št.sedežev	št.kavarn in slaščičarn	št.okrepcevalnic in barov, diskoteka	Št. izletniških kmetij	vinotoči, vinarstvo	skupaj
Mirna	3	330	60	390	3	48	0	48	1	1			8
Šentrupert	1	100	0	100						2		1	4
Rakovnik pri Šentrupertu	1	120	0	120									1
Prelesje					1	300	100	400					1
Slovenska vas	1	170	50	220									1
Trebnje	5	335	421	756	4	155	35	190		7			16
Gorenje Ponikve	1	140	40	180									1
Štefan pri Trebnjem										2			2
Dolenja Nemška vas										1			1
Dobrnič										1			1
Rdeči Kal pri Dobrniču	1	20	50	70									1
Čatež	2	240	62	302									2
Mokronog	1	120	20	140						2			3
Račje selo	1	170	20	190						1			2
Blato										1			1
Veliki Gaber										2			2
Bič										1			1
Medvedjek										1			1
Zagorica pri V. Gabru										1			1
Šentlovrenc										1			1
Krtina										1			1
Draga pri Šentrupertu											1		1
Mirna vas											1		1
Okrog											1		1
Knežja vas											1		1
Hom											1	1	2
Repče											1		1
Rodine											1		1
Križni vrh											1		1
Dolenji vrh											1		1
Dolenje Selce											1		1
Hudeje											1		1
Slepšek											1		1
Kovačev hrib												1	1
SKUPAJ	17	1745	723	2468	8	503	135	638	1	25	12	3	66

²⁸ Vir : Občina Trebnje

Priloga 5²⁹ : Seznam prireditev v občini Trebnje

TIP PRIREDITVE -naziv oziroma ime	Prireditven i prostor - lokacija	Čas in trajanje izvedbe	Organizator	Ocena št. obiskov alcev	Struktura obiskovalcev	Pomen prireditve	Glavni segmenti obiskovalcev- komu je prireditev prvenstveno namenjena	Plačljiv ost = vstopni na da-ne
ŠPORTNE								
Pohod Iz Mirne Peči na Vrh Trebnje	Mirna Peč-Vrh Trebnje	februar	PD Trebnje		Vse generacije, družine	Medobčinska pohodna pot		ne
Valentinov pohod		februar	Društvo vinogradnikov Trebnje		Ljubitelji vinskih goric			ne
Pohod od Vesele Gore do Zaplaza	Vesela Gora-Zaplaz	maj	KD Šentrupert		Romarji, družine	Romarska pot		ne
Tom tek, pohod	Mokronog	junij	Tom		Aktivni in rekreativni športniki	Regionalna prireditev	Aktivnim in rekreativnim športnikom	da
Pohod na Vrtrebnje	Trebnje-Vrh Trebnje	junij	PD Trebnje		Planinci, vse generacije, ljubitelji narave, družine			ne
Pohod po Baragovi poti	Trebnje-Mala vas-Trebnje	junij	KD Trebnje		Romarji, družine, vse generacije	Spominski dan občine		da
Pohod po Steklasovi poti	Šentrupert	oktober	Turistično društvo Šentrupert PD Polet	600	Vse generacije, družine			ne
Pohod po poti Mare Rupene		oktober	KTD Dobrnič		Upokojenci, borci, vse generacije			ne
Pohod po Vorančevi		oktober	TD Mokronog		Vse generacije, družine, planinci			ne

²⁹ Vir : Občina Trebnje

pohodni poti								
Vinogradniški pohod	Čatež	oktober	VTD Čatež		Ljubitelji vinskih goric, vse generacije, družine			ne
Štefanov pohod		26. december	VTD Čatež pod Zaplazom		vse generacije, družine	Pobožični pohod		da
KULTURNE								
Prešernovanje na Čatežu	KD Čatež	februar	KUD Popotovanje Frana Levstika Čatež					ne
Iz družinske skrinje	KD Trebnje	februar	KD Trebnje		Ljubitelji družinske tradicije		Ljubitelji družinske tradicije	ne
Festival »Ah, te orglice«	KD Mokronog	februar	Občina Trebnje, JSKD OI Trebnje, ZKD Trebnje in KUD Emila Adamiča Mokronog		Ljubitelji ljudskih inštrumentov in glasbe	Državnega pomena	Ljubitelji ljudskih inštrumentov in glasbe	da
Goliev spominski dan	CIK Trebnje	april	Občina Trebnje, JSKD OI Trebnje in ZKD Trebnje		Občani, kulturni krog, posamezniki	Spominski dan občine	Občani, kulturni krog, posamezniki	ne
38. tabor likovnih samorastnikov	Galerija likovnih samorastnikov Trebnje	junij	CIK Trebnje		Umetniki naivci	Svetovni pomen	Umetniki naivci	ne
Baragov dan	CIK Trebnje, Baragova galerija, Mala vas	junij	KD Trebnje		Občani, kulturni krog, posamezniki	Spominski dan občine	Občani, kulturni krog, posamezniki	ne
Mali likovni tabor	CIK Trebnje	unij-september	JSKD OI Trebnje		Osnovnošolci	Regionalni pomen	Osnovnošolci	da
Kresnik ob Dušici	Čatež	junij	KUD		Ljubitelji narave,		Ljubitelji narave,	ne

			popotovanje Frana Levstika Čatež		luči in svetlobe		luči in svetlobe	
Poletje v Šentrupertu	Šentrupert	julij-avgust	TD Šentrupert					
Festival Le Soleil	Grad Mala Loka	julij	Grad Teater in ZKD Trebnje					
Koncert Ragel	KD Trebnje	november	Društvo Ragle		Ljubitelji ljudskega petja		Ljubitelji ljudskega petja	da
Ta veseli dan kulture	KD Trebnje	november	KD Trebnje		Ljubitelji kulture		Ljubitelji kulture	da
Razstava jaslic	Baragova galerija Trebnje	december	Društvo Ragle		Družine, otroci, starejši		Družine, otroci, starejši	ne
Novoletni koncert OPO Trebnje	Telovadnica OŠ Trebnje	december	KUD OPO Trebnje		Ljubitelji glasbe		Ljubitelji glasbe	da
DRUGE PRIREDITVE								
Sobotni sejem v Trebnjem	Park v Trebnjem	vsako 2. soboto v mesecu	DROT					ne
Kramarsko živinski sejem v Mokronogu	Mokronog trg	vsako 3. soboto v mesecu	KS Mokronog					ne
Srečanje bradačev	KD Mokronog	januar	TD Mokronog					
Prihod ptujskih kurentov	Park v Trebnjem	februar	JSKD OI Trebnje Občina Trebnje					ne
Pustni karneval	KD Mokronog in trg	februar	TD Mokronog					ne
Tradicionalni dobrodelni koncert »Odprite srce«	Telovadnica OŠ Trebnje	marec	Društvo sožitje					da

Gregorjev sejem na Veseli Gori	Vesela Gora	marec	TD Šentrupert					ne
Žegnanje konj za jurjevo s povorko	Lukovek ali Dobrnič	april	Konjerejsko društvo Trebnje					ne
Prvomajsko srečanje na Debencu	Debenec nad Mirno	1. maj	OO ZSS Slovenije, Dolenjske in Bele Krajine					ne
Konjerejska prireditev v Šentrupertu	Draga pri Šentrupertu	maj	TD Šentrupert					ne
Cvičkarija na Čatežu	Čatež	junij	VTD Čatež					ne
Prireditev moto kluba Kamerad	Trebnje	junij	MK Kamerad					ne
Iz trebanjskega koša	Trebnje	junij	TD Trebnje					ne
Cviček v Šentrupertu	Šentrupert trg	junij	Društvo vinogradnikov Šentrupert, TD Šentrupert					ne
Kresovanje na Brezi	Breza	23. junij	Trebanjski skavtje					ne
Vaške kmečke igre	Dobrnič	junij	KTD Dobrnič					ne
Kresovanje ob dnevu državnosti na Trebelnem	Trebelno	25. junij	NSi odbor Trebnje					ne
ŠVIC-študentski vikend inteligence in cvička	Čatež-turistična kmetija Obilnar	julij	KŠOT					da
Trebanjska kuhinja	Trebnje	september	TD Trebnje					ne
Sejem rože in sveče spomina	Park v Trebnjem	oktober	DROT					ne

Martinov sejem	Park v Trebnje,	november	DROT					ne
Razhodnja popotovanja od litije do Čateža	Čatež	november	TD Čatež, JSKD OI Trebnje					ne
Martinovanje na Čatežu	Čatež	november	DROT					ne
Miklavžev sejem	Park v Trebnjem	december	DROT					ne
Z božičkom v čarobnem gozdu	Park v Trebnjem	december	DROT					
Božični sejem	Park v Trebnjem	24. december	DROT					ne
Žegnanje konj v Šentruperti	Šentrupert	26. december	Konjerejsko društvo Šentrupert					ne
Žegnanje konj v Štefanu	Štefan	26. december	Konjerejsko društvo Trebnje					ne
Novoletni sejem	Park v Trebnjem	31. december	DROT					ne

Priloga 6³⁰: Seznam prireditvenih objektov

PRIREDTVENI OBJEKTI	upravljalac	kapaciteta	Namen uporabe	Pogostost uporabe na leto
MUZEJI				
Galerija likovnih samorastnikov Trebnje	CIK Trebnje	100 - 150	Razstave, poroke	občasno
DVORANE ZA GLEDALIŠKE PREDSTAVE, KONCERTE, IPD.				
Kulturni dom Trebnje	KS Trebnje	228	Gledališke predstave, proslave, prireditve, filmi	pogosto
Kulturni dom Šentrupert	KS Šentrupert	120	Gledališke predstave, proslave, prireditve	občasno
Kulturni dom Šentlovrenc	KS Šentlovrenc	150	proslave, prireditve	redko
Kulturni dom Mokronog	KS Mokronog	300 sedežev + 50 stojišč	Manjše gledališke predstave, proslave, prireditve	občasno
Kulturni dom Dobrnič	KS Dobrnič	180	proslave, prireditve, občni zbori	redko
Kulturni dom Čatež	KUD Popotovanje Frana Levstika Čatež	120	proslave, prireditve, občni zbori	občasno
CIK Trebnje-avla	CIK Trebnje	50 - 100	proslave, razstave, prireditve, predavanja, občni zbori	pogosto
Baragova dvorana	Župnijski urad Trebnje	100	Razstave, prireditve	občasno
Diskoteka Africa	Tomaž Gorec	500	Živa glasba	pogosto
DSO Trebnje	DSO Trebnje	120	Občni zbori, predavanja, prireditve	občasno
Dvorana TVD Partizan Mirna	KS Mirna		Prireditve	redko
KAPELE				
Kapela Petra Pavla Glavarja-Lanšprež	Čebelarsko društvo Šentrupert Mirna	Do 50 oseb	Ogledi, predavanja	redko
GALERIJE, KNJIŽNICE, IPD.				
galerije s kulturnim programom				

³⁰ Vir : Občina Trebnje

Knjižnica Pavla Golie Trebnje	Knjižnica Pavla Golie Trebnje		Predavanja, ura pravljič	občasno
Kino				
VEČNAMENSKI PROSTORI				
Sportna dvorana-OŠ Trebnje	OŠ Trebnje		Prireditve, tekme, proslave	občasno
Sportna dvorana-OŠ Mirna	OŠ Mirna			
Telovadnica-OŠ Veliki Gaber	OŠ Veliki Gaber		Proslave, prireditve	ob praznikih, zaključku leta
Telovadnica-OŠ Šentrupert	OŠ Šentrupert		Proslave, prireditve	ob praznikih, zaključku leta
Telovadnica-OŠ Mokronog	OŠ Mokronog		Proslave, prireditve	ob praznikih, zaključku leta
PRIZORIŠČA NA PROSTEM				
Trebnje-park	KS Trebnje		Prireditve, proslave	občasno
Prireditveni prostor pred občinsko stavbo	TD Trebnje	3000	Iz trebanjskega koša	redko
Trebnje-športno igrišče	OŠ Trebnje		Tekme, prireditve	občasno
Čatež-vaški trg	KS Čatež		prireditve	redko
Šentrupert-trg	KS Šentrupert		prireditve	redko
Mokronog-trg	KS Mokronog		prireditve	redko
Mirna-športno igrišče	OŠ Mirna		Tekme, prireditve	občasno
Mercator center Trebnje-parkirišče	Mercator		prireditve	občasno
DSO Trebnje	DSO Trebnje		n.p.	
Grad Mala Loka	Dušan Šparovec		Prireditve	poletni čas
Grad Mirna Speča lepota	Marko Marin		Prireditve	poletni čas
CERKVE				
cerkve za koncerte resne, sakralne glasbe				
Cerkev Marijinega vnebovzetja-Trebnje	Župnijski urad Trebnje		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih
Cerkev Sv. Janeza Krstnika-Mirna	Župnijski urad Mirna		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih
Cerkev Žalostne matere božje-Mokronog	Župnijski urad Mokronog		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih
Cerkev Sv. Ruperta-Šentrupert	Župnijski urad Šentrupert		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih
Vesela Gora-cerkev sv. Frančiška Ksaverja	Župnijski urad Šentrupert		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih
Cerkev Marijinega vnebovzetja-Zaplaz	Župnijski urad Čatež-Zaplaz		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih
Cerkev Sv. Jurija-Dobrníč	Župnijski urad Dobrníč		Resna glasba, koncerti	ob priložnostih