



OBČINA CERKNO

ŽUPAN

www.cerkno.si, e: obcina@cerkno.si
Bevkova ulica 9, 5282 Cerčno
t: 05 373 46 40, f: 05 373 46 49

Številka: sl/2025

Datum: _____

**OBČINSKEMU SVETU
OBČINE CERKNO**

**Zadeva: SOGLASJE K IMENOVANJU DIREKTORJA ZAVODA ZA TURIZEM
CERKNO**

Priprava gradiva: župan

Poročevalec: Gašper Uršič

Postopek: Soglasje k imenovanju direktorja Zavoda za turizem Cerčno

Pravna podlaga: Odloka o ustanovitvi zavoda kot lokalne turistične organizacije občine Cerčno (Uradni list RS, št. 65/00, 50/05, 62/06), Statuta ZT Cerčno in 16. člen Statuta Občine Cerčno (Uradni list RS, št. 164/20)

Predlog sklepa:

Občinski svet Občine Cerčno podaja soglasje k sklepu sveta zavoda ZT Cerčno, ki ga je sprejel na 3. redni seji 26. 2. 2025, da imenuje Gregorja Novakovića za direktorja Zavoda za turizem Cerčno za mandatno obdobje 4 let.

Obrazložitev:

Svet zavoda Zavoda za turizem Cerčno je v skladu z Odlokom o ustanovitvi zavoda kot lokalne turistične organizacije občine Cerčno (Uradni list RS, št. 65/00, 50/05, 62/06) in Statutom ZT Cerčno razpisal delovno mesto direktorja/direktorice Zavoda za turizem Cerčno za mandatno obdobje 4 let. Razpis je bil v sredstvih javnega obveščanja objavljen od 5. 2. 2025 do 18. 2. 2025. Sveta zavoda ZT Cerčno je na 3. redni seji sveta zavoda, dne 26. 2. 2025, obravnaval dve prispeli vlogi kandidatov za direktorja. Ena vloga ni bila poslana pravočasno, zato se je svetu zavoda na seji predstavil le g. Novaković. Po opravljeni predstavitvi in razpravi je svet zavoda sprejel sklep:

»Svet zavoda imenuje Gregorja Novakovića, stanujočega na naslovu Virmaše 100, 4220 Škofja Loka, za direktorja Zavoda za turizem Cerčno. Mandat imenovanega traja štiri leta. Sklep o imenovanju direktorja se posreduje občini ustanoviteljici zaradi pridobitve soglasja k imenovanju.«



OBČINA CERKNO

OBČINSKI SVET

www.cerkno.si, e: obcina@cerkno.si
Bevkova ulica 9, 5282 Cerčno
t: 05 373 46 40, f: 05 373 46 49

Na podlagi Odloka o ustanovitvi zavoda kot lokalne turistične organizacije Občine Cerčno (Uradni list RS, št. 65/00, 50/05 in 62/06), Statuta Zavoda za turizem Cerčno in 16. člena Statuta Občine Cerčno (Uradni list RS, št. 164/20) je Občinski svet Občine Cerčno na 22. redni seji dne 19. 3. 2025 sprejel naslednji

S K L E P

I.

Občina Cerčno podaja soglasje k sklepu sveta javnega zavoda Zavod za turizem Cerčno, ki ga je sprejel na 3. redni seji 26. 2. 2025, da imenuje Gregorja Novakovića za direktorja Zavoda za turizem za mandatno obdobje 4 let.

II.

Sklep velja takoj.

Št. 014-0006/2025-2
Cerčno, dne 19. 3. 2025

Župan
Občine Cerčno
Gašper Uršič

Cerčno, dne 26. 2. 2025


SKLEP

Svet zavoda Zavoda za turizem Cerčno je v skladu z Odlokom o ustanovitvi zavoda kot lokalne turistične organizacije občine Cerčno (Uradni list RS, št. 65/00, 50/05, 62/06) in Statutom ZT Cerčno razpisal delovno mesto direktorja/direktorice Zavoda za turizem Cerčno za mandatno obdobje 4 let. Razpis je bil v sredstvih javnega obveščanja objavljen od 5. 2. 2025 do 18. 2. 2025. Sveta zavoda ZT Cerčno je na 3. redni seji sveta zavoda, dne 26. 2. 2025, obravnaval eno prispelo vlogo kandidata za direktorja. Druga vloga ni bila poslana pravočasno in pravilno ter ni ustrezala pogojem razpisa. Na seji sveta zavoda se je predstavil Gregor Novaković. Po opravljeni predstavitvi in razpravi je svet zavoda sprejel sklep:

»Svet zavoda imenuje Gregorja Novakovića, stanujočega na naslovu Virmaše 100, 4220 Škofja Loka, za direktorja Zavoda za turizem Cerčno. Mandat imenovanega traja štiri leta. Sklep o imenovanju direktorja se posreduje občini ustanoviteljici zaradi pridobitve soglasja k imenovanju.«

Zavod za turizem Cerčno

Polona Kavčič, predsednica sveta zavoda





PROGRAM DELA IN RAZVOJA JAVNEGA ZAVODA ZA MANDATNO OBDOBJE 2025 - 2029

17. FEBRUAR 2025

Kazalo vsebine

1. IZHODIŠČA.....	1
2. ANALIZA STANJA TURISTIČNE PONUDBE.....	4
2.1. PSPN matrika	4
3. UPRAVLJANJE Z DESTINACIJO	7
3.1. UKREPI na področju doseganja glavnega strateškega cilja	8
4. RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ	10
5. TRŽENJE TURISTIČNE PONUDBE	11
6. KADROVSKI NAČRT	12
7. ZAKLJUČEK.....	12

1. IZHODIŠČA

V zadnjih 4 letih se je v cerkljanskem turizmu spisalo kar nekaj lepih zgodb, na podlagi katerih lahko z optimizmom gledamo v prihodnost. Je bil pa v tem času turizem na destinaciji postavljen tudi pred velike preizkušnje, ki jih bo potrebno v prihodnje na ustrezen način nasloviti.

Tako je v preteklem obdobju v prvi vrsti za izpostaviti pripravo dveh ključnih dokumentov (**Strategija razvoja trajnostnega turizma v Občini Cerkno 2021–2025** in **Načrt upravljanja Arheološkega parka Divje babe**), s katerima strateško naslavljamo prihodnji razvoj in promocijo celotnega območja.

Veseli tudi dejstvo, da so se v omenjenem obdobju občutno povečala finančna vlaganja v razvoj turistične infrastrukture.

Prav tako pa smo ves ta čas za naše razmere relativno veliko sredstev vlagali v promocijo destinacije, v prvi vrsti preko digitalnih orodij.

Glede na to, da smo vodilna destinacija slovenskega turizma, smo se lahko ves ta čas prijavljali na različne javne razpise in smo tako v zadnjih 4 letih iz tega naslova prejeli cca 100 tisoč evrov nepovratnih sredstev, ki smo jih na takšen ali drugačen način namenili promociji tako destinacije kot različnih deležnikov v njej.

V navedenem obdobju pa se je zgodilo tudi nekaj nepričakovanih zadev, ki vsekakor do določene mere vplivajo tako na razvoj kot promocijo turizma na območju.

Tako se je poleti 2023 zgodilo huda naravna nesreča, ki je zelo poškodovala Partizansko bolnico Franja, ki je bila do takrat najbolj obiskana turistična znamenitost v občini. V prvi polovici leta 2024 je zaradi prenove Hotel Cerkno zaprl svoja vrata in posledično na destinaciji trenutno ne moremo sprejemati »avtobusnih« gostov.

Dejstvo je, da je bil to relativno boleč udarec za cerkljanski turizem, ki pa je od nas zahteval hiter in odločen odziv. Tako smo predvsem prilagodili promocijo destinacije in nagovarjamo drugačne ciljne skupine. Izkazalo se je, da je turizem v naših krajih očitno zelo odporen na tovrstne nepredvidene dogodke in se zna prilagoditi. Kar pomeni, da je na destinaciji cela vrsta različnih turističnih deležnikov, ki sami ali skupaj z nami pišejo uspešne turistične zgodbe. In na teh uspešnih zgodbah moramo graditi našo skupno prihodnost v turizmu.

V okviru strategije je zapisana in sprejeta vizija destinacije Cerčno 2025+, ki se glasi takole:

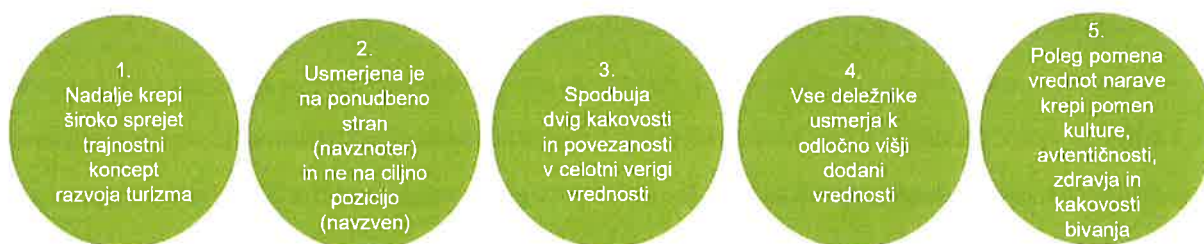
»V Cerčnem bomo leta 2025 turiste gostili v vseh letnih časih. Ne bomo poznani le kot družinska zimska destinacija, temveč bomo obiskovalce vse leto privabljali z nepozabnimi doživetji kulturne dediščine iz obdobja svetovnih vojn, glasbenimi prireditvami, ki bodo slavile najstarejše glasbilo na svetu, oddihom v mirnem podeželskem okolju ter urejeno infrastrukturo za aktivna doživetja na prostem.«

Sedaj lahko na podlagi preverljivih statističnih podatkih zapišemo, da nam je to uspelo še pred letom 2025. Tako smo lani in tudi že leta 2023 v poletnih mesecih (junij-avgust) ustvarili vsaj toliko oziroma še več nočitev kot v zimskih mesecih (december-februar). In to verjamem, da je na koncu koncev največji dosežek celotne ekipe Zavoda za turizem Cerčno, saj smo več kot očitno med potencialnimi obiskovalci vse bolj prepoznani kot destinacija vredna obiska v vseh letnih časih.

Vloga Zavoda za turizem Cerčno je seveda v prvi vrsti povezovanje vseh turističnih subjektov v občini k skupnemu delovanju in ustvarjanju v korist cerkljanskega turizma. Edinstvena kulturna in naravna dediščina, domačnost lokalnega prebivalstva v povezavi s tradicijo, znanjem in nujno potrebno inovativnostjo, bodo skupaj z uporabo sodobnih trženjskih poti turistično destinacijo Cerčno z okolico utrdili na svetovnem turističnem zemljevidu.

Strateški razvoj turistične ponudbe v destinaciji pa je potrebno prav tako uskladiti z **nacionalnimi smernicami** s tega področja.

Ključne značilnosti nove vizije razvoja slovenskega turizma so:



Iz vizije za novo strateško obdobje izločamo besedo »DESTINACIJA«, saj turizma ne razumemo le kot panogo, ampak kot širši ekosistem.

Z nadgrajeno vizijo in novo strategijo želimo izpostaviti pomen razvoja raznolike in kakovostne slovenske podjetniške ponudbe v turizmu (butičnosti) in avtentičnosti (pristnosti in lokalnega karakterja Slovenije), ki naj nas – v povezavi z zavezanostjo trajnostnim principom – razlikuje od mednarodne konkurence in krepí lokalne skupnosti, regije in Slovenijo kot celoto.

ZELENA BUTIČNOST. Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Še naprej gradimo „zeleno zgodbo“ Slovenije, pri čemer odločno krepimo zeleno vrednost – nadgrajujemo zeleno infrastrukturo in ponudbo ter v ponudbi in podobi krepimo avtentične (kulturne) elemente.

ZELENO =
OKOLJSKA +
DRUŽBENO-KULturnA +
EKONOMSKA TRAJNOST,
z močnim slovenskim zelenim lokalnim karakterjem

Pospešujemo butičnost – kakovostno ponudbo (ki jo odlikujejo principi lokalnega karakterja, kulturnih vsebin, trajnostnega razvoja, odgovornega doživljanja narave, premium stonitev, 5-zvezdičnih doživetij, personalizirane izkušnje, vrhunske gastronomije, tehnoloških inovacij in digitalno podprtih procesov). Ustvarjamo ponudbo z višjo dodano vrednostjo, po meri zahtevnejšega in odgovornega obiskovalca.

BUTIČNO = PREMIUM
+ AVTENTIČNO (PRISTNO SLOVENSKO – izražen LOKALNI KULTURNI KARAKTER DESTINACIJ)

ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Naša zelena zaveza se izraža v manjšem (okoljskem in družbenem) odtisu. Uspešno ohranjamo biodiverzitet, kakovost okolja in naravnih vrednot ter z upoštevanjem nosilnih zmogljivosti ravnotežje med življenjem in obiskom.

POJASNILO VIZIJE

Razvijamo turizem višje dodane vrednosti V INTERESU VSEH DELEŽNIKOV:

- 1 ZADOVOLJNA LOKALNA SKUPNOST** (uravnoležen razvoj turizma, ki prinaša vrednost v lokalno ekonomijo, podpira vloške v urejeno okolje ohranjeno naravo in kulturno krajino, prinaša nove priložnosti za mlade, krepí lokalno identiteto ter omogoča ohranjanje kulturne dediščine).
- 2 USPEŠNA PODJETJA**, ki skrbijo za MOTIVIRANE in ZADOVOLJNE ZAPOSLENE in vlagajo v razvoj ponudbe.
- 3 NAVDUŠENI OBISKOVALCI**, ki dobijo bolj poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje in potrošijo več, cenijo tako naravo kot kulturne vsebine in avtentični karakter destinacij, radi priporočajo naprej in se vračajo.

Pomembno pojasnilo: Temeljna platforma opredelitev, merjenje, spremljanje za udejanjanje obljube »zelene« Slovenije je Zelena shema slovenskega turizma (ZSST), ki deluje kot nacionalni program in certifikacijska shema, ki pod krovno znamko SLOVENIA GREEN združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji, destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja, skozi znamko Slovenia Green to zeleno delovanje tudi promovira.

Vir: www.gov.si

2. ANALIZA STANJA TURISTIČNE PONUDBE

2.1 PSPN MATRIKA

V okviru priprave Strategije razvoja trajnostnega turizma v Občini Cerklje 2021–2025, je bila na podlagi analize turistične ponudbe, intervjujih s ključnimi turističnimi deležniki na destinaciji, izvedeni delavnici in opravljeni analizi trženja pripravljena t.i. PSPN matrika, v kateri so navedene prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti prihodnjega razvoja turizma na območju Občine Cerklje.

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> → čista, ohranjena narava, → razgibanost površja, zanimiva predvsem za pohodništvo → izobilje vodnih virov (reke, soteske), → bolnica Franja kot kulturni spomenik državnega pomena, → ohranjena kulturna dediščina iz obdobja I. in II. svetovne vojne, → Arheološki park Divje babe kot najdišče najstarejšega glasbila na svetu, → nagrajeno, za slovenske razmere sodobno, družinsko smučišče Cerklje, → tradicija glasbenih prireditev in dogodkov, → ohranjena nesnovna dediščina (laufarija, smučka, šebreljski želodec). 	<ul style="list-style-type: none"> → slabša kakovost osrednjega nastanitvenega objekta v občini, → slabša kakovost kulinarčne ponudbe, → pomanjkanje dodatne turistične ponudbe, predvsem pomladi, poleti in jeseni, → sezonskost in odvisnost od hladnih zim, → težko dostopna doživetja (vnaprejšnje naročanje, neredni termini, na povpraševanje, ni spletnega nakupa vstopnic, odpiralni časi), → neobstoja upravljalvskega načrta za osrednji kulturni atrakciji, bolnico Franja in Divje babe, → za turizem neustrezen Občinski prostorski načrt, → nizka občinska proračunska sredstva za razvoj in promocijo turizma, → nepregledna poraba turistične takse in koncesijskih dajatev, → šibka promocija.
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> → nadgradnja produktov, osnovanih na glasbenem kulturnem izročilu in dediščini svetovnih vojn, s poudarkom na Interpretaciji, → nadgradnja produktov, osnovanih na neokrnjeni naravi, → optimizacija upravljanja bolnice Franja, → digitalizacija kulturne dediščine, → nadgradnja kolesarskega in pohodniškega produkta, → razvoj produktov v sodelovanju z okoliškimi destinacijami, predvsem daljinskih pohodniških in kolesarskih poti (Juliana, Pot miru), → pridružitve Skupnosti Julijskih Alp, → mir in intima kot protiutež Dolini Soče, Bohinju, → razvoj termalnega turizma, → razvoj kolektivne blagovne znamke in tipičnega spominka, → vzpostavitev lokalne turistične agencije, → razvoj trajnostne mobilnosti, → tuji gostje. 	<ul style="list-style-type: none"> → pomanjkanje zadostnih finančnih sredstev za dolgoročno izvajanje strateških načrtov za razvoj in promocijo turizma na vseh ravneh, → odvisnost LTO-ja od evropskih sredstev in projektov (MGRT, LAS), → počasne spremembe in sprejemanje aktov, → premalo nastanitvenih kapacitet za nadaljnjo rast in razvoj, → obstoj in nadaljnji razvoj največjega ponudnika turističnih nastanitev, → pomanjkanje interesa lokalnih prebivalcev za ukvarjanje s turizmom, → zaviranje turističnega razvoja s strani lastnikov parcel in neurejena razmerja, → vse milejše zime in s tem povezano pomanjkanje snega.

Kot je iz PSPN matrike razvidno, kljub uspešnemu razvoju turistične destinacije v zadnjih letih, le-to na področju destinacijskega upravljanja čaka še veliko izzivov. Marsikaj, kar je v matriki navedeno je bilo v preteklem obdobju realizirano (zmanjšanje odvisnosti od zim, priprava upravljaljskega načrta za AP divje babe itd.). V nadaljevanju bom izpostavil tiste poglobitve, za katere menim, da jim je potrebno v prihodnjih letih nameniti še prav posebno pozornost.

ČISTA, OHRANJENA NARAVA (prednost)

Turistična destinacija Cerkno je vključena v Zeleno shemo slovenskega turizma in je nosilka znaka Slovenia Green. Prav tako je članica Konzorcija Slovenia Green Destination. Z aktivnim izvajanjem ukrepov na različnih področjih izkazuje svojo trajnostno naravnost. **ČISTA, OHRANJENA NARAVA** pa je predpogoj za nadaljevanje uspešnega strateškega dela na področju trajnostnega razvoja turizma, od katerega bosta imeli koristi tako lokalno prebivalstvo kot tudi vsi obiskovalci. Naloga javnega zavoda, skupaj z Občino Cerkno, je v prvi vrsti zagotavljanje pogojev (predvsem infrastrukturnih), kot tudi ozaveščanje različnih deležnikov (lokalno prebivalstvo, turistični deležniki itd.) o pomenu ohranjanja čistega in urejenega okolja.

BOGATA KULTURNA DEDIŠČINA (prednost)

Občina Cerkno ima to prednost, da se lahko pohvali z izjemno bogato zapuščino na področju kulturne dediščine. Od tega, da je PB Franja kulturni spomenik državnega pomena in nosi Znak Evropske dediščine, do tega, da so na območju Arheološkega parka Divje babe leta 1995 našli najstarejše do sedaj poznano glasbilo na svetu, cca. 60 tisoč let staro Neandertalčevo piščal. Naloga javnega zavoda je v prihodnjih letih tovrstno dediščino še bolj povezati, saj bo na takšen način dosegala večjo prepoznavnost.

MIR IN INTIMA KOT PROTIUTEŽ DOLINI SOČE, BOHINJU (priložnost)

Obiskovalci naše destinacije kot konkurenčno prednosti proti bolj turistično obleganim krajem izpostavljajo mir in intimo. To v prvi vrsti pomeni, da se pri nas povsem odklopijo in napolnijo z energijo, kar ima blagodejne učinke na telo in duha. Tega marsikje drugje, kjer se srečujejo s t. i. preturizmom ni in to mora biti naša prednost oziroma to moramo znati na primeren način izkoristiti (razvoj produktov, promocija itd.)

POVEZOVANJE IN SODELOVANJE Z OKOLIŠKIMI DESTINACIJAMI (priložnost)

Potrebno je zavedanje vseh turističnih deležnikov na destinaciji, da lahko s sodelovanjem dosežemo več, kot vsak posebej. Na določenih projektih je bilo v preteklih letih sodelovanje že uspešno, vendar je bilo tega premalo. Destinacija Cerkno je s tem, ko je postala vodilna destinacija slovenskega turizma dosegla velik uspeh, saj se je pridružila najboljšim v državi. S tem si je »dvignila« ceno, kar pa samo po sebi ne pomeni veliko, če tega ne zna unovčiti. To je zelo dobro storila na področju pridobivanja sredstev na javnih razpisih, po mojem mnenju pa je bilo premalo narejenega na projektnem povezovanju, tako recimo z destinacijo Idrija kot tudi Dolino Soče. In na tem bo potrebno v prihodnjih letih narediti konkretne korake naprej.

NADALJNI RAZVOJ NAJVEČJEGA PONUDNIKA NASTANITEV (nevarnost)

Terme in smučišče Hotel Cerkno je ponudnik z največ nastanitvenimi kapacitetami v občini. Poleg tega upravlja s smučiščem Cerkno, ki ga na sezono obišče približno 90 tisoč smučarjev, dodatno imajo v svoji ponudbi tudi Terme Cerkno. So prepoznaven subjekt tako na slovenskem kot tujem tržišču in s tem, ko vlagajo visoka sredstva za promocijo lastne ponudbe, posredno skrbijo za promocijo celotne destinacije. Zaradi tega je izrednega pomena, da se tako kot ostali ponudniki tudi oni razvijajo naprej in krepijo svojo prisotnost tako v slovenskem kot tudi svetovnem turizmu.

VSE MILEJŠE ZIME IN S TEM POVEZANO POMANJKANJE SNEGA (nevarnost)

V zadnjem desetletju so zelo opazne podnebne spremembe, ki imajo za posledico veliko ekstremnih vremenskih pojavov. Na žalost tudi zime niso več takšne kot so nekdaj bile. Opaziti je vse manj snežnih padavin, poleg tega pa tudi relativno visoke zimske temperature ne vplivajo na razmere v katerih bi se dalo delati umetni sneg. Posledično je v zimskih mesecih obisk na smučišču slabši, kar negativno vpliva na ustvarjanje prihodkov s strani turističnih ponudnikov (namestitveni, gostinski itd.). Zaradi tega je nujno potrebno v prihodnjih letih nadaljevati z razvojem ponudbe izven glavne, zimske sezone, saj bomo le na tak način lahko konkurenčni ostalim razvitim turističnim destinacijam.

3. UPRAVLJANJE Z DESTINACIJO

Osnovno poslanstvo Zavoda za turizem Cerkljevo je v prvi vrsti skrb za razvoj in prepoznavnost Cerkljanske kot turistične destinacije.

Naloge, ki so zapisane v Odloku o ustanovitvi zavoda kot lokalne turistične organizacije Občine Cerkljevo, so sledeče:

- oblikovanje celovite turistične ponudbe območja Občine Cerkljevo,
- informiranje obiskovalcev v okviru turistično-informacijskega centra,
- promocija turistične ponudbe,
- sooblikovanje turistične ponudbe Slovenije in njene promocije,
- vključevanje aktivnosti turističnih društev s statusom društev, ki delujejo v javnem interesu,
- organizacija in izvajanje prireditev, povezanih s turizmom,
- spodbujanje razvoja in urejanje objektov turistične infrastrukture na območju Občine Cerkljevo.

Kot je iz vsebine odloka razvidno javni zavod pokriva širok spekter aktivnosti. Torej, ne skrbi samo za promocijo turistične ponudbe destinacije, ampak tudi za njen strateški razvoj. In prav razvoj mora biti v prihodnjih letih v fokusu aktivnosti javnega zavoda, saj se bo lahko le na tak način dosegalo konkurenčnost tako v domačem kot tudi mednarodnem okolju.

Glavni strateški cilj na področju upravljanja z destinacijo, zapisan v Strategiji razvoja trajnostnega turizma Občine Cerkljevo 2021–2025, je zagotoviti razmere in pogoje, ki bodo:

- Javnemu sektorju dolgoročno omogočali uspešno celostno upravljanje, razvoj in promocijo turizma na destinaciji.
- Zasebnemu sektorju dolgoročno omogočali razvoj kakovostne in trajnostne turistične ponudbe.
- Prebivalce v večji meri vključili v načrtovanje in izvajanje turističnih politik.

3.1 UKREPI NA PODROČJU DOSEGANJA GLAVNEGA STRATEŠKEGA CILJA

Ustanovitelj Zavoda za turizem Cerklje je bila z odlokom o ustanovitvi leta 2000 Občina Cerklje. V vsem tem času se je zavod srečal z marsikaterim izzivom, od kadrovskih do tistih na področju financiranja v odloku navedenih nalog. Nujno potrebno je na tem področju v prihodnosti sprejeti sistemske rešitve, da se zagotovi strateški razvoj trajnostnega turizma na destinaciji.

V 14. členu odloka o ustanovitvi javnega zavoda je zapisano, da le-ta pridobiva sredstva za svoje delovanje z:

- sredstvi turistične takse, ki jih nameni zavodu ustanovitelj,
- lastnimi prihodki zavoda (plačilo za blago in storitve),
- sredstvi iz naslova koncesijskih dajatev za prirejanje posebnih iger na srečo, ki so namenjena lokalnim skupnostim in jih ustanovitelj nameni zavodu kot lokalni turistični organizaciji,
- proračunskimi sredstvi občine,
- sredstvi pridobljenimi iz javnih razpisov,
- darili in dotacijami ter drugimi viri.

V kolikor se želimo v prihodnje kot turistična destinacija razvijati še hitreje, menim, da bi moral biti **sistem financiranja** tak, da bi se celotno turistično takso, ki jo preko ponudnikov namestitev vplačajo turisti, ki v občini prenočijo, namenilo za turistični razvoj. Poleg tega bi bil potreben dogovor, da bi se minimalno 50 % sredstev iz naslova koncesijskih dajatev za prirejanje posebnih iger na srečo, morale steči v proračun za financiranje razvoja turizma. Na tak način bi se lahko zagotovilo vzdržno sistemsko financiranje zavoda.

Velik doprinos k dodatnemu financiranju zavoda se je zgodil s tem, ko je Cerklje postalo vodilna destinacija slovenskega turizma in tako posledično lahko sodeluje na javnih razpisih namenjenih tovrstnim destinacijam. Prijave na takšne razpise morajo postati redna praksa, saj je mogoče s pridobitvijo dodatnih finančnih sredstev izpeljati marsikateri projekt, ki bi ga v nasprotnem primeru zelo težko.

Zasebni sektor

V zadnjih letih je v občini opaziti trend naraščanja posameznikov, ki **v turizmu iščejo gospodarske priložnosti**. Velika večina teh se usmerja v ponujanje namestitvenih kapacitet. V osnovi to za dobršen del ponudnikov predstavlja dodaten vir zaslužka, kar pomeni, da razvoju turistične dejavnosti ne posvečajo toliko časa, kot bi ga želeli oziroma bi ga lahko. Posledično dostikrat težko govorimo o turistični ponudbi z višjo dodano vrednostjo, tako, ki bi izstopala iz povprečja.

In ravno področje informiranja, izobraževanja o tem kako na pravi način pristopiti k razvoju turistične ponudbe, je tudi ena izmed nalog Zavoda za turizem Cerkno. LAS projekti so recimo odlični za vključevanje in povezovanje različnih turističnih deležnikov. V prihodnje je potrebno še okrepiti tovrstno sodelovanje in zasebnemu sektorju omogočiti razvoj kakovostne, inovativne in trajnostne turistične ponudbe.

Vključenost lokalnega prebivalstva v turistične aktivnosti na destinaciji je izjemnega pomena za sam razvoj. Še bolj do izraza pride to v manjših krajih, kjer je pretok takšnih in drugačnih informacij zelo hiter. Velika prednost je, če lokalno prebivalstvo diha s turizmom, saj bodo na tak način svojo pozitivno energijo prenašali na obiskovalce, ki se bodo posledično počutili dobrodošle in se bodo radi vračali.

Kako to doseči? Na področju vključevanja je pomembna proaktivnost, kar pomeni, da je potrebno veliko dela opraviti na terenu, se pogovarjati s prebivalci, jim prisluhniti in pomagati v kolikor je to mogoče. Vsako pobudo, ki pride od »spodaj« je treba z iskrenimi nameni dobro preveriti, saj velikokrat ravno na tak način pride do uspešnih turističnih zgodb.

Prav tako je vseskozi potrebno jasno komunicirati aktivnosti, ki jih izvaja zavod.

Obiskovalci/turisti pridejo na destinacijo za kratek čas in potem odidejo z upanjem, da se kmalu vrnejo. Lokalno prebivalstvo pa v kraju živi in dela dobršen del leta, kar pomeni, da ima lahko turistični razvoj na destinaciji velik vpliv na njihova življenja. Posledično mora biti razvoj turistične ponudbe trajnostno naravnan, saj bo le na tak način pozitivno sprejet med lokalnim prebivalstvom.

4. RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ

Glavni strateški cilj na področju razvoja turističnih produktov in doživetij, zapisan v Strategiji razvoja trajnostnega turizma Občine Cerkno 2021–2025 je sledeč:

Vzpostaviti sistem enovitega razvoja kakovostnih, edinstvenih in trajnostnih doživetij, ki so glavni gradniki destinacijskih produktov in bodo gostom na preprost in dostopen način na voljo v vseh letnih časih.

Zapisan cilj bomo dosegli na sledeč način:

- **Potrebno je poznavanje turističnih in produktnih trendov.** Pri razvoju produkta moramo v prvem koraku dobro spoznati globalne turistične in produktne trende ter izkušnje primerljivih turističnih destinacij, pa tudi izkušnje, ki jih ima s produktom destinacija, v kateri produkt razvijamo. Pri tem destinacijo razumemo kot prepletanje naravnih in kulturnih danosti, ponudbe, ljudi in doživetij, ki jo opredeljujejo.
- **Potrebno je poznavanje ključnih značilnosti produkta in potencial razvoja v destinaciji.** V prvem koraku smo pripravili analizo trendov in zbrali izkušnje destinacije z razvojem produkta, sedaj je čas, da na podlagi ugotovitev pripravimo realno oceno potenciala in identificiramo tako neizkoriščene potenciale v destinaciji kot tudi dosedanje pomanjkljivosti, ki jih skušamo odpraviti. Za potrebe tega koraka moramo seveda dobro poznati ključne značilnosti produkta, ki ga razvijamo.

Infrastruktura za razvoj turistične ponudbe

Investicije v turistično infrastrukturo

TP 2.1 Prioritetna lista investicij v turistično infrastrukturo

Kot že omenjeno, se v zadnjih letih vse več javnih sredstev vlaga v razvoj turistične infrastrukture, kar ima za posledico večjo urejenost le-te. Od tega, da so se označile kolesarske poti v občini do tega, da so se na primeren način (dehidracijske WC enote, klopi, mize) uredila turistična izhodišča. To v prvi vrsti dviguje kvaliteto turistične ponudbe, kar ima za posledico zadovoljnega obiskovalca.

S tovrstnimi namenskimi vlaganji je potrebno nadaljevati v prihodnjem obdobju na način, da se ob koncu leta pripravi listo prioritarnih investicij v turistično infrastrukturo, za izvedbo katere se zagotovi sredstva v proračunu.

5. TRŽENJE TURISTIČNE PONUDBE

Nujno potrebno je zavedanje, da je ciljno usmerjeno trženje turistične destinacije nepogrešljivo za uspešen razvoj. Živimo v času, ko je predvsem digitalizacija prisotna na vseh področjih družbenega življenja. In to se še kako kaže tudi v turizmu, saj je zaradi poplave različnih aplikacij svet kar naenkrat postal majhen. To pomeni, da lahko s pravim pristopom v digitalnih medijih zelo hitro vzbudiš pozornost preostalega sveta, naj si bo to z odličnim trajnostno naravnanim turističnim produktom, kvalitetno narejenim video posnetkom ali zgolj s posebno, vendar drugačno fotografijo.

V preteklih letih je bil na tem področju storjen velik korak naprej, saj smo na destinaciji v okviru različnih projektov (STO, LAS...) uspeli pridobiti veliko kvalitetnega video materiala, ki smo ga preko različnih promocijskih kanalov prezentirali širši javnosti.

Glavni strateški cilj na področju promocije, zapisan v Strategiji razvoja trajnostnega turizma Občine Cerkno 2021–2025 je:

Dvigniti prepoznavnost destinacije Cerkno in jo repozicionirati, pri čemer komunikacijske aktivnosti podpirajo razvoj obstoječih in novih turističnih produktov in doživetij za obiskovalce z višjo kupno močjo, ki bodo v destinaciji ostali dlje.

Zapisan cilj bomo dosegli na sledeč način:

- Potrebno je dosledno izvajati uspešno **KOMUNIKACIJSKO STRATEGIJO**, s pomočjo katere nagovarjamo različne turistične deležnike kot tudi lokalno prebivalstvo.
- Potrebno je dosledno izvajati ciljno usmerjeno **TRŽENJSKO STRATEGIJO**, s katero preko različnih komunikacijskih kanalov izpostavljamo razlikovalne prednosti turistične ponudbe na destinaciji.

6. KADROVSKI NAČRT

Trenutna kadrovska struktura je takšna, da so v zavodu redno zaposlene tri osebe.

Glede na sprejeto Strategijo razvoja trajnostnega turizma v Občini Cerkno 2021–2025, v njej zapisane cilje in ukrepe, menim, da bi bila za doseg pravih vseh teh ciljev v prihodnje potrebna kadrovska okrepitev zavoda z vsaj eno osebo. V preteklih letih je zavod izpeljal ali pa aktivno sodeloval pri celi vrsti projektov, ki so zahtevali veliko napora s strani zaposlenih. Obseg dela se tako iz leta v leto povečuje, kar ima za posledico veliko obremenjenost zaposlenih v zavodu. V kolikor želimo nadaljevati z realizacijo ukrepov zapisanih v strategiji, je kadrovska okrepitev nujno potrebna.

Zavedam se, da so finančna sredstva za razvoj turizma v Občini Cerkno omejena, pa vendar menim, da bi se z ukrepi na področju sistemskega financiranja zavoda, tako kot so navedeni na strani 10, lahko zagotovilo prepotrebna finančna sredstva.

7. ZAKLJUČEK

Če želimo našim zanamcem zapustiti kraje, vredne občudovanja, je ključnega pomena skrbno načrtovanje turizma. Pri tem nas vodi Zelena shema slovenskega turizma z natančnimi smernicami. Zelena shema turizma je **certifikat kakovosti**, s katerim Slovenska turistična organizacija označuje izpolnjevanje širokega spektra zahtev na področju trajnostnega turizma. Shema, ki sicer temelji na globalnih kriterijih, upoštevajoč tudi nacionalne značilnosti in zahteve, je orodje za oceno, pa tudi za izboljšanje trajnostnega delovanja.

Trajnost prepogosto enačimo zgolj z varovanjem narave, čistim okoljem in ločevanjem odpadkov, a pomen je precej širši. Da lahko destinacija nosi naziv "trajnostna", je potrebno odgovorno ravnanje, premišljeno načrtovanje razvoja prostora in turizma, ohranjanje kulturne dediščine, spodbujanje lokalnega podjetništva, vključevanje prebivalcev, povezovanje turističnih ponudnikov ter skrbno varovanje živalskih in rastlinskih vrst. Vse to s ciljem ustvarjanja boljše prihodnosti.