



KRANJSKA GORA

ANALIZA SPLETNE ANKETE

v okviru priprave
STRATEGIJE RAZVOJA IN UPRAVLJANJA
TURIZMA V OBČINI KRANJSKA GORA 2025-2035
(SOBIVANJE TURIZMA in LOKALNE SKUPNOSTI)

Analitično-grafični prikaz rezultatov
spletne ankete,
s kratko interpretacijo rezultatov in s
vključenimi komentarji/pogledi/predlogi


Rezultati
SPLETNE
ANKETE




ZNAČILNOSTI ANKETE

Spletna anketa je bila izvedena
KOT KOMBINIRAN VPRAŠALNIK
med SPLOŠNIMI in STROKOVNIMI JAVNOSTMI
na območju OBČINE KRANJSKA GORA

v podporo pripravi
STRATEGIJE RAZVOJA IN
UPRAVLJANJA
TURIZMA
V OBČINI KRANJSKA GORA
2025-2035



Večinski del vprašanj
je bil enoten tako za občane
kot
ponudnike/strokovno javnost.



V zadnjem sklopu so se odprla
prilagojena vprašanja glede na to,
ali je bil respondent splošna
zainteresirana javnost (občani) ali
strokovna javnost (ponudniki iz
turizma in povezanih dejavnosti).

DVA TIPA VPRAŠANJ



KVANTITATIVNA – ZAPRTA VPRAŠANJA

Velik del vprašanj je bil pripravljen na način, **da sodelujoči opredelijo stopnjo strinjanja**

(npr. zelo se strinjam / strinjam se / ne strinjam se),

ali opredelijo pomen

(npr. zelo pomembno / pomembno / manj pomembno / ni pomembno).

TA VPRAŠANJA OMOGOČAJO PRIMERJAVE oziroma NATANČNO IZMERO MNENJ.

+ KVALITATIVNA – ODPRTA VPRAŠANJA

Nekaj vprašanj pa je bilo odprtih, saj nas zanimajo **kvalitativni opisni pogledi, predlogi, ideje, mnenja.**

Tudi pri zaprtih vprašanjih so imeli sodelujoči vedno možnost kaj dodati (pod DRUGO)

in izraziti svoje mnenje
(vprašanje na koncu zaprtega vprašanja
,Bi želeli dodati komentar?').

TEMELJNE ZNAČILNOSTI SPLETNE ANKETE

OBJAVA

Anketa je bila objavljena na spletni strani, ki je bila vzpostavljena za proces novelacije turistične strategije (v okviru občinske spletne strani), ob tem je potekala aktivna animacija preko družbenih omrežij, direktne e-mail pošte na naslovnike (ponudniki) in objave v lokalnem časopisu Zgornjesav'c.

OBJAVA

TRAJANJE

Anketa je bila objavljena **5. februarja 2024 – in bila odprta do 28. decembra 2023, nato pa je bila podaljšana do 10. marca 2024**, s ciljem pridobiti še večji odziv.

TRAJANJE

ODZIV

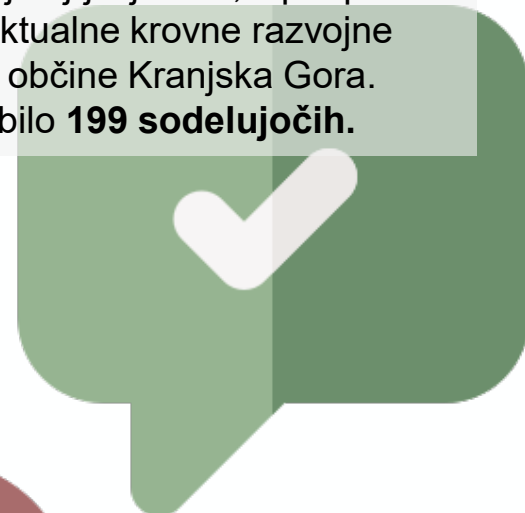
Skupaj je bilo 1.490 klikov na anketo, **delno jo je izpolnilo 400 sodelujočih, v celoti pa**

332 deležnikov, od tega dobra tretjina ponudnikov in dve tretjini splošne zainteresirane javnosti (občani).

ODZIV

ANKETA V PODORO KROVNI RAZVOJNI STRATEGIJI OBČINE KRANJSKA GORA (2019)

Za primerjavo navajamo podatek iz zadnje primerljive ankete, ki je bila izvedena junij-julij 2019, v podporo pripravi aktualne krovne razvojne strategije občine Kranjska Gora. Takrat je bilo **199 sodelujočih**.



PRIKAZ PODROBNEJŠE ANALIZE – KLIKI, ČASOVNI POTEK in ODGOVORI PO STRANEH

KLIKI NA ANKETO

Velika večina je do ankete dostopala preko neposrednega linka (to so bili ponudniki), ki so ga prejeli z e-mail povabilom, sledi spletna stran www.obcina.kranjska-gora.si, nato pa družbena omrežja.

1KA email – odgovor	0
obcina.kranjska-gora.si	253
www.obcina.kranjska-gora.si	4
posta.siol.net	1
kranjska-gora.si	89
com.google.android.gm	12
l.facebook.com	57
m.facebook.com	56
lm.facebook.com	136
com.google.android.googlequicksearchbox	2
t.co	1
posta.telemach.net	2
www.facebook.com	3
www.1ka.si	2
Neposreden klik	872
Skupaj enot	1490

Kumulativni status	Število klikov
Klik na nagovor	1490
Klik na anketo	615
Delno izpolnjena	488
Stran 1	488
Stran 2	467
Stran 3	457
Stran 4	412
Stran 5	392
Stran 6	389
Stran 7	381
Stran 8	373
Stran 9	362
Stran 10	354
Stran 11	349
Stran 12	347
Stran 13	346
Stran 14	343
Stran 15	343
Stran 16	211
Stran 17	207
Stran 18	130
Stran 19	131
Stran 20	131
Stran 21	131
Stran 22	128
Stran 23	127
Stran 24	126
Stran 25	126
Stran 26	126
Stran 27	333
Stran 28	332
Končal anketo	332

Osip od klika na nagovor oziroma na anketo do izpolnjene ankete je povsem standarden v tovrstnih projektih.

POTEK PO STRANEH

Anketo je delno izpolnilo okvirno 400, v celoti 332 sodelujočih, številke po straneh variirajo, saj so vprašanja od strani 17 do 26 ločena glede na status respondenta (občan/ponudnik). Do vključno demografskih podatkov na koncu je anketo izpolnilo 332 ponudnikov, uvodna vprašanja pa imajo po okvirno 400 in več odgovorov.

Ločena vprašanja glede na občan/ponudnik.

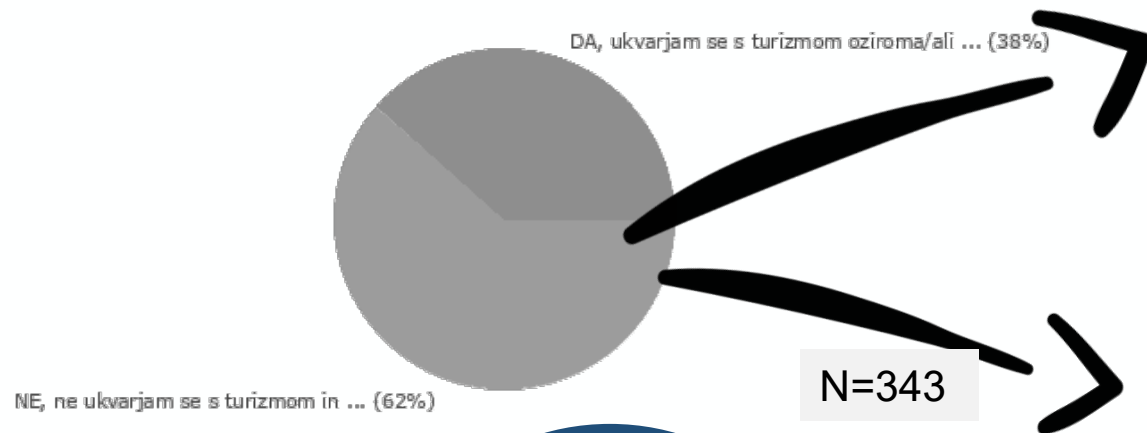
ČASOVNICA IZPOLNJEVANJA

2024-02-05	56
2024-02-06	229
2024-02-07	142
2024-02-08	44
2024-02-09	45
2024-02-10	52
2024-02-11	26
2024-02-12	24
2024-02-13	11
2024-02-14	12
2024-02-15	6
2024-02-16	15
2024-02-17	15
2024-02-18	3
2024-02-19	7
2024-02-20	31
2024-02-21	59
2024-02-22	19
2024-02-23	48
2024-02-24	8
2024-02-25	17
2024-02-26	45
2024-02-27	34
2024-02-28	121
2024-02-29	104
2024-03-01	13
2024-03-02	8
2024-03-03	36
2024-03-04	58
2024-03-05	30
2024-03-06	44
2024-03-07	15
2024-03-08	23
2024-03-09	28
2024-03-10	62
Skupaj enot	1490

STRUKTURA: ZINTERESIRANI OBČANI – DELO V TURIZMU

Ali se ukvarjate s turizmom in povezanimi dejavnostmi, ali pa se uvrščate v kategorijo zainteresirane splošne javnosti – občanov?

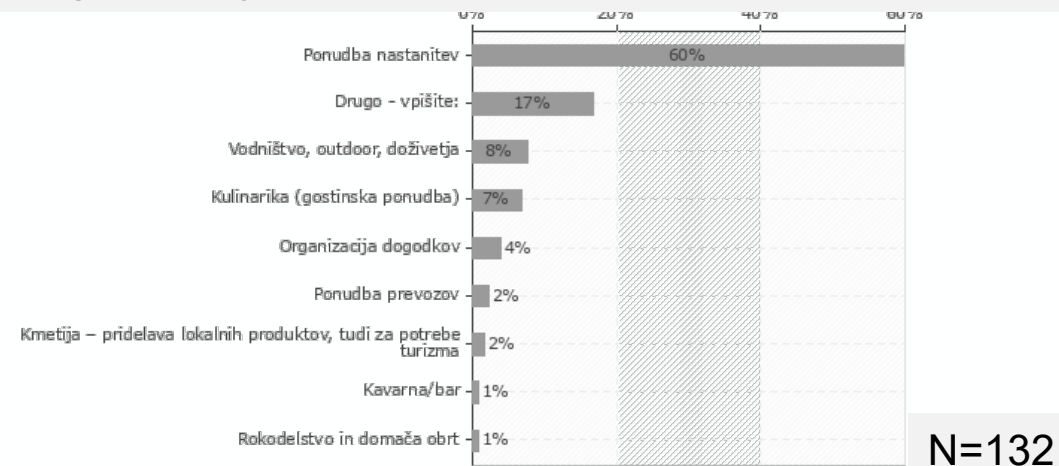
- 38 % sodelujočih se ukvarja s turizmom.
- 62 % pa ne in so predstavljali splošno zainteresirano javnost.



Anketa je bila kombinirana: za splošno javnost (zainteresirani občani) in ponudnike oziroma tiste, ki živijo (tudi) od turizma.

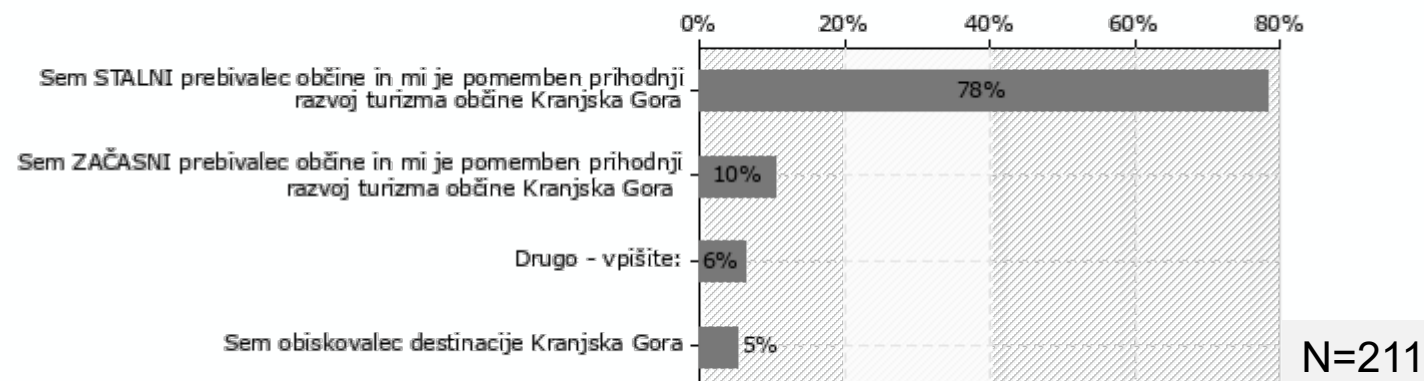
ČE DA: S katero od navedenih dejavnosti se ukvarjate?

Večinski delež je bilo nastanitvenih ponudnikov (60 %), sledili so vodništvo, outdoor, doživetja (8 %), s 7 % gostinci, s 4 % organizatorji prireditev.



ČE NE – Kakšen je vaš odnos do Kranjske Gore

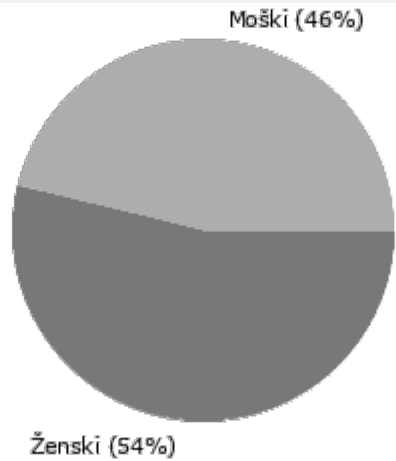
Med zainteresiranimi občani je bilo 78 % stalnih prebivalcev, 10 % začasnih, 5 % pa obiskovalcev Kranjske Gore in 6 % drugih.



STRUKTURA GLEDE NA SPOL, STAROST & KRAJ BIVANJA OZIROMA POSLOVANJA

Sodelujoči glede na **SPOL**:

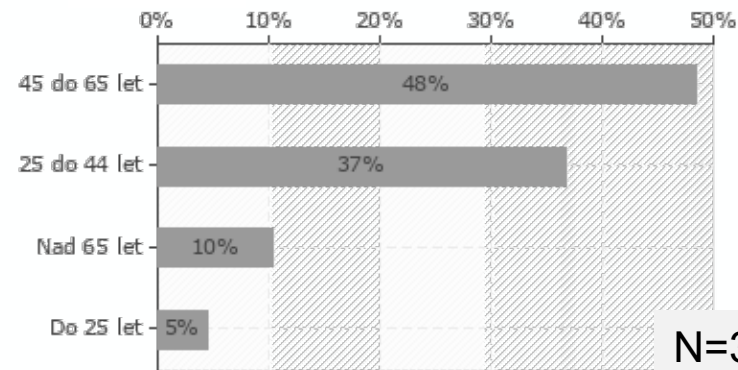
- 54 % oseb je bilo ženskega spola.
- 46 % moškega spola.



N=333

Sodelujoči glede na **STAROST**:

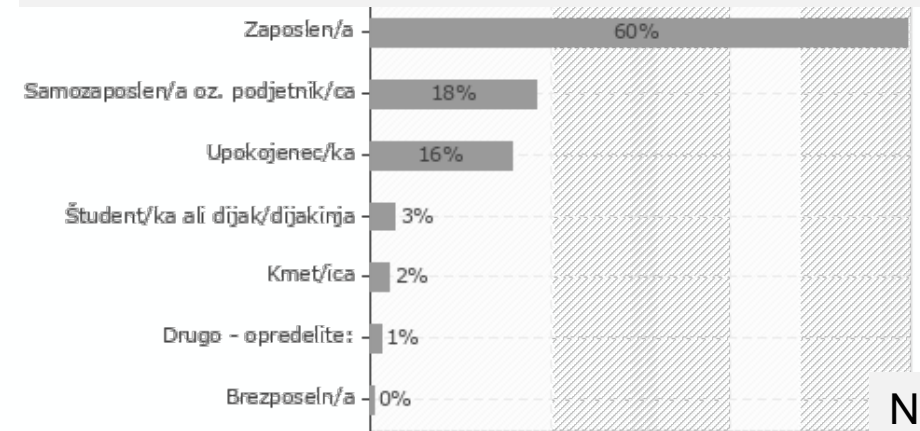
- Slaba polovica (48 %) sodelujočih je bilo **starih med 45 in 65 let.**
- 37 % je bilo starih med 25 do 44 let.
- Z 10 % so sledili stari nad 65 let.
- Mladi do 25 let so se odzvali zgolj s 5 % deležem.



N=332

Sodelujoči glede na **STATUS ZAPOSLOTITVE**:

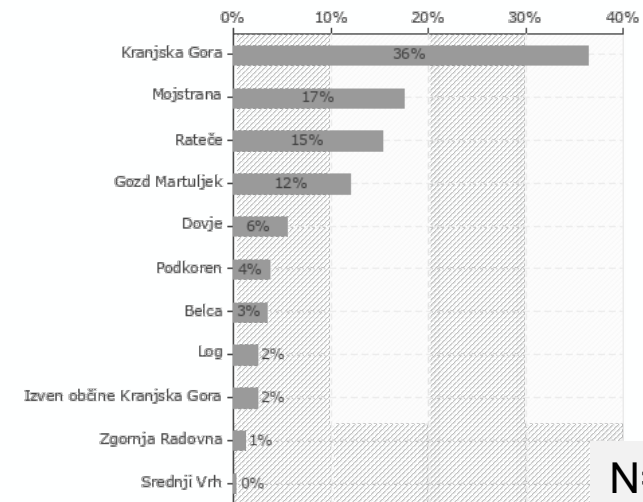
- **Večinski, 60 % delež je bilo zaposlenih.**
- **18 % samozaposlenih.**
- **16 % upokoencev.**
- 3 % študentov/dijakov.
- 2 % kmetov/kmetic.



N=331

Sodelujoči glede na **NASELJE PREBIVANJA oziroma POSLOVANJA**:

- **Največji (36 %) delež je bil iz Kranjske Gore.**
- **Sledila je Mojstrana s 17 %, Rateče s 15 % in Gozd Martuljek z 12 %.**
- Izstopajo še Podkoren in Belca, ostali po 1 % ali manj.



N=327



PRIKAZ IN INTERPRETACIJA
ODGOVOROV – REZULTATOV

SKLOP 1:

Uvodni pogled na kakovost bivanja, stanje narave in turizma v občini Kranjska Gora

SKLOP 2:

Obseg turizma v destinaciji Kranjska Gora

SKLOP 3:

Pogled naprej: razvojni model, vizija, vrednote

SKLOP 4:

Upravljanje turizma in načrti na ravni ponudnikov

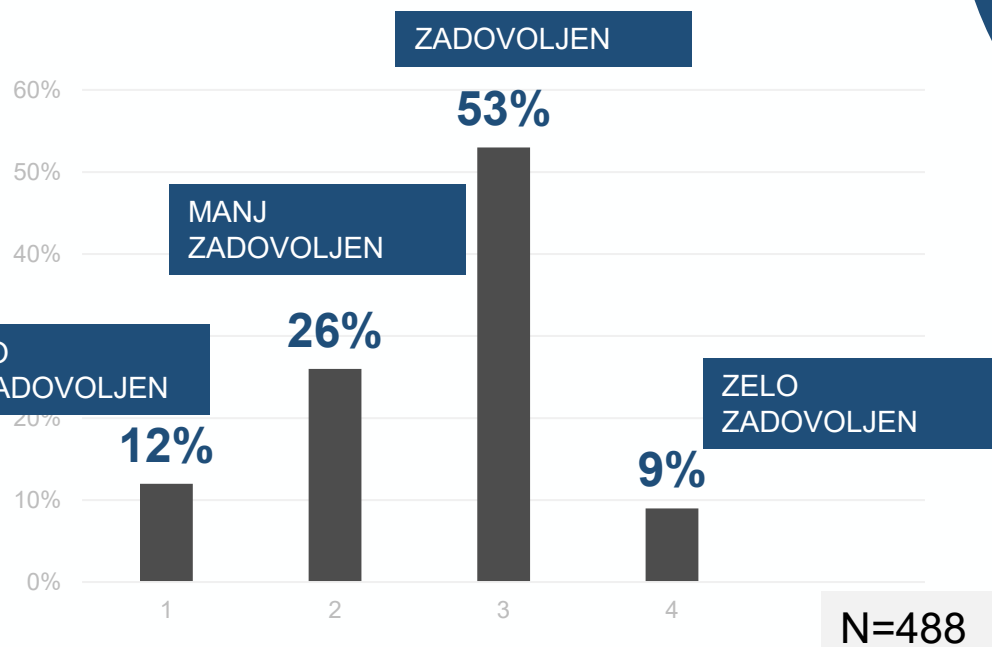
SPLOŠNO ZADOVOLJSTVO Z BIVANJEM V OBČINI KRANJSKA GORA

VPRAŠANJE 1A: Kako ste zadovoljni s splošno ravno kakovosti bivanja v občini Kranjska Gora?
Izrazite svojo splošno raven zadovoljstva med 1 (zelo nezadovoljen) do 4 (zelo zadovoljen).

Povprečna ocena je 2,6 od 4.

62 % je zadovoljnih ali zelo zadovoljnih (slednjih 9 %).

38 % pa ni zadovoljnih (26 % manj zadovoljnih, 12 % pa nezadovoljnih)



POVPREČNO
ZADOVOLJSTVO S
KAKOVOSTJO
BIVANJA

2,6 od 4

= višje kot zadovoljstvo
s turizmom (2,1)

N=193

Primerjali smo rezultate –
isto vprašanje iz procesa
priprave krovne razvojne
strategije občine Kranjska
Gora leta 2019:

**takrat je bila
ocena višja:
3,1 od 4**

**Primerjava z enakim
vprašanjem leta 2019:**

- 3,1 od 4 je bila povprečna ocena zadovoljstva.
- 87 % je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih z občino kot krajem za prebivanje.

ZADOVOLJSTVO S TURIZMOM V OBČINI KRANJSKA GORA

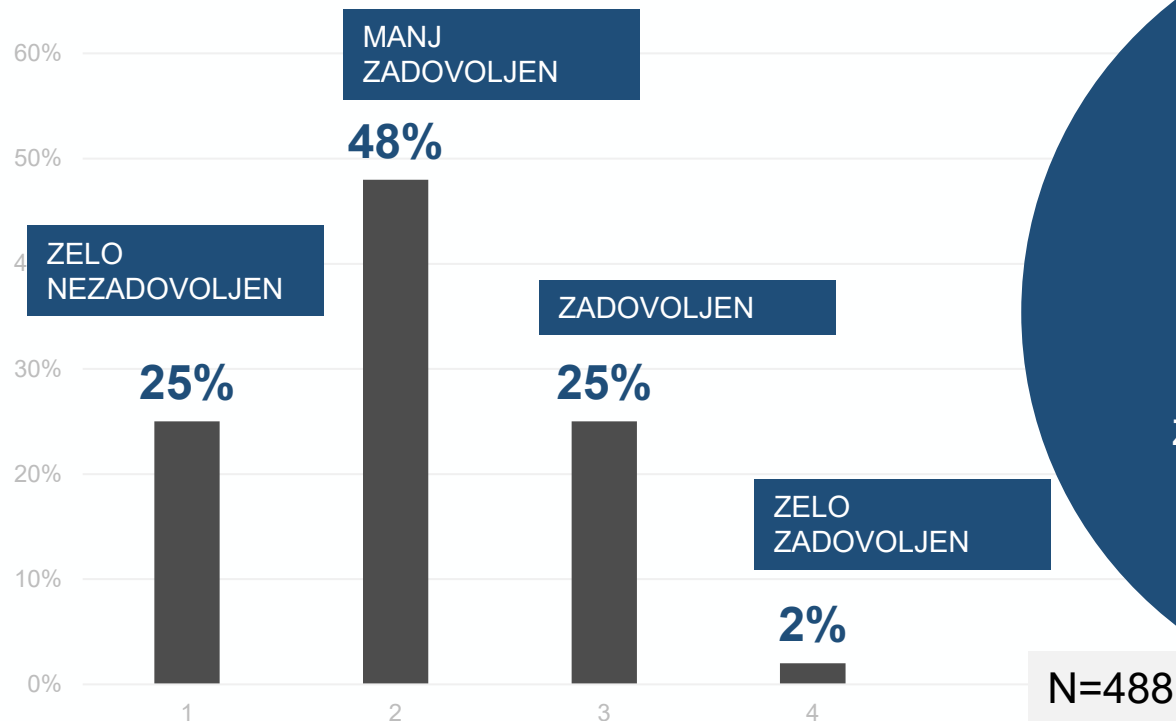
VPRAŠANJE 1B: Kako ste zadovoljni z razvojem in upravljanjem turizma v občini Kranjska Gora?
Izrazite svojo splošno raven zadovoljstva med 1 (zelo nezadovoljen) do 4 (zelo zadovoljen).

Občani (in ponudniki) so (še) bolj kritični do turizma.

Povprečna ocena je 2,1 od 4.

Enak delež – po četrtno je zelo nezadovoljnih in zadovoljnih.

Le 2 % sta zelo zadovoljna, največji delež (43 %) pa manj zadovoljnih.



POVPREČNO
ZADOVOLJSTVO S
TURIZMOM je nižje
2,1 od 4
= nižje od splošnega
zadovoljstva z bivanjem
v občini Kranjska Gora
(2,6)

Vseeno pa naslednje vprašanje pokaže, da VIDIJO POZITIVNE PREMIKE v primerjavi z 10 leti nazaj: skoraj polovica vidi premik v izboljšanju kakovosti turistične ponudbe (da je boljša ali bistveno boljša).

PRIMERJAVA Z 10 LETI NAZAJ - PO PODROČJIH

VPRAŠANJE 2: Kako bi ocenili stanje v občini Kranjska Gora danes glede na stanje pred desetimi leti?

Primerjava stanja z 10 let nazaj pokaže:

KAKOVOST BIVANJA V OBČINI:

- **54 % meni, da je slabša** (38 % slabša in 16 % bistveno slabša)
- **29 % meni, da je boljša** (25 % boljša in 4 % bistveno boljša)
- 17 %, da je enaka

KAKOVOST OKOLJA & NARAVE

- **58 % meni, da je slabša** (40 % slabša in 18 % bistveno slabša)
- **18 % meni, da je boljša** (14 % boljša in 4 % bistveno boljša)
- 24 %, da je enaka

KAKOVOST TURISTIČNE PONUDBE:

- **47 % meni, da je boljša** (39 % boljša in 8 % bistveno boljša)
- **27 % meni, da je slabša** (22 % slabša in 5 % bistveno slabša)
- **26 %, da je enaka**

UPRAVLJANJE TURISTIČNIH IN PROMETNIH TOKOV

- **60 % meni, da je slabša** (37 % slabša in 23 % bistveno slabša)
- **18 % meni, da je boljša** (16 % boljša in 2 % bistveno boljša)
- 22%, da je enako

POVPREČJE

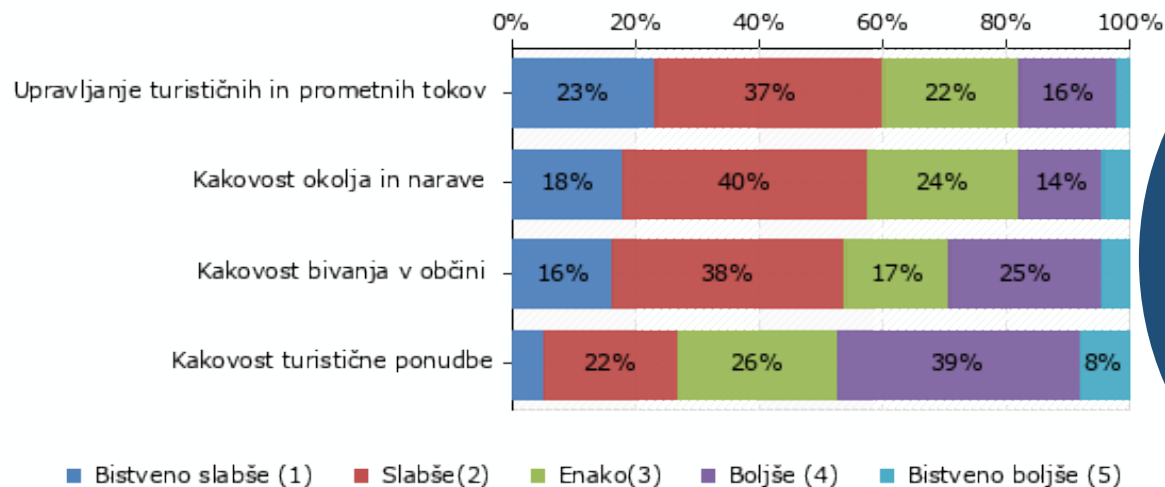
2,5 / 5

POVPREČJE

3,2 / 5

POVPREČJE

2,4 / 5



N=467

NAJVEČJI
NAPREDEK
je viden v
kakovosti
turistične
ponudbe.

NAJVEČJE
POSLABŠANJE
so sodelujoči
ocenili na
upravljanju
turističnih in
prometnih tokov.

PODPORA RAZVOJNIMI USMERITVAM

VPRAŠANJE: 3 Kako močno se strinjate s spodnjimi trditvami?

Strinja se 71 %:

„Turistična dejavnost je najpomembnejša dejavnost v občini KG.“

NAJVIŠJA STOPNJA STRINJANJA

Strinja se 73 %:

„Turistična dejavnost je pomembna za druge panoge občine KG.“

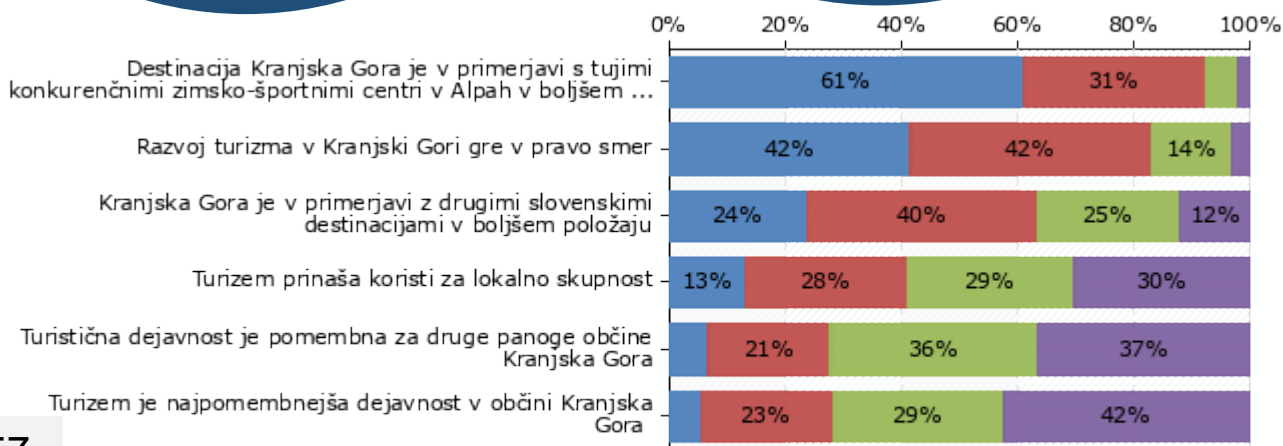
Strinja se 59 %:

„Turizem prinaša koristi za lokalno skupnost“

NIZKO STRINJANJE:
„Razvoj turizma v Kranjski Gori gre v pravo smer“,

SPOROČILO:

Kranjska Gora ni v boljšem položaju - niti v primerjavi z drugimi destinacijami v Sloveniji in še manj v Alpah.



n = 457

■ Sploh se ne strinjam (1) ■ Delno se strinjam (2) ■ Strinjam se (3) ■ Popolnoma se strinjam (4)

N=457

KJE VIDITE ZAOSTANKE, KI JIH MORAMO NASLOVITI S STRATEGIJO?

VPRAŠANJE 4: Postavljeno je bilo odprto vprašanje, kjer so sodelujoči podali številne komentarje – tako glede zaostankov, ki jih moramo nasloviti, kot že tudi konkretnih predlogov za rešitve

KLJUČNA „KROVNA“ SPOROČILA – POTREBNI PREMİK

1.

Omejevanje obsega DNEVNEGA obiska.

Turizem v konicah presega zmožnost doline – kar pa sodelujoči pripisujejo predvsem dnevnemu obisku.

2.

SOBIVANJE turizma in lokalne skupnosti.

„Ne pozabite na tiste, ki ne živijo od turizma.“

3.

Omejevanje/ regulacija PREPROSTIH NASTANITEV – in nadzor nad oddajo

(tudi predkupne pravice nepremičnin občanom; domačni, ki oddajo turistom, so že v manjšini proti vikendašem).

4.

KAKOVOST, UREJANJE IN ČISTOČA JAVNEGA PROSTORA.

Izpostavlja se prevelika pozidanost, potrebnih več zelenic, več prostora.

5.

Sodečujoči si želijo več SODELOVANJA med vsemi deležniki.

6.

OMEJEVANJE/ ZAPRTJE PROMETA / prometni režimi

(Vrata, Mojstrana, Vršič, Kot, Krma), varnost, peš poti in peš zone.

7.

Ureditev JAVNE in OKOLJSKE INFRASTRUKTURE in ureditev vasi/ območij, dostopnost storitev, zdravstva, trgovine ...

Podpora in razvoj kmetijstva, obrti, trgovine.

8.

Manjka VIZIJA, zaostajane za trendi, ni aktivacije ljudi.

9.

RAZVIJATI PONUDBO za POMLAD, JESEN, PONUDBA ZA ZELENE ZIME +

pomanjkanje taktik za krepitev zime, več kakovostnih dogodkov, pomanjkanje ponudbe za deževne dni.

10.

Priložnosti za MLADE, da ostanejo v občini

(temeljni pogoj stanovanja), neugodna demografija in beg možganov.

KJE VIDITE ZAOSTANKE, KI JIH MORAMO NASLOVITI S STRATEGIJO?

VPRAŠANJE 4: Postavljeno je bilo odprto vprašanje, kjer so sodelujoči podali številne komentarje tako glede zaostankov, ki jih moramo nasloviti, kot že tudi konkretne predloge.



IZPOSTAVLJAMO NEKAJ VSEBINSKIH POGLEDOV, ki izpostavijo še druge vidike

Malo smo zaspali na lovorikah preteklih let. V zadnjem obdobju se izredno hitro in kvalitetno razvijajo destinacije po celi državi. Ponujajo manj in kvalitetno (ne prestižno!). Postajamo preveč natrpani (gradnja novih objektov) in zanemarjamo naravne danosti. Preveč se dela na masovnem turizmu.

Povečanju turizma mora obvezno slediti infrastruktura. Kanalizacija preobremenjena, trgovin ni, ceste preobremenjene, narava preobremenjena, premalo dodatne ponudbe...

Poenotiti in usmerjati interese lokalnih ponudnikov storitev. Postaviti močno strategijo, ki bo dolgoročno obdržala in preživljala lokalno prebivalstvo, da se ne znajdemo v situaciji francoskih letovišč.

Dvigniti nivo hotelskega turizma na raven izpred 30 let. Ustaviti gradnjo apartmajskih kompleksov. Apartmaji naj bodo vir zaslužka izključno za domačine, torej za tistega, ki tudi dejansko biva v občini. Mega razvoj in kvalitetno sobivanje ne gresta skupaj.

Večja povezanost vseh vpletenih v turizem in lokalnega prebivalstva, iskanje skupnih interesov, več zavedanja, da si nismo konkurenca in da je za vse dovolj posla v kolikor se povezujemo in gremo v isto smer. Povezovanje z ostalimi občinami, saj turista ne zanimajo meje občin niti države.

Kontrolirana pozidava prostora in striktna politika do črnograditeljev in spreminjanja turistične ponudbe v vikend stanovanja! Iskanje in prepoznavanje ustreznih turističnih kadrov, kakor tudi lastnikov in najemnikov nepremičnin v izogib divjemu in zgolj kapitalskemu izkoriščanju naravnih danosti.

Premalo lokalnih/regionalnih izdelkov in zelenih urejenih parkov/površin. Urejeni in večji e otoki. **Podpora razvoju zelenega turizma.** Prepoved zelene površine spreminjati v asfaltne površine....

Razvoj individualne, butične ponudbe občanov, obrtnikov. Svetovanje, spodbude in organiziranje aktivnosti za aktiviranje večjega dela občanov, ki bi kreirali in ponujali vse vrste izvenpenzijske ponudbe. Samo tako bomo prišli do pestre in bolj avtentične ponudbe ter vključili večji del prebivalstva.

Ni posluha za mobilni turizem (avtodomi), ki je v EU v porastu. **Ni prostora za dnevna turista, ki bi mu zagotovili parkiranje izven centra in povezavo s ski busom.** Znotraj mestnega območja zagotoviti parkiranje za hotelske in apartmajске goste.

Dovolili smo zidanje apartmajev namesto manjših družinskih penzionov. **Povezovati se moramo z gostinsko turističnimi šolami** in ustanoviti enoto srednje šole tudi v naši občini, ker se otroci, ko gredo v šole drugam ne vračajo nazaj domov. V vrtce zopet uvedimo tri jezike. Več se moramo čezmejno povezovati.

KJE VIDITE ZAOSTANKE, KI JIH MORAMO NASLOVITI S STRATEGIJO?

Postavljeno je bilo odprto vprašanje, kjer so sodelujoči podali številne komentarje – tako glede zaostankov, ki jih moramo nasloviti, kot že tudi konkretne predloge.

IZPOSTAVLJAMO NEKAJ VSEBINSKIH POGLEDOV, ki izpostavijo še druge vidike



Z razvojem turizma se slabšajo pogoji za naravo. Turizem ne pobira ekoloških dajatev in ne vrača zaslužka nazaj v naravo. Vsi pa na podlagi narave služijo. Narava se drastično uničuje. Z organizacijo športnih dogodkov od zaslužka občina ne pobere ekološkega davka, ki bi se moral vrniti nazaj naravi.

Zasičenost centralnega dela Kranjske Gore s pozidavo, ki ne pušča dovolj zelenih površin okoli stavb. Tudi za nadomestne gradnje investitorji umeščajo v prostor mnogo večje objekte kot so bili prvotni.

Zaostanki so predvsem v infrastrukturi, predvsem turistični. Hoteli dotrajani, okolica neurejena. Nujna vzpostavitev povezav med občino in ključnimi tur. ponudniki ter skupna priprava dolgoročnega načrta. **Več spodbujanja lokalnih ponudnikov, ki bi se mogoče odločili za samostojno podjetništvo.**

Boljša turistična infrastruktura: boljše označevanje in vzdrževanje pohodniških poti, kolesarskih enoslednic, kakovosten bike park, adrenalinski park, letno sankališče, novo letno kopališče, označiti in promovirati turno-smučarske poti. Vzpostaviti javni prevoz s Trbižem in Beljakom.

Premalo ekoloških pridelkov in izdelkov, ne-spodbujanje ekološkega kmetovanja.

Zanemarjanje stez in poti, ki povezujejo vse kraje v občini in vodijo mimo odmaknjenih, manjših ponudnikov in pri tem popolnoma zanemarjena (neizkoriščena) vloga lokalnih turističnih vodnikov, ki bi lahko postali vez med visokim turizmom in lokalnim prebivalstvom.

Pogrešam spodbudo lokalne skupnosti investitorjem, ki bi ustvarjali trajnostna delovna mesta za mlade v turizmu (npr gozdni vodniki, gozdni terapevt, ..) In ustvarjali nove vsebine za obiskovalce.

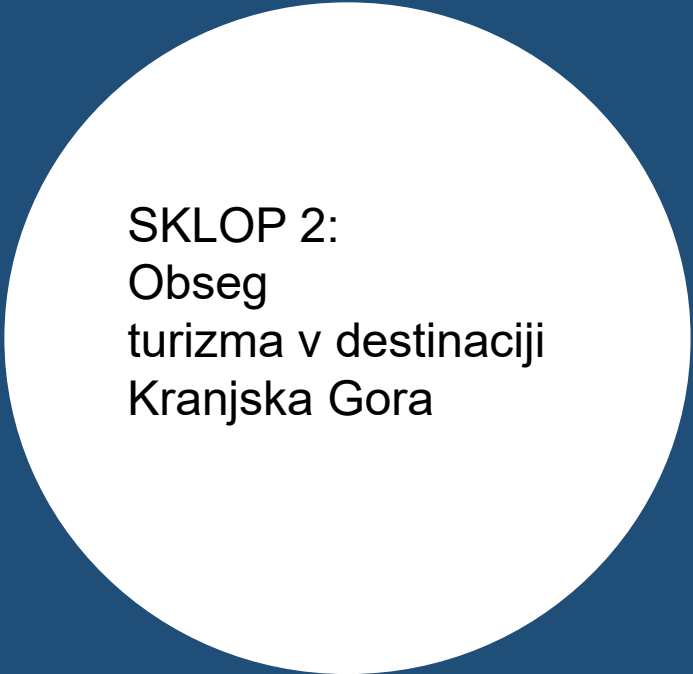
Súrateško upravljanje in povezovanje lokalnih turističnih subjektov in predvsem jasna strategija, kam peljemo kranjsko-gorski turizem.

Turisti naj prihajajo iz večjih centrov z vlaki, avtobusi in naj se gibljejo v kraju peš ali z javnim lokalnim prevozom. Parkirišč v viški sezoni ne bo nikoli dovolj. Neprimerno je, da se z avtodomi vozijo v vrata. Tja bi morali voziti kvečjemu javni manjši avtobusi oz. Večji kombiji.

Preplačane drage glasbene skupine, bi se dalo nadomestiti z več koncerti skupin, ki bi bile cenejše. Tujci ne poznajo npr. Rock n banda, ki je zagotovo dražji od drugih, manj znanih. Zaradi tega se gostu Kr. Gore od zadnjega adventnega vikenda do marca ne nudi ničesar.

Umiritev prometa, vzpostavitev avtobusne povezave za vikende s celotno dolino in ne samo so Martuljka, na bolj redni osnovi. Če živim v Mojstrani, moram za koriščenje smučanja ali teka na smučeh v vsakem primeru z avtom v dolino. Če živim v Čičarah, moram na tek na smučeh z avtom.

SKLOP 1:
Uvodni pogled na
kakovost bivanja,
stanje narave in
turizma v občini
Kranjska Gora



SKLOP 2:
Obseg
turizma v destinaciji
Kranjska Gora

SKLOP 3:
Pogled naprej:
razvojni model,
vizija, vrednote

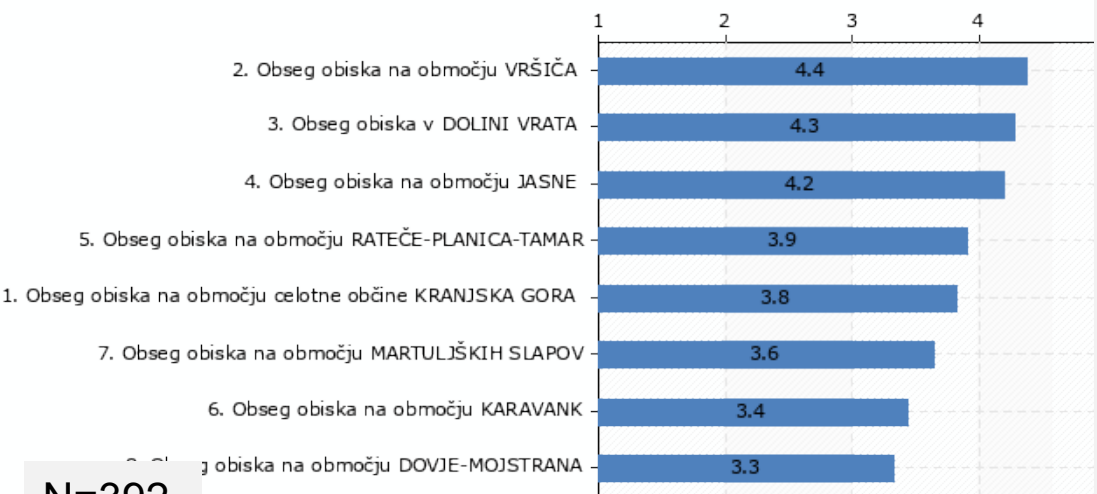
SKLOP 4:
Upravljanje
turizma in
načrti na ravni
ponudnikov

OBSEG TURIZMA v ZIMSKI in POLETNI SEZONI

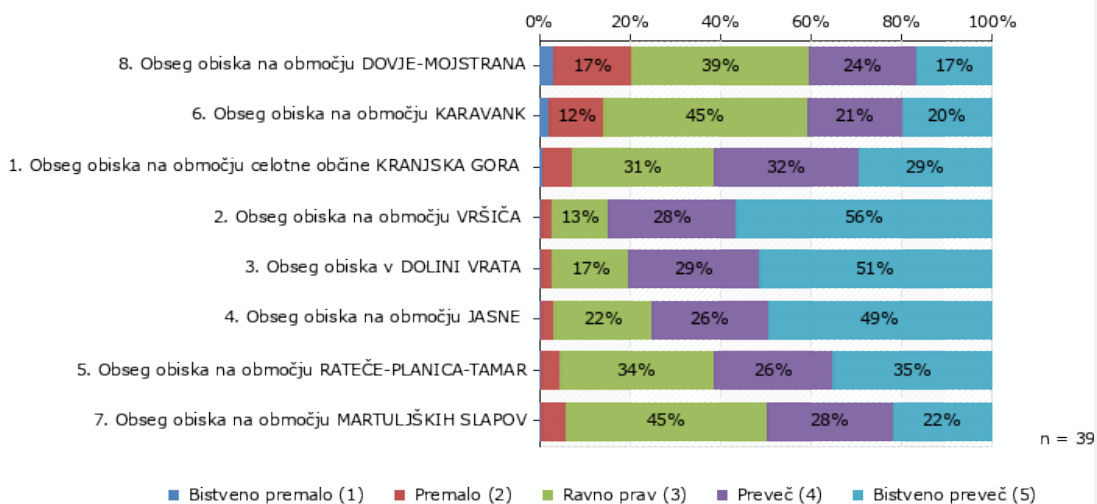
VPRAŠANJE 5: Kako ocenjujete zimski in kako poletni obseg turizma

(od 1-Bistveno premalo do 5-Bistveno preveč - višja kot je številka, bolj je izražena problematika prevelikega obiska)

POLETI



N=392

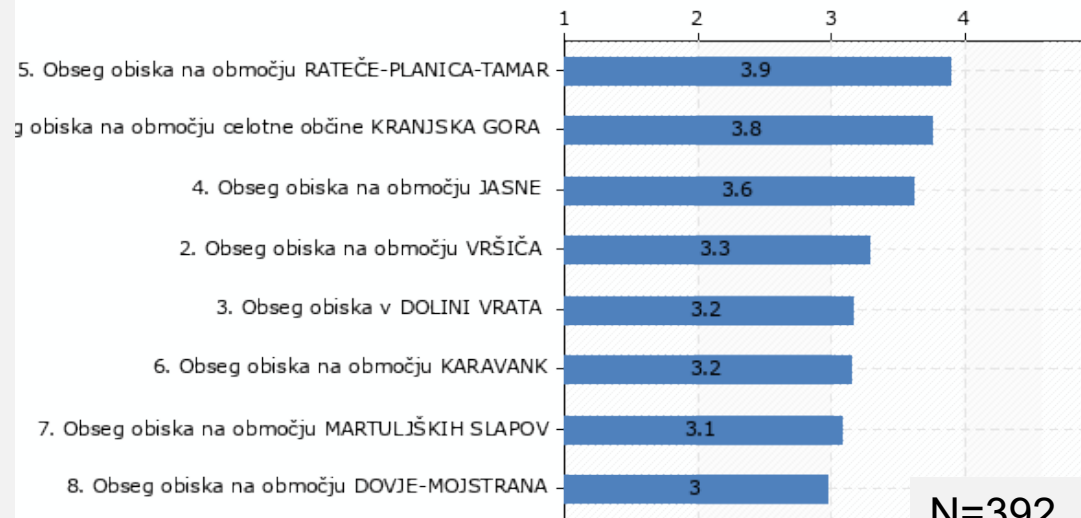


V vseh komentarjih močno izpostavljen prevelik obseg prometa in predvsem DNEVNEGA obiska.

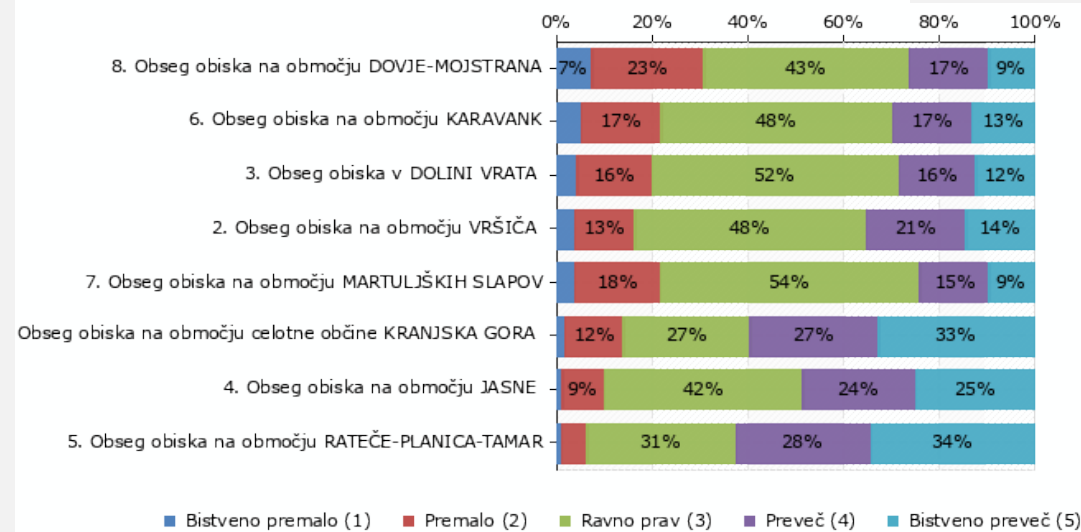
A tudi izpostavljen problem ne skupnega obsega, temveč izziv PORAZDELITVE – konice predvsem poleti in ob lepem vremenu.

BOLJE MORAMO UPRAVLJATI 20 % obiska POLETI, a ne pozabimo na nujnost boljših vsebin za 80 % ostalega leta.

POZIMI



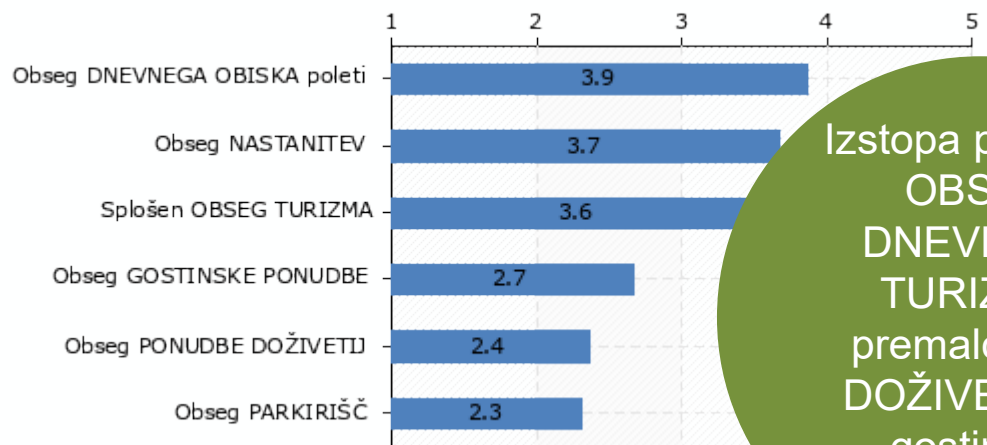
N=392



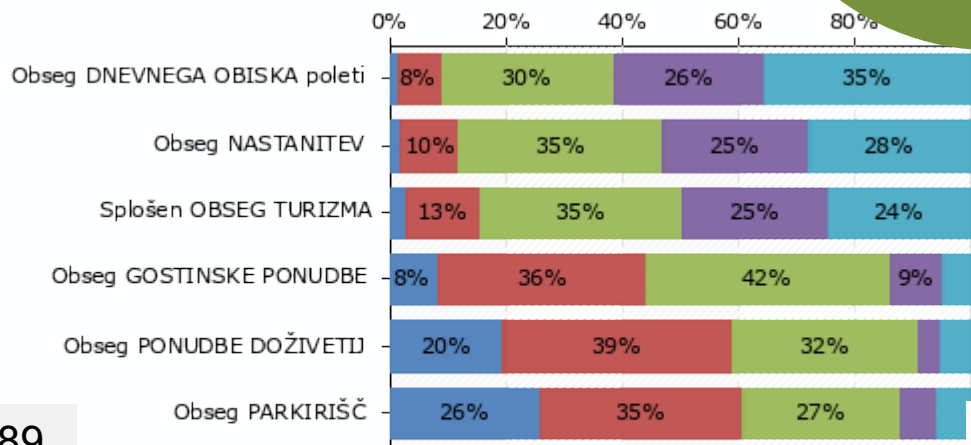
OBSEG TURIZMA V KRAJU PREBIVANJA

VPRAŠANJE 5: Kako pa ocenjujete obseg turizma V KRAJU, KJER PREBIVATE oziroma POSLUJETE?

GENERALNI POGLED (tekem leta)



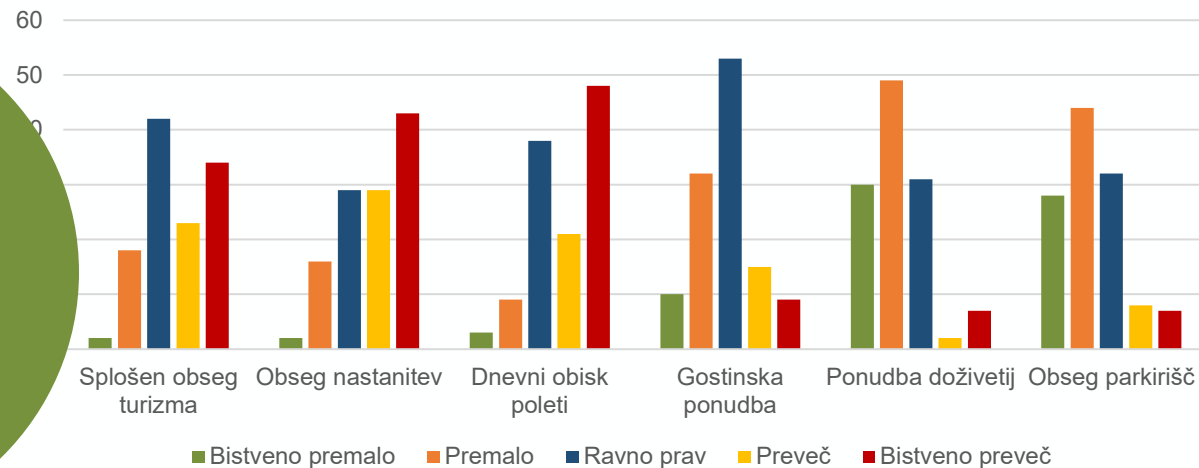
Izstopa ponovno **OBSEG DNEVNEGA TURIZMA**, premalo pa je **DOŽIVETIJ** in **gostinske ponudbe**.



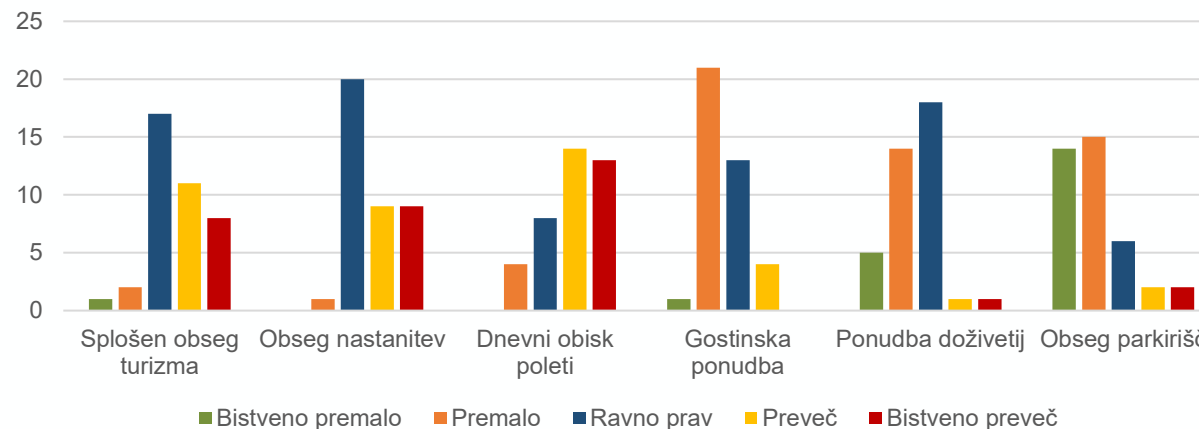
N=389

PREGLED PO NASELJIH

KRANJSKA GORA



GOZD MARTULJEK



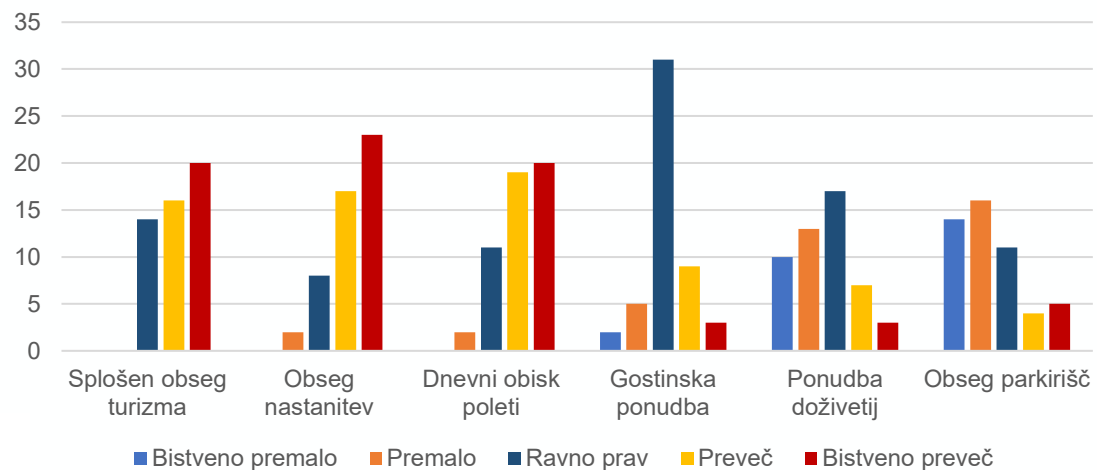
■ Bistveno premalo (1) ■ Premalo (2) ■ Ravno prav (3) ■ Preveč (4) ■ Bistveno preveč (5)

■ Bistveno premalo ■ Premalo ■ Ravno prav ■ Preveč ■ Bistveno preveč

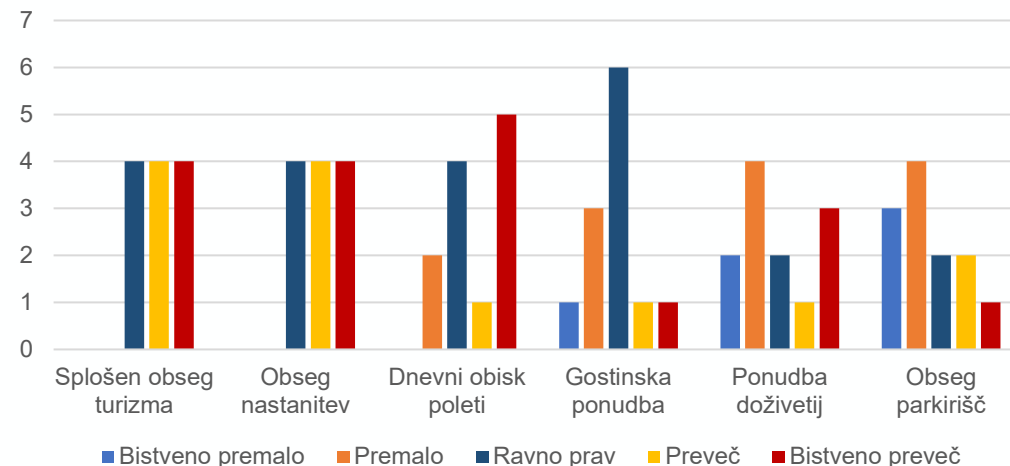
OBSEG TURIZMA V KRAJU PREBIVANJA

VPRAŠANJE 5: Kako pa ocenjujete obseg turizma V KRAJU, KJER PREBIVATE oziroma POSLUJETE?

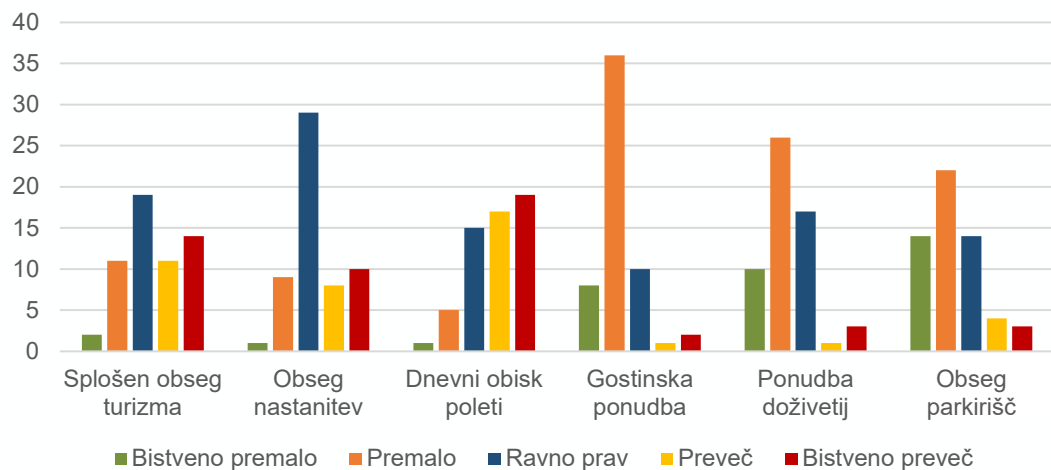
RATEČE



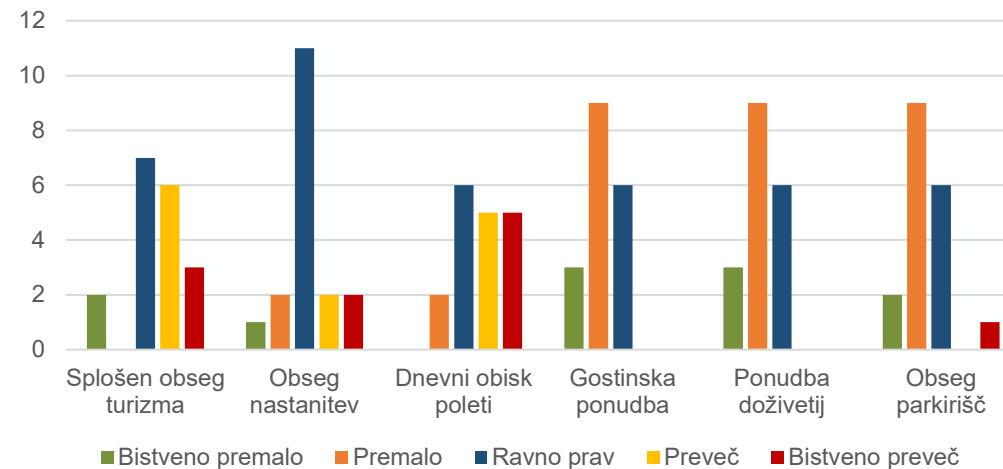
PODKOREN



MOJSTRANA



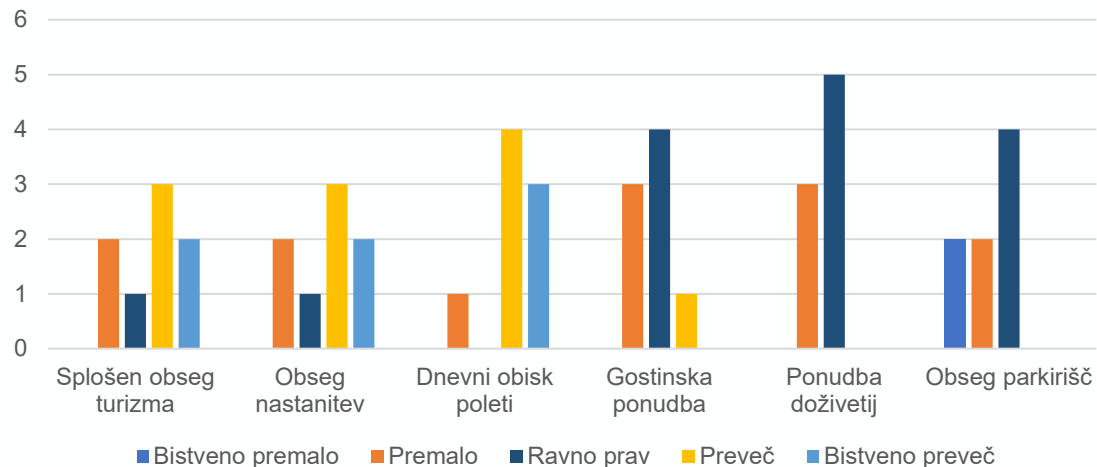
DOVJE



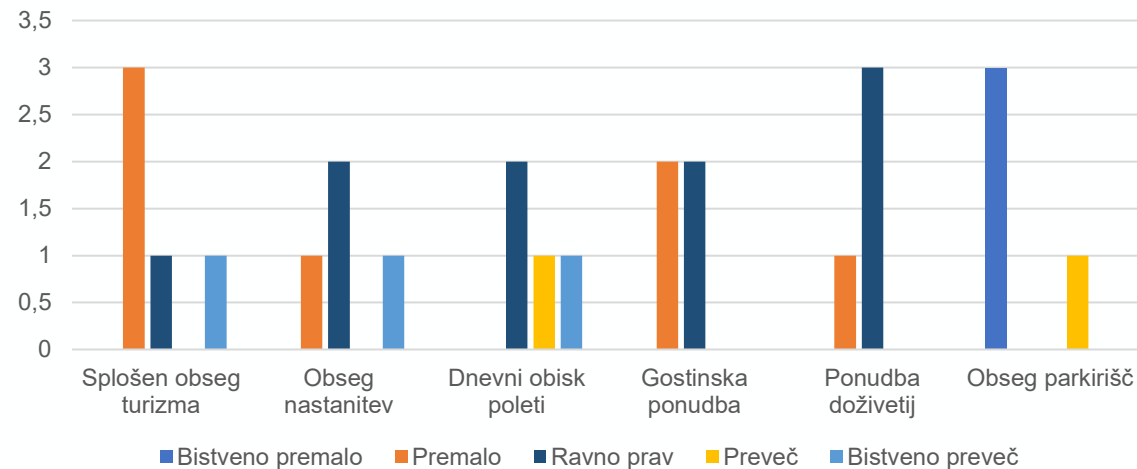
OBSEG TURIZMA V KRAJU PREBIVANJA

VPRAŠANJE 5: Kako pa ocenjujete obseg turizma V KRAJU, KJER PREBIVATE oziroma POSLUJETE?

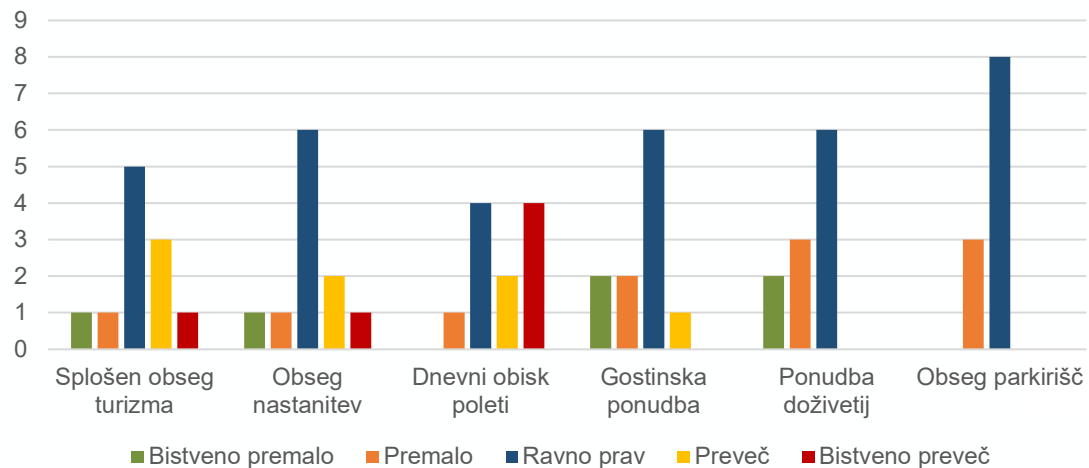
LOG



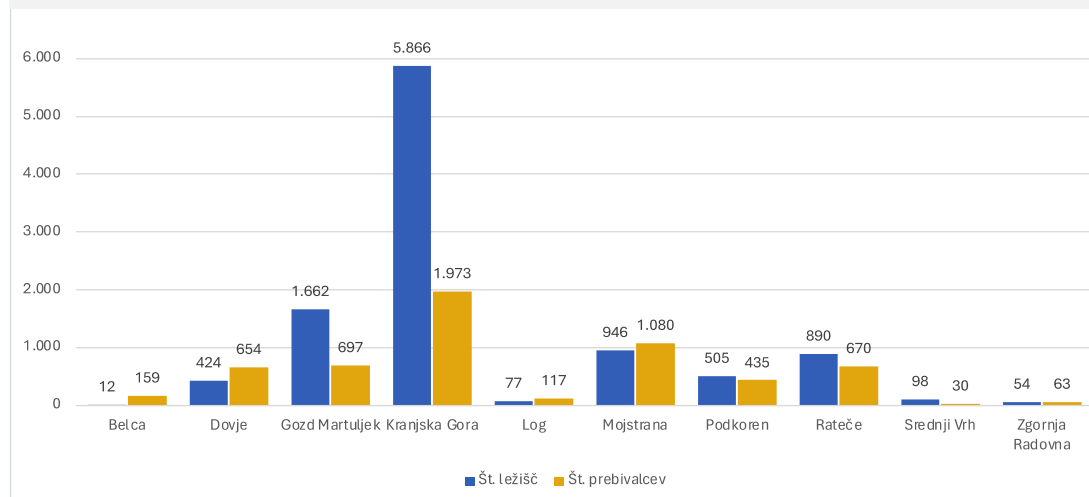
ZGORNJA RADOVNA



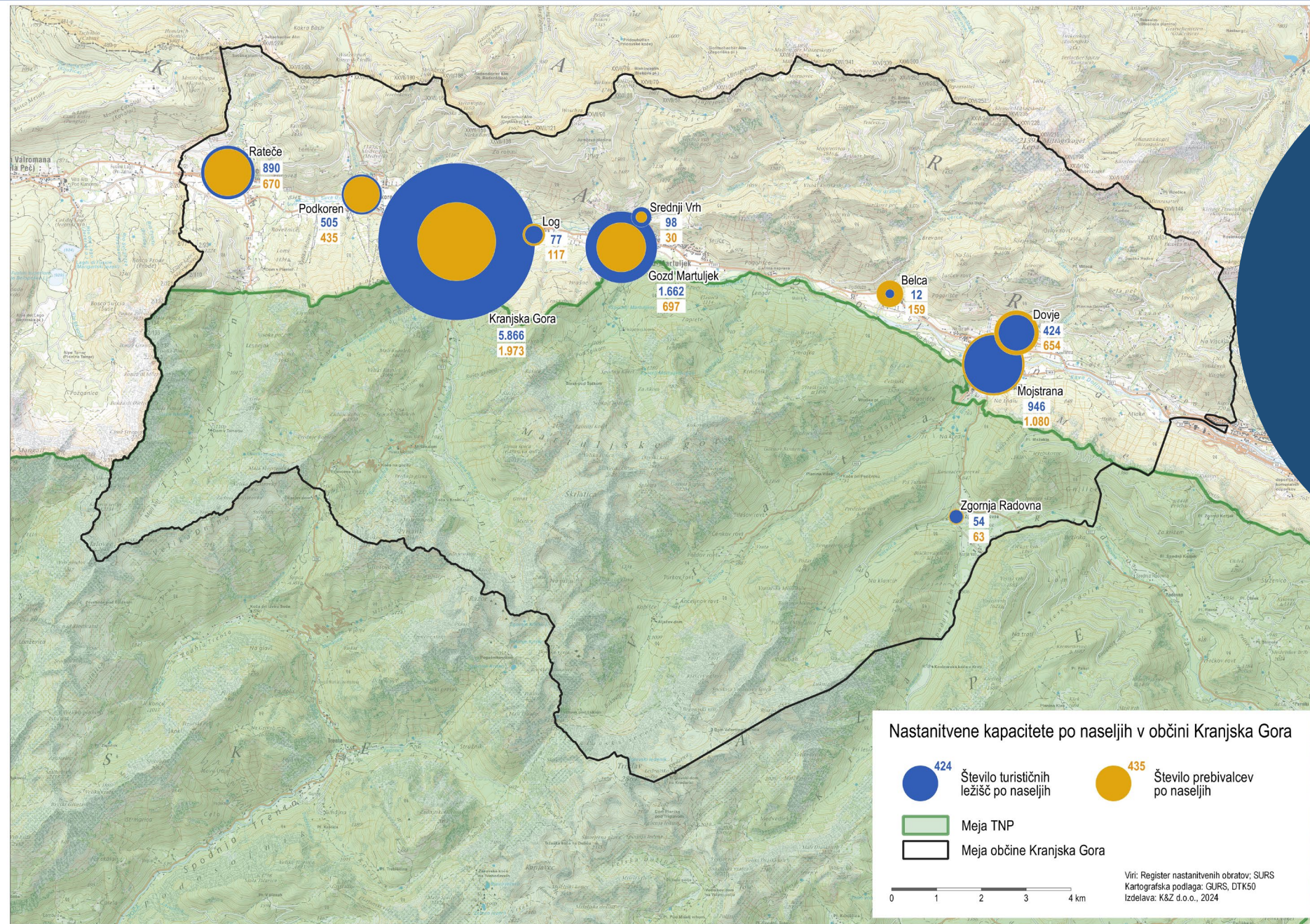
BELCA



DODATNA INFO: prikaz števila turističnih ležišč in prebivalcev po naseljih v občini Kranjska Gora



PRIMERJAVA ŠTEVILA LEŽIŠČ IN PREBIVALCEV PO NASELJIH



ŠTEVILO LEŽIŠČ/ PREBIVALCA

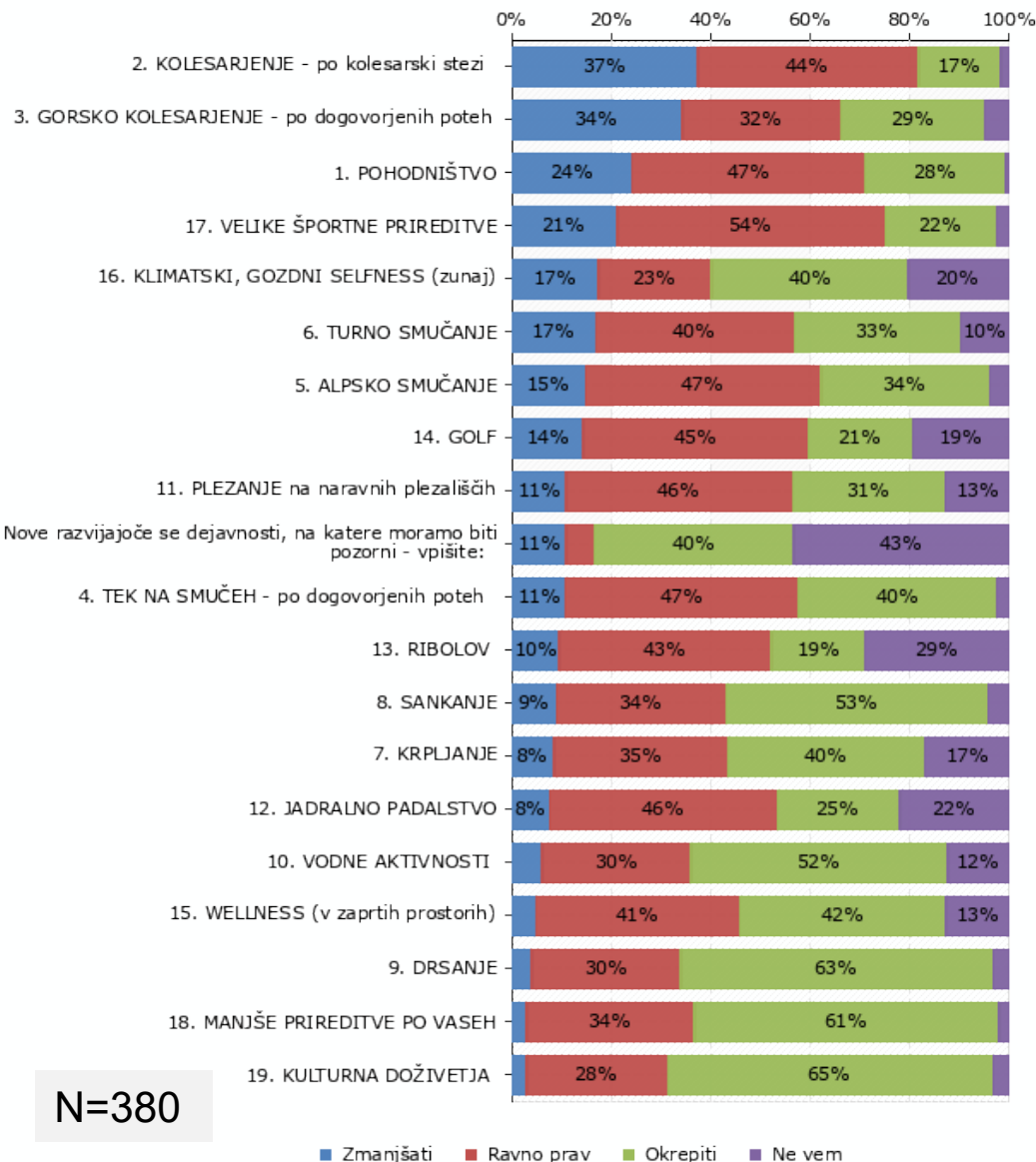
Prebivalci julij 2023/
Ležišča 2023, SURS

1,87
Ležišča, 01/2024, RNO
2,0

2023 (SURS)	Ležišča	Prebivalci	Ležišča/prebivalca
Bled	10091	8129	1,24
Bohinj	10370	5256	1,97
Bovec	7504	3050	2,46
Kobarid	4288	4030	1,06
Kranjska Gora	9796	5236	1,87
Radovljica	5246	19377	0,27
Tolmin	3484	10881	0,32

OBSEG in RAZVOJNE PRILOŽNOSTI POSAMEZNIH DEJAVNOSTI

VPRAŠANJE 7: Kako ocenjujete obseg oz. potencial posameznih outdoor dejavnosti? Za vsako od naštetih dejavnosti opredelite, ali je dejavnost potrebno zmanjšati ali okrepiti v delu leta, ko se posamezna dejavnost množičneje izvaja.



Dejavnosti, ki so najbolj obremenjene – kaj menijo sodelujoči, da je **POTREBNO BOLJŠE UPRAVLJATI:**

1. KOLESARJENJE (po kolesarskih poteh, sledi gorsko)
2. POHODNIŠTVO

Kaj moramo po mnenju sodelujočih **OKREPITI** – kje so priložnosti

1. Kulturna doživetja
2. Manjše prireditve po vseh

NAJVIŠJE STRINJANJE, DA JE RAVNO PRAV: **velike športne prireditve.**

KJE JE ŠE PROSTOR:

Klimatski wellness/gozdni selfness

Manjše, bolj nišne dejavnosti, kot so drsanje, sankanje, krpljanje

NOVO RAZVIJAJOČE SE DEJAVNOSTI – PREDLOGI

PREDLOGI pod kategorijo novo razvijajoče se dejavnosti:

Veliko
predlogov,
potreben bo
fokus!

OUTDOOR

1. Gorsko kolesarstvo, bike park
2. Pumptrack
3. Električni skiroji in kolesa
4. Hoja in kolesarjenje po naravnem okolju
5. Trim steza
6. Snežni park
7. Ferate
8. Poletne aktivnosti na obstoječih smučarskih površinah
9. Tematske poti
10. Tematski / pustolovski /adrenalinski parki
11. Nove poti vsepovsod
12. Dvoransko plezanje
13. Vodenje alpinističnih tur v visokogorju, poleti in pozimi

WELL-BEING, NARAVA

1. Zeliščarstvo, wellnes v naravi
meditacija, ozaveščanje o naravi
2. Doživetja v naravi
3. Združeni z naravo, recimo
opazovanje ptic
4. Hoja v gozdove
5. Zdraviliški naravni turizem z
notranjimi bazeni
6. Gozdna doživetja in teme

PRIREDITVE

1. Umetniški festivali
2. Koncerti/pustovanje
3. Prireditve za pomlad in jesen
4. Kvalitetni glasbeni koncerti
5. Festivali (film, umestnost,
predavanja, glasba)

VODENE DEJAVNOSTI

1. Vodništvo
2. Vodeni izleti
3. Razvijanje domačega vodništva

DRUGE AKTIVNOSTI

Jahanje, ples, skupinski športi,
lokostrelstvo, tenis, lov, golf, rolanje

LOKALNO, KULTURA, KMETIJSTVO

1. Kmetijstvo, čebelarstvo, rokodelstvo...
2. Gorniška vas - razvoj
3. Obuditev starih običajev

DRUŽINE

1. Družinska doživetja - otrokom prijazni dogodki
2. Aktivnosti za družine z majhnimi otroki

KOMENTARJI – DEJAVNOSTI

VEČJI Poudarek NA DOŽIVETJU, IZKUSTVU, SPOZNAVANJU

Trenutno je vse usmerjeno bolj v dobiček (izvzete so aktivnosti, kot so plezanje, krpljanje in podobno), kot dejansko doživetje, kjer gosti/turisti v sobivanju z domačini lahko doživijo slovenijo/kg in ostale vasi. Smiselni bi bil poudarek na doživetju in kreptvi znanj o kraju.

IZOBRAŽEVANJE, OZAVEŠČANJE OBISKOVALCEV

Poiskati načine izobraževanja v smeri varovanja okolja za obiskovalce naših krajev. Nevsiljivo opozarjanje na vsakem koraku....

POTREBNE VEČ PONUDBE ZA PODALJŠANJE BIVANJA

Želeti obiskovalce, ki bi podaljšali povprečno št. nočitev pomeni več vsebin in doživetij na lokaciji; kranjska gora in celotna dolina vsega zgoraj naštetega ponuja premalo; npr nimamo pokrite plezalne stene; plezanje je hit; nimamo javnih term za slabše vreme kot v Villachu ...

VEČ VLAGATI V KULTURO – KULTURNE PRIREDITVE

Večje vlaganje v kulturne prireditve. Kulturne festivale, zlasti poleti. Na tem področju mrtvilo. Razen samih kulturnih društev, ki se maksimalno trudijo na prostovoljni bazi prve iniciative občin ni. Ni človeka, ki bi živel in delal za kulturne prireditve in tako dvignile kakovost turizma v občini.



USMERJANJE TOKOV

Uravnotežiti obisk s preusmeritvijo koničnega obiska v glavni sezoni in ob koncih tedna na manj obiskana obdobja. Preusmeriti obisk s preobremenjenih naravnih dobrin (sleme, Martuljški slapovi, Vrata) drugam, tam pa poskrbeti za regulacijo obiska po zgledu Soteske Vintgar.

OBOGATITI DOŽIVETJA!

Turizem da, vendar naj bo usmerjen, voden in poučen. To bi pomenilo da potrebujemo izšolane vodnike, ki poznajo kraj, predvsem njegovo kulturno in naravno dediščino. Imamo poti, ki jih prepuščamo, namesto da bi jih ponujali in jim dodali zgodbo (neko dodano vrednost).

OKREPITI, NADGRADITI PRIREDITVE

Kranjska Gora mora obstoječe prireditve okrepiti, nadgraditi, razviti, razširiti. V nižji sezoni pripraviti nove (festivale, dneve). Razen prireditev ki so že "utečene" in ki se odvijajo same po sebi in so tradicionalne...

Zahtevni turisti spoštujejo manjša in manj masovna dogajanja. Npr jazz ali koncert akustičnih kitar? Festival jazza v različnih vaseh (lokacijah) izven top sezone? Načeloma menim da dogodkov in izkušenj za obiskovalce še vedno manjka predvsem so preveč skoncentrirani na top sezone.



*Glede na letošnjo zimo
razmisliti, kako okrepiti
sodelovanje vseh.
Od smučišča smo odvisni
vsi.*





Turizem je dejavnost, od katere občina živi in nujno je, da se ga spodbuja. Vendar pa moramo najti pravo razmerje med kakovostjo bivanja, posegom v naravo in naseljenostjo. Nujen je kakovosten, nemasovni, trajnostni turizem z ljudmi, ki ga obvladajo in jim ni edino zaslužek pomemben.



Manjkajo produkti za pomlad in jesen - zelo podhranjeni.

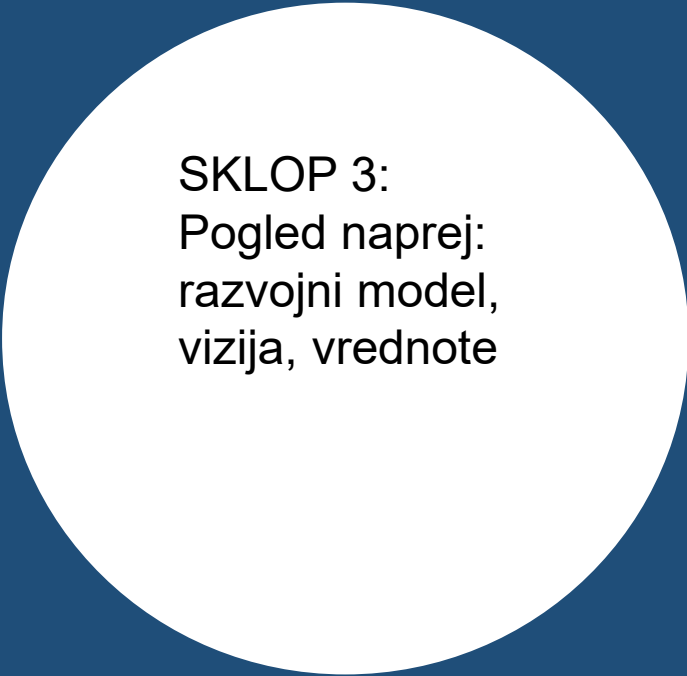
Razvijati je smiselno tudi poslovni turizem. Dejanski izzivi z veliki obseg obiska so zgolj v višku poletne in v višku zimske sezone, kar se mora rešiti z boljšimi uravnavanjem tokov.

Generalno ne moremo govoriti, da je turizma preveč.



SKLOP 1:
Uvodni pogled na
kakovost bivanja,
stanje narave in
turizma v občini
Kranjska Gora

SKLOP 2:
Obseg turizma v
destinaciji
Kranjska Gora



SKLOP 3:
Pogled naprej:
razvojni model,
vizija, vrednote

SKLOP 4:
Upravljanje
turizma in
načrti na ravni
ponudnikov

VIZIJA

2035+

VPRAŠANJE 7:

VIZIJA OBČINE KRANJSKA GORA
SKOZI PRIZMO TURIZMA

**Naslov novice, ki poroča o doživljanju
Kranjske Gore leta 2035 Kakšen naslov si
želite, da bi tuj novinar namenil članku, v
katerem bo poročal o Kranjski Gori kot
turistični destinaciji leta 2035?**

V nadaljevanju so najprej prikazani NEKATERI ODGOVORI, nato pa povzete vsebine, koncepti, poudarki, ki se ponavljajo, izstopajo in imajo značilnost gradnikov vizije.





POGLEDI NA KRANJSKO GORO 2035+ VIZIJA

V OSPREDJU URAVNOTEŽENOST, SOBIVANJE

- ▶ Alpski biser, ki je iz masovnega prešel v trajnostno naravnano, ohranja obisk in povečuje dodano vrednost na obiskovalca.
- ▶ Občina ki ji je uspelo turizem s pravilno strategijo uokviriti do takšne mere, da tudi občani z veseljem bivajo v teh krajih in jih ne zapuščajo.
- ▶ Turizem in sobivanje z roko v roki.
- ▶ Sobivanje turizma in kmetijstva - vse se da - kjer je volja tam je pot - lokalno prebivalstvo z roko v roki s turizmom - lokalni kmetje vse svoje pridelke prodajo v dolini - lokalna skupnost z izgradnjo stanovanj pomagala vzpostaviti turistično infrastrukturo in s tem postavila novo stopničko.
- ▶ Kranjska Gora je postala destinacija, kjer obiskovalci spoštujejo naravo in domačine.
- ▶ Trajnostna destinacija, ki omogoča prijetno bivanje domačinom in ohranja zadovoljnega gosta.
- ▶ Občina Kranjska Gora ustrezno omejila obisk dnevnih turistov in tranzita, ter se vrnila zaščiti interesov lokalnega prebivalstva.
- ▶ Umirjena destinacija s pravo mero turistov v složnem sožitju s prebivalci.
- ▶ Destinacija Kranjska Gora prejme nagrado za uspeh pri povezovanju lokalnega prebivalstva in upravljanju turističnih tokov.
- ▶ Naj butična turistična destinacija, kjer je na prvem mestu dobrobit narave in lokalnih prebivalcev.
- ▶ V Kranjski Gori uspešno uresničujejo vizijo sobivanja narave in turizma.

V OSPREDJU TRAJNOST

- ▶ Sonaravni in trajnostni razcvet nekoč zaspane vasice kljubuje podnebnim spremembam.
- ▶ Neokrnjena narava, mir, sožitje.
- ▶ Zelena, ekološko osveščena in prijetna alpska vasica.
- ▶ Občina zavila v pravo smer z zaščito narave na račun razvoja turizma in velikih športnih dogodkov. Obseg flore in favne se je bistveno povečal.
- ▶ Razvoj ekološkega turizma s sodelovanjem vseh krajanov v njihovo zadovoljstvo....
- ▶ Inovativni pristop k varovanju okolja in dediščine v Kranjski Gori.
- ▶ Turizem v Kranjski Gori je celostno usklajen z naravnimi danostmi.
- ▶ Mirna brezogljihna neokrnjena destinacija.

V OSPREDJU POVEZOVANJE

- ▶ Destinacija, ki je z povezovanjem turističnega, športnega gospodarstva in lokalnih malih proizvajalcev ter lastnikov kmetij uspela dvigniti kakovost ponudbe na zavidljiv nivo.

V OSPREDJU UREJENOST, REŽIMI

- ▶ Omejili množični turizem, prepovedali vstop motornim vozilom v dolino in vzpostavili javni transport, obdavčili vikendaše in luksuz, ohranili domačine in otroke, ohranili kmetijstvo in kulturno krajino, ustvarili vrhunski butični turizem v sobivanju z domačini.



POGLEDI NA KRANJSKO GORO 2035+ VIZIJA

KONCEPT, KI IZPOSTAVLJA PONUDBO

- ▶ Pozimi pravljica zimska destinacija z izkušnjo smučanja v 3 dežela, poleti zdravilna in družinska doživetja.
- ▶ Celoletna destinacija vrhunskih alpskih doživetij v objemu narave.
- ▶ Elitna alpska vasica v centru Julijskih Alp z izpopolnjeno ponudbo gorskih aktivnosti.
- ▶ Kranjska Gora ponuja kakovostno izkušnjo celoletnega turizma - ko vsak posameznik v vsakem delu leta lahko najde nekaj zase.
- ▶ Živahno gorsko središče.
- ▶ Pristna alpska vasica.
- ▶ Nepozabno doživetje v vaseh pod Triglavom, kjer se srečata tradicija in neokrnjena narava prijazni ljudje, ki znajo združiti moderno, trajnostno, ekološko, tradicionalno in udobno.
- ▶ Razširitev smučišča, nove naprave in daljše proge.
- ▶ Neokrnjena narava, pohodništvo, nastanitve cenovno višje, vendar vredne vsakega eura.
- ▶ Preporod Kranjske Gore kot trajnostno naravnane outdoor destinacije.
- ▶ Mondeno zimsko smučarsko središče s kulturnim doživetjem preko celotnega leta.
- ▶ Občina z največ vrhunskih športnih prireditev v alpski regiji.
- ▶ Na čudovitem končku majhne dežele vam ponujajo veliko družinskih užitkov. Alpinizem, pohodništvo, gobarjenje, kolesarjenje, kopanje, sprehodi v naravi, po urejenih gozdnih poteh, pumptrack ... Pozimi pa lepo urejene tekaške proge, drsanje, smučanje, sankanje. so najboljši organizatorji tekem na svetovnem nivoju.
- ▶ Prestižni gorski raj ampak samo s kolesom ali peš po urejenih poteh.

IZPOSTAVLJEN VIDIK KULTURE, TRADICIJE, IDENTITETE

- ▶ Pristna alpska vasica.
- ▶ Destinacija, ki je okolju prijazna in spoštuje domačnost.
- ▶ Kranjska Gora - narava, kultura in tradicija : kjer se okrepi telo, um in srce. Destinacija, kjer ne doživite samo lepo naravo, ampak predvsem domačine, njihovo tradicijo in način življenja. Kraj, kjer je dogajanje več kot le zabava, ampak nekaj kar gosta obogati na intelektualni ravni.
- ▶ Kranjska gora sledi sodobnim trendov, vendar hkrati ostaja taka kot je, zvesta sebi, domačinom in turistom.
- ▶ Butična destinacija ki ponuja doživetje: "kot je nekoč bilo" s tradicionalno ponudbo in čudovito naravo.
- ▶ Kranjska Gora sledi sodobnim trendov, vendar hkrati ostaja taka kot je, zvesta sebi, domačinom in turistom.

V OSPREDJU MIR

- ▶ Umirjena destilacija.
- ▶ Alpe, kot jih ne delajo več.
- ▶ Naravni biser v osrčju Julijskih Alp.
- ▶ Najlepša vas pod Alpami.
- ▶ Mirna, idilična alpska vas z dušo:).
- ▶ Prvinskost na visokem nivoju.
- ▶ Kotiček miru v neokrnjeni naravi.
- ▶ Kakovosten miren in hkrati aktiven oddih v sozvočju z naravo.
- ▶ Kranjski Gori je uspelo ohraniti neokrnjeno naravo v ravnotežju s turisti, ki pridejo po mir.

V OSPREDJU POZICIJA

- ▶ Zelena oaza miru med Julijskimi Alpami in Jadranskim morjem.



Kraj, ki ga želiš doživeti in pokazati svojim otrokom. Napredno razmišljanje je mali vasici omogočilo, da je postala zgled večjim turističnim centrom. Krasi jo izjemna usklajenost visoke ponudbe v neokrnjeni naravi s poudarkom ozaveščanja mlajših generacij o sobivanju z naravo in športom.

Destinacija, ki je s povezovanjem turističnega, športnega gospodarstva in lokalnih malih proizvajalcev ter lastnikov kmetij uspela dvigniti kakovost ponudbe na zavidljiv nivo.

Zgornjesavska dolina je ohranjen biser narave in pristne tradicije na moderen in hkrati naravi prilagojen način. Na celotnem prostoru so uspeli zaščititi zgodovinsko istovetnost, tradicijo in uravnoteženo rabo prostora. Niso nasedli podivjanim in neprimernim oblikam turizma in neprimerne ponudbe.



ELEMENTI VIZIJE, KI IZSTOPAJO

2035+



Ohranjeno
RAVNOTEŽJE
prebivalec : turist
: narava : šport :
kmetijstvo/obrt

KAKOVOST
BIVANJA,
SOBIVANJE

TRADICIJA,
IDENTITETA,
a hkrati
SODOBNA in
NAPREDNA

Priložnosti
za mlade

NEOKRNJENA
NARAVA,
urejene
vasice

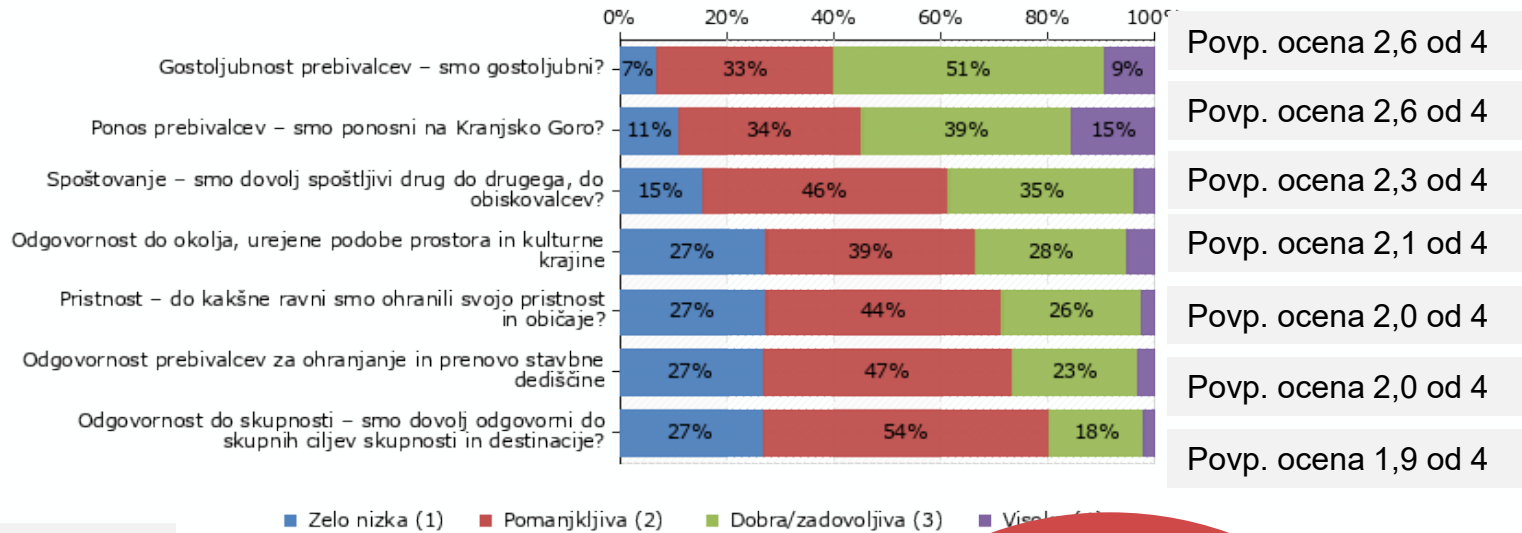
UREJENA
INFRASTRUKTURA
(prometna in
turistična)
in dostopne
storitve

ODGOVORNOST,
SPOŠTOVANJE

MIR,
umirjenost,
uravnoteženost,
idiličnost

VREDNOTE

VPRAŠANJE 9: Kako vidite občane in občanke Kranjske Gore - Zgornjesavce?
Kako bi ocenili raven naše gostoljubnosti, spoštljivosti in odgovornosti (od 1 –zelo nizka do 4-visoka)



N=362

Odgovori kažejo na precejšnjo samokritičnost.

Najvišji oceni
GOSTOLJUBNOST
in PONOS na
Kranjsko Goro
= oboje po
2,6 od 4

Najnižja ocena
ODGOVORNOST
DO SKUPNOSTI –
do skupnih ciljev,
destinacije
1,9 od 4

Nizko ocenjena
tudi
PRISTNOST,
KULTURNA
DEDIŠČINA
2,0 od 4



SMERI PRIHODNJEGA UPRAVLJANJA, REŽIMOV IN VLAGANJ NA PODROČJU TURIZMA

VPRAŠANJE 9: Podajte vaše strinjanje k naboru smeri ukrepanja v destinaciji Kranjska Gora v naslednjih letih (od 1-Sploš se ne strinjam do 5-Zelo se strinjam).

9A. NASTANITVE in DODATNA PONUDBA

Na področju nastanitev in dodatne ponudbe je najvišje strinjanje – po tem vrstnem redu s:

1. Da je potrebno **dvigniti kakovost, pa tudi zelene standarde** (iz zdajšnjega povprečja na višjo raven) **4,2 / 5**
2. Pospešiti je potrebno **vlaganja v trajnostno-energetske preнове** **4,1 / 5**
3. Potrebno je **okrepiti dodatno ponudbo (gostinsko, doživetja)** **3,9 / 5**



Šele na četrtem mestu je omejevanje širjenja nastanitev oziroma:

Ustavimo širjenje vseh vrst nastanitev in boljše razporedimo obisk tekom leta, ker za rast nimamo dovolj človeških, naravnih in prostorskih virov. **3,9 od 5**

Najnižje strinjanje, a še vedno precej visoko, je dobil ukrep:

Ustavimo predvsem oziroma zgolj širjenje majhnih preprostih nastanitev (sobe, apartmaji). **3,4 od 5**

Ta problematika je bila v komentarjih najpogosteje izpostavljen (omejevanje in nadzor).

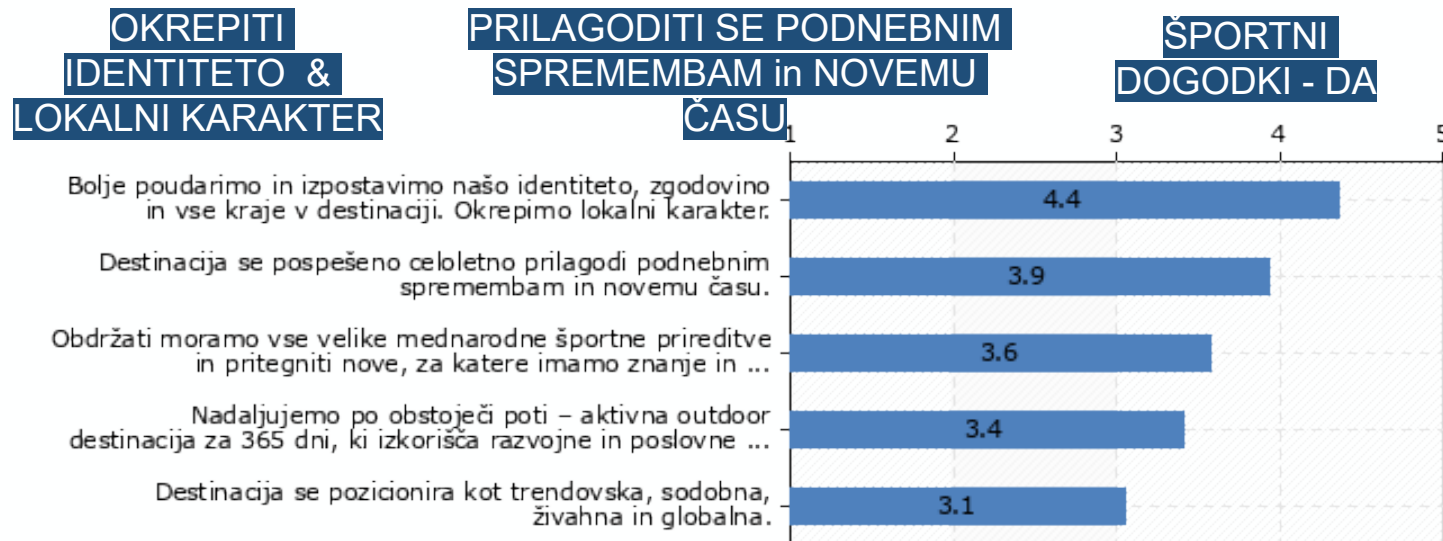
SMERI PRIHODNJEGA UPRAVLJANJA, REŽIMOV IN VLAGANJ NA PODROČJU TURIZMA

VPRAŠANJE 9: Podajte vaše strinjanje k naboru smeri ukrepanja v destinaciji Kranjska Gora v naslednjih letih (od 1-Sploh se ne strinjam do 5-Zelo se strinjam).

9B. KROVNI RAZVOJNI KONCEPT

Na področju krovnega razvojnega koncepta je najvišje strinjanje – po tem vrstnem redu s:

1. Bolje poudarimo in izpostavimo našo identiteto, zgodovino in vse kraje v destinaciji. Okrepimo lokalni karakter. **4,4 / 5**
2. Destinacija se pospešeno celoletno prilagodi podnebnim spremembam in novemu času. **3,9 / 5**
3. Obdržati moramo vse velike mednarodne športne prireditve in pritegniti nove, za katere imamo znanje in infrastrukturo. **3,6 / 5**



Nižje strinjanje

Nadaljujemo po obstoječi poti – aktivna outdoor destinacija za 365 dni, ki izkorišča razvojne in poslovne priložnosti turizma.

3,4 od 5

Ta problematika je bila v komentarjih najpogosteje izpostavljena – da je potrebno uravnotežiti, omejevati, bolje upravljati, časovno in geografsko bolje porazdeliti.

Najnižje strinjanje:

Destinacija se pozicionira kot trendovska, sodobna, živahna in globalna.

3,1 od 5

V viziji je bil izpostavljen pomen identitete, tradicije, a hkrati, da je potrebno biti bolj drzen, slediti trendom.

N=349

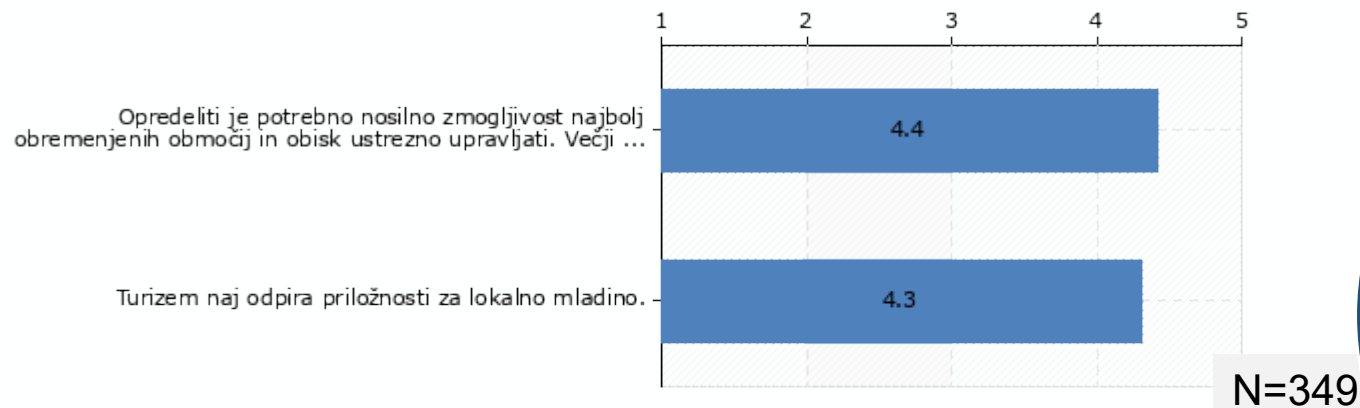
SMERI PRIHODNJEGA UPRAVLJANJA, REŽIMOV IN VLAGANJ NA PODROČJU TURIZMA

VPRAŠANJE 9: Podajte vaše strinjanje k naboru smeri ukrepanja v destinaciji Kranjska Gora v naslednjih letih (od 1-Splošno se ne strinjam do 5-Zelo se strinjam).

9C. SOBIVANJE in LOKALNA SKUPNOST

Visoka podpora:

1. Opredeliti je potrebno **nosilno zmogljivost najbolj obremenjenih območij in obisk ustrezno upravljati**. Večji poudarek torej na konceptu »sobivanja« med obiskom in življenjem. **4,4 / 5**
2. **Turizem naj odpira priložnosti za lokalno mladino**. **4.3 / 5**



Aktivnejše
UPRAVLJANJE
OBISKA /
TURIZMA

SOBIVANJE

TURIZEM –
MLADI

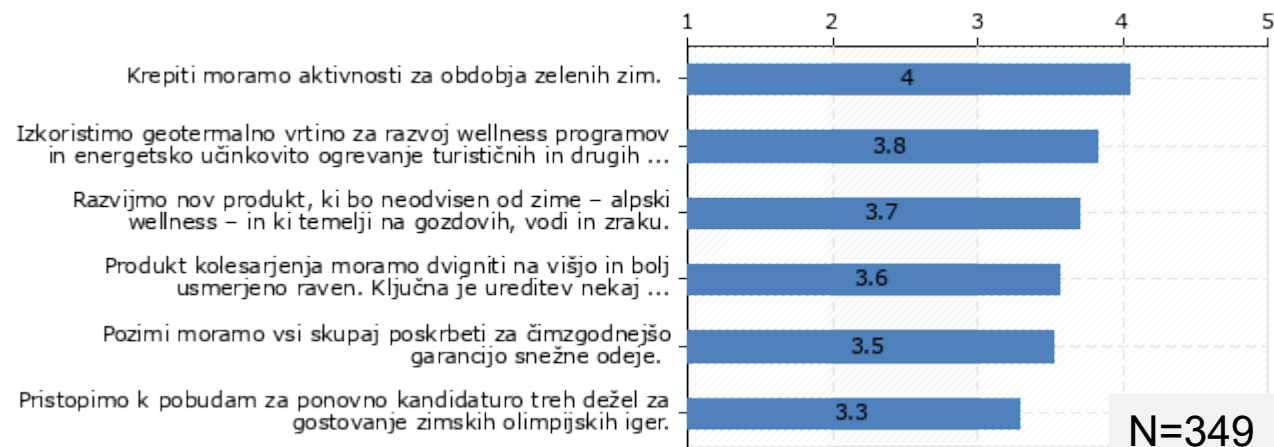
SMERI PRIHODNJEGA UPRAVLJANJA, REŽIMOV IN VLAGANJ NA PODROČJU TURIZMA

VPRAŠANJE 9: Podajte vaše strinjanje k naboru smeri ukrepanja v destinaciji Kranjska Gora v naslednjih letih (od 1-Sploh se ne strinjam do 5-Zelo se strinjam).

9D. PRODUKTI – PONUDBA

Na področju produktov so 3 najvišja strinjanja:

1. Krepite moramo **aktivnosti za zelene zime**. **4,0 / 5**
2. Izkoristimo geotermalno **vrtno za razvoj wellness programov in energetske učinkovito ogrevanje** turističnih in drugih objektov v Kranjski Gori.. **3,8 / 5**
3. Razvijmo nov produkt, ki bo neodvisen od zime – **alpski wellness – in ki temelji na gozdovih, vodi in zraku**. **3,7 / 5**



Ponudba za
ZELENE ZIME!

Dvigniti nivo
kolesarskega
produkta
(infrastruktura in
storitve)

Oboje je bilo zelo močno izpostavljeno tudi v komentarjih!

Produkt kolesarjenja moramo dvigniti na višjo in bolj usmerjeno raven. Ključna je ureditev nekaj gorsko-kolesarskih območij v soglasju z lastniki zemljišč in soglasodajalci. **3,6 / 5**

Visoka podpora tudi:

- Pozimi moramo vsi skupaj poskrbeti za **čimzgodnejšo garancijo snežne odeje**. **3,5 / 5**
- Pristopimo k pobudam za ponovno kandidacijo **treh dežel** za **gostovanje zimskih olimpijskih iger**. **3,3 / 5**



Kranjsko Goro predvsem vidim kot gorniško destinacijo. Destinacijo, kjer hribi nudijo zares dober poligon za vse vrste dejavnosti - plezanje (krajše-manj zahtevno, daljše-zelo zahtevno), turno smučanje, feratanje, ... Ni prav veliko destinacij, kjer so hribi tako dostopni in nudijo tako veliko. Npr. Triglavska severna stena je po višini ena izmed najvišjih v Evropi (kosa se npr. s severno steno Eigerja). Nudi enostavno in zelo zahtevno plezanje (preko 130 smeri!), poleg tega pa je dostop trivialen. Takih in še bolj zanimivih dejstev lahko o naših hribih najdemo veliko. Menim, da bi se Kranjska Gora morala bolj promovirati prav preko podobnih zanimivosti.

Posledično bi zainteresiranim ponudili zelo privlačno alternativo že preveč „zlajnani“ destinacijam, kot npr. Chamonix in Zermatt, kjer se jim hribi dobesedno podirajo na glavo. S tem imam v mislih promocijo gorskega vodništva kot tudi izvajanje aktivnosti brez vodnika. Nekaj tujih agencij za katere tudi občasno izvajam ture, je za naš ogromen potencial že izvedelo in k nam aktivno pošiljajo njihove goste. Če moje razmišljanje podprem s kratkim primerom - mesto Chamonix se že od nekdaj baha z Mt. Blancam. Celo tako daleč so šli, da se mesto imenuje Chamonix-Mt.Blanc. S tem so dosegli, da seveda ljudje pridejo tja gledat to snežno gmoto in nekateri se celo vzpejo nanjo. Množice, pa izvajajo druge aktivnosti - pohodništvo, gorsko kolesarjenje, golf, ... Poanta primera je naslednja: destinacijo predstaviti kot elitno gorsko destinacijo z izjemnimi hribi. Dejstvo, da nudimo tudi urejene gorsko kolesarske poti, golf in podobno, pa kmalu postane samoumevno in ne potrebuje posebnega oglaševanja in predstavljanja.

Na še dodam, da v Alpah ne poznam destinacije, kjer so hribi tako močno zvezani z narodno identiteto, kot je ta povezava prisotna pri nas. Menim, da je čas, da to pričnemo izkoriščati in namesto tujih agencij dobiček razdelimo med turistične ponudnike v občini.

SMERI PRIHODNJEGA UPRAVLJANJA, REŽIMOV IN VLAGANJ NA PODROČJU TURIZMA

VPRAŠANJE 9: Podajte vaše strinjanje k naboru smeri ukrepanja v destinaciji Kranjska Gora v naslednjih letih (od 1-Sploš se ne strinjam do 5-Zelo se strinjam).

9E. UPRAVLJANJE PROMETA

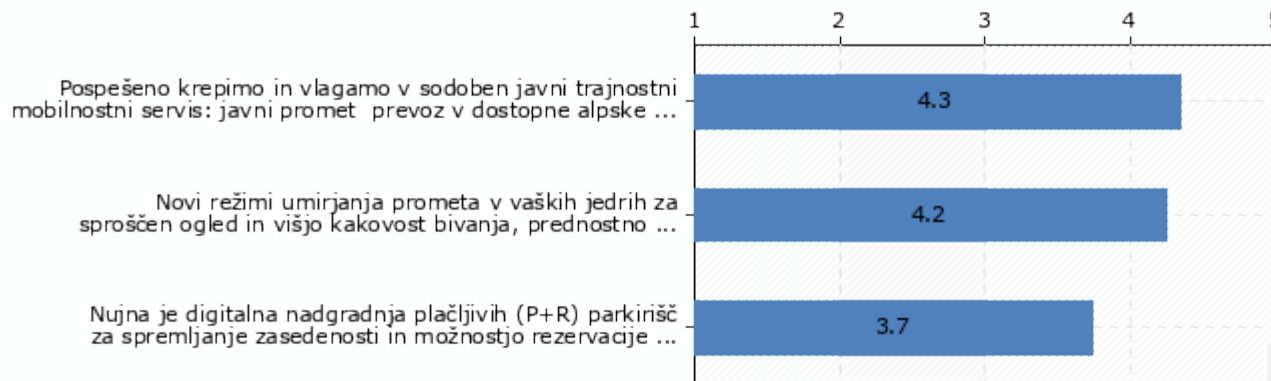
Na področju upravljanja prometa so zelo visoka strinjanja!

1. Pospešeno **krepimo in vlagamo v sodoben javni trajnostni mobilnostni servis**: javni promet prevoz v dostopne alpske doline in na prelaz Vršič, prevozi na klic, e-kolesa, čezmejne avtobusne povezave. **4,3 / 5**
2. **Novi režimi umirjanja prometa v vaških jedrih** za sproščen ogled in višjo kakovost bivanja, prednostno Mojstrana in Rateče (souporaba prostora). **4,2 / 5**

Nekoliko nižje strinjanje/podpora:

- Nujna je digitalna nadgradnja plačljivih (P+R) parkirišč za spremljanje zasedenosti in možnostjo rezervacije parkirišča. **3,7 / 5**

Problematika umirjanja prometa in spoštovanja pravil zelo močno izpostavljena v komentarjih.



N=346

PREVEČ PROMETA, tudi problem varnosti pešcev, hrup, onesnaževanje

Izpostavljen tudi pomen čezmejnih povezav

SMERI PRIHODNJEGA UPRAVLJANJA, REŽIMOV IN VLAGANJ NA PODROČJU TURIZMA

VPRAŠANJE 9: Podajte vaše strinjanje k naboru smeri ukrepanja v destinaciji Kranjska Gora v naslednjih letih (od 1-Sploh se ne strinjam do 5-Zelo se strinjam).

9F. POMEMBNI NALOŽBENI PROJEKTI

Izpostavili smo nekaj naložbenih ukrepov. Vsi so dobili kar visoko podporo.



„Plezalna stena se mi zdi ok ideja, zraven kakšna alpinistična šola, tečaj plezanja,... Plezalni center v bivšem kop- u v Mojstrani.“

DRUGI PREDLOGI

- Veliko predlogov je bilo na temo bazena (izgradnja kopališča, bazen / zunanje kopališče / bazen / termalni kompleks / večji vodni park / pokriti bazenski kompleks z možnostjo odpiranja v poletnem času-wellnes center)
- Okrepitev ponudbe po Kneippu in drugih produktov, namenjenih zdravju
- Prednostno ureditev komunalne infrastrukture (čistilna naprava) da bo ustrezala divji pozidavi zadnjih let
- Več možnosti za deževne dni na pokritih objektih
- Ureditev športne infrastrukture v lasti občine, ki bi bila namenjena lokalnemu prebivalstvu, lahko pa bi jo koristili tudi obiskovalci

DRUGE INVESTICIJE

- Povečati kapacitete za šolske in izvenšolske dejavnosti, prostor za mlade, medgeneracijski center
- Trgovine
- Postajališča za avtodome
- Prenova dotrajanega in zanemarjenega fitnesa v dvorani Vitranc
- Obrtni center
- Več izbire aktivnosti za mlade
- Izboljšanje flore za vse akterje
- Športni park Ruteč dograditev
- Gradnja centra doživetij 365 (indoor & outdoor)
- Mladinski kulturni center
- Pokrita športna dvorana - poleti plezanje, dogodki, prireditve, pozimi drsališče in dogodki
- Napredna otroška igralnica za deževne dni
- Razna plezališča zunanja in notranja



*Preden zaustavite manjše sobodajalce in oddajanje s strani počitniških kapacitet s strani domačinov, jih podprite. Zaustavite raje novogradnje **večjih počitniških kapacitet, apartmajskih hiš, wellnessov tujcem, ki očitno spreminjajo podobo našega kraja!** Da po eni strani dovoljete umestitve kampov, kamperskih počivališč, v vsak nezazidani konček naše doline, na neprimernih lokacijah. **Raje vključite in spodbudite domačine za vključevanje v turizem, za ohranjanje starih domačij s spremembo namembnosti...** ne da vpliv turizma domačine zaradi ne-kvalitete bivanja v dolini, sili v prodajo nepremičnin.*



UKREPI – DRUGI PREDLOGI

LOKALNA PONUDBA

- Ponudba lokalnih izdelkov tudi v gostinski ponudbi. Povezovanje lokalnih ponudnikov hrane z gostinstvom in trgovino/tržnico
- Pomagati kmetom pri sofinanciranju in urejanju papirologije

PO PRODUKTIH

- Kolesarjenje: pump track, več kolesarskih stez, enoslednic, gorske kolesarke poti
- Tek na smučeh: od športnega parka v Čičarah do Podkorena (kot je že bilo nekoč), smučarsko-tekaška povezava Mojstrana - Planica
- Smučanje: investicije v izdelavo kompaktnega snega, apres ski ponudba, velikost prog, dolžina in širina prog, stare naprave, drage karte v primerjavi s tujino, gneča.

PODPORNA PONUDBA, ATRAKCIJE

- Izgradnja notranjega igrišča za otroke (mogoče kaj na temo smučarskih skokov)
- Adrenalinski park
- Gondola na kakšen vrh oziroma razgledno točko
- Najdaljši tobogan v Evropi (izkoristiti žičnice in narediti tobogan, ki bo pozimi sankališče, poleti klasični tobogan in jeseni/spomladi kolesarski down hill)

PO LOKACIJAH

- Mojstrana: Športni park v Mojstrani, zunanji bazen, drsališče Mojstrana, nogometno igrišče v Mojstrani
- Kulturno poslovni center v centru Martuljka

PROMET

- Ureditev kvalitetnega javnega prometa za prebivalce doline z drugimi kraji v Sloveniji
- Urediti dober javni promet povezan z Bohinjem in Posočjem
- Ureditev prometa v Gozd Martuljku
- Ureditev parkiranja Srednji vrh
- Garažna hisa pri vstopu v občino in povezave z javnimi prevoznimi sredstvi po občini
- Velika garažna hiša pri policiji - omejitev prometa na vršič (npr. cestnina)
- Vzpostaviti javni prevoz s Trbižem in Beljakom.

DRUGO

- Dokončanje projekta Vitranc 2 in polno funkcioniranje
- Boljša turistična infrastruktura: boljše označevanje in vzdrževanje pohodniških poti, kolesarskih enoslednic, kakovosten bike park, adrenalinski park, letno sankališče, označiti in promovirati turno-smučarske poti.



SKLOP 1:
Uvodni pogled na
kakovost bivanja,
stanje narave in
turizma v občini
Kranjska Gora

SKLOP 2:
Obseg turizma v
destinaciji Kranjska Gora

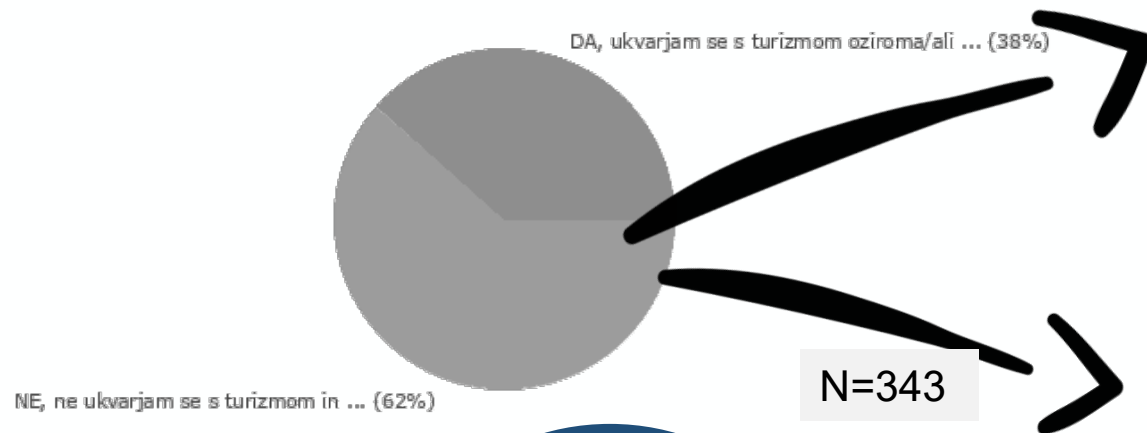
SKLOP 3:
Pogled naprej:
razvojni model,
vizija, vrednote

SKLOP 4:
Upravljanje
turizma in
načrti na ravni
ponudnikov

STRUKTURA: ZINTERESIRANI OBČANI – DELO V TURIZMU

Ali se ukvarjate s turizmom in povezanimi dejavnostmi, ali pa se uvrščate v kategorijo zainteresirane splošne javnosti – občanov?

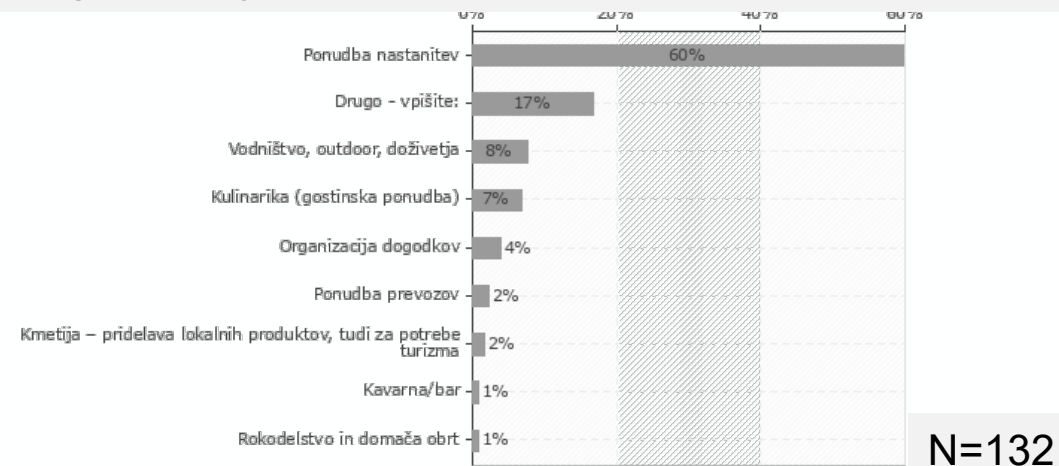
- 38 % sodelujočih se ukvarja s turizmom.
- 62 % pa ne in so predstavljali splošno zainteresirano javnost.



Anketa je bila kombinirana: za splošno javnost (zainteresirani občani) in ponudnike oziroma tiste, ki živijo (tudi) od turizma.

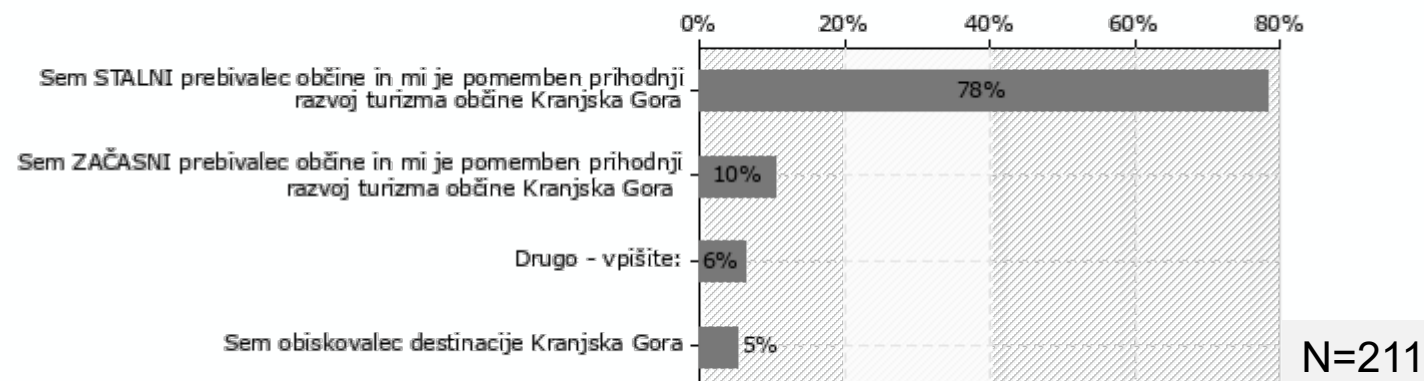
ČE DA: S katero od navedenih dejavnosti se ukvarjate?

Večinski delež je bilo nastanitvenih ponudnikov (60 %), sledili so vodništvo, outdoor, doživetja (8 %), s 7 % gostinci, s 4 % organizatorji prireditev.



ČE NE – Kakšen je vaš odnos do Kranjske Gore

Med zainteresiranimi občani je bilo 78 % stalnih prebivalcev, 10 % začasnih, 5 % pa obiskovalcev Kranjske Gore in 6 % drugih.



NAČRTI – SODELUJOČI, KI NE DELAJO DANES V TURIZMU

VPRAŠANJE: Ali razmišljate o vstopu v turizem in na katerem področju?

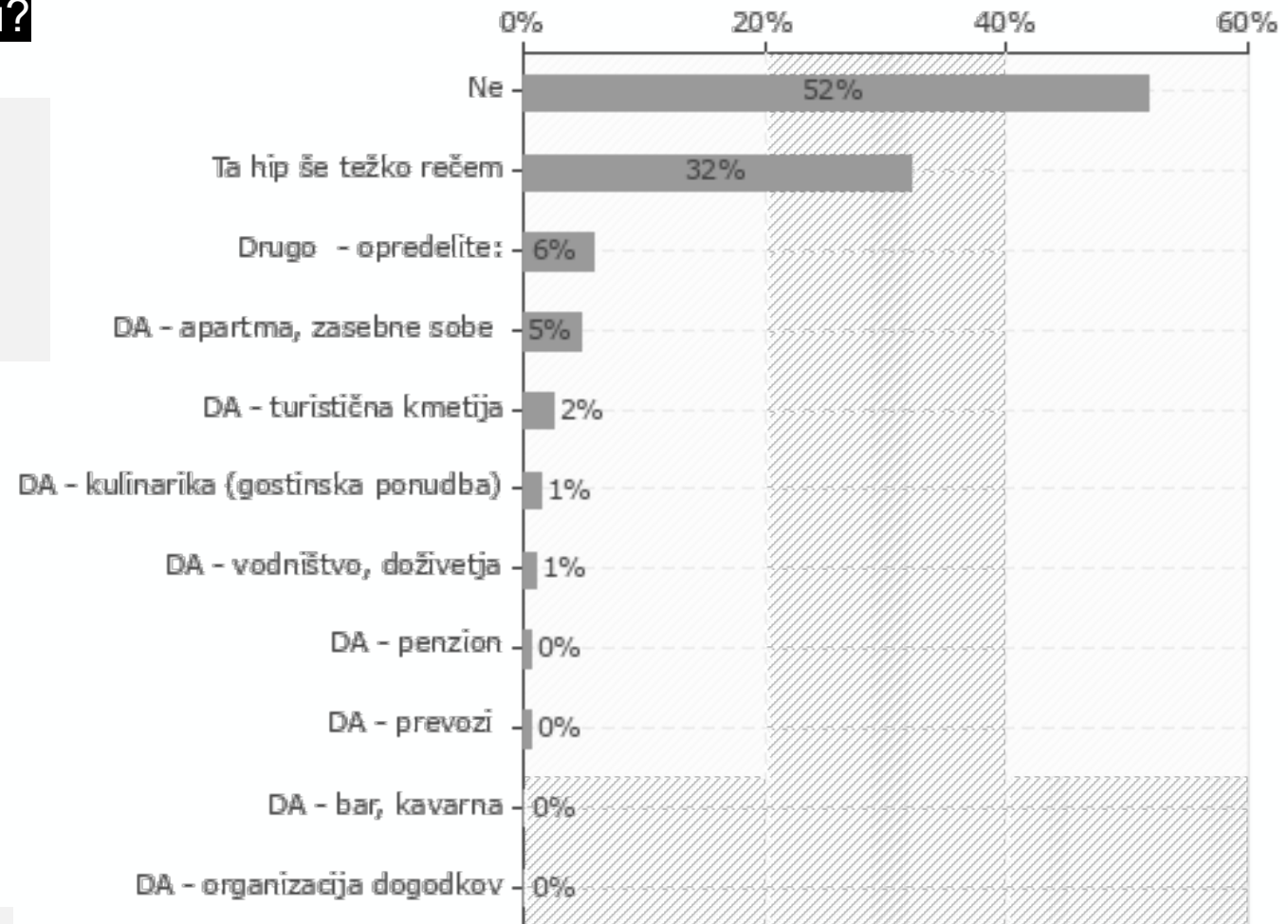
Sodelujoče, ki ne delajo v turizmu, smo vprašali: ali razmišljate o vstopu in vlaganjih v turizem v občini Kranjska Gora do leta 2035 in na katerem področju?


- Dobra polovica je dejala, **da ne**
- Skoraj tretjina pa, da ta hip še težko reče
- 5 % načrtuje vlaganja v zasebne sobe, 2 % v turistično kmetijo, 1 % v gostinsko ponudbo, 1 % v doživetja / vodništvo

POD DRUGO:

- Zeliščarstvo
- Prostovoljstvo pri dogodkih
- Kultura
- Mirno preživeti do konca svojih dni
- Kvalitetno in mirno bivanje
- Kolesarsko vodništvo
- Ponudba lokalnih izdelkov
- Storitve naravnih pristopov za dvig kakovosti življenja ali/in zdravljenje
- Glamping in wellness

N=209





POGLEDI
OBČANOV
(ki ne delajo v
turizmu)

VPRAŠANJA ZELENE SCHEME SLOVENSKEGA TURIZMA – PREBIVALCI

VPRAŠANJE 10: Vprašanja spodaj so vezana na preverjanje odnosa prebivalcev do turizma v okviru Zelene sheme slovenskega turizma - in smo jih dolžni v celoti in v natančno predpisani spodnji obliki redno preverjati.

Za vsako od spodnjih trditev izrazite stopnjo strinjanja/nestrinjanja.

POZOR: Tukaj je zdaj mnenje zgolj občanov
(ki ne delajo v turizmu)



5 NAJBOLJ IZRAŽENIH IZZIVOV (negativni vplivi turizma) - NAJVIŠJA STOPNJA STRINJANJA:

1. Zaradi turizma se je **povečala cena nepremičnin.** (4,7 od 5)
2. Turizem v naši destinaciji **povečuje prometne težave.** (4,6 od 5)
3. V visoki sezoni je **število dnevniških obiskovalcev naše destinacije previsoko in moteče** (4,3 od 5)
4. Turizem v naši destinaciji povzroča **prekomerno onesnaževanje.** (4,2 od 5)
5. Zaradi turizma so se **povečali moji življenjski stroški.** (4,1 od 5)

NIZKA STOPNJA ZADOVOLJSTVA S TURIZMOM
(tukaj samo pogled občanov): **2,3 od 5.**

SODELUJOČI se v veliki meri **SPLOH ne strinjajo ali NE STRINJAJO:**

1. Zaradi turizma imamo **večjo izbiro storitev** (trgovina, promet, zdravstvo ...).
2. **Pozitivni učinki turizma v naši destinaciji odtehtajo negativne.**
3. Turizem v naši destinaciji **v zadostni meri skrbi za ohranitev narave in kulture.**
4. Možnost imam **sodelovati pri načrtovanju razvoja turizma.**

V NADALJEVANJU PA
ZGOLJ POGLEDI
TURISTIČNIH
PONUDNIKOV
(sodelujoči, ki so se
opredelili, da delajo v
turizmu ali povezanih
dejavnostih)

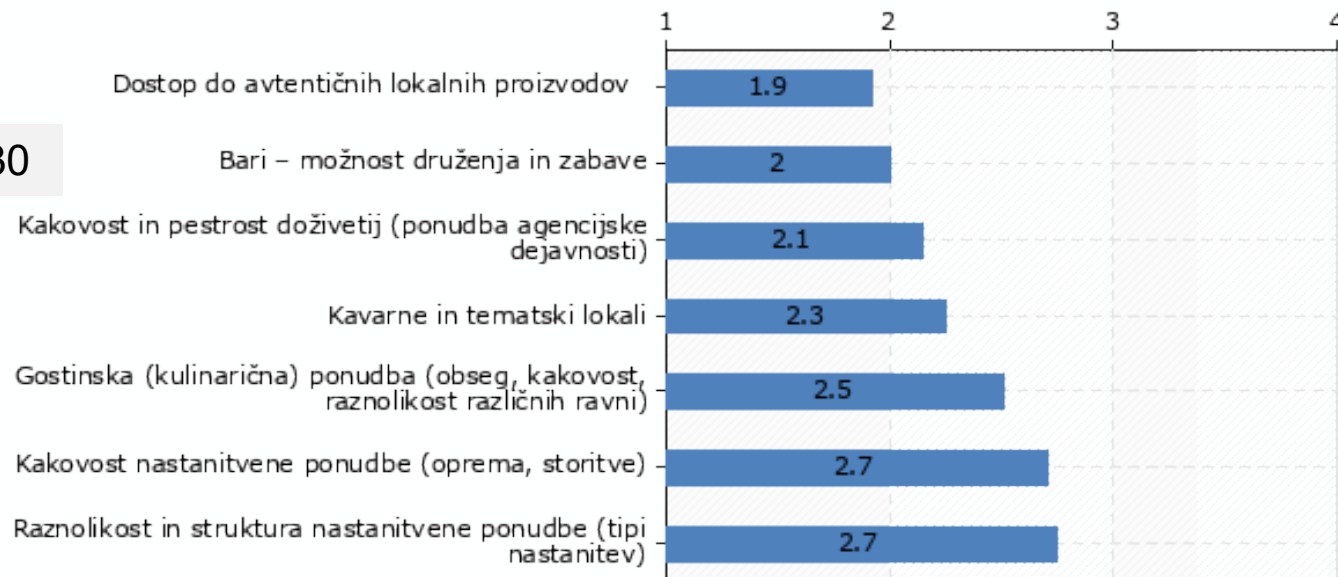
KAKOVOST IN RAVEN PONUDBE IN STORITEV (PONUDNIKI)

VPRAŠANJE 11: Kako bi ocenili raven ponudbe in posameznih s turizmom povezanih storitev v destinaciji Kranjska Gora? S tem hkrati nakažete področja, kjer bi po vašem mnenju morali izboljšati kakovost/ obseg/ konkurenčnost – tako za vidik kakovosti bivanja kot za Kranjsko Goro kot turistično destinacijo.

11A. TEMELJNA TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

Od Zelo slaba do 4-zelo dobra

N=130



NAJNIŽJE OCENE:

1. Dostop do **avtentičnih lokalnih proizvodov** (1,9 od 4)
2. Možnost druženja in zabave (2 od 4)
3. Kakovost in pestrost doživetij
4. Kavarne in tematski lokali (2,3 od 4=)
5. Gostinska ponudba (2,5 od 4)

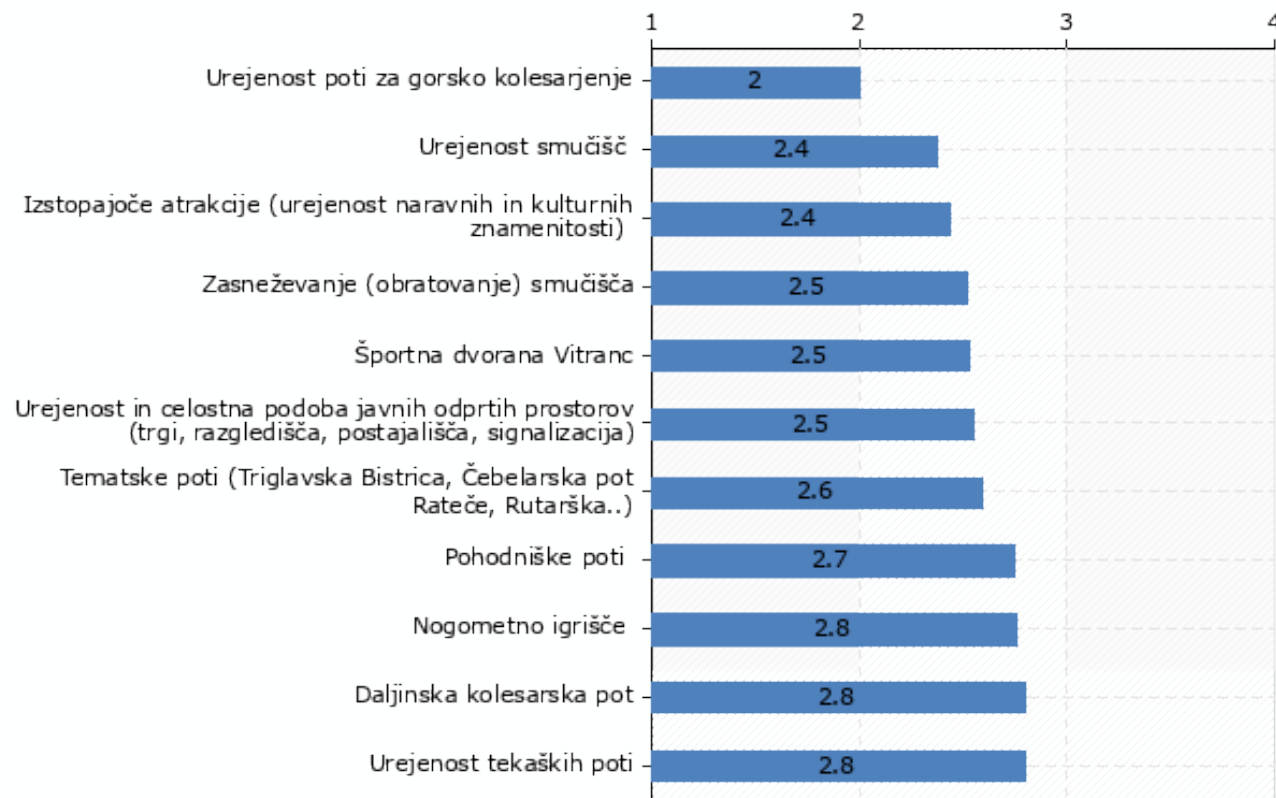
NASTANITVENA PONUDBA

(obseg, kakovost in raznolikost): ni sicer visoko ocenjena, a v primerjavi z drugo ponudbo najmanj izražen problem.

KAKOVOST IN RAVEN PONUDBE IN STORITEV (PONUDNIKI)

VPRAŠANJE 11: Kako bi ocenili raven ponudbe in posameznih s turizmom povezanih storitev v destinaciji Kranjska Gora? S tem hkrati nakažete področja, kjer bi po vašem mnenju morali izboljšati kakovost/ obseg/ konkurenčnost – tako za vidik kakovosti bivanja kot za Kranjsko Goro kot turistično destinacijo.

11B. UREJENOST SKUPNE TURISTIČNE/POVEZANE INFRASTRUKTURE



NAJNIŽJE OCENE:

1. **Urejenost poti za gorsko kolesarjenje (2 od 4)**
2. **Urejenost smučišč (2,4 od 4) + zasneževanje smučišča (2,5 od 4)**
3. **Urejenost naravnih in kulturnih znamenitosti (2,4 od 4)**

N=130

KAKOVOST IN RAVEN PONUDBE IN STORITEV (PONUDNIKI)

VPRAŠANJE11: Kako bi ocenili raven ponudbe in posameznih s turizmom povezanih storitev v destinaciji Kranjska Gora? S tem hkrati nakažete področja, kjer bi po vašem mnenju morali izboljšati kakovost/ obseg/ konkurenčnost – tako za vidik kakovosti bivanja kot za Kranjsko Goro kot turistično destinacijo.

11C. KAKOVOST PONUDBE PO SEGMENTIH



N=130

Najvišje ocenjena ponudba velikih športnih dogodkov (3 od 4) , za športnike (2,9 od 4), pa tudi za aktivne ljubitelje outdoora (2,8 od 4).

ZA KOGA NAM MANJKA PONUDBA?

- 1. Najbolj manjka ponudba za "družabnike"** (sodobne in zahtevne iskalce doživetij, v povezavi s kulinariko, kulturo in lahкими aktivnostmi – sprehodi, kolesarjenje, golf) **(2,3 od 4)**
- 2. Izpostavljeno tudi manjko ponudbe za starejše goste in za družine**

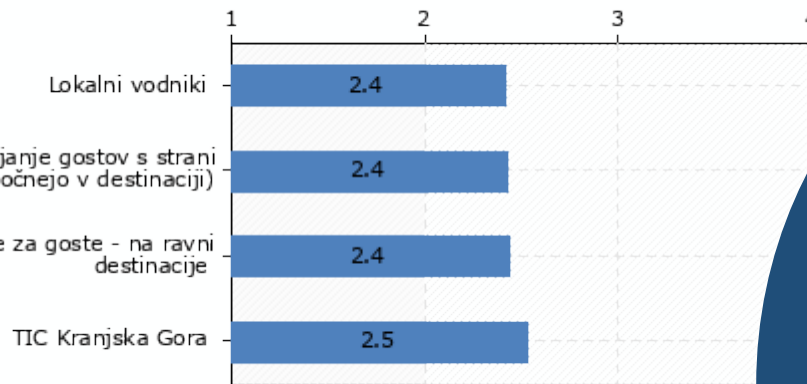
To je podprto tudi s komentarji tekom ankete.

TODA! V komentarjih zelo izpostavljeno zaostajanje za drugimi alpskimi destinacijami – tako v ponudbi smučanja kot v kolesarjenju!

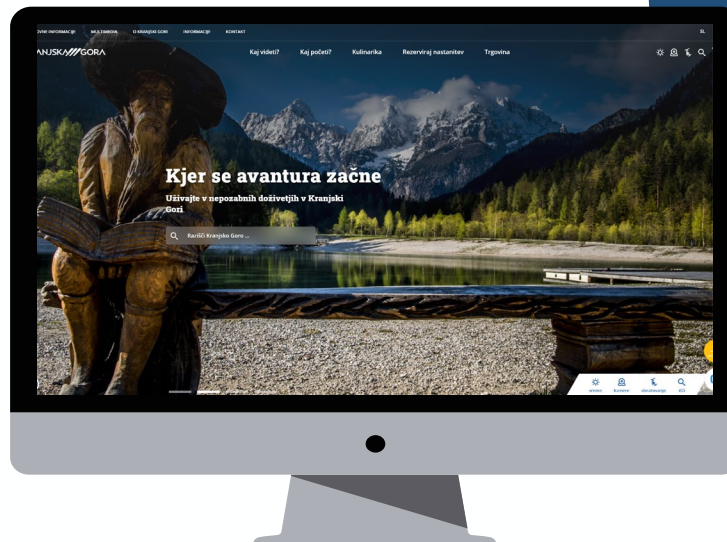
KAKOVOST IN RAVEN PONUDBE IN STORITEV (PONUDNIKI)

VPRAŠANJE 11: Kako bi ocenili raven ponudbe in posameznih s turizmom povezanih storitev v destinaciji Kranjska Gora? S tem hkrati nakažete področja, kjer bi po vašem mnenju morali izboljšati kakovost/ obseg/ konkurenčnost – tako za vidik kakovosti bivanja kot za Kranjsko Goro kot turistično destinacijo.

11D. PODPORA GOSTOM



N=130



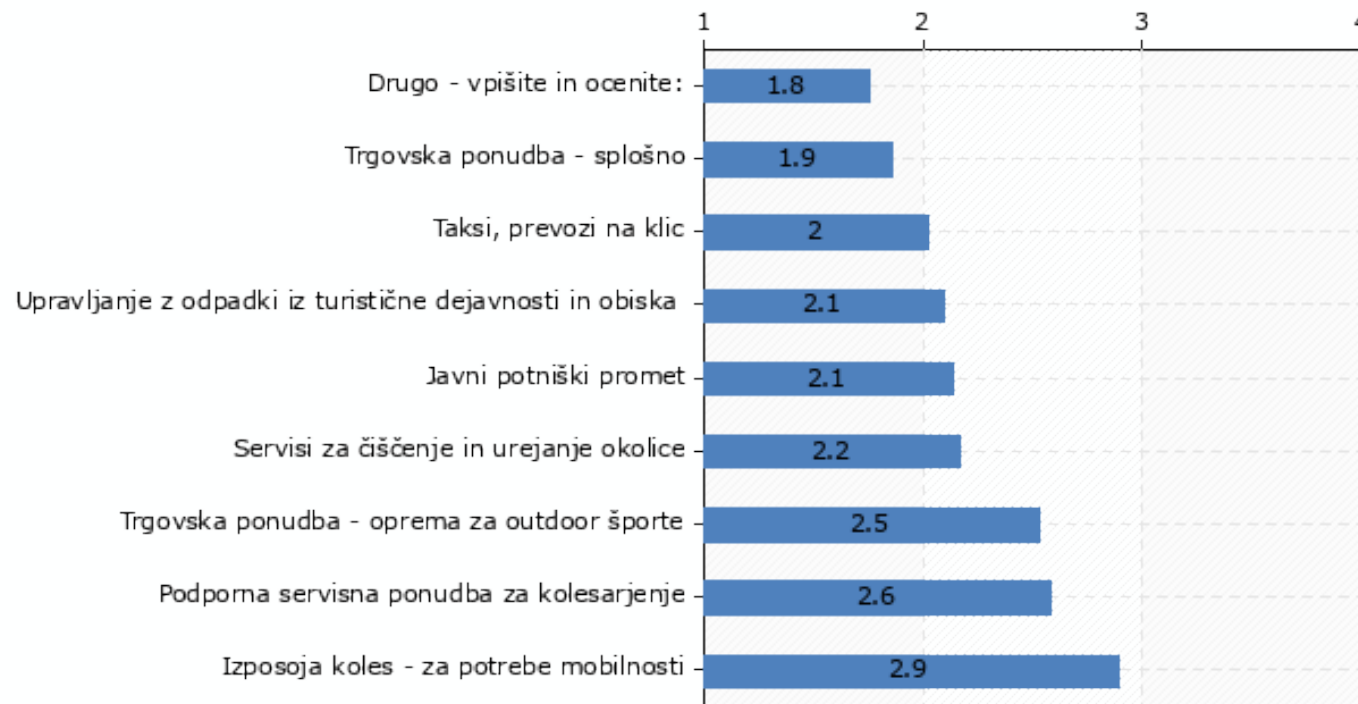
Informacijska podpora gostom (usmerjanje, digitalna predstavitev, storitve za gosta na ravni destinacije) ni dobra – ponudniki ocenili večino storitev s 2,4 od 4.

LOKACIJA (?)

KAKOVOST IN RAVEN PONUDBE IN STORITEV (PONUDNIKI)

VPRAŠANJE 11: Kako bi ocenili raven ponudbe in posameznih s turizmom povezanih storitev v destinaciji Kranjska Gora? S tem hkrati nakažete področja, kjer bi po vašem mnenju morali izboljšati kakovost/ obseg/ konkurenčnost – tako za vidik kakovosti bivanja kot za Kranjsko Goro kot turistično destinacijo.

11D. DRUGO - DOPOLNILNA PONUDBA



KAJ MANJKA – DODATNA PONUDBA:

1. Najnižje je ocenjena trgovska ponudba (1,8 od 4)
2. Prevoz: taksi, prevozi na klic, javni potniški promet
3. Nizko ocenjeni tudi upravljanje z odpadki (čistoča!), urejanje okolice

...

To je podprto tudi z veliko komentarji tekom ankete.

N=130

CILJNA STRUKTURA GOSTOV V KRANJSKI GORI

VPRAŠANJE 12: Na katere ciljne segmente se moramo po vašem mnenju bolj osredotočiti v prihodnje?
Za spodnje segmente označite pomen oziroma potencial.

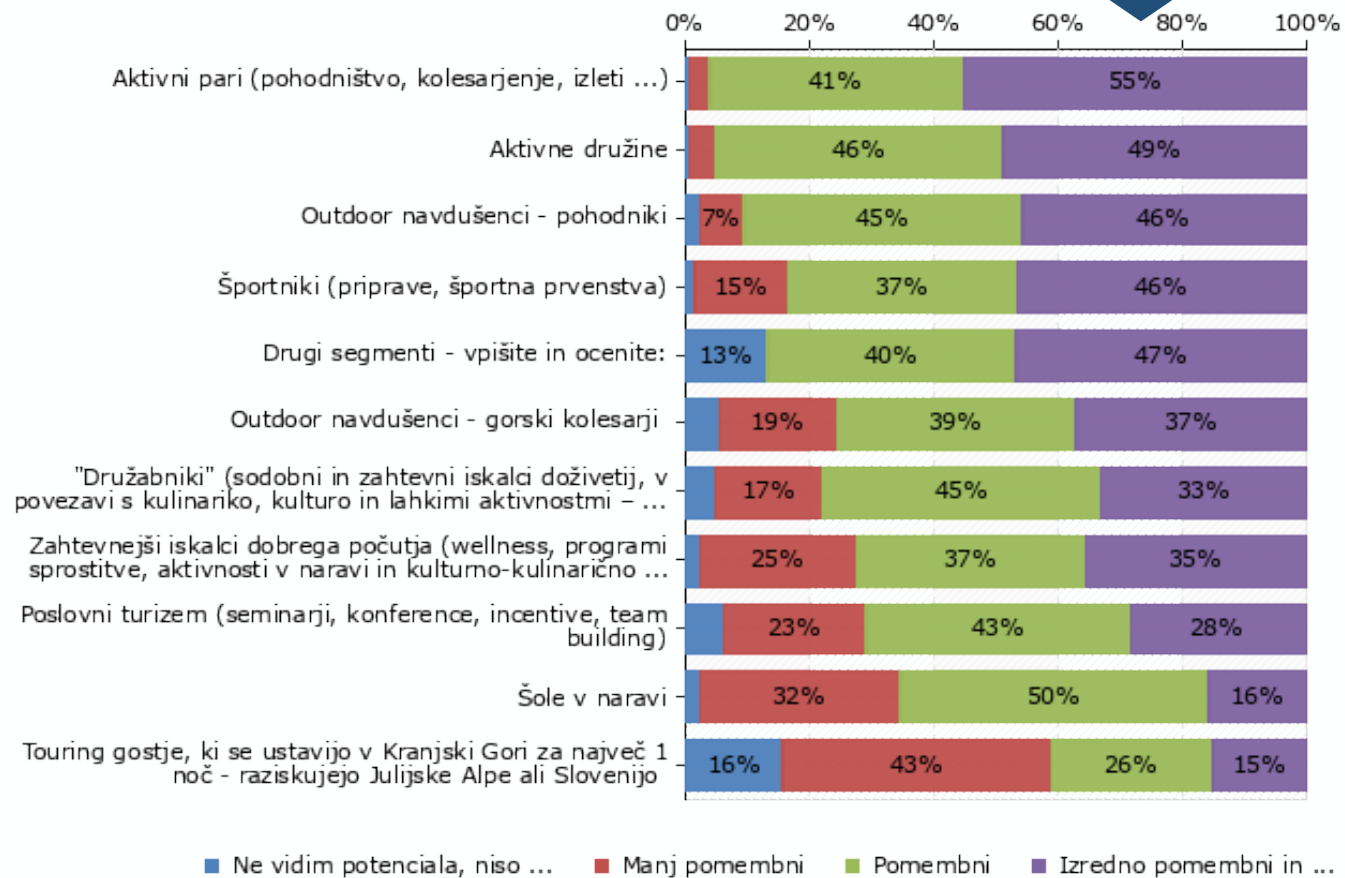
**KATERE SEGMENTE PREPOZNAVAJO
PONUDNIKI kot NAJBOLJ POMEMBNE (n tudi
še nadalje potencialne) – na koga se moramo
osredotočiti?**

1. Aktivni pari
2. Aktivne družine
3. Outdoor navdušenci (v prvi vrsti pohodniki, malo nižje kolesarji)
4. Sledijo: družabniki (sodobni in zahtevni iskalci doživetij, v povezavi s kulinariko, kulturo in lahkimi aktivnostmi – sprehodi, kolesarjenje, golf) in zahtevnejši iskalci dobrega počutja (wellness, programi sprostitev, aktivnosti v naravi in kulturno-kulinarično doživljanje destinacije)

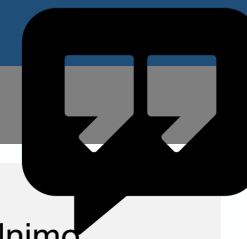
POSEBNI INTERESI

1. Športni turizem: športniki na pripravah, športna prvenstva
2. Poslovni turizem
3. Šole v naravi

POD DRUGO:
Digitalni nomadi



N=127



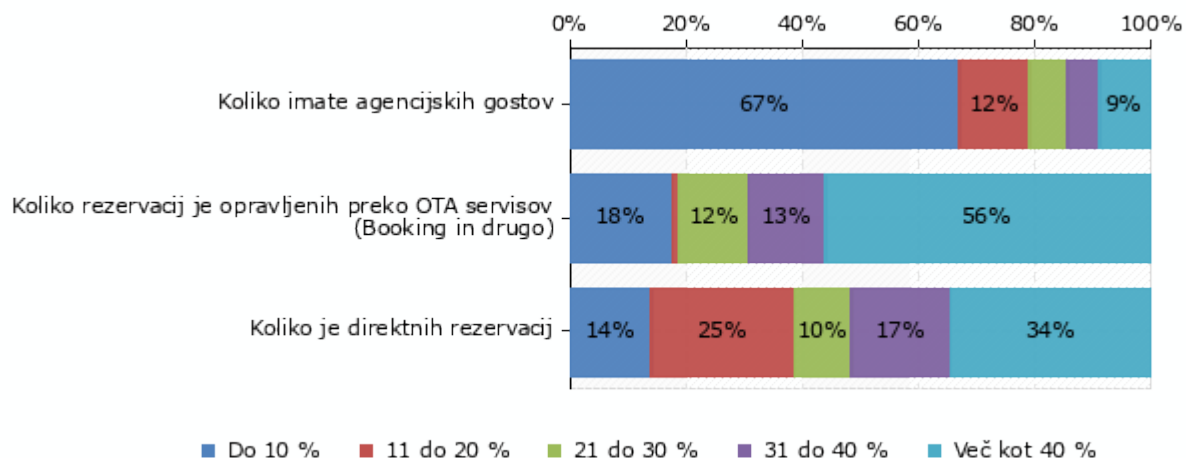
- **Močno prevladujejo družine z otroci tako poleti kot pozimi.**
- Vedno več obiska je mladih parov, ki pa so kritični glede dodatne ponudbe - predvsem glede nočnega življenja.
- **Največ je gostov, ki iščejo pohodniške, gorsko kolesarske produkte, gostje ki ostanejo največ tri dni v destinaciji. Iščejo družinska doživetja.**
- Gosti običajno bivajo minimalno 4 dni, zelo prijetni, aktivni, brez Žuranja, čisti in zadovoljni. Ne želim si boljših. Zimski gosti so v pomanjkanju in od marca do junija
- Vidim največji potencial v družinah, ki se vračajo.
- MBT gostje, družine in posamezniki so tisti, ki bodi nosili glavni vir prihodkov v destinacijo.
- Izkušnja z gosti je dobra, vendar vsi po vrsti pogrešajo več organiziranih dogodkov/doživetij s področja kulture, lokalnih zanimivosti, vodenja lokalnih vodičev po kraju-poslikave, ipd....
- **Menim, da bi skupine, ki so navedene v vprašanih zgoraj, morale predstavljati glavne ciljne skupine gostov naše destinacije, katere bo potrebno še bolj aktivno naslavljati.**
- Pomembno je strukturiranje gostov, moje mnenje je, da je s primerno organizacijo na vseh segmentih lahko velik potencial in zadovoljstvo na vseh danih/novih področjih.
- Gornjesavske doline ne moreš doživeti v enem ali dveh dneh, zato je kratkotrajna izkušnja gostov pomanjkljiva. Izpostavil pa bi še eno strukturo gostov, kateri si predvsem želijo miru, počitka in samo svežega zraka in zagotavljam tudi take imamo, ki jih moti glasna nočna družba v sosednjem lokalu.
- **Šole v naravi rešujejo ponudnike izven sezone** - je nadzorovana aktivnost. Gostje visokega ranga zahtevajo največ (npr. površina golf igrišča), kljub temu je dobiček slab.

- Imamo pretežno zadovoljne družine.
- V nizki sezoni primanjkuje dodatne ponudbe in dogodkov. Polnimo kapacitete, preostala destinacija pa spi. Prenekateri se preveč veselijo konca poletne in zimske sezone, da počivajo.
- Veseli smo nezahtevnih gostov, ki se vključijo v naše življenje in ostanejo teden, dva. Se veselijo naših predlogov, kaj lahko vse počnejo. Uživajo v tradicionalni lokalni sezonski domači/hišni kulinariki.
- Pomembno je, da se osredotočimo najbolj na družine, pare, športnike in manjše skupine ter povečamo izkušnjo za team buildinge - predvsem izven sezon. Ne želimo nizkopračunskih gostov, ki pridejo le popivati in škodovati kraju.
- Družine z majhnimi otroki.
- Največ aktivnih družin ali parov ki raziskujejo lepote narave v občini.
- Gosti so vsi dobrodošli, strukture so raznovrstne, premalo pa se jih osvešča o varovanju narave. Najboljša je uvedba ekološke takse.
- **Potrebujemo več vsebin v kraju in komuniciranje vsebin treh dežel, da povečamo zanimanje gostov za daljše bivanje; sedaj smo poleti bolj tranzitna destinacija, predvsem pa poletja postajajo glavna turistična sezona.**
- Težko je kategorizirati gosta z jasnimi razmejitvami. Zahteven gost želi vse od kategorije 2 do 5, a za vse pričakuje vrhunsko storitev, za kar je tudi pripravljen plačati. Izziv naj bo dvigovanje kvalitete naštetih storitev tam, kjer kakovost šepa.
- Kranjska Gora ima premalo atraktivno "lepote" za obisk dnevnih gostov iz Ljubljane (prednost Bled in Postojna), zato je potrebno več narediti na aktivnih doživetjih in goste ki bodo ostali nekaj dni...
- Zagotoviti ponudbo, infrastrukturo trgovine za premožnejše goste, ne pa samo za sendvič turiste, ki ne zapravljajo.

STRUKTURA REZERVACIJ PRI NASTANITVENIH PONUDNIKIH

VPRAŠANJE 13: Zanimala nas je struktura rezervacij v nastanitvenih objektih

1. 67 % ponudnikov ima do 10 % agencijskih gostov, 12 % do 20 %.
2. Slaba desetina ima več kot 40 % agencijskih gostov.
3. Z vidika, koliko dodane vrednosti/zaslужka gre za provizije, ni spodbuden podatek, **da kar 56 % rezervacij ponudniki opravijo preko OTA servisov (Booking.com in podobnih).**
4. Le tretjina ima več kot 40 % direktnih rezervacij.



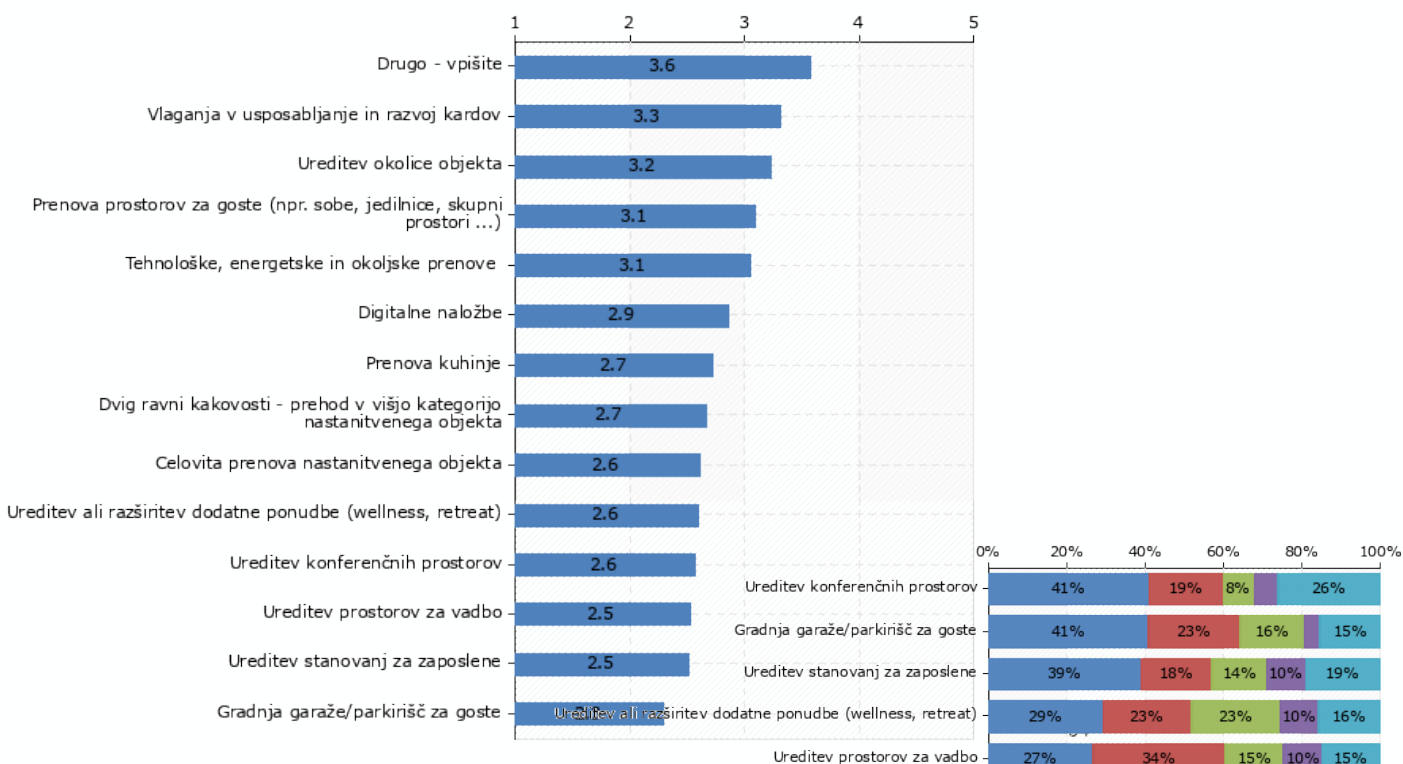
N=93

n = 93

Screenshot of the Booking.com website showing search results for accommodations in Kranjska Gora. The search criteria are: Location: Kranjska Gora, Dates: ned., 24. mar. — pon., 25. mar., Guests: 2 odrasla · 0 otrok · 1 soba. The results show 55 accommodations, with a filter for '86 % nastanitev ni na voljo za vaše datume na naši strani.' Two specific listings are highlighted: 'Apartments Telemark Kranjska Gora' (Rating: 8.8, Price: € 101) and 'Ramada Hotel & Suites Kranjska Gora' (Rating: 8.3, Price: € 219).

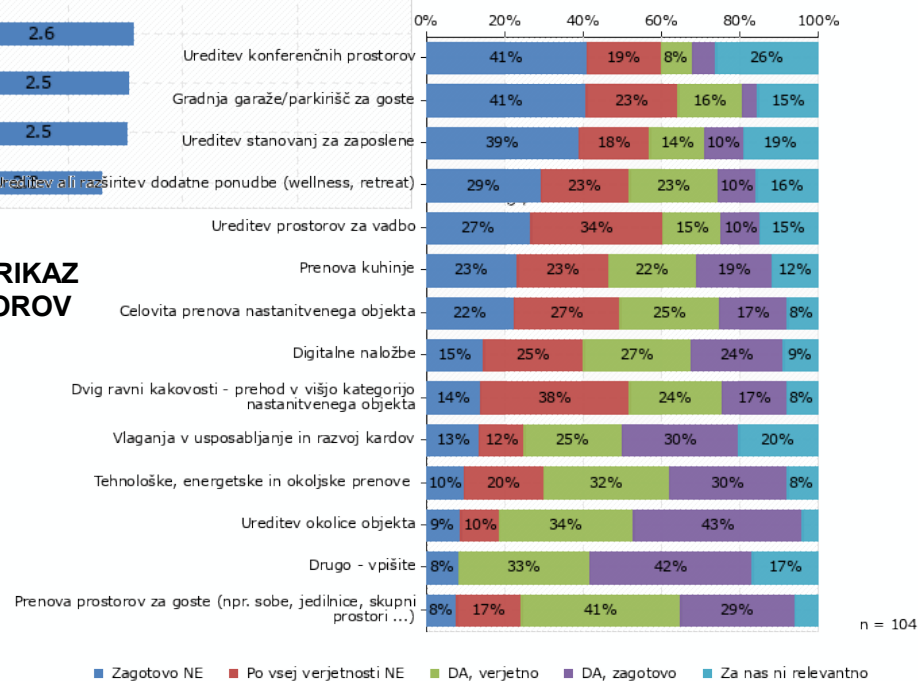
NAČRTOVANE NALOŽBE IN VEČJI UKREPI PONUDNIKA

VPRAŠANJE 14: Kakšne naložbe in spremembe načrtujete v roku 5 let v vašem podjetju?



N=93

DRUG PRIKAZ ODGOVOROV



n = 104

DRUGO

- Socialno kulturni prostor
- Doživljajska ponudba

Načrtovane naložbe na strani ponudnikov – po obsegu, po tem vrstnem redu:

1. **Vlaganja v usposabljanje in razvoj kadrov**
2. Ureditev okolice objekta
3. Prenova prostorov za goste
4. Tehnološke, energetske in druge prenove
5. Digitalne naložbe
6. Prenova kuhinje
7. Dvig ravni kakovosti – višja kategorija nastanitvenega objekta
8. Celovita prenova nastanitvenega objekta
9. Dodatna ponudba (wellness, ...)
10. Konferenčni prostori
11. Prostori za vadbo
12. **Stanovanja za zaposlene**
13. Gradnja parkirišč za goste

SKUPNI PROJEKTI TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA DESTINACIJE

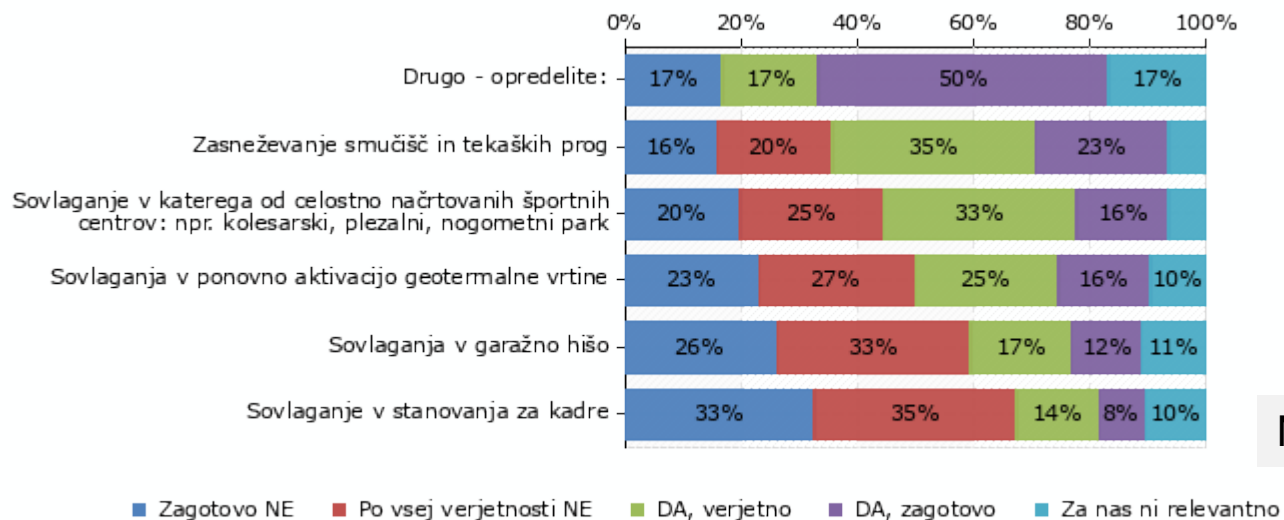
VPRAŠANJE 15: Ali bi se pridružili organizacijsko in finančno skupnim podjetniškim in javno-zasebnim projektom?

NAJVEČJA PODPORA

1. **Zasneževanje smučišč in tekaških prog**
2. Sovlaganje v katerega od celostno načrtovanih športnih centrov: npr. kolesarski, plezalni, nogometni park

NAJMANJŠA PODPORA

1. Sovlaganje v stanovanja za kadre
2. Sovlaganje v garažno hišo



POD DRUGO:

- Vlaganje v razvoj zračnih gozdnih term
- Vlaganje v domače kadre na drugih področjih
- Kulturno dogajanje v kraju
- Izobraževanje

N=126

Za določen delež ponudnikov tovrstni projekti niso direktno relevantni.

SKUPNI PROJEKTI TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA DESTINACIJE

VPRAŠANJE 15: Pod kakšnimi pogoji bi se pridružili organizacijsko in finančno skupnim podjetniškim in javno-zasebnim projektom?

- **Transparentnost in možnost aktivnega vključevanje v projekt, ne samo finančno.**

- Če bi bil dosežen konsenz med javnim in zasebnim interesom, če bi se postavila jasna in obvezujoča razmerja med partnerji, če bi se oblikoval konzorcij ali neka druga oblika podjetja.
- Zasneževanje smučišč in tekaških prog (prispevek lastniku pod transparentnimi pogoji - lahko tudi v obliki nakupa določenega števila kart - **idealno bi bilo, če bi vsi turistični ponudniki prispevali svoj delež**). Razmisliti bi bilo potrebno o tem, da bi vsi ponudniki, ki bi prispevali k temu dobili en znak - npr. Beli pečat. Prispevamo k vašemu užitku na snegu. Izberite nas! Ostala vlaganja - solastništvo skupnega podjetja in v primeru garažne hiše - nakup nekaj garažnih mest.
- Če bi za projekte jamčila in koordinirala občina.
- V take projekte bi morali vstopiti tisti ponudniki, katerih gostje to uporabljajo.
- Da se posle zadrži in ponudi domačinom.
- Da je delo cenjeno in v skupno dobro.
- Dober projekt!
- Da bo po tem tudi vidna razlika na kakovosti bivanja.

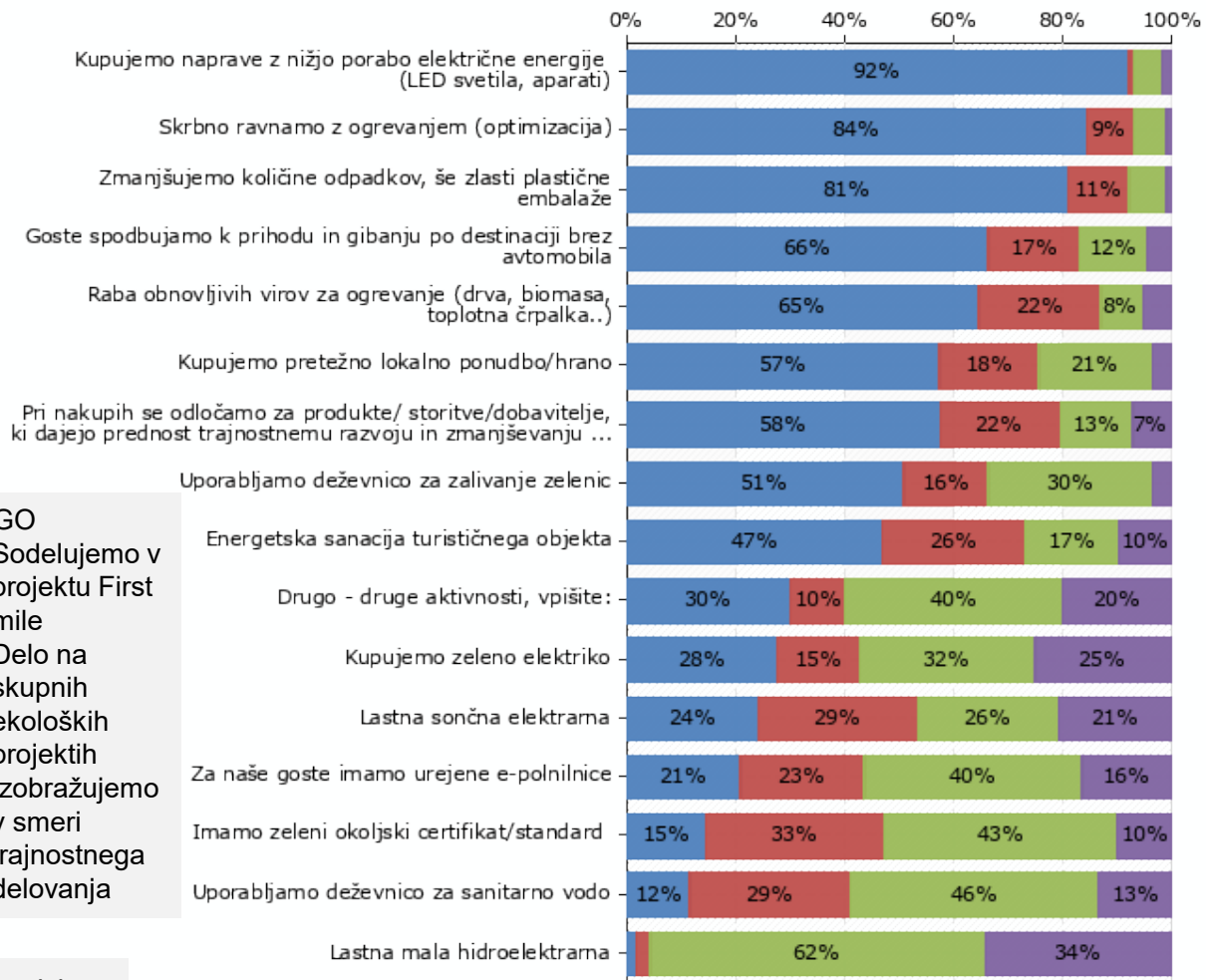
- Transparentnost, vključenost vseh deležnikov.
- Vsi v destinaciji bi morali prispevati, a potem pričakujemo recipročnost.
- Odvisno od projekta. Rabimo konkretne projekte.
- Brezplačne smučarske /plavalne karte za naše goste.
- Solastniški delež oz. soudeležba na dobičku.
- **Solastništvo.**
- **Jasna vizija projektov, zagotovljena transparentnost porabe sredstev.**
- V projekt zasneževanja bi po svojih zmožnostih vstopili v primeru, ko bi tudi za smučišče naši gostje imeli možnost nakupa cenejših vozovnic. Enako velja za bazenski kompleks, če bi se le-ta promoviral tudi kot izvensezonska ponudba (varianta toplice) skupaj z naravnim zdraviliškim wellnessom.
- Da investicija ne gre v škodo narave.
- Npr geotermalnavrtina -> toplice naj financira lastnik. Edina izjema je smučarska infrastruktura, kjer razmišljanje pozdravljamo, vendar v takih primerih sodelujoči pri sofinanciranju za goste v tujini dobijo rabate na smučarske karte. Predvsem na seznamu opcij pogrešam ob zasneževanju možnost širitve infrastrukture sedežnic.

PRILAGAJANJE NA PODNEBNE SPREMEMBE

VPRAŠANJE 16: Ali ste sami že pristopili k izvedbi katerega od spodaj naštetih ukrepov, ga načrtujete, vas ne zanima ali zanj nimate možnosti (finančne, lokacijske..) - v vašem podjetju/ponudbi

MODRA: že uresničujemo

RDEČA: načrtujemo v prihodnjih letih



DRUGO

- Sodelujemo v projektu First mile
- Delo na skupnih ekoloških projektih
- Izobražujemo v smeri trajnostnega delovanja

N=117

■ DA, uresničujemo ■ Načrtujemo v prihodnjih letih ■ NE, nimamo možnosti ■ NE, nas ne zanima

Prikazane so vse aktivnosti/ukrepi, ki jih ponudniki že izvajajo – vsi bolj mehki ukrepi in manjši infrastrukturi, vezani na zmanjšanje porabe vode, energije in odpadkov.

Prostor še za okrepitev:

- E-polnilnice za goste
- Lastna sončna elektrarna
- Povečanje zelenih certifikatov

V letu 2024 ima kranjska Gora 5 certificiranih ponudnikov SLOVENIA GREEN (5 nastanitev in 1 restavracijo).

Na ravni destinacije pa ima samo BRONASTI ZNAK.





STRATEGIJI NA POT – POUĐARKI NA
KONCU

STRATEGIJI NA POT – POUDARKI, IZPOSTAVLJENI NA KONCU

Najbolj bistveno je sobivanje lokalnega prebivalstva in turistov.

Pri načrtovanju uravnoveženega programa turizma v naši občini naj bo na prvem mestu kakovost bivanja občanov (ne pozabiti na tiste, ki ne živijo oziroma dodatno zaslužijo od turizma).

Turizem naj bo po meri domačinov, ne kapitala od zunaj.

Skozi nadaljnje korake si želimo spodbujanja konstruktivne debate in mediacije deležnikov v smislu iskanja rešitev za skupno rast zadovoljstva čim večjega števila deležnikov.

Potrebno je bolj uravnovežiti strukturo turizma – občina Kranjska Gora ni samo Kranjska Gora.

Potrebno je še dodatno diverzificirati ponudbo in se z njo prilagoditi klimatskim spremembam predvsem v zimskem času.

Dvigniti nivo kakovosti turistične ponudbe na višji nivo.

Na ta način zmanjšamo trenutno prevelik priliv predvsem dnevnih in priliv obiskovalcev za vikende, ki so sedaj že moteči za lokalno prebivalstvo in zasičenost prometnih poti.

Ključ do uspešnega in uravnoveženega razvoja je dobra organiziranost turizma, sodelovanje in povezovanje turističnih ponudnikov.

Poudarek dati na povezovanje z lokalnimi ponudniki hrane in storitev (hrana v gostilne, hotele, povezava s ponudniki ostalih nastanitev; ponudba in povezovanje lokalnih storitev/obrnikov tudi na ostalih področjih - pri gradnji, urejanju okolice, ...). Zaposlovanje domačinov (tako v lokalih, hotelih in ostalih ponudbah), več možnosti (tako zaposlitve, kot tudi stanovanjskih rešitev/možnost gradnje) ponuditi mladim družinam.



Več informacij na info@kranjska-gora.si



Spremljajte potek dela na
<https://www.obcina.kranjska-gora.si>