



Metodologija za izdelavo Strategije razvoja turizma v Občini Brežice za obdobje 2017-2021

1. Identifikacija vseh deležnikov razvoju turizma v Občini Brežice ter prvi posvet z odločevalci in deležniki – predstavitev stališč, določitev smernic razvoja turizma v letih 2017-2021;
 - Strateške usmeritve (Kdo smo? Kaj želimo?)
 - Poslanstvo, vizija, cilji (kvalitativno, kvantitativno)
 - Konkurenčni dejavniki
 - Razvojna usmeritev
 - Prioritete
2. Delavnice s ponudniki turističnih storitev - vključitev najmanj 75 % turističnih ponudnikov:
 - Delavnica 1 – problemska analiza in izzivi,
 - Delavnica 2 – strateška naravnost,
 - Delavnica 3 – umestitev ukrepov,
 - Poglobljeni intervjuji z deležniki na področju razvoja turizma.
3. Namizno raziskovanje:
 - Analiza statističnih podatkov: obseg nastanitvenih zmogljivosti, obseg turističnega prometa, povprečna doba bivanja, struktura turistov, enodnevni obiskovalci,
 - raziskave mnenj, podatki iz anket, finančno poslovanje turističnih ponudnikov, število zaposlenih,
 - analiza konkurenčnosti in ugleda,
 - primarna in sekundarna ponudba,
 - analiza kulturne in naravne dediščine,
 - Identifikacija vseh turističnih ponudnikov v občini Brežice,
 - analiza in študija programskih dokumentov (državna, regionalna in lokalna raven) ter mednarodnih priporočil in evropskih smernic,
 - analiza normativnih dokumentov in posameznih strategij podjetij,
 - analiza mednarodnih trendov na področju turizma,
 - analiza gospodarskega in socialnega okolja,
 - SWOT analiza turizma v Občini Brežice,
 - Primerjalna analiza turizma v Občini Brežice,
4. Terensko delo:
 - Terensko raziskovanje turistične ponudbe v občini Brežice,
 - Anketiranje naključnih ponudnikov in občanov,
5. Strateške usmeritve (Kdo smo? Kaj želimo?),
 - Poslanstvo, vizija, cilji (kvalitativno, kvantitativno),
 - Konkurenčni dejavniki,
 - Razvojna usmeritev,
 - Prioritete ,
6. Razvojno – trženjski model (Kaj ponujamo? Pozicioniranje?),
 - Oblikovanje razvojnega – strateškega modela,
 - Oblikovanje trženjskega modela,
 - i. Znamka,



- ii. Produkti (konkurenčnost, inovativnost) / zgodbe,
 - iii. Segmentiranje, ciljni trgi, pozicioniranje,
 - iv. Promocija / trženje (intenzivnost, prepoznavnost),
 - v. Kakovost in znanje / usposabljanje,
 - vi. Trajnostni koncept,
7. Ukrepi (predlagane rešitve in politike) (Kako do cilja?),
 - Področja – prioritete – ukrepi,
 8. Organiziranost turizma,
 - Inštitucija, zadolžena za razvoj in promocijo turizma,
 - Povezovanje in partnerstva,
 - Investicije za razvoj turizma,
 9. Usklajevanje dokumenta,
 10. Zaključna predstavitev,
 11. Uresničevanje dokumenta (strategiji na pot),
 - Akcijski in terminski načrt (Spremljanje).

Opomba: Zaradi kratkega roka izdelave ne bo možno izvesti bolj poglobljene komunikacije z deležniki na področju turizma. Načrtovane so 3 delavnice, vendar je možno, da zaradi časovne utesjenosti vseh ne bo mogoče izvesti. V tem primeru predlagamo združevanje delavnic št. 1 in št. 2.