

POROČILO O DELU RDO Postojnska jama-Zeleni kras v letu 2017

Pripravil: Dejan Iskra, vodja RDO Postojnska jama- Zeleni kras

Pivka, 23.2.2018

Kazalo vsebine

1. Uvod.....	3
2. Promocijska funkcija.....	4
Splet.....	4
Turistični sejmi in promocijski dogodki	5
Študijske ture.....	6
Promocijsko gradivo in objave v medijih	6
Ostale PR aktivnosti	7
3. Operativne naloge	7
4. Razvojne aktivnosti	9
5. Učinki dela RDO.....	9
Gibanje prihodov gostov Zeleni kras	9
Gibanje nočitev gostov.....	10
Gibanje obiskovalcev turističnih znamenitosti.....	11
6. Finančno poročilo	11
Prihodki (program dela RDO)	11
Odhodki (program dela RDO).....	12
Stroški dela	12

1. Uvod

RDO je v letu 2017 izvedla večino zastavljenih aktivnosti v letnem programu dela. Zaradi obsega dela, ki je bilo potrebno za izvedbo nekaterih aktivnosti in nepredvidenih dodatnih obveznosti, je bil program izveden v okrnjeni različici.

Izvajali smo vse predvidene naloge na področju promocije destinacije Zeleni kras, distribucije promocijskega gradiva ter organizacijskih in razvojnih nalog.

Na področju promocije smo se udeležili 17 turističnih sejmov in poslovnih borz v Sloveniji, Italiji, Avstriji in na Nizozemskem. Pri tem smo organizirali 6 študijskih tur (5 realiziranih) in v destinacijo pripeljali 23 turističnih novinarjev, blogerjev in predstavnikov turističnih agencij.

V letu 2017 je potekala obsežna prenova spletnega portala Zeleni kras, ki bo zaživel v mesecu marcu 2018. Z njim načrtujemo drugačen pristop k predstavitvi ponudbe in izboljšanju trženja ter promocije turistične ponudbe naše regije.

Na področju operativnih nalog smo organizirali in/ali sodelovali pri izvedbi različnih delavnic za turistično gospodarstvo. Organizirali smo dva tečaja za lokalne turistične vodnike; za produkt opazovanje medveda v gozdovih in za specializirano vodenje po programu Postoj na mestni poti (Postojna). Izvedli smo letno izobraževanje za zaposlene informatorje na TIC po regiji in organizirali različne predstavitvene in izobraževalne delavnice za turistično gospodarstvo. Skupaj z AJPES smo izvedli dva seminarja na temo novosti pri poročanju o nastanitvah (Loška dolina, Postojna), ki se ga je skupaj udeležilo preko 100 sobodajalcev iz destinacije Zeleni kras.

Na področju razvoja smo pripravili več projektnih prijav na različne razpise (mednarodne in državne). Dva projekta prijavljena za sofinanciranje sta doslej odobrena, in sicer HOP ON prevozi (LAS) in projekt INNOXENIA (program Adrion). Oba se bosta začela izvajati v letu 2018. Aktivno smo sodelovali z vsemi glavnimi turističnimi ponudniki in javnimi institucijami iz regije pri pripravi projektnih predlogov, ki bodo oddani na prihajajoče razpise v začetku leta 2018.

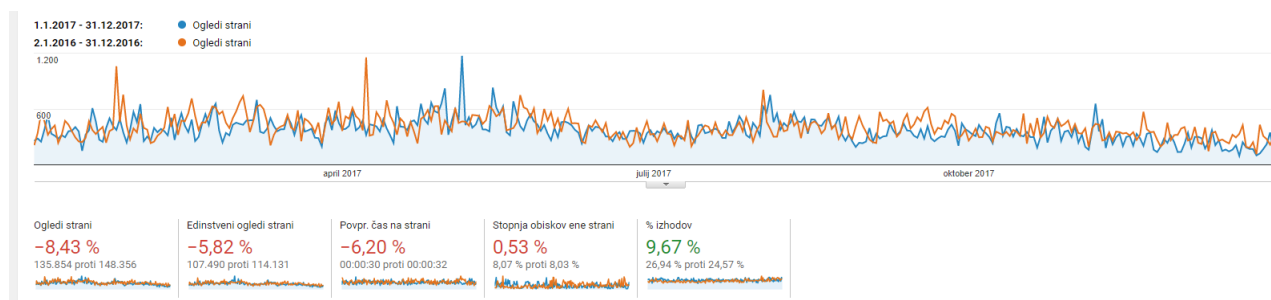
V letu 2017 se je tudi iztekla podpisana pogodba o sofinanciranju dejavnosti RDO z občinami Primorsko-notranjske regije. Za Svet regije smo pripravili predlog organiziranosti za nadaljnje obdobje 5 let (2018-2022), ki so ga župani Primorsko-notranjskih občin po dveh skupnih sejah sveta regije tudi potrdili.

2. Promocijska funkcija

Promocija destinacije Zeleni kras je potekala po zastavljenih načrtih. V globalnem smislu destinacija še vedno ni prepoznana, se pa iz leta v leto pozna premik k boljši prepoznavnosti znamke tako v Sloveniji kot tudi tujini. Pri promociji smo se, skladno s programom, osredotočili na bližnje trge Italije, Avstrije in Slovenije.

Splet

Na področju spletne prisotnosti je Zeleni kras uporabljal spletni portal www.zelenikras.si, kjer je na enem mestu zbrana celotna ponudba Primorsko-notranjske regije. Pri promociji letos nismo izvajali spletnega oglaševanja, saj bi bilo le-to ob obstoječi strukturi in vsebini spletne strani www.zelenikras.si premalo učinkovito. Zato smo se odločili, da najprej objavimo novo spletno stran, kjer bo vsebina bolj prilagojena karakteristikam ciljnih skupin in njihovim nakupnim potrebam. Obstoječa spletna stran je kljub celovitim turističnim informacijam slabo obiskana. Največji upad je zabeležen na področju oseb, ki iščejo nastanitve, medtem ko največ obiskovalcev spletnega mesta obišče strani z gostinsko ponudbo, dogodki in znamenitostmi. Pri zasnovi nove spletne strani smo izhajali iz obstoječih internih in zunanjih analiz (STO, zunanji izvajalec spletne strani Arctur) spletnega mesta ter trenutnih trendov na področju digitalne promocije v turizmu.



Kategorija afinitete (doseg)	61,10 % od skupne vrednosti uporabniki	Segment aktivnih potrošnikov	55,94 % od skupne vrednosti uporabniki
3,29 %	Travel/Travel Buffs	3,86 %	Real Estate/Residential Properties
19,27 %	Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts	-4,04 %	Travel/Hotels & Accommodations
3,18 %	Lifestyles & Hobbies/Outdoor Enthusiasts	-13,88 %	Travel/Trips by Destination/Trips to Europe
3,11 %	Sports & Fitness/Health & Fitness Buffs	3,18 %	Autos & Vehicles/Motor Vehicles
-3,20 %	News & Politics/News Junkies	74,07 %	Financial Services/Investment Services
2,93 %	Food & Dining/Cooking Enthusiasts/30 Minute Chefs	-17,52 %	Travel/Air Travel
28,32 %	Media & Entertainment/TV Lovers	6,80 %	Travel/Trips by Destination/Trips to Europe/Trips to Croatia
2,89 %	Food & Dining/Cooking Enthusiasts/Aspiring Chefs	57,54 %	Employment
-24,13 %	Lifestyles & Hobbies/Business Professionals	1,48 %	Home & Garden/Home Furnishings
2,66 %	Lifestyles & Hobbies/Shutterbugs	-12,44 %	Apparel & Accessories
639,07 %		1,48 %	
2,62 %		-23,61 %	
-28,86 %			
2,47 %			
7,86 %			
2,36 %			
139,44 %			
2,34 %			
-2,76 %			

Glede na to, da je večina predstavljene vsebine na obstoječi strani vezane na posamezne ponudnike, do katerih uporabniki spleta ne pridejo, smo pri pripravi vsebine za novo spletno stran izbrali drugačen koncept. Na njej ne bodo predstavljeni vsi ponudniki (nastanitve, gostilne, turističnih kmetij...), ampak bo ponudba združena v pakete, ki jih bodo obiskovalci lahko rezervirali in kupili. Na tak način bomo med seboj povezali turistično ponudbo regije in poskrbeli za izboljšano trženje celovite ponudbe.

Zeleni kras je bil v letu 2017 prisoten tudi na socialnih omrežjih, predvsem preko omrežja Facebook. Izvedli smo 6 promocijskih akcij (vezanih na dogodke v regiji) v skupni vrednosti 79,99 EUR, s katerimi smo dosegli 23.646 oseb in dobili 1.234 odzivov na objave.

V sodelovanju s Points of interes (POI) smo v objavo na spletu in v tiskani verziji vključili tudi destinacijo Zeleni kras.

Pripravili smo tudi 4 blog opise skupaj z znano blogerko Adele in Slovenia. Obiskala je več točk v regiji (Križna jama, Snežnik, Cerknjsko jezero, Slivnica, Park vojaške zgodovine, Ekomuzej Pivških presihajočih jezer) ob večjih dogodkih in pripravila promocijske opise s fotografijami teh obiskov.

Turistični sejmi in promocijski dogodki

RDO se je v letu 2017 udeležila 17 turističnih sejmov in poslovnih borz v Sloveniji in pretežno na izbranih bližnjih trgih. Pri nastopih na sejmih smo v drugi polovici leta uporabljali nagradne igre, s katerimi smo na stojnicah v tujini pridobivali kontaktne podatke za direktno komuniciranje s potencialnimi obiskovalci v prihodnje. Na posameznem sejmu smo tako pridobili cca. 50 novih kontaktov (skupaj 150), ki skupaj z drugimi predstavljajo aktualno bazo kontaktov za obveščanje o novostih in novih programih.

Pri turističnih sejmih v tujini smo v vseh primerih sodelovali s Slovensko turistično organizacijo (STO) in njihovima izpostavamama na Dunaju (Avstrija) in v Milanu (Italija). Sejmov v bližini se je udeležilo tudi nekaj predstavnikov turističnega gospodarstva (članov RDO), medtem ko smo na bolj oddaljenih sejmih poskrbeli za promocijo s skupnim informatorjem, ki je v italijanskem, nizozemskem in nemškem jeziku predstavljal destinacijo Zeleni kras.

Seznam sejmov in drugih promocijskih dogodkov, na katerih smo aktivno sodelovali:

Sejmi Slovenija:

- SIW – Slovenska turistična borza (Ljubljana, 12.5.2017)
- Primorski sejem (Koper, 25.5. do 27.5.2017)
- Promocija na sejmu Alpe Adria preko oglasnega sporočila na video zaslonu
- Festival za tretje življenjsko obdobje (Ljubljana 27.-29.9.2017)
- Kmetijska tržnica Ilirska Bistrica (23.-24.9.2017)

Sejmi tujina:

- Vakantiebeurs Utrecht (Nizozemska, 10. do 15.1.2017)
- Ferienmesse Dunaj (Avstrija, 11.1. do 15.1.2017)
- Liberamante Ferrara (Italija, 25.2. do 26.2.2017)
- FSB Udine (Italija, 11.3. do 12.3.2017)
- WS Dunaj (Avstrija, 21.3.2017)
- Freizeit Celovec (Avstrija, 7.4. do 9.4.2017)
- Photo+Adventure Dunaj (Avstrija, 11.-12.11.2017)
- Tempo Libero Bolzano (Italija, 28.4. do 3.5.2017)
- Gusti di Frontiera Gorica (Italija, 21.-24.9.2017)
- TTG Rimini (Italija, 12.-14.10.2017)

Ostali dogodki:

- Sodelovanje pri dogodku Milanja trail (10.6.2017)
- WS Češki turistični agenti (Portorož, 10.11.2017)

Študijske ture

V letu 2017 smo izvedli 5 študijskih tur (za 23 udeležencev), na katerih smo novinarjem, blogerjem, predstavnikom tur operaterjev in drugim ciljnim skupinam predstavili turistično ponudbo Zelenega krasa skozi različne, posebej pripravljene programe. Pri pripravi programov smo sodelovali s turističnimi kmetijami, lokalnimi turističnimi vodniki, upravljalci znamenitosti in ponudniki gostinskih storitev ter nastanitev. Odločili smo se za organizacijo manjšega števila študijskih tur, pri katerih pa so udeleženci na naši destinaciji ostali dlje časa.

- Študijska tura za italijanske novinarje (29.6.2017)
- Študijska tura za italijanske turistične agencije (26.-29.9.2017)
- Študijska tura za EDEN destinacije (15.6.2017)
- Tura za STO (zaposlene na področju socialnih omrežij, 13.4.2017)
- Priprava ture za OŠ (Zavod Furman, Muzej krasa, PVZ)

Promocijsko gradivo in objave v medijih

V letu 2017 smo naredili ponatisne dveh skupnih brošur **Zeleni kras Dva obraza enega sveta in Zgodbe z razgledom**. Vsaka izdaja je bila ponatisnjena v štirih jezikih v skupni nakladi 18.000 izvodov. Ponatisnjeni in korigirani so bili tudi skupni **zemljevidi trganke**, v nakladi 49.000 kart. Trganke so dvostranske, na eni strani je predstavljena regija, medtem ko je na drugi strani predstavljena posamezna občina z zemljevidom in izbrano ponudbo (šest različnih kombinacij).

Med večjimi projekti je bila tudi priprava pohodne karte za območje Snežnika, pri kateri smo sodelovali skupaj s Planinsko zvezo Slovenije in Planinskimi društvi iz naše regije. Karta bo natisnjena v začetku leta 2018 in bo od takrat naprej tudi potekala njena distribucija po točkah PZS in informacijskih centrih Zelenega krasa.

Izdelali smo tudi lesena **promocijska stojala** (20 kom) za promocijsko gradivo, ki smo jih razdelili zainteresiranim turističnim ponudnikom in bolj obiskanim točkam (Hotel Kras Postojna, Turistična kmetija Hudičevcevec, Smrekarjeva domačija, Avio Pub Postojna, Gostilna in picerija Čuk Postojna Kamp Idila ob Bloškem jezeru, Turizem Jure, Hostel Ars Viva, Grad Prestranek, Krpanov dom). Na njih je s fotografijo predstavljen en motiv iz destinacije Zeleni kras, ponudnik pa dobi prostor za predstavitev lastnega promocijskega gradiva in tistega iz okolice.

Objave v medijih smo fokusirali na avstrijski trg, kjer smo imeli tri objave v reviji za zaključene skupine in individualne goste (**Dobra ideja, Freizeitung**) ter v reviji **Auf nach Slovenien**, v kateri je bila regija predstavljena na naslovnici (Križna jama) ter v notranjosti na 22 straneh. V reviji Auf Nach Slowenien so bile predstavljene vse občine destinacije Zeleni kras in turistične znamenitosti (Park vojaške zgodovine Pivka, Ekomuzej Pivških presihajoči jezer, Križna jama, grad Snežnik, Cerknjsko jezero in Notranjski regijski park, Bloško smučanje, Muzej krasa). Pri objavi so sodelovali tudi posamezni ponudniki nastanitev (Rosana Tolazzi, Hostel Ars Viva, Old school Villa) ter ponudniki aktivnosti v naravi (kolesarjenje na Cerknjskem jezeru).

- Tiskana brošura Dva obraza enega sveta (9.000 kom)

- Tiskana brošura Zgodbe z razgledom (9.000 kom)
- Trganke zemljevidi (49.000 kom)
- Tiskana pohodna karta Snežnik z Notranjsko (skupaj s PZS)
- Tiskani katalog kolesarstvo Slovenije (skupaj z GIZ Pohodništvo in kolesarstvo)
- Tiskana karta kolesarstvo Slovenije (skupaj z GIZ Pohodništvo in kolesarstvo)
- Oglaševanje v reviji Dobra ideja za slovenski trg (3 izdaje, regija in posamezni ponudniki predstavljeni na 4 straneh)
- Oglaševanje v reviji Freizaitung za avstrijski trg (3 izdaje, regija in posamezni ponudniki predstavljeni na 4 straneh)
- Revija Auf nach Slowenien (naklada 20.000, Avstrijska Koroška in Štajerska, sodelovali so)
- Ponatise razglednic z glavnimi motivi destinacije (1000 kos; za promocijske namene)
- Izdelava bombažnih vrečk (500 kos; za promocijske namene)
- Sodelovanje pri pripravi turističnega kataloga Ilirska Bistrica – naravno raznolika (katalog je izdala občina Ilirska Bistrica)
- Promocijska stojala Zeleni kras (20 kos)

Ostale PR aktivnosti

Za povečanje **prepoznavnosti na italijanskem trgu** smo v letu 2017 sodelovali z Gorazdom Skrtom (bivši direktor STO Italija) iz promocijske agencije Lovely trips. Zastopal nas je na turističnih borzah v Italiji in pomagal pri organizaciji in izvedbi študijske ture za italijanske turistične agencije. Prepoznavnost je dvigoval tudi z objavami člankov in objav na socialnih omrežjih.

Začeli smo s posodobitvami **fotoške Zelenega krasa**. Pri tem smo sodelovali z različnimi fotografi, ki delujejo na različnih turističnih področjih (kolesarstvo, kultura, aktivnosti v naravi). Fotografije so bile že uporabljene v katalogu Ilirska Bistrica- naravno raznolika, uporabljene pa bodo tudi na novi spletni strani.

Skupaj z Notranjskim muzejem Postojna, Parkom vojaške zgodovine Pivka, gradom Prem in Notranjskim regijskim parkom smo sodelovali pri pripravi projekta **Počitnice na Zelenem krasu**. Šolarjem iz regije smo ponudili program aktivnih in poučnih počitnic, ki so trajale teden dni po zaključku šole. Vsak dan so obiskali drugo kulturno institucijo in se v poldnevnik delavnicah seznanjali s posebnostmi naše regije. Aktivnost je bila dobro obiskana in bo v letu 2018 ponovljena (z možnostjo nadgradnje počitnic).

3. Operativne naloge

V letu 2017 smo izvedli **dve izobraževanji za lokalne turistične vodnike** na specifični temi, in sicer produkt opazovanja medveda v naravnem okolju (15 ur, 47 udeležencev) in vodenje po Postojnski meščanski poti (6 ur, 20 udeležencev). Izobraževanji sta bili dobro sprejeti, saj gre za dva pomembna produkta, ki jih regija ponuja.

Kot v preteklosti, smo v sodelovanju z občinskimi javnimi zavodi na področju turizma organizirali **izobraževanje za informatorje, ki delajo v turistično informacijskih centrih**.

Letos smo organizirali celodnevno študijsko turo po celotni regiji, ki jo je vodila izkušena lokalna turistična vodnica Alenka Veber. Informatorji so tako dobili pregled nad celovito turistično ponudbo in bodo lahko bolje opravljali delo informatorja in promotorja v TICih.

Sodelovali smo s Slovensko turistično organizacijo pri projektih, ki jih izvajajo. Glavnina organizacijskega dela se je navezovala na **novoustanovljene makrodestinacije**. Zeleni kras je vključen v makrodestinacijo Mediteranska in kraška Slovenija, RRA Zeleni kras pa je identificirana kot edina upravljavska organizacija v vodilni destinaciji Zeleni kras ki se bo lahko prijavila na razpis MRGT namenjen digitalizaciji in razvoju produktov v destinacijah (objava predvidena februarja 2018).

Za sobodajalce smo skupaj z Agencijo RS za javnopravne evidence in storitve (AJPES Postojna) organizirali **dve delavnici (seminarja) glede novosti pri poročanju** o nastanitvah v skupno aplikacijo e-Turist. Delavnici sta potekali 14. in 17. novembra v prostorih YH Ars Viva v Loški dolini in v konferenčni dvorani Hotela Kras v Postojni. Predstavitve se je udeležilo približno 100 sobodajalcev iz regije, na enem mestu pa so dobili vse potrebne informacije glede nove vrste poročanja in postopkov za pridobitev aplikacije.

Za člane RDO smo organizirali celodnevni ogled primerov dobrih praks. Strokovna ekskurzija je potekala v Slovenski Istri, kjer smo podrobneje spoznali zmagovalko EDEN 2017, tj. destinacijo Koper. Program je bil sestavljen iz predstavitve turistične strategije mestne občine Koper, degustacije lokalnega oljčnega olja in vina ter večerje na turistični kmetiji v zaledju Kopra. Pridobili smo koristne informacije za nadaljnje delo in aktivnosti, ki jih bomo v letu 2018 izvajali tudi na destinaciji Zeleni kras (Turistična kartica Zeleni kras...).

- Izvedba tečaja za lokalne turistične vodnike - vodenje po Postojnski meščanski poti
- Izvedba izobraževanja za vodnike in lovce v produktu Opazovanje medveda v naravnem okolju
- Izobraževanje vodij TIC glede dela na terenu s ponudniki in pripravo programov
- Izobraževanje za informatorje TIC iz vseh občin Zelenega krasa (študijska tura po terenu)
- Sestanek z društvom gostincev Postojna in Pivka (2.2.2017)
- Sodelovanje pri Operativnem načrtu trženja kulturnega turizma (ONKULT) skupaj z STO
- Priprava na partnerstvo v Via Dinarica trail (usklajevanja s konzorcijem Via Dinarica, PZS, PD iz regije)
- Izvedba delavnice na področju promocije na socialnih omrežjih (poudarek na Facebooku)
- Izvedba delavnice na področju promocije na socialnih omrežjih (poudarek na LinkedIn)
- Sodelovanje pri projektu NEFIX, iz česar so nastali 3 kratki promocijski filmi za Ilirsko Bistrico
- Udeležba na izobraževanju na temo vsebinskega marketinga v organizaciji STO
- Včlanitev v GIZ Pohodništvo in kolesarjenje
- Svetovanja turističnim ponudnikom glede razvoja storitev in ponudbe ter pomoč pri prijavih na različne razpise (11 svetovanj na področju turizma)
- Udeležba vodje RDO na Digitalni akademiji Slovenije (v organizaciji STO)
- Izvedba dveh delavnic z AJPES (glede novosti na področju poročanja o nočitvah in prihodih)
- Ogled primerov dobrih praks za člane RDO (Odličnost po istrsko)
- Aktivna udeležba na sestankih STO v okviru makrodestinacije Mediteranska in Kraška Slovenija

4. Razvojne aktivnosti

Na področju razvoja novih produktov smo v letu 2017 pripravili projektne prijave na področju turizma, ki so bile že oddane na razpise, nekaj pa jih še čaka na objavo razpisov (npr. Interreg Slovenija-Italija strateški) v začetku leta 2018.

- Prijava na program Interreg Europe (projekt HURN)
- Prijava na program Interreg Mediteran (projekt NUTS4NOMADS)
- Prijava na program Interreg Adrion (projekt INNOXENIA)
- Prijava na program Interreg Slovenija-Hrvaška (projekt Mavrica doživetij, projekt Wildlife adventure)
- Prijava na LAS Med Snežnikom in Nanosom (HOP ON prevozi)

V letu 2017 smo postali tudi uradni partnerji za daljinsko pohodno pot Via Dinarica, ki je bila več let zapovrstjo označena kot ena izmed najboljših pohodnih poti na svetu. Med seboj povezuje celotno Dinarsko gorstvo od Slovenije do Albanije. Skupaj s planinskimi društvi iz regije smo naredili alternativno pohodno pot, ki je bila elektronsko trasirana, nadaljevanje aktivnosti pa bo potekalo v letu 2018 (označitev v naravi, promocija, izobraževanje...).

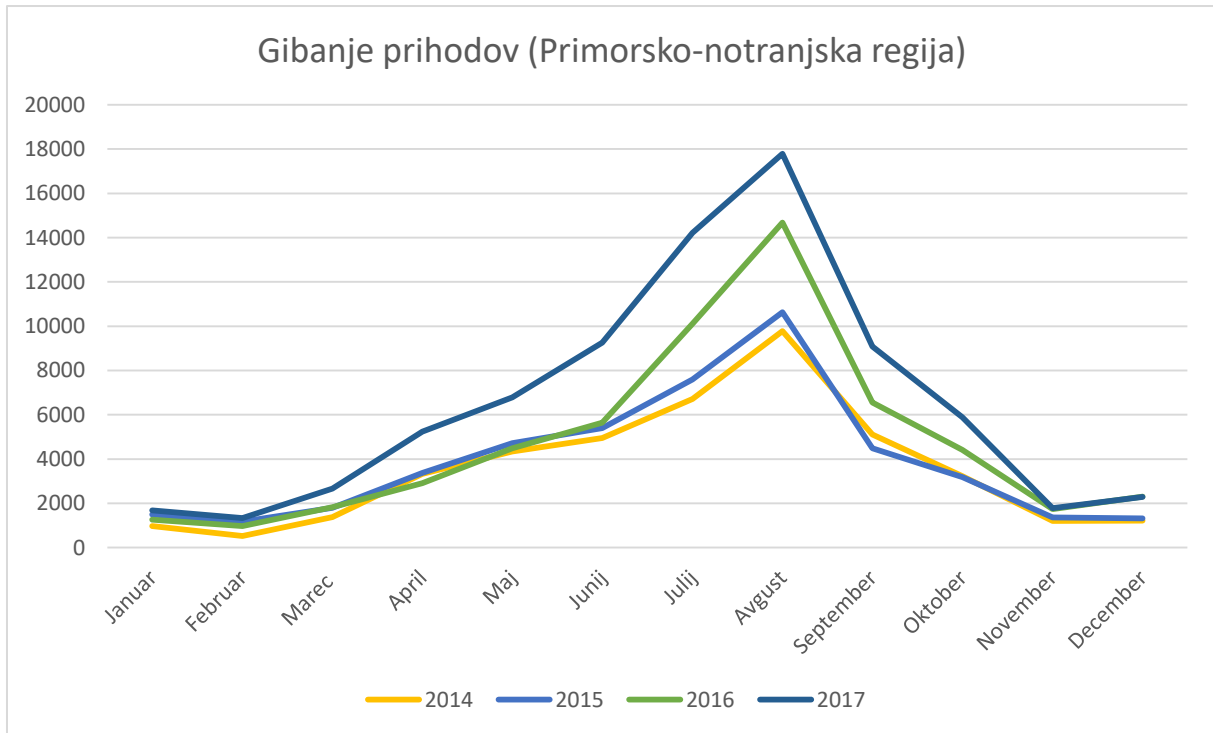
Oddali smo tudi prijavo na razpis za evropske destinacije odličnosti EDEN, ki se je v letu 2017 osredotočal na kulturni turizem. Zmagovalka razpisa je bila občina Koper, finalistke pa Kras, Ptuj, Slovenske Konjice in Radovljica.

5. Učinki dela RDO

Turistični sektor je imel generalno gledano eno izmed najuspešnejših sezon v zadnjih letih. Kazalci rasti turističnega sektorja so dosegali izjemno rast tako na regijskem, državnem kot tudi evropskem nivoju. Slovenija je v letu 2017 po podatkih SURS zabeležila 13,4% porast prihodov gostov in 11,3 % več nočitev kot v primerljivem obdobju s prejšnjim letom.

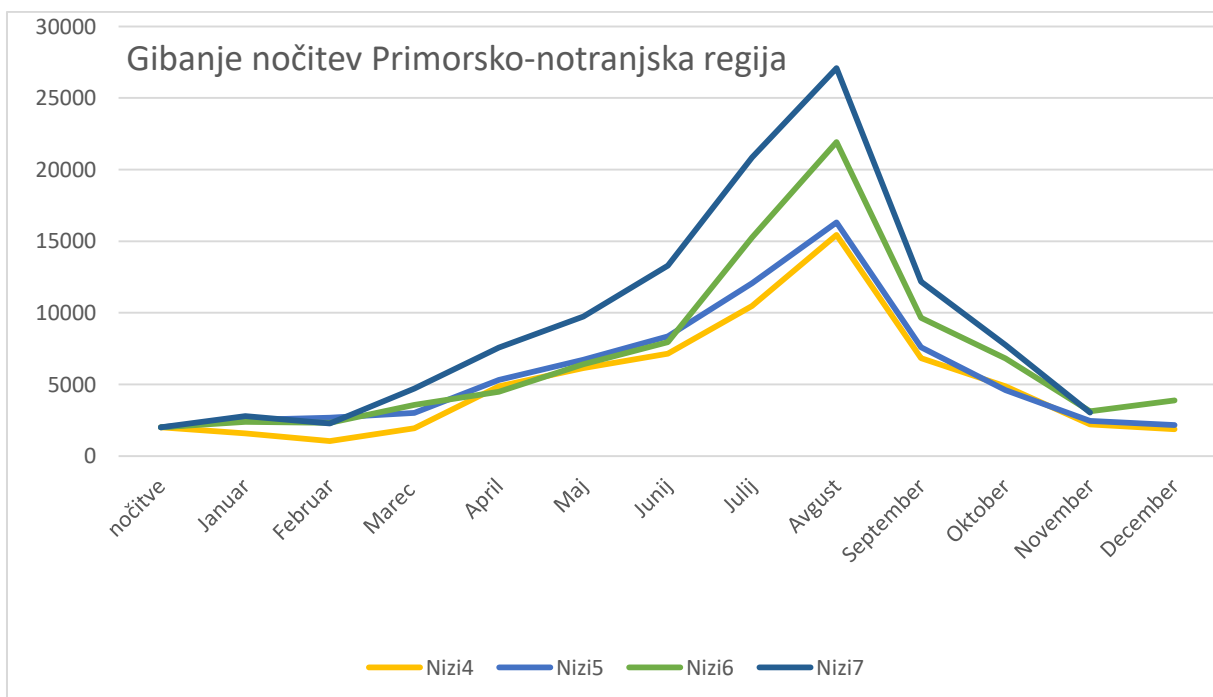
Gibanje prihodov gostov Zeleni kras

V letu 2017 beležimo na destinaciji Zeleni kras 78.022 prihodov gostov. V primerjavi z letom 2016 to predstavlja kar 37% porast prihodov gostov. Največji porast prihodov je bil v mesecu aprilu (+80%) in juliju (+64%), medtem ko sta bila meseca november in december na isti ravni kot v preteklem letu.



Gibanje nočitev gostov

V letu 2017 je bilo v Primorsko-notranjski regiji izvedenih 114.925 nočitev. V primerjavi z letom 2016 beležimo 30% porast nočitev v destinaciji. Gostje so v regiji izvedli v povprečju 1,47 nočitve, kar še vedno kaže na izredno tranzitno naravo destinacije. Sezona se podaljšuje, aprila in maja je bil zabeležen največji porast nočitev (+69% in +52%), medtem ko je v mesecih november in december zabeležen rahel upad nočitev (-3% in -4%).



Gibanje obiskovalcev turističnih znamenitosti

V letu 2017 je zabeležena tudi rast števila obiskovalcev pri vseh večjih turističnih znamenitostih v regiji.

V Križni jami še vedno prevladujejo slovenski gosti, kljub temu pa se je število tujih gostov med poletno sezono močno povečalo in tako predstavljajo skoraj polovico vsega obiska. Od tujih gostov še vedno prevladujejo gostje iz Izraela, sledijo jim tradicionalni gostje iz Italije, Nemčije in Francije. Opažen je porast gostov iz Španije, Avstrije, Velike Britanije, ZDA in azijskih držav.

Povečal se je tudi obisk tujih gostov Parka vojaške zgodovine Pivka. Med glavno turistično sezono (junij-avgust 2017) so tuji obiskovalci skupno predstavljali 31,4 % vseh obiskovalcev Parka vojaške zgodovine Pivka, v obdobju med majem in septembrom pa 22,2 %. Med tujimi obiskovalci v Parku vojaške zgodovine prednjačijo gostje iz Italije, Nemčije, Hrvaške, Češke in Avstrije, pogosto pa se na obisku ustavljajo tudi Nizozemci, Poljaki, Madžari, Angleži, Belgijci, Francozi in Slovaki.

	2015	2016	2017	indeks 2017/16
Postojnska jama	672.220	669.718	776.846	1,16
Predjamski grad	175.595	200.043	239.808	1,20
Pivka jama in Črna jama	12.069	10.850	11.588	1,07
Vivarij Proteus	92.969	123.202	133.378	1,08
EXPO Postojnska jama	29.293	36.768	40.259	1,09
Križna jama	8.722	9.660	12.514	1,29
Park vojaške zgodovine	32.329	41.280	47.261	1,14
grad Snežnik	24.344	24.049	28.197	1,17
Jezerski hram	9.250	9.919	Ni še podatkov	
Grad Prem	1.256	4.004	Ni še podatkov	
Notranjski muzej Postojna	5.318	5.420	6.139	1,13
Ekomuzej pivška presihajoča jezera	2.214	3.852	4.463	1,16

6. Finančno poročilo

Prihodki (program dela RDO)

Prihodki RDO so v letu 2017 znašali 90.681,92 EUR. Ta znesek vključuje sredstva za program dela RDO in stroške dela RDO. Sredstva so sestavljena iz sofinancerskega deleža občin Primorsko—notranjske regije, sofinanciranja RRA Zeleni kras in participacije članov RDO. Prihodki so bili v letu 2017 nižji od predvidenih, predvsem zaradi manjšega zneska pri participaciji članov RDO. Ta znesek je nižji ker nismo izvedli večjih promocijskih kampanj, kjer bi bolj aktivno sodelovali tudi posamezni turistični ponudniki s svojimi oglasi in izobraževanja za lokalne turistične vodnike.

	Predvideni prihodki	Dejanski prihodki
sofinanciranje občin – program dela RDO	60.000,00 EUR	60.000,00 EUR
sofinanciranje občin – stroški dela (vodja RDO)	19.800,00 EUR	19.800,00 EUR
sofinanciranje RRA – stroški dela RDO		7.594,42 EUR
ostali viri financiranja (participacija članov)	15.500,00 EUR	3.287,50 EUR
SKUPAJ	95.300,00 EUR	90.681,92 EUR

Odhodki (program dela RDO)

Odhodki RDO so v letu 2017 znašali 89.025,62 EUR, od tega 61.631,20 za program dela RDO ter 27.395,42 EUR za stroške dela RDO. Odhodki za program dela so nižji od predvidenih, ker je bil program dela izveden v okrnjeni različici, dve aktivnosti (ponatis trgank/zemljevidov in pohodne karte Snežnik z Notranjsko) pa se bosta zaključili v začetku leta 2017 ko bomo dobili tudi račune za izvedeni aktivnosti.

	Predvideni odhodki	Dejanski odhodki
program dela RDO	75.500,00 EUR	61.631,20 EUR ¹
stroški dela (vodja RDO)	19.800,00 EUR	27.394,42 EUR
SKUPAJ	95.300,00 EUR	89.025,62 EUR

Stroški dela

Stroški dela za eno zaposleno osebo (vodja RDO) so v letu 2017 znašali 27.394,42. Občine Primorsko-notranjske regije so za zaposlitev skladno z veljavnimi pogodbami prispevale 19.800,00 EUR, 7.594,42 EUR pa znaša sofinanciranje RRA Zeleni kras.

Poleg vodje RDO je pri izvajanju programa dela sodelovala še ena oseba na RRA in sicer v trajanju 50 % delovnega časa (18.131,47 EUR).

¹ V začetku leta 2018 pričakujemo še dva računa za izvedeni aktivnosti – ponatis trgank zemljevidov in pohodne planinske karte.