



Občina Kostel
Fara 30
1336 KOSTEL

Strategija razvoja turizma v občini Kostel 2010 - 2015

December 2010



Somnium, Inštitut za razvoj turizma, d.o.o.
Ul. Arnolda Tovornika 8
2000 Maribor

Naročnik Strategije razvoja turizma v občini Kostel 2010 - 2015

Občina Kostel

Fara 30
1336 Kostel

Odgovorna oseba
Valentin Južnič, župan

Strokovni tim naročnika
Tina Južnič, v.d. direktorica Zavoda za kulturo in turizem Kostel
Aleš Marolt, tajnik občine Kostel

Izdelovalec

Somnium, Inštitut za razvoj turizma, d.o.o.

Ulica Arnolda Tovornika 8
2000 Maribor

Vodja projekta Darko Ravnikar, direktor

Sodelavci Robert Jaušovec, direktor
 Sabina Muharemović, vodja projektov

Kazalo

UVOD	5
1. OPIS OBMOČJA	7
1.1. Geografske značilnosti območja	7
1.2. Splošne značilnosti Kostela	7
1.3. Življenje v Kostelu	8
1.4. Naravne znamenitosti območja	9
1.5. Kulturne znamenitosti in spomeniki	14
1.6. Etnološke posebnosti	20
1.7. Infrastrukturne danosti	22
1.8. Ustvarjene turistične privlačnosti	24
1.9. Prireditve	27
1.10. Inventarizacija obstoječih razvojnih dokumentov	28
1.11. Demografske značilnosti območja	29
1.12. Načini družbenega udejstvovanja domače javnosti	30
1.13. Tranzitna lega	30
2. ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE NA OBMOČJU	32
2.1 Analiza nastanitvenih kapacitet	32
2.2 Ostala turistična ponudba	34
2.3 Prihodki od turistične dejavnosti	35
3. ANALIZA OBSTOJEČEGA TURISTIČNEGA POVPRŠEVANJA	36
4. ANALIZA OBSTOJEČIH AKTIVNOSTI NA PODROČJU TRŽENJA TURISTIČNE PONUDBE	38
5. SWOT ANALIZA	40
6. TRENDI RAZVOJA TURIZMA	42
6.1 Turizem in gospodarska kriza	42
6.2 Aktualni trendi na slovenskem turističnem trgu	43
6.3 Trendi v mednarodnem turizmu	44
7. VIZIJA IN CILJI RAZVOJA DO 2015	47
7.1 Vizija razvoja turizma	47
7.2 Cilji do leta 2015	47
8. RAZVOJNA MATRIKA PROIZVODOV	51
9. TURISTIČNI PROIZVODI DESTINACIJE	54
9.1 Primarna turistična ponudba	54
9.2 Sekundarna turistična ponudba	56
9.3 Terciarna turistična ponudba	58
10. INTEGRALNI TURISTIČNI PROIZVOD (ITP) DESTINACIJE	60
11. TRŽNA ZNAMKA DESTINACIJE	61
11.1 Identiteta destinacije Kostel	61
11.2 Elementi tržne znamke ter usmeritve za kreativne rešitve vizualnih in verbalnih konstant	62

11.3	Arhitektura destinacijske znamke Kostel	68
11.4	Arhitektura blagovne znamke	69
12.	TRŽNA SEGMENTACIJA	70
12.1	Opredelitev tipičnih segmentov	70
12.2	Emitivni trgi	71
12.3	Smernice za operativni načrt tržnega komuniciranja	72
13.	UPRAVLJANJE DESTINACIJE	75
14.	IZVEDBENI NAČRT	82
VIRI		88

UVOD

Turizem je vsaj že zadnjih deset let ena najperspektivnejših in najhitreje razvijajočih se dejavnosti svetovnega gospodarstva. Po podatkih Svetovnega turističnega in potovalnega sveta (WTTC) turizem predstavlja 9,4 % delež v BDP svetovnega gospodarstva. V dejavnosti povezanih s turizmom pa je bilo leta 2009 zaposlenih 219.810.000 oseb.

Tudi v Sloveniji, ki je sicer v primerjavi z nekaterimi našimi sosedi (Italija, Avstrija) nepomemben ponudnik turizma tako v Evropskem kot svetovnem merilu, se že od zgodnjih devetdesetih zavedamo pomena turizma za naše gospodarstvo. Dejstvo, da smo v letu 2009 po ocenah WTTC s turizmom ustvarili približno 12% BDP Slovenije, turizem pa v plačilni bilanci predstavlja približno 40% izvoza vseh storitev samo po sebi govori v prid trditvi, da smo Slovenci prepoznali svojo priložnost v turizmu kot strateško pomembni gospodarski dejavnosti.

Svetovna gospodarska kriza je zarezala tudi v turizem vendar lahko ugotovimo, da smo v primerjavi s svetovnimi in evropskimi padci v turističnem gospodarstvu (po podatkih UNWTO, Tourism barometer 1/2010, je v svetovnem merilu upadel turistični obisk za 4,3% v Evropi pa celo za 5,6%) beležili bistveno manjši upad obiskov (2%), kot preostali svet.

Ne glede na trenutno situacijo, ki pa že v letošnjem letu kaže na izboljšanje lahko rečemo, da je turizem v Sloveniji upravičeno strateško pomembno gospodarstvo, ki ga je potrebno razvijati in vanj investirati tako v smislu neposrednih finančnih spodbud kot razvoja ostalih s turizmom povezanih dejavnosti kot so: izobraževanje, kultura, varovanje narave, drobno gospodarstvo ...

Širše gledano je turizem dejavnost, ki preprečuje negativne posledice globalizacije, omogoča zasebno iniciativo in odpira možnosti zaposlovanja prebivalstvu. Trajnostno naravnani razvoj turizma je porok za ohranjanje kulturne in naravne dediščine, svoboden pretok informacij, spoznavanje različnih kultur, narodov in okolij ter razumevanje in povezovanje prebivalcev celega sveta.

Razvijati turizem pomeni evidentirati in raziskati resurse jih valorizirati ter narediti privlačne in dostopne. Pomeni tudi razviti ustrezno osnovno (primarno) infrastrukturo ter zagotoviti turistične kapacitete (turistično infrastrukturo). Razvoj turizma pomeni tudi razvoj visoko standardiziranih storitev, ki pa je posledica kvalitetnega izobraževanja kadrov v turizmu, kot tudi osveščanja prebivalstva. In na koncu: razvijati turizem pomeni, definirati identiteto, postaviti vizijo in razvojne cilje, ugotoviti svojo tržno pozicijo ter svojo ponudbo plasirati na trgu z namenom uspešnega trženja lastnih konkurenčnih prednosti.

Občina Kostel sprejema svojo prvo Strategijo razvoja turizma od 2010 do 2015 s katero poudarja turizem kot nosilno gospodarsko dejavnost v občini, ki zaradi multidisciplinarnih učinkov pozitivno vpliva na vse veje gospodarstva v občini. Še posebej bo spodbudila

investiranje v turistično infrastrukturo ter podjetniško iniciativo občanov. Na ta način bomo v občini Kostel pomembno prispevali k razvoju celotne regije in slovenskega turizma nasploh. Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma od leta 2007 do 2011, ki je sprejet s strani Vlade RS kot strateški dokument razvoja slovenskega turizma na podlagi Zakona o spodbujanju razvoja turizma (Ur. list RS 02/04) ima za cilj krepiti destinacijski management, ki ponudnike turističnih storitev spodbuja k večji medsebojni povezanosti ter večji vključitvi dopolnilnih dejavnosti okolja v svojo ponudbo ter prek modela destinacijskega managementa in večje razvojne funkcije, ki jo prinaša nova organiziranost slovenskega turizma, dvigovati kakovost življenja in bivanja ter spodbujati dopolnilne turistične dejavnosti, ki jih lahko oblikuje vsak posameznik z minimalno podjetniško žilico in zanimanjem.

Strategija trženja slovenskega turizma 2007 do 2011 izpostavlja oblikovanje tipičnih turističnih proizvodov, ki imajo izrazito lokalno karakteristiko in so temelj oblikovanja integralnega turističnega proizvoda Slovenije.

Regionalni razvojni program razvojne regije Jugovzhodna Slovenija 2007 -2013 izpostavlja med razvojnimi cilji tudi povezovanje znotraj regije in navzven, skupno trženje ter povečevanje razvojnih možnosti in kakovosti življenja.

Vlada RS je v začetku letošnjega leta izdala dokument: Turistična politika za leto 2010 z usmeritvami za leto 2011 (gradivo za medresorsko usklajevanje, 15.01. 2010) po katerem je temeljna strategija je v tem strateškem obdobju usmerjena v krepitev povezovanja in sodelovanja pri skupnem načrtovanju, oblikovanju in trženju slovenskega turizma po načelih javno zasebnega partnerstva na vseh ravneh od lokalnega do nacionalnega ter v krepitev odličnosti na vseh področjih in na vseh ravneh slovenskega turizma.

Po tem dokumentu so ključne programske prioritete (med drugim):

1. Destinacijski management
2. Trženje in promocija, kjer je poseben poudarek na: Spodbujanje k razvoju produktov, usmerjenih k trajnostnemu razvoju turizma (zeleni turizem) in varovanju okolja ter pospeševanju horizontalnega povezovanja ponudnikov.
3. Podpora ohranitvi in uveljavljanju trajnostnega razvojnega koncepta v turizmu z večjim poudarkom na okoljski (ZELENI) in SOCIALNI komponenti (uravnotežene in usklajene politike in izvedbeni ukrepi za večjo konkurenčnost slovenskega turizma).

Pri snovanju in izdelavi Strategije razvoja turizma občine Kostel smo sledili vsem zgoraj navedenim dokumentom in v tekst smiselno vgradili usmeritve, ki iz njih izhajajo.

Pričujoča Strategija v svojem analitičnem delu dokazuje, da imamo v občini Kostel množico resursov, ki pa niso ustrezno valorizirani in izkoriščeni. Sodobni turistični trendi namreč kažejo na dejstvo, da so ravno turistične destinacije, ki razpolagajo s potenciali, kot jih imamo v Kostelu tiste, ki bodo v prihodnosti najbolj iskane in cenjene.

To dejstvo smo vtkali v vizijo razvoja ter ga konkretizirali v razvojnih ciljih do leta 2015.

ANALIZA STANJA



1. OPIS OBMOČJA

1.1. Geografske značilnosti območja



Občina Kostel leži na jugu Slovenije oz. v jugovzhodni statistični regiji, ob zgornjem delu reke Kolpe, kjer po rečni dolini teče državna meja med Republiko Slovenijo in Republiko Hrvaško. Pokrajina, bogata z mogočnimi gozdovi, čisto, neokrnjeno naravo in izjemno biotsko pestrostjo vpliva na regenerativno energijsko vrednost naravnega okolja.



Posebnost regije ob Kolpi so njene izjemne zdravilne energije in predstavljajo konkurenčno prednost za celostni razvoj turizma



na tem območju. Z zavedanjem teh danosti se želi Evropi in svetu ponuditi trajnostno regenerativno obliko turizma.

Kostel označujemo kot redko naseljeno, močno gozdnato, predvsem z listnatim drevjem poraslo pokrajino, za katero so značilne številne kraške planote s številnimi vrtačami in vrhovi, ki se vzpenjajo od 550m do 901m nadmorske višine.

Vir: Geopedia, 2010

1.2. Splošne značilnosti Kostela

Občina danes šteje okoli 700 prebivalcev, ki živijo v 54 vaseh in 16 zaselkih, v katerih prevladuje starejša populacija. Nekatere vasi štejejo komaj kakšnega prebivalca, nekaj jih je tudi popolnoma praznih. Najbolj naseljene vasi pa so Potok, Vas, Kuželj in Banja Loka.

Na območju današnje občine je leta 1890 živel 2.856 ljudi, od takrat pa se je število začelo konstantno zmanjševati. Vzrok za to je predvsem izseljevanje v preteklosti (Amerika, Argentina, Francija, itd.), upadanje števila rojstev ter gospodarska kriza po 2. svetovni vojni.

Kostel obsega 5.667 ha, od tega naj bi bilo, po stanju iz leta 1952, 3.007 ha poljedelske površine ter 2.660 ha gozda. Žal je večina obdelovalnih površin danes zarasla.

Ob glavni magistralni cesti leži le 14 vasi, ostale pa se razprostirajo po gričih, planotah in v dolini ob Kolpi. Kostel se deli na več območij:

- **Pobrežje** - ozek pas ob Kolpi od Gorenje Žage proti Grglju in naprej do Poljan.
- **Gorenjsko** - kraška planota od Ajbla proti Novim selom.
- **Podreber** - pobočje od Delača, Lipovca, Zapuž, Rajšel, Vimola, Suhorja, Podsten in Potokov ter okolica kostelskega gradu.
- **Breg** - dolina od Mavrca do Slavskega Laza prek Fare do Petrine in Grivca.
- **Kuželjska dolina** - področje okoli Kužlja.

Po tej razvrstitvi se označujejo tudi prebivalci kot Pobreščiči, Gorenjci, Podreberci, Brežani in Kuželjci. Področje in prebivalce od Colnarjev do Fare pa se imenujejo po posameznih krajih, npr. Colnarci, Drenci, Vrhovci, Krkovci itd. (Jože Žagar –Jagrov, Kostel, Ljudje in zemlja ob Kolpi, 1983)

Najvišja vzpetina v Kostelu je Kapič (901 m), sledijo Kuželjska stena (874 m), Vršič (820 m) in Vitez (809 m).

1.3. Življenje v Kostelu

V Kostelu so se nekdanje preživljali s poljedelstvom (gojili so žito, okopavine, sočivje, deteljo, krmno peso, krompir in koruzo), živinorejo (redili so govedo, prašiče, drobnico-ovce in koze, perutnino in ponekod tudi konje), sadjarstvom (sadili so bobovec, kanadko, krivopecelj, tepke, akolčice, slive, kasneje tudi zlato parmeno, renato, carjeviča, kosmača, jonatana in še nekatere), kot dopolnilna dejavnost pa tudi s čebelarstvom.

Kostelci so se ukvarjali tudi z raznimi obrtnimi dejavnostmi, kot so:

➤ **Mlinarstvo (mlin - maljen)**

Pred 2. sv. vojno je bila to najbolj razvita dejavnost, saj je delovalo nad 30 mlinov. Reka Kolpa in vodna moč številnih potokov so nudili zelo ugodne pogoje. Zanimivo je, da so nekateri mlini na Kolpi imeli po tri mlinske kamne: v Žlebih, v Grglju, Dolnji Žagi, pri Lobiču, potočni mlini pa so bili nekoliko šibkejši: Gornja Žaga, Grbac, Rački potok itd.

➤ **Krojaštvo in čevljarstvo**

V Kostelu je nekoč delovalo 29 izučenih krojačev.

➤ **Mizarstvo in tesarstvo (mizar-tišljar)**

Kostelski mizarji in tesarji so bili cenjeni po vsem Gorskem Kotarju in tudi v Hrvaškem Primorju, kamor so hodili na delo in na domu izdelovali sobno in stavbno opremo, tesarji pa so gradili lesene hiše in ostrešja.

➤ **Živilska obrt (mesarije in pekarije)**

mesarji so živino klali vsak zase na star način, ker klavnic in hladilnic ni bilo. Prodajali so predvsem goveje in jagnječje meso, manj teletino in svinjino. V pekarnah so pekli štruce,

hlebčke in žemlje za gostilne in trgovine, krušne izdelke pa so v koših raznašali tudi po oddaljenih krajih. Danes v Kostelu ni nobene mesarije, niti pekarnice.

➤ **Žaganje hlodov – žagarstvo**

Za Kostelce sta bila velikega gospodarskega pomena tudi dva industrijska obrata, ki sta začela obratovati leta 1910, in sicer parna žaga pri Pirčah in gozdna manipulacija ter žičnica na Stružnici. V teh obratih je bilo zaposleno več kot 100 ljudi.

➤ **Gostinstvo – bertije**

Gostiln je bilo prej v Kostelu zelo veliko, in sicer na banjaloškem območju kar 14 in prifarskem 17 gostiln. Gostilničarji so se ukvarjali po navadi še s trgovino (štacun), mesarijo, kmetijstvom. Največ so pili vino, domače žganje (rakijo), ob praznikih na ražnju pekli jagnjetino (jance), ki je bila in je še vedno zelo cenjena med Kostelci, po navadi so zraven stregli še domač bel kruh (hlebac).

➤ **Kovaštvo, kolarstvo**

Poleg uslug za kmečke potrebe so kovači izdelovali kmetijsko orodje za prodajo (motike, rovnice, krmpe, lopate, srpe, pluge, brane, vozove, sani,...), kolarji pa so iz jesenovega, brestovega, gabrovega in bukovega lesa izdelovali ogrodja za vozove, vozičke, sani, pluge, brane itd.

Kostel je bil majhen trgovski prostor in tudi ni prideloval drugega razen nekaj živil in živine ter nekaj več lesa, zato so bili Kostelci povečini tudi prekupčevalci ali krošnjari in predvsem tovarniki. Konec 15. st. je cesar Friderik III. izdal »krošnjarski patent«, ki je Kostelcem, Kočvarjem in Ribničanom dovoljeval svobodno trgovanje z lastno živino, platnom in domačimi izdelki po Kranjskem, Hrvaškem in drugih deželah Avstrogrske. Trgovanje in prekupčevanje je bilo ovirano s plačevanjem mitnine, cestnine in drugih pristojbin, zato so se krošnjari posluževali tudi stranskih tovarnih poti – švercanje.

Kostelci so bili znani krošnjari (krošnjarenje-havziranje, obziranje), ki so od jeseni do božiča na vogalig mestnih ulic po vsej avstrogrski monarhiji pekli in prodajali kostanj – še donedavna, če ste hodili čez Tromostovje do ljubljanske tržnice, v času peke kostanja, ste lahko srečali Kostelko, kako prodaja kostanj.

1.4. Naravne znamenitosti območja

Pokrajina ob Kolpi s svojimi gozdovi, jamami kraškega sveta, travniki, starimi sadovnjaki, preprosto naravno in bogato sakralno dediščino nudi možnost doživetja preprostega, naravnega, neizkrivljenega sveta.

Naravna dediščina območja ob Kolpi je posebej natančno raziskana tudi iz stališča geomantije tj. energijskega potenciala. Skozi projekt Svet Kolpe so definirana naravna svetišča kot Slap Nežica, Kraški izviri na Kotnicah v Gorenji Žagi, Kobilja jama, Bilpa in druga. Predstavljajo neprecenljiv potencial za razvoj poglobljenega regenerativnega turizma.



Pokrajina spada med najbolj naravno ohranjene predele Slovenije. Za to območje je značilna izjemno visoka biotska raznovrstnost in ohranjenost narave. Tu se nahaja osrednji življenjski prostor velikih zveri. Največji naravni sistem predstavljajo gozdovi, ki prekrivajo več kot 80 % celotne površine.

Po podatkih Ministrstva za okolje in prostor se občina Kostel v celoti nahaja v NATURI 2000. Ta predstavlja posebna varovana območja, kjer se bo biotsko

raznovrstnost, zlasti habitate rastlinskih in živalskih vrst, ki so posebnega pomena za Evropsko skupnost, moralo ohranjati z namensko rabo prostora, ki omogoča vzdrževanje ugodnega stanja teh vrst.

V občini Kostel je po podatkih Zavoda RS za varstvo narave, OE Ljubljana uradno evidentiranih 27 naravnih vrednot.

Vode so najbolj ranljiv obnovljivi naravni vir. Kolpa in številni izviri predstavljajo neprecenljivo vrednost za življenje in oblikovanje posebnih programov z dodano vrednostjo ter s svojo deviško neokrnjenostjo pogojujejo potrebo po upoštevanju načel trajnostnega turizma.

KOLPA

Reka Kolpa je ena najčistejših rek v Sloveniji. Ima izredne naravovarstvene kvalitete: še vedno je dovolj čista, menjavajo se območja, kjer se dolina in reka širita ter odseki, kjer se Kolpa prebija skozi globok kanjon, ima številne brzice, tolmane in meandre. Izvira pod Kupičkim vrhom (715 m) na hrvaški strani iz 70 m globokega izvirnega jezera pod apniško steno. Dolga je 292 km ter je mejna reka med RS in RH (113 km), pri Sisku pa se izliva v reko Savo. Na Kolpi lahko še vedno zasledimo sledove starinskih žag, mlinov in kovačij, ki so izkoriščali njeno vodno moč. Na mnogih mestih je zajezena, bogata z ribami in predstavlja življenjsko okolje za številne vodne ptice. Lega reke Kolpe in področje Kostela, kjer teče, nudita izredne pogoje za razvoj turizma. Reka Kolpa je primerna za ribarjenje, vožnjo s kanuji, kajaki, rafti in mini rafti, v poletnih mesecih je primerna za kopanje.



Zelo bogata je z živalskimi vrstami, med katerimi so najpogosteje najdene kapelj (*Cottus gobio*), upiravec (*Zingel streber*), zlata nežica (*Sabanejewia aurata*), pohra (*Barbus meridionalis*), pezdirk (*Rhodeus sericeus amarus*), zvezdogled (*Gobio uranoscopus*), platnica (*Rutilus pigus*), sulec (*Hucho hucho*), potočni piškurji (*Eudontomyzon* spp.) in navadni škržek (*Unio crassus*).



Zaradi odročne lege in težke prehodnosti je rastlinska odeja ohranila prvobitno podobo, saj prevladuje gozd v svoji na ravni in deloma celo pragozdni sestavi. Tudi obdelana zemlja še hrani poteze prvobitnosti, posebno na košenicah in pašnikih. Prisojna in suha pobočja imajo termofilni značaj z mnogimi ilirskimi in submediteranskimi rastlinami: topokrpi javor (*Acer obtusatum*), črni bor (*Pinus nigra*), bratinski svišč ali košutnik (*Gentiana symphyandra*), blagajev volčin (*Daphne blagayana*), dišeči volčin (*Daphne cneorum*), smrdljivi brin (*Juniperus sabina*), Malyjeva konjska kumina (*Seseli malyi*), Justinova zvončnica (*Campanula justiniana*), ozolistna narcisa (*Narcissus stellaris*).

Senčnate in vlažne strme grape na dolomitu pa so zatočišče alpskih in vlagoljubnih rastlin: Clusijev svišč (*Gentiana clusii*), dlakavi sleč (*Rhododendron hirsutum*), alpska mastnica (*Pinguicula alpina*), stebrasta tisa (*Taxus baccata*).

Zaradi naštetega je reka Kolpa opredeljena kot eno od območij, ki so širšega mednarodnega pomena in jih poznamo pod imenom Natura 2000. Kolpa je za Slovenijo izjemna reka, naravno še precej nedotaknjena, slikovita in slabo poznana. V vsej dolžini spoznavamo njeno pestrost, možnost rekreacije, bogastvo ribolovne reke ter prijetnost čolnarjenja skoraj po celotnem toku. Reka za veslače ni naporna in velja za lažjo in primerno za začetnike, vsekakor pa za ljubitelje miru in taborjenja ob vodi. Primernejša za veslanje je po večjem deževju, saj reko pregrajuje več kot 50 jezov, ki so posledica gradenj mnogih vodnih obratov, mlinov, žag in kovačij; vse to je zdaj večinoma le še lep spomin. Pomembno pa je to, da je Kolpa poleti toplejša in da se lahko v zgornjem toku kopamo en mesec, v spodnjem pa tudi dva poletna meseca. Temperatura Kolpe naraste v poletnih mesecih in včasih, vendar redko (le na vsake nekaj let) tudi septembra tja do 28°C v spodnjem toku (Podzemelj, Griblje, Primostek) do 23°C, pa tudi 24°C v zgornjem toku (Laze, Dol, Prelesje, Radenci ob Kolpi). Poleti lahko preko dneva temperatura naraste tudi za 4°C, se ponoči spet spusti za približno toliko in naslednji dan spet naraste.

KUŽELJSKA STENA

Je ena izmed dominantnih sten v zgornji kolpski dolini, ki so nastale na tektonski prelomnici. Visoka je 874 m in obiskovalcu nudi razgled po velikem delu zgornje kolpske doline in na vrhove Gorskega Kotarja. Stena predstavlja geomorfološko naravno dediščino z rastišči in habitatami redkih in ogroženih ter zavarovanih rastlinskih in živalskih vrst. Ime je dobila po



kraju Kuželj (Kostelci mu pravijo Koželj), naselju, ki leži pod njo in je nastal že pred približno 500 leti. Območje Kuželjske stene je rastišče redkih in ogroženih rastlin. Med njimi je najbolj zanimiv skalni glavinec, živo rumeno cvetoč predstavnik toploljubne ilirske flore. To je prvo najdišče na Kočevskem in v pred dinarskem in dinarskem svetu. Gozd, ki porašča to steno, je varovalni gozd bukve in črnega gabra ter hrasta gradna na plitkih iz izrazito južnih, suhih legah. Zato so ti gozdovi

tudi požarno zelo ogroženi. Rob prepadne Kuželjske stene je zavarovan kot gozdni rezervat Stružnica s površino nekaj nad 6 ha. Izločili so ga zato, da varuje obrobja stene in zaradi posebnih ekosistemov in florističnih zanimivosti. Gozdni rezervat je povsem naravnem razvoju prepuščen gozd, kjer je prepovedano sekanje, lov, nabiranje rastlin, onesnaževanje, kurjenje... Zaradi ekstremnosti in izjemnosti ostenja kot življenjskega prostora, so v steni ohranjene tudi živalske vrste, ki so na Slovenskem in celo na Kočevskem izjemno redke. Samo ostenje je gnezdišče sokola selca in tudi potencialno gnezdišče planinskega orla, ki je tu nekoč že gnezdil. Obe vrsti sodita med ogrožene in zato zavarovane. Na vrhu stene je narava izdolbla čudovito odprtino v skali, Kuželjsko okno. Visoko je približno 7 metrov, nad njim je prelep naravni most. To je prekrasna tvorba narave, vredna občudovanja. Kuželjsko okno je najlepše doživetje vsakega pohodnika na Kostelski planinski poti. V soteski nad Kuželjem velja omeniti še posebej izoblikovana kamna v obliki zvonikov, tako imenovani Veliki in Mali turn, skalni osamelec in medvedji brlog pod Kuželjsko steno. Veliki turn je zagotovo spoštovanja vredna naravna redkost.

SLAP NEŽICA IN POTOK PRIFARSKI JARAK

Prifarski jarak izvira v več povirkih nad naseljem Tišenpolj, med Planico (608m) in Vrano steno (659m), na nadmorski višini 350m. Skoraj v celotnem toku se iz potoka izloča lehnjak, ki so ga nekdanj uporabljali za zidavo hiš. V preteklosti je bila pod izvirov celozemna kraška jama, ki so jo razkosali zaradi lahkega kamna. Potok je imel večji pomen v preteklosti, saj so ob njem postavljali mline in žage. Danes je predvsem poznan po 15m visokem pahljačastem slapu Nežica, ki se nahaja ob glavni cesti Ljubljana – Kočevje – Fara - Petrina, v bližini vasi Fara. Ime je dobil po legendi o deklici Nežici, ki je padla skupaj s parom volov v potok in utonila. Poseben čar dajejo potoku manjši slapiči, brzice, tolmeni in lehnjakovi pragovi.

KRAŠKE JAME

Pri vasi Žaga je znamenita Jelovička jama, kjer na dnu glavne votline buči voda. Nekoliko vzhodno od te jame je Mihova jama. Ob močnem deževju iz obeh jam bruha voda. Pri Lobič mlinu je Kobilna jama.

JELOVIČKA JAMA

Odkrita je bila leta 1941. Ima vhod pod 20-metrsko navpično steno. Vhod v jamo se odpira na začetku približno 330m dolge hudourniške struge, ki je zelo slikovita, z velikimi kamnitimi bloki, poraslimi z mahom. Iz nje izvirajo potoki Kotnice, ki se po približno 300m zlivajo v Kolpo. Dolga je 184m in široka do 30m. Po vhodu se nekaj časa spušča, nato do konca rahlo dviga. Edini zasigani del je v stranskem rovu takoj za vhodom. V jami domuje kolonija netopirjev. Jama je pomembna s hidrološkega in geomorfološkega vidika. Ob vzhodnem delu 25m široke vhodne dvorane, kamor se spustimo po ilovnatem pobočju, teče potok, ki izvira v jami in pod zemljo odteče v Kolpo. Ob večjem deževju iz nje bruha podzemni tok, ki jo zalije skoraj do stropa. Malo naprej je skoraj navpična stena, imenovana Velb. V njeni bližini je Mihova jama.

MIHOVA JAMA (tudi Kotnička ali Mlinšca)

Je občasno izvirna vodoravna jama, odkrita 1941 v neposredni bližini Jelovičke jame. Dolga ni niti 20m, vhod je 5m širok in poldrugi meter visok. V njej ni sige in je ob sušnem vremenu suha; ob deževju se v njej pojavi jezerce, iz katerega odteka voda v ponikalnico. Ob večjem deževju pa iz nje bruha voda. Pesek v jami je sestavljen iz kremenovih zrn, kar kaže, da ga prinaša voda iz zaledja, kjer prevladujejo silikatne kamnine. Mihova jama je bila v preteklosti kar udobno in varno skrivališče. V njo so se prebivalci najprej skrivali pred Turki, nato Francozi in kasneje pred Italijani in Nemci.

Legenda: Po legendi naj bi nekoč neki Miha imel svoj mlin. Tega ni več, ime pa je ostalo.

KOBILNA JAMA

Se prav tako nahaja v neposredni bližini ceste, ki poteka ob Kolpi, malo naprej od Mihove jame. Odkrili so jo leta 1930. Dolga je le okoli 20m in se od vhoda rahlo spušča. Vhod je 5m širok in poldrugi meter visok. Domnevno je sicer jama dolga kar 1km, vendar se je v preteklosti udrl strop in preprečil dostop globlje v podzemlje. Bila je lepo zasigana, vendar so vse kapnike pokradli, le nekaj nedostopnih je še ostalo. Jama je ogrožena zaradi čedalje večje onesnaženosti voda v hidrološkem zaledju. Ob visoki vodi jo zalije potok, ki v njej izvira in se po 25m zliva v Kolpo. V večjem deževju iz nje tako močno bruha voda, da se šumenje sliši daleč naokoli. Sicer pa ljudje vedo povedati, da je v jami velika dvorana. Jama še čaka temeljitejših preiskav, saj je še vedno skrivnostna in neraziskana.

Legenda: Pripovedujejo, da je pred davnimi časi do jame na kobili prijezdil gospod, ki si je želel jamo podrobneje ogledati. Verjetno ga je podzemni svet posebej zanimal. Za drevo je privezal svojo kobilo in se spustil v jamo. Kobila ga je potrpežljivo čakala, a ga ni dočkala, saj se gospod iz jame ni več vrnil. Zvečer so prišli domačini in hoteli kobilo odpeljati ter jo nakrmiti. Ni se dala, s silo se je sama odvezala in zbežala. Naslednje dni se je vračala, dokler ni padla v jamo in se ubila. Sicer pa o tej jami kroži še veliko pripovedi. Ob velikem deževju naj bi se iz nje še vedno slišalo rezgetanje kobile. Mimoidoči pa naj bi ponoči videli tudi žarečo luč v premeru pol metra, ki je prišla iz jame in jim na razdalji kakih 50m sledila skoraj do Lobeč Malnce ter nato ugasnila.

STRUŽNICA

Je tipična kraška planota, polna vrtač in vrhov, ki segajo od 550 do 900m nadmorske višine. Znana je po ruševinah letne rezidence kostelske gospode in po ohranjenih temeljih nekdanje gozdarske žičnice.

HRIBSKA STENA

Hribska stena predstavlja urejeno plezališče, ki se nahaja na steni severno od naselja Hrib. Primerna je tako za manj, kot bolj izkušene plezalce.

KRAJC – BUKOVJE

Gozdni rezervat Krajc-Bukovje, je gozdni rezervat, ki se nahaja na severozahodnem pobočju gradu Kostel in obsega skoraj 16 ha. Predstavlja eno najnižjih rastišč jelke v Evropi. Njegova povprečna nadmorska višina je manj kot 300m. V gozdu, ki se polagoma preoblikuje v pragozd, prevladuje jelka (50%) s primesjo bukve (36%) ter smreke in drugega drevja.

1.5. Kulturne znamenitosti in spomeniki

Bogastvo kulturne dediščine Kostela je zelo raznoliko. S svojo majhnostjo Kostel vedno znova preseneti z velikostjo in pomenom dogodkov, ki so se tu v zgodovini dogajali ter svoje sledove trajno zapisali v spomin prostora.

Med strateško najmogočnejšimi nosilci kulturne dediščine ima posebno mesto grad Kostel, poleg njega tudi sakralna dediščina s svojimi številnimi objekti različnih velikosti ter kostelski jezik, kot poseben jezik ljudi, ki živijo tukaj in oblikujejo preprosto avtentično profano arhitekturo že stoletja.

Kostel je območje, ki je izjemno bogato z raznovrstno nepremično, premično in nesnovno dediščino.

V register nepremičninske dediščine je vpisanih 41 enot nepremične kulturne dediščine. Prevladuje profana stavbna dediščina, zlasti domačije, stanovanjske hiše, hlevi, mlini ipd., sledita sakralna (cerkve) in profana sakralna dediščina (kapelice). (Ministrstvo za kulturo, Register nepremične kulturne dediščine, 09. avgust 2010).

Med njimi grad Kostel predstavlja memorialno dediščino, kot redko ohranjeno dokazilo določenega obdobja zgodovinske preteklosti in je razglašen za spomenik državnega pomena.

Zaradi značilnosti projektne območja je možno vso navedeno kulturno dediščino obravnavati kot t.i. podeželsko dediščino. Je sestavina bivalnega okolja in krajine, priča o kulturnih značilnostih in zgodovini prostora, o ljudeh, ki tu žive in ima neizrabljene potenciale za ustvarjanje kvalitetnega bivalnega okolja in razvoj turizma.

Potrebno je varovati njene kulturne lastnosti v avtentični pričevalnosti in jo vključevati v proces razvoja in življenje s povezovanjem vseh potencialov.

GRAD KOSTEL



Grad Kostel stoji na vrhu koničastega hriba, na nadmorski višini 406 m, kar pomeni da je skoraj 200 m nad Kolpo. Zgrajen je bil v letih med 1247 in 1325 in je po velikosti drugi največji grajski kompleks na Slovenskem in edini, ki v sebi združuje grad in živeče naselje pod njim. Prvotni grad je bil le velik stolp, obdan z obzidjem in manjšimi stolpiči, postavljen za zavarovanje ortenburške posesti. V listinah se grad prvič omenja 24. junija 1336. V

njih je zapisano, da je Kostel že od nekdaj imel lastno sodišče, ki je sodilo tudi na smrt. Leta 1420 so ga po pogodbi dobili grofje Celjski, ki so ga v naslednjih letih temeljito povečali in utrdili s petimi obrambnimi stolpi. Tako je grad služil kot mejna utrdba v obrambi Kranjske in celjske posesti ter postal pomembna trgovska postojanka. Pozneje je služil tudi kot pomembna obrambna točka pred turškimi vpadi. Leta 1809, v času francoske okupacije, so zaradi upora Kostelcev in Kočevarjev francoski vojaki kostelski grad požgali.

Grad je zanimiv, ker so na njem obnovljene vse stavbne sestavine gradu iz različnih gradbenih faz. Poleg tega so vidni tudi različni arhitektonski členi različnih obdobj (renesančni vhod, kamniti okenski okvirji, oboki, strelne line in podobno). Na gradu potekajo obnovitvena in konzervatorska dela.

SAKRALNA DEDIŠČINA

Vsi navedeni objekti sakralne dediščine temeljijo na tradiciji krščanstva.

Župnijska cerkev Marije Vnebovzete pri Fari

Župnijska cerkev Marije Vnebovzete pri Fari stoji nad naseljem in je izrazita prostorska dominantna. Sedanja cerkev je bila, razen zvonika, zgrajena med leti 1858 in 1864 po načrtih stavbenika Cividinija iz Broda na Kolpi. Cerkev je triladijska dvorana z nekoliko zvišano srednjo ladjo in križnimi oboki ter z bogato opremo. Cerkev je bila včasih znana po romanjih. Danes se trudimo, da tradicijo romanja obnovimo in ohranimo. O prvi župnijski cerkvi pri Fari in o cerkvi, ki je 1747 pogorela, ni ničesar znanega. Glavni oltar je lesen, novoromanski, s sliko Marijinega Vnebovzeta Pavla Kiinla iz 1860. Stranska oltarja sta tudi novoromanska,

levi s sliko sv. Ane in desni s sliko sv. Martina s konca 19. stoletja. Ob cerkvi je urejen sejmniški in prireditveni prostor.

Podružnična cerkev Sv. Duha v Podstenah

Na severni strani, nekaj korakov od vasi Podstene, stoji podružnična cerkvica iz 17. stoletja s pokopališčem. Pred zahodno fasado je lopa, iz katere se dviga odprt zvonik z dvema linama z zvonovoma. Pravokotni ladji sledi ožji pravokotni prezbiterij. Obok prezbiterija je modro pobarvan, stene marmorirane. Glavni oltar je preprost izdelek s sliko sv. Trojice, delo Kramaršiča iz leta 1875. Pokopališče ima nekaj umetnostno zgodovinsko pomembnih nagrobnikov.

Visoko nad vasjo je v stenah neraziskana kraška jama - Lukova jama. V njej je živel neki Luka, ki se je skrival pred graščinskimi biriči.

Kapela Sv. Joahima in Ane pri Srobotniku ob Kolpi

Nad okljukom Kolpe, na meji med občinama Kostel in Osilnico je v samotno lego postavljena preprosta enoladijska stavba. Gradnja pravokotne ladje in nekoliko nepravilnega prezbiterija je prilagojena terenu. Za vrati je postavljen lesen kor. V glavnem oltarju je slika sv. Joahima in sv. Ane s hčerko Marijo, morda s konca 18. stol. Okvirna arhitektura oltarja je mlajša. Nad glavno podobo je naslikan zavetnik drvarjev, sv. Simon z žago, postavljen v slikovito krajino. Oltar so popravljali 1916 in 1937, ko ga je urejal Jože Jarm.

Župnijska cerkev Sv. Jakoba v Banja loki

V sedanji obliki je bila zgrajena l. 1742, prezidana leta 1882, leta 1911 pa so ji dogradili zakristijo. Župnija je bila ustanovljena leta 1785. Cerkev ima na vsaki strani kapelo. Cerkvna ladja in obe kapeli sta obokani. Vsa cerkev je nanovo poslikana. Kor z orglami zavzema celotno širino zvonika. Veliki oltar s kipi sv. Jakoba, Miklavža, Roka, Pavla in sv. Lenarta je delo Ivana Šubica iz Škofje Loke, iz leta 1892. Napravil je tudi oltar južne kapele s sliko sv. Notburge, sv. Lucije in Apolonije. Slike križevega pota so doživele žalostno usodo, kar 11 podob je bilo ukradenih. Lesena prižnica je bila narejena sočasno z oltarji. Leta 1930 je Fabjan na robove oboka naslikal bleščečo sv. Družino in Jezusa z učenci.

Masiven zvonik nad glavnim vhodom je dominantna, ki ščiti pokopališče za cerkvijo. V zvoniku z baročno streho visijo trije zvonovi; dva sta iz leta 1922, starejšega je leta 1798 ulil Jakob Samassi. Danes zarjavela cerkvna ura je bila narejena pri Juriju Pircu v Kropi.

Podružnična cerkev Sv. Lenarta v vasi Krkovo

Tik nad vasjo Krkovo je v strmini zasidrana skromna cerkev sv. Lenarta. Odprt zvonik ima dve lini. Ladja je krita s pločevinasto dvokapnico. Stene so okrašene z opečno rdečimi krožnimi rožami in ostanki šivanih robov. Edina oprema je oltar na leseni menzi v prezbiteriju, kmečko delo z dvema stebričkoma in kipi sv. Lenarta, sv. Jožefa in sv. Frančiška Ksaverja iz leta 1850. Na oltarni menzi stoji v okviru med stebroma grobo rezljan kip sv. Lenarta. Ob njem stojita leseni sohi sv. Jožefa in sv. Frančiška Ksaverja. Oltar je iz leta 1850.

Podružnična cerkev Sv. Nikolaja na Vrhu

Domačini pravijo cerkvi kar sv. Mikula. Tloris je običajen pravokotnik ladje, ki se daljša v prezbiterij s tristranim zaključkom. Nad vhodom je zvončnica z dvema linama. V desni visi manjši zvon. Na hrbtni strani glavnega oltarja je podpisan Aleksander Goetzi. V letu 1908 je izdelal sliko sv. Miklavža. V stranskih nišah stojita ob sliki skulpturi sv. Marka in sv. Lovrenca. Stranska oltarja sta sestavljena iz slik z bogatima baročnima okvirjema. Kljub dotrajnosti je še vidna podoba sv. Izidorja, s podpisom Josepha Fayenza iz Kočevja iz leta 1785. To je ena boljših baročnih slik na Kočevskem.

Podružnična cerkev Sv. Štefana na Klancu pri Fari

Cerkvica s smrekico in zvonom želja je poznana med domačini in prepoznana pri obiskovalcih. Cerkev s pokopališčem je bila zgrajena v začetku 17.st. Sedanja stavba je bila dvakrat prezidana. Leta 1753 je bila gotska cerkev barokizirana, nato so leta 1856 dvignili stranske stene in spremenili naklon strehe. Nad vhodom ima mediteranski zvonik, iz katerega raste jelka že več let. Strokovnjaki ugotavljajo, da je ta cerkev edina, ki je vsaj delno ohranila gotske oblike. V skromnem neogotskem oltarju je slika sv. Štefana, Rutarjevo delo iz začetka 20. stoletja. V ladji je visel uokvirjen Križev pot, ki so ga prenesli iz cerkve v Kočevski Reki in pozneje oddali v hrambo kočevskemu muzeju. Ob njej se je prijazno ustaviti, tudi zato, da se potegne za vrv – zvon želja. Domačini verjamejo, da če se sliši en sam gong v zvoniku, se ti uresniči srčna želja.

Podružnična cerkev Sv. Trojice v Slavskem Lazu

Na manjšem griču, ob kolpski cesti Fara – Dol, je vzhodno od vasice Slavski Laz, cerkev sv. Trojice, ki je sedanjo obliko dobila v prvi polovici 20. stol. Na pragu je letnica 1650. Nad fasadno steno je lesen kvadraten nadstrešni stolpič. V njem visi manjši zvon. Vsa stavba je prekrita z opeko. Na vsaki strani ima po tri ozka, visoka polkrožno zaključena okna. Obok je moder z rumenimi zvezdami. Glavni oltar je novogotski z Rutarjevo sliko sv. Trojice. Arhitekturni okvir je polkrožno zaključen, okrašen s parom angelov in spodaj s kipoma sv. Petra in Pavla. Na severni strani je slika sv. Florjana, višje sv. Neža, na južni strani pa slika sv. Antona Puščavnika in nad njo sv. Tadej.

Podružnična cerkev Božjega Odrešenika v Ajblju

Groblja kamenja za pokopališčem v Ajblju je pomnik burnih časov v poznih petdesetih letih. Ponoči so neznanzi polili cerkev z bencinom in škodlasta streha, oporniki in notranja oprema so zgoreli. Izginili so glavni oltar I.Šubica iz 1893, zlata stranska oltarja s podobama sv. Jerneja, sv. Uršule, Križev pot in druga oprema. Oba zvonova so uspeli rešiti s pogorišča. O obokanem prezbiteriju iz 17.stol. govore samo še viri in del kamnite tristrano zaključene stene. Leta 2010 so se začela obnovitvena dela na cerkvenem obzidju in po več kot 50. letih je bila v Ajblju zopet sveta maša.

Podružnična cerkev sv. Treh kraljev v Trgu pod gradom Kostel

Enoladijska cerkev Sv. Treh Kraljev v Trgu je bila za časa turških vpadov večkrat sedež župnije, saj je bila cerkev pri Fari preveč izpostavljena. Stavba je iz 16.st., sezidana v strmi breg, ima elemente gotske gradbene tradicije. Verjetno je bila njena predhodnica grajska kapela iz 14. ali 15. st. posvečena Antonu Puščavniku. Najprej je bila pokrita s skodlami, nato z opekami. Zvonik, vključen v fasadno steno, nekoliko izstopa iz nje, pokrit je s skodlami in se navzgor podaljšuje v tri odprte line. V zvoniku visita dva železna in en bronast zvon. Tako tvori nekakšen prehodni tip med pravim zvonikom in mediteranskim terom – trojna preslica. Pred cerkvijo je kamnito stojalo, glasniški, tudi ogledni kamen, na katerega se je po maši postavil občinski glasnik in razglašal ukaze in obvestila takratne gospode in posvetne oblasti. Glavni oltar in sliko sv. Treh kraljev je izdelal Aleksander Goetzl v začetku prejšnjega stoletja. V glavnem oltarju je še dobro ohranjen kip Pietà, oljna slika Poklona Treh kraljev in sv. Jožefa z Jezuščkom. Levi stranski oltar krasi dobra kopija Rafaelove podobe Madonna del Granduca; na njenem okviru je napis: » V spomin na poroko svoje hčere Felicije darovala gospa Jolan Gorjan, posestnica graščine Kostel leta 1932«. Kadirnico v cerkvi je V. Steska opisal kot najstarejšo na tedanjem Kranjskem. V cerkvi je ohranjen najstarejši kostelski zvon z napisom: »S. Petre ora pro nobis 1653«, ki je bil v nekdanji cerkvi v Mavercu.

Tri kapelice na Gorenji Žagi

Ob cesti sta dve, ena poleg druge. Prvi rečemo Kajfeževa, drugi pa Rauhova, na njej je letnica 1910. Rauhovo kapelico so verjetno sezidali vaščani s skupnimi močmi, oltar pa je ročno izrezljal Jakob Rauh. Ob njej je manjša kapelica, ki je starejšega datuma. Postaviti jo je dal Kajfež iz Dolenje Žage v zahvalo, da je na tem mestu ostal živ, ko so se mu splašili konji in je padel pod voz. Tretja kapelica je na vrhu Rtiča nad vasjo Žaga. Je verjetno najmanjša kapelica v Sloveniji. V njej je kip Lurške Marije. Postavila jo je družina Lisac, zanjo pa skrbijo njihovi potomci. Med drugo svetovno vojno je nekdo v kapelici odstranil pod, pod njim skopal jamo in vanjo nekaj skrtil. Po vojni pa je prišel skrito stvar iskat, pri tem pa je objekt odstranil pod in uničil tla. Oltar v tej kapelici je prav tako izdelal Jakob.

Kapelica Matere božje v Pirčah

Kapelica je eno najbolj skromnih svetišč na Kočevskem in stoji ob cesti na koncu vasi Pirče, v bližini mejnega prehoda Petrina.. Skromna stavba pravokotnega tlorisa s polkrožnim zaključkom je bila zgrajena med letoma 1763 in 1769; kapelica je namreč vrisana na vojaškem zemljevidu iz let 1763 – 1787, v njej je ohranjena oltarna slika Marije, Matere dobrega sveta, delo Fortunata Berganta, ki je umrl leta 1769. Da je slika namenjena tej kapeli, dokazuje njen razbit zvon, hranjen v župnišču pri Fari, na katerem je poleg napisa »OPUS IOANNIS REID LABACI 1779« v reliefu upodobljena Marija z Bergantove slike. Njena notranjščina je preprosta: gole stene pokriva raven, lesen strop, zaključek zadaj za široko slavoločno odprtino z razpotegnjenim, polkrožnim lokom, pa je polkupolasto obokan.

Podružnična cerkev sv. Vida v Mavercu

Pod kostelskim gričem in nad redkimi vikendi vasi Maverc je v gozdu skrita ruševina cerkve, grajene 1632, opuščene ob koncu 19.stol. Med kamenjem je komaj prepoznaven kvadratičen tloris ladje in približna forma petstrano obrezanega prezbiterija. Ob veliki bukvi je zarasel klesan kropilnik. Zvon so odnesli v Kostel. Vse drugo je prekrila narava.

OSTALE KULTURNE POSEBNOSTI

Mlin Grbac

Kot del tehniške dediščine Kostela je pomemben mlin Grbac, ki ga poganja Prifarski jarek in je bil pred desetimi leti edini še delujoči mlin v Kostelu. Mlin je star približno 400 let in je zgrajen v skritem kraju pod glavno cesto v grapi pod slapom Nežica.

Vrhhlevna hiša

Najbolj značilne kostelske domačije so večinoma vrhhlevne ali vrhkletne hiše. Spodnji del, pritličje, je bilo navadno zidano, vrhnji del lesen, sestavljen iz debelih plohov in zunaj ometan tako, da so dajale videz zidanih hiš. V spodnjem delu sta bila običajno hlev ali klet ali celo oboje. Pogosto je bil spodnji del poglobljen v zemljo, zgornji del je bil stanovanjski. Poleg lesa in kamna, pretežno apnenca, so uporabljali lehnjak, ki ga je bilo ponekod dovolj. Najpogostejša kritina je bila skodla, redkeje slama. Kritino so postopoma zamenjale opeke ali strešniki iz cementa. Strehe so bile skoraj vedno dosledno simetrične dvokapnice. Stanovanjska hiša je bila razdeljena na več prostorov. Največji prostor je bila družinska soba, imenovana hiša. Iz nje je bil navadno vhod v spalnico staršev – hišno kambro. Večje hiše so imele še manjšo kambro, namenjeno starim staršem. Značilna je bila veža (hodnik, predsoba), kot izhodišče za vhode v druge prostore. Ponekod so iz nje šli v kuhinjo; ponekod je bila kuhinja kar sestavni del veže. Pogosto je bil iz veže vhod v vežno kambro in na podstrešje – izbo. Nekateri hiše so imele na podstrešju tudi kaščo. V starih kuhinjah je bil nad vežo in kuhinjo obok ali velb, ki je imel nad odprtim ognjiščem odprtino, skozi katero je prihajal dim na podstrešje ali v sušilo za meso. Veranda – gank – je bila lesena in navadno pritrjena na sprednji strani hiše. Na gank so z zunanje strani vodile lesene stopnice, pri vrhhlevnih hišah pa je bil z ganka vhod v vežo, na koncu pa stranišče na »štrbunk«. Nekateri ganki so bile zaprti, obiti z deskami, večina pa je bila odprtega tipa.

GAVGE

Na levi strani ceste, malo pred gradom, se nahaja »gaugenplac«. Na tem prostoru je TŠD Kostel leta 2000 postavilo rekonstrukcijo gavg ali vislic. Obešanje je bila oblika eksekucije, ki je bila primernejša za nižje sloje. Na gavgah so izvajali najstrožjo kazen nad tlačani, ki so se pregrešili z umorom ali podobnim hudim prekrškom, za katerega je bila določena smrtna kazen. »Gaugenplac« je bi postavljen na vidno mesto v bližini gradu, ob prometnih križpotjih in na krajih, ki so bili podložnikom najbolj na očeh.

1.6. Etnološke posebnosti

Kulturno etnološka prireditev » TAMBURANJE VA KOSTELE »

Največji praznik v Kostelu je Velika maša, 15. avgusta, ko praznujemo cerkveni praznik Marijinega vnebovzvetja. Takrat je Kostel še posebej svečan. Okoli tega dneva se vsako leto spleta zanimiva večdnevna prireditev » **Tamburanje va Koste**le ». Naziv v kostelščini, svojevrstnem narečju, pomeni poleg igranja na tambure tudi raznovrstno dogajanje, ki se v teh dneh zvrsti. Prireditev je zapolnjena s kulturno, versko, etnološko, ekološko in športno vsebino. Po sveti maši v cerkvi Marijinega vnebovzvetja pri Fari lahko ob sejmu spominkov in izdelkov domače obrti, pestri ponudbi hrane in pijače, ki poteka ves čas prireditve, doživimo prikaz ljudskih običajev, festival etno glasbe, predvsem tamburaške, nastope različnih glasbenih skupin, otroške delavnice, veselico in vsesplošno rajanje.

Festival etno glasbe ETNOKOSTEL

EtnoKostel je festival, ki neguje glasbeno tradicijo in ohranja glasbeno izročilo. S festivalom se spodbuja ustvarjalnost na področju etno in tamburaške glasbe, obenem pa spodbuja glasbenike k inovativnim pristopom poustvarjanja tradicionalne etno glasbe, ustvarjanju etno glasbe na sodoben način, z upoštevanjem melodičnih, harmonskih in izvedbenih značilnosti posameznih slovenskih etničnih območij, s primerno uporabo glasbil ter barvitostjo govora. Do leta 2009 so bili uspešno organizirani štirje festivali, na katerih so bile avtorjem in izvajalcem podeljene številne nagrade.

Kulinarična prireditev KOSTEVSKO ŠIŠILO

Kostevsko šišilo je prireditev, v okviru katere poteka ocenjevanje in pokušina salam, klobas in slanine, ki jih amaterski izdelovalci suhomesnatih izdelkov za lastne potrebe na tradicionalen način predelujejo, sušijo in zorijo na območju Sveta Kolpe.

Kulinarika

Največ jedi je iz krompirja, koruze veliko tudi iz zelja, repe, fižola, kaše, ajde in boba. Značilne jedi so kostelski želodec, kostelski čušpajs, žolca, kostelska kaša, kostelsko zrnje, krompirjevi žganci, potica z ocvirki, pletenica in štruklji. Od pijač pa kostelska rakija, medeno žganje, sadno vino-moš in domač jabolčni sok. Tradicionalno kostelsko kulinariko s pridihom sodobnosti lahko doživite v Galeriji okusov, v Stari šoli Tris v Vasi.

Kostelski jezik

Kostelsko narečje – kostelščino bi lahko šteli med naravne dialekte, ki nima podlage v pisavi in izrazi še niso standardizirani. Značilna je odprtost, notranja razčlenjenost, celo med vasmí. Kostelščina je posebnost tudi zato, ker ne pozna dvojine. Posebnost se zrcali tudi po tem, da je narečje za nepoznavalca težko izgovorljivo in še teže zapisljivo.

V nastajanju je tudi kostelski narečni slovar profesorja Jožeta Gregoriča, ki bo izdan v sodelovanju ZRC SAZU in Občine Kostel v letu 2012.

Kostelska noša

Oblačilna moda v Kostelu je bila v preteklih stoletjih podvržena predvsem vplivom krošnjarstva, ki je ljudem omogočilo višji življenjski standard, ki se je obdržal v obleki in stilu oblačenja. Ženska noša je krojena dvodelno, z belim spodnjim krilom „untarco“ in zgornjim platnenim krilom na kas „brhanom“. Krilo je široko in v pasu drobno nagubano. Bela bluza „rokafci“ je segala nekoliko čez pas. Na glavi so ženske nosile veliko pečo na „roglje“ in nosile značilne, zelo ozke svilene predpasnike. Okoli pasu so si večkrat ovile volneni raznobarni širok pas „tkanico“.

Na prehodu iz 19. v 20. stoletje so moški začeli nositi črn telovnik „lajbak“, dolge široko krojene lanene hlače, ki so imele spodaj resice, v pasu pa vrvico za zadrževanje. Srajca „robača“ je imela širok ovratnik in so jo nosili čez hlače. Pokriti so bili z črnim klobukom, okoli vratu pa so si zavezovali raznobarvne svilene rutice z resicami. Nepogrešljiva je bila torba iz platna, volne ali svile, okrašena z raznobarnimi resicami

KOSTELSKI OBIČAJI

Zaradi slabih življenjskih pogojev je bilo življenje v Kostelu težko. Skozi zgodovino pa se je izoblikovalo več šeg in navad, ki so vsaj za trenutek polepšale vsakdan Kostelcev in Kostelk. Največkrat so bili to cerkveni ali družinski prazniki, ljudje pa so se jih veselili predvsem zato, ker so bile takrat mize bolj obložene.

Ti običaji so:

- poroka – svatba ali pir
- pust
- Gregorjevo
- Velika noč
- kresovanje
- Velika maša
- Božični in novoletni običaji
- koline
- varovanje pokojnika

TRIJE KOSTELSKI LIKI:

Krošnjar

Krošnjarjenje ali obziranje je bilo v Kostelu razširjeno vse do druge svetovne vojne. Trgovali so z živino, pridelki in platnom po deželah avstrijske monarhije. Hkrati so tihotapili sol, olje olive, tobak in razne dišave v značilnem krošnjarskem košu. Krošnjarji so s seboj nosili tudi neke vrste srečelov, igro fiks-niks.

Kostelska žena

Kostelka je pogosto podpirala vse štiri, ne samo tri, vogale hiše. To se je dogajalo predvsem v zimskem času, ko so možje odhajali po svetu za zaslužkom. Takrat pa je bila običajno številna družina odvisna le od matere, ki je opravljala vsa potrebna dela.

Črednik

Črednik je malo znana beseda, pomeni pa pastirja, ki pase vaško govejo čredo. To je bil v preteklosti praktično poklic, ki so ga opravljali revnejši, manj sposobni fantje in možje.

1.7. Infrastrukturne danosti

Ceste

Kostel ima pomembno cestno tranzitno lego, saj skozi središče občine poteka glavna cestna povezava GII-106, med Kočevjem in Petrino proti Delnicam in Reko na hrvaški strani. Ob reki Kolpi potekata regionalni cestni povezavi Fara-Dol, RT-918, in Petrina – Mirtoviči – Osilnica R3-657 Glavna cesta, regionalne ceste in nekatere lokalne ceste so v dobrem stanju, medtem ko številna odročnejša naselja, kot so Štajer, Puc, Srebotnik, Zapuže, Rajšele, Lipovec, Stružnica, Rake, Gorenji Potok, Dolenji Potok, Srednji Potok, Tišempolj, še vedno nimajo asfaltiranih cest. Parkirišča (Kostel, Sapnik, Fara, ...) niso ustrezno urejena. Večja počivališča so zgrajena ob glavni cesti v naselju Kaptol in Fara, manjša počivališča pa so zgrajena ob regionalnih in lokalnih cestah. Ceste so opremljene s prometno in turistično signalizacijo, ki jo je potrebno dopolniti.

- **Peš promet** poteka ob obstoječih cestah, izven vozišča in ga je potrebno ustrezno urediti.
- **Kolesarske poti** ob Kolpi niso posebej urejene in potekajo po regionalni cesti in lokalnih cestah, kar je lahko izrazito nevarno in predstavlja eno izmed ovir za intenzivnejši razvoj turizma.
- **Konjeniške poti** – konjeniška pot je urejena v okviru regionalne konjeniške poti Kočevje – Sela pri Kostelu.
- **Vodne poti** – vodna pot poteka po reki Kolpi od Osilnice proti Dolu. Na območju občine so urejena vstopno izstopna mesta, ki jih je potrebno dopolniti in urediti.

Komunalna infrastruktura

Na območju celotne občine je urejeno ločeno zbiranje odpadkov, katerih odvoz je organiziran enkrat tedensko na skupno deponijo v Mozlju v Kočevju.

Meteorna kanalizacija je urejena ob vseh prometnicah, še posebej v večjih naseljih.

Odvajanje in čiščenje fekalnih voda je izvedeno v naseljih Fara in Kuželj. V ostalih naseljih je odvajanje in čiščenje urejeno z nepropustnimi greznicami in v manjši meri s hišnimi čistilnimi napravami.

Vodovod

Oskrba z vodo v občini je urejena pretežno s sistemom javnih vodovodov. Ponekod je vodooskrba urejena z vaškimi vodovodi in s posameznimi hišnimi vodnjaki, ki jih je potrebno priključiti na sistem javne vodooskrbe.

Elektrika

Območje občine je pretežno pokrito z električnim nizko napetostnim omrežjem, razen v naseljih Stružnica, Rake, Kuželič.

Javno razsvetljavo, ki je urejena pretežno v bolj naseljenih delih občine, je potrebno ustrezno urediti.

V Dolenjem Potoku se nahaja hidroelektrarna, v naselju Oskrt pa fotovoltaična elektrarna.

Ogrevanje

Občina je v letu 2009 sprejela lokalni energetske koncept (LEK), leto pozneje pa izvedla študijo izkoriščanja sončne energije, v smislu izkoriščanja javnih objektov za namen izgradnje sončnih elektrarn. Na območju občine se za vir toplotne energije pretežno uporablja lesna biomasa. Dober primer uporabe obnovljivih virov energije (OVE) je v stavbi TRIS, kjer je toplotna črpalka zrak-zrak uporabljena za ogrevanje in ohlajevanje.

Telefonsko omrežje

Pokritost je dobra, vendar je zaradi zastarelosti opreme kvaliteta storitev slabša.

Pošta se nahaja v vasi Potok 1a in se je leta 2008 preimenovala iz 1336 Vas v 1336 Kostel.

Radio in televizija

Radijski in televizijski signal pokriva pretežno območje občine. Kabelske TV v občini ni, večina prebivalcev za sprejem televizijskega signala uporablja satelitske antene.

Internet - pokritost občine je zelo slaba, možen je brezžični dostop preko mobilnega omrežja. Hitrosti prenosa so zelo slabe.

Optični kabli – zgrajena je regionalna povezava Kočevje – Potok, kjer je centrala v naselju Potok 1a.

Trgovina - potujoča trgovina večkrat tedensko in manjša trgovina na bencinskem servisu v naselju Petrina.

Zdravstvena postaja Vas - izpostava zdravstvenega doma Kočevje, kjer sta splošna zdravniška in zobna ordinacija.

Osnovna šola in vrtec se nahajata pri Fari. Osnovna šola Fara je urejena, z naravnim okoljem obdana devetletka, ki zaradi svoje majhnosti svojim učencem in učiteljem nudi individualen pristop pri pouku. Od leta 2004 v okviru šole deluje tudi vrtec.

V isti stavbi se izvajajo tudi programi **Centra šolskih in obšolskih dejavnosti – Dom Fara**.

Mednarodni mejni prehod Petrina predstavlja mejni prehod med Slovenijo in Hrvaško, prav tako pa postaja ena od pomembnih točk prehoda na zunanji meji Evropske unije.

Gospodarska cona Kostel

1.8. Ustvarjene turistične privlačnosti

Stara šola TRIS

V okviru mednarodnega projekta Svet Kolpe, ki ga vodi Občina Kostel že od leta 2004, se je adaptirala in preuredila tudi stara osnovna šola v Vasi. Nastalo je turistično razvojno informacijsko središče – Stara šola TRIS. Središče skozi degustacijski, večnamenski, multimedijski prostor in informativno pisarno – TIC, s stalnimi in občasnimi razstavami, dogodki, delavnicami, predavanji, filmi, knjigami, s ponudbo izdelkov uporabne vrednosti, zagotavljanjem turističnih informacij ter celotne poglobljene, visoko kakovostne turistične ponudbe, predstavlja širši geografski prostor Sveta Kolpe in bogati turistično ponudbo.

Objekt je razdeljen na več funkcionalnih prostorov:

- ❖ GALERIJA OKUSOV, v kateri lahko doživite preteklost, prepleteno z izvirnostjo, na sodoben in naraven način ter se prepustite igri ugibanja okusov ob pokušanju jedi iz tradicionalnih kostelskih sestavin.
- ❖ SOBA TRIS ali velika multimedijska dvorana, namenjena za predavanja, seminarje, izobraževanja,...
- ❖ SOBA SVET KOLPE ali mala multimedijska dvorana vas povabi k občutenju večdimenzijskosti življenja in doživetja celotnega sveta ob Kolpi, skozi čudovit prikaz pokrajine in njenih ljudi, danes.
- ❖ SEJNA SOBA je namenjena sestankom, tudi priložnostnim razstavam,...
- ❖ VEČNAMENSKI PROSTOR je namenjen razstavam, manjšim prireditvam, sestankom, predavanjem, seminarjem, tematskim večerom, za večje skupine.
- ❖ TIC KOSTEL, informativna pisarna, ki zagotavlja turistične informacije, skrbi za organizacijo ogledov kulturne, naravne, sakralne dediščine, ...
- ❖ ZAVOD ZA KULTURO IN TURIZEM KOSTEL ima tu svoje upravne prostore.

Litopunkturni projekt – SVET KOLPE

Občina Kostel je v sklopu projekta Svet Kolpe, ki je financiran iz prednostne usmeritve REGIONALNI RAZVOJNI PROGRAMI ZA OBDOBJE 2007-2013, v letu 2007 realizirala Litopunkturni projekt.

Na delovnem taboru, pod vodstvom svetovno znanega geomanta Marka Pogačnika, je sodelovalo dvajset geomantov in geomantinj iz Slovenije in Hrvaške. Člani društva VITAAA, Društvo za zaščito človeka, narave in prostora so pod njegovim mentorstvom izklesali 27 litopunktur kamnov, ki so postavljeni na obeh straneh državne meje vzdolž reke Kolpe od izvira do Bele Krajine ter ob izviru Čabranke.

Na slovenski strani Kolpe so postavljeni v naslednjih krajih:

- Kuželj, Sveta Ana, Petrina, Fara (2), Grad Kostel, Banja loka, Ajbelj, Kobilja jama, (Občina Kostel)
- Bosljiva loka, Ribjek, Osilnica (Občina Osilnica)
- Vrt, Laze pri Predgradu, Predgrad (Občina Kočevje)
- Špeharji (Občina Črnomelj)
- Rosalnice (Občina Metlika)

Na hrvaški strani Kolpe so v naslednjih krajih:

- Brod na Kolpi, Delnice, Kuželj (Grad Delnice)
- Čabar , Sapatija, Sveta gora, izvir Čabranke (Grad Čabar)
- Skrad (Općina Skrad)
- Ob Lujzijani , Klepeče selo (Općina Brod Moravice)

LITOPUNKTURA je način kako vzpostaviti poglobljen odnos do narave, krajine in prostora. Deluje podobno kot akupunktura pri človeku. Namesto akupunktur iglic se postavljajo kamniti stebri na določene energetske točke. Preko teh točk se deluje na celoto pokrajine. Gre namreč za energijske točke, ki so z nevidnimi nitmi povezane med seboj in sestavljajo vitalno-energijsko tkivo prostora.

Beseda »litopunktura« pride od grškega izraza za kamen »lithos« in latinske besede za vbod (punktura). Na vsakem litopunktur kamnu je vklesano reliefno znamenje, imenovano »kozmozogram«. Kozmozogrami so oblikovani in izklesani na tak način, da žarčijo določeno informacijo v prostor. Na ta način pride do zavestnega sodelovanja med človekom, naravo in krajino. Z litopunkturo je mogoče aktivirati speče potenciale nekega prostora. Prostor postane bolj privlačen za ljudi, ki iščejo stik z bistvom življenja.

Po drugi strani se litopunkturo uporablja za ekološko zdravljenje prostora, na primer za odpravljanje blokad, ki preprečujejo, da bi nek krajinski prostor zadihal v svoji polni moči in lepoti.

Območje Kolpe je krajinski organizem, ki omogoča regeneracijo. Prepreden je z energijskimi centri, ki spodbujajo preobrazbo in prenavo. Posebnost regije ob Kolpi v okviru evropskega organizma so njene izjemne zdravilne sile.

Polnilnica Costella

Polnilnica naravne mineralne vode Costella se nahaja v občini Kostel. Razlog, da je podjetje Uskok d.d. odprlo polnilnico prav na področju Kostela, je nedotaknjeno zaledje vodonosnika, pokrito s 97% gozdnih površin.

Naravna mineralna voda se črpa iz vrtine (do globine 95m) neposredno ob polnilnici. Polnilnica vode pri postopku polnjenja uporablja popolnoma avtomatizirano polnilno linijo, zato vode ni potrebno dodatno stabilizirati ali drugače tehnološko obdelovati.

Hidrogeološke raziskave vodnega vira so pokazale, da je voda visoko kvalitetna, nevtralna, mikrobiološko neoporečna, posebej pa jo odlikujeta primeren Ph faktor in nizka vsebnost mineralov.

Costella je nizko mineralna voda, z bogato vsebnostjo kalcija in magnezija, ki blagodejno vplivata na počutje in zdravje našega organizma.

Blagovna znamka Costella predstavlja pomemben turistični in gospodarski dejavnik v občini Kostel.

Tematske poti

- **KOSTELSKA TRŠKA PEŠPOT**

Predstavlja odlično priložnost za krajši izlet. Popotnike popelje najprej v davnino, med graščake za obzidje kostelskega gradu, nato navzdol k zeleni bistri reki Kolpi in nazadnje med skrivnosti narave, v gozdni rezervat Krajc – Bukovje, ki je pragozd v nastajanju. Pot je opremljena z informacijskimi tablami in zloženko ter označena s posebno markacijo – simbolom Kostela. Gre za krožno pot, z izhodiščem na parkirišču pred gradom Kostel, ki je namenjena predvsem ljubiteljem razgledov in mirne narave. Sprehod po poti dolgi 3 km in z višinsko razliko 200 m, skupaj z ogledi in z branjem informacijskih tabel traja približno 3 ure. Primerna je za vse starosti, tudi za družinske izlete.

- **KOSTELSKA GRAJSKA PEŠPOT**

Kolesarska oz. pešpot obiskovalce popelje po mehki kostelski krajini po cestah in gozdnih poteh. Pot se začne v zaselku Žaga ob Kolpi, ki oživlja v turističnem utripu (kopanje, čolnarjenje, kamp) in poteka po dolini Potoka do starodavnih vasic Podstene, Suhor, Ajbelj, Banja Loka, Vimolj, Rajšele in drugih. Po poti se mnogokrat odpirajo čudoviti pogledi na kostelsko pokrajino in grajski hrib. Ob poti se je možno okrepčati na kmečkih gospodinjstvih, ki ponujajo domače pridelke - domača jabolka, kostelsko rakijo – žganje in med. Pot je krožna, dolga je 16 km, višinska razlika pa približno 400 m.

- **KOSTELSKA PLANINSKA PEŠPOT**

Je pravi orlovski polet, saj obiskovalce vodi od Kolpe na razgledna, prepadna ostenja kanjona. Krožna pot se iz Fare najprej povzpne na gozdnato planoto Stružnico. Po robu Kuželjske stene vodi pot po gozdnem rezervatu, med redko floro, mimo naravnih

znamenitosti – Kuželjskega okna. Po strmi rebri se pot spusti do Kolpe, nato nekaj asfaltnih kilometrov mimo Kužlja in po gozdu proti izhodišču. Pot je opremljena z informacijskimi tablami in zloženko. Gre za zahtevnejšo pot v dolžini 22 km in z višinsko razliko 650 m.

• **MEDITATIVNA POT**

Razdeljena je na 2 dela. Prvi del je namenjen spoznavanju različnih vidikov večdimenzionalnega sveta in se začne pri OŠ pri Fari, ob Prifarskem jarku, ter popotnike popelje do reke Kolpe in nazaj skozi vas. Skupaj z vajami traja sprehod po 1,5 km poti približno eno uro.

Drugi del poti je daljši in veliko bolj oseben. Narava postane zdravilni odsev naše življenjske poti, ki jo prehodimo z vso pozornostjo in iskrenostjo. Začne se pri Fari, ob Prifarskem jarku in sledi potoku, ki se vmes preobrazi v čarobno Nežico, vse do njenega izvira. Nazaj do Fare nas popelje pot preko Tišempolja. Pot je dolga 3 km, sprehod traja približno 3 ure.

1.9. Prireditve

Na območju Kostela vsako leto poteka več tradicionalnih prireditev, z večinoma etnološko vsebino. V nadaljevanju so našteje najpomembnejše:

Tabela 1: Prireditve v občini Kostel

Datum	Prireditev	Organizator
Okoli 8. februarja	Prireditev ob kulturnem prazniku	ZKT Kostel
Februar (okoli pustnega torka)	»Mačkore« (pustno rajanje za velike in male)	ZKT Kostel
Okoli 8. marca	Dan Kostevskih žena	ZKT Kostel
April drugi ali tretji petek	»Kostevsko šišilo« (ocenjevanje suhomesnatih izdelkov)	ZKT Kostel
Okoli 24. junija	Praznik občine Kostel	Občina Kostel
Okoli 24. junija	Dan vode Costella (kolesarski maraton Costella)	Uskok d.d.
okoli 15. avgusta	»Tamburanje va Kostelee«	ZKT Kostel
Sredina oktobra	»Dan za obzerat«	Kostelsko društvo
Oktober (zadnji torek)	Bučne Tanc (Otroško rajanje – buče in duhci)	ZKT Kostel
5. december	Miklavževanje	ZKT Kostel
December (torek pred Božičem)	Prihod Božička	ZKT Kostel
avgust - september	Tekmovanje v kuhanju Kostelskega čušpajza	TŠD Kostel
maj - avgust	Mednarodni spusti slovenske reke Kolpa 2011	TŠD Kostel
april - september	Pohodi po kostelskih pešpoteh	TŠD Kostel
oktober	Mednarodni obkolpski rekreacijsko turistični tek	TŠD Kostel

Vir: TIC Kostel, 2010

1.10. Inventarizacija obstoječih razvojnih dokumentov

Celostni razvojni programi s posameznimi projekti, ki jih občina Kostel izvaja za doseganje večje kvalitete bivanja prebivalcev in bodočih gostov ter lastne prepoznavnosti so zbrani v nadaljevanju. Navedeni dokumenti predstavljajo podlago in izhodišče za oblikovanje ciljev in usmeritev predmetne Strategije.

- Regionalni razvojni program regije JV Slovenija 2007 – 2013
- mednarodni projekt SVET KOLPE, investicijski program za investicijsko operacijo Svet Kolpe, 2007
- Ekološko zdraviliška vas Fara, strateški turistični produkt občine Kostel, 2006
- projekt Revitalizacija naselja Kostel - ureditve grajskega kompleksa
- Strateški načrt upravljanja gradu Kostel, 2008
- Razvojni program podeželja Po poteh dediščine do Kolpe, v skladu z uredbo sveta o podpori za razvoj podeželja iz EKSRP 2001 -2013 ; programi LEADER
- Krošnjarska pot; OD NATURE DO KULTURE
- Načrt rekreacijske ureditve območja Kolpe v občinah Kočevje in Kostel, 2002
- celovit prostorski plan za regijski park kočevsko – kolpa
- analize prostorskih možnosti razvoja obmejnih območij s hrvaško
- spremembe in dopolnitve prostorskih sestavin dolgoročnega plana Občine Kočevje za obdobje od leta 1986 - 2000 in srednjeročnega družbenega plana Občine Kočevje za obdobje od leta 1986 - 1990, za območje Občine Kostel - dopolnjene 2000
- odlok o varstvenih pasovih vodnih virov in ukrepih za zavarovanje voda
- Strokovne zasnove varstva kulturne dediščine za spremembe in dopolnitve prostorskih sestavin dolgoročnega plana občine Kostel, 1999
- strokovne zasnove s področja varstva naravne dediščine za izdelavo prostorskega plana za območje občine Kostel, 2000
- projekt Vsebinsko programska zasnova v objektu TRIS
- Natura 2000
- CRPOV - Celostni razvoj podeželja in obnova vasi

1.11. Demografske značilnosti območja

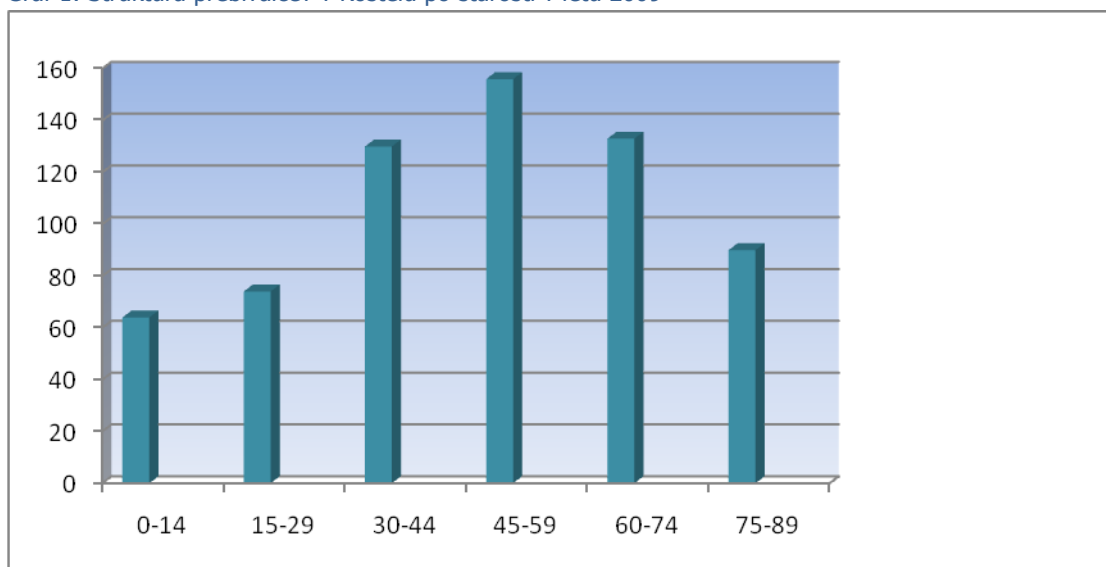


Kostel se spopada s konstantnim upadanjem števila prebivalcev, predvsem zaradi izseljevanja mlajše populacije, kar posledično vpliva na zelo nizko nataliteto območja.

V letu 2009 je po podatkih SURSa na območju Kostela živel 647 prebivalcev, od tega 53 % moških in 47 % žensk.

Starostna struktura je zelo neugodna saj število starejših od 60 let za 3,5 krat presega število mladostnikov do 15 let.

Graf 1: Struktura prebivalcev v Kostelu po starosti v letu 2009



Vir: SURS

V mesecu decembru leta 2009 je bilo v občini Kostel 142 oseb kategoriziranih kot delovno aktivno prebivalstvo. Število brezposelnih v istem obdobju je znašalo 51 oseb, stopnja registrirane brezposelnosti pa 18,3% (SURS, 2010).

Povprečna mesečna neto plača zaposlenih občanov v občini Kostel je v mesecu maju 2010 leta znašala 869,36 EUR (bruto 1.316,70 EUR), kar je znašalo okrog 90 % slovenske povprečne plače v istem obdobju.

1.12. Načini družbenega udejstvovanja domače javnosti

Na območju občine delujejo zavodi, društva in druge organizacije, ki s svojim delovanjem prispevajo k organizaciji vključevanja in sodelovanja domače javnosti pri razvoju in promociji turizma in turističnih produktov občine, kot so npr.

- Zavod za kulturo in turizem Kostel
- Osnovna šola Fara
- Turistično športno društvo Kostel – organizacija športnih in turističnih prireditvev, skrb za čiščenje okolja, sodelovanje na sejnih,...
- Društvo kostelskih žena Nežica - delavnice, priprava kostelskih jedi, ohranjanje običajev
- KD Prifarski muzikanti – etno skupina, ki ohranja in ustvarja etno glasbo
- Kulturno društvo Fara – v okviru društva deluje tamburaška skupina Dupljak
- Kostelsko društvo – združuje razseljene Kostelce in prijatelje Kostela
- Društvo ustvarjalcev – organiziranje ustvarjalnih delavnic, izdelava voščilnic, dekoracij, promocijskih daril, izdelava scene za prireditve,...
- Kulturno društvo Vaške muzikante – deluje kot glasbena skupina
- Društvo upokojencev Kostel – združuje upokojence
- Mladi športniki Kostela – organizirana vadba, airsoft, odbojka na mivki, košarka,...
- Nogometni klub Kostel - organizirana vadba, priprava nogometnih turnirjev
- Športno košarkaško društvo Medved – organizirana vadba, priprava košarkarskih turnirjev
- OO ZB za vrednote NOB – skrb za urejanje spominskih obeležij
- Lovska družina Banja Loka – Kostel
- Prostovoljno gasilsko društvo Vas – Fara

1.13. Tranzitna lega

Kostel ima pomembno tranzitno lego na poti iz osrednje Slovenije proti Delnicam in severni Dalmaciji in Kvarnerju, saj skozi najpomembnejše in najbolj naseljene dele občine poteka državna magistralna cesta Ljubljana – Kočevje – Petrina - Delnice – Reka. V občini Kostel se nahaja pomemben mednarodni mejni prehod Petrina, katerega vsako leto prečka več sto tisoč vozil.

Tabela 2: Podatki o tranzitu na MP Petrina (št. vozil)

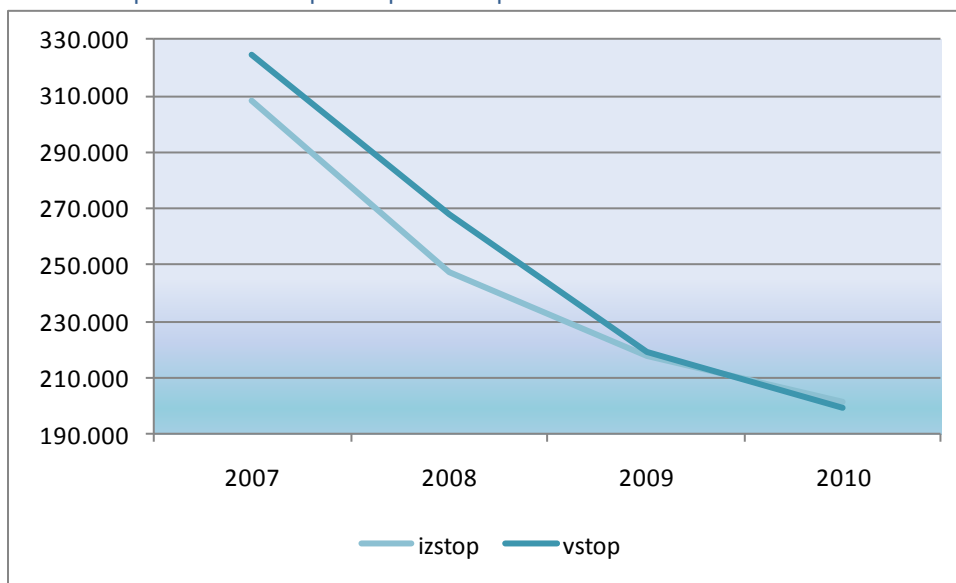
Tranzit	JAN - APR				MAJ - SEP				OKT - DEC			SKUPAJ		
	SLO	EU	OSTALO	SKUPAJ	SLO	EU	OSTALO	SKUPAJ	SLO	EU	OSTALO		SKUPAJ	
2007	vstop	32.095		20.284	52.379	152.228		83.939	236.167	21.831		13.868	35.699	324.245
	izstop	35.323		19.919	55.242	143.585		76.068	219.653	20.363		12.909	33.272	308.167
2008	vstop	19.814	1.693	13.962	35.469	124.060	23.826	52.685	200.571	18.300	3.496	10.291	32.087	268.127
	izstop	18.814	1.845	13.771	34.430	113.606	20.774	49.736	184.116	16.134	3.083	9.303	28.520	247.066
2009	vstop	18.943	1.770	12.255	32.968	95.363	17.049	47.858	160.270	14.337	1.657	9.849	25.843	219.081
	izstop	19.879	1.817	13.224	34.920	92.711	18.492	46.471	157.674	14.063	1.620	9.459	25.142	217.736
2010	vstop	20.378	1.397	12.263	34.038	81.485	10.701	49.177	141.363				23.918	199.319
	izstop	22.488	1.518	13.290	37.296	80.005	10.090	49.526	139.621				24.125	201.042

Vir: MNZ, 2010

Opomba: Podatki za zadnje četrtletje leta 2010 so izračunani kot projekcije na podlagi podatkov za pretekla tri leta.

Tranzit na mejnem prehodu Petrina v preteklih štirih letih beleži konstanten trend padanja. Vzroke za to gre iskati predvsem v uvedbi vinjetnega plačila avtocest, zaradi česar se potniki poslužujejo alternativnih smeri speljanih po avtocestah, ki omogočajo hitrejši, vendar manj atraktiven dostop do cilja. Znižanje obsega tranzita pa je prav tako posledica znižanja števila turističnih potovanj na sosednjo Hrvaško v preteklih dveh letih, kot posledica gospodarske krize.

Graf 2: Skupno število vozil pri vstopu in izstopu na MP Petrina



Vir: MNZ, 2010, lastna obdelava

Kljub trendu zmanjševanja, število prestopov mejnega prehoda ni zanemarljivo. V letu 2010 naj bi prehod prečkalo cca 400.000 vozil.

Omenjene potnike je potrebno z ustrežno turistično in gostinsko ponudbo pritegniti k obisku Kostela in ne dovoliti, da gredo le mimo.

2. ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE NA OBMOČJU

Turizem bo glavna gospodarska panoga v občini Kostel, ki ima raznolike naravne potencialne. Izmed naravne dediščine, ki je opisana v poglavju Opis območja, najbolj izstopata reka Kolpa in hribovito, večinoma gozdnato zaledje. Te potencialne dopolnjuje kulturna dediščina, predvsem grad Kostel, ohranjena stara vaška jedra ter dogodki in običaji, ki so povezani z ohranjanjem kulturne dediščine.

Center razvoja turizma se oblikuje v naselju Fara, ki ima nesporne prednosti za razvoj v pomembnejši turistični center za tranzitne in stacionarne goste in predstavlja izhodiščno točko v ostala turistična območja.

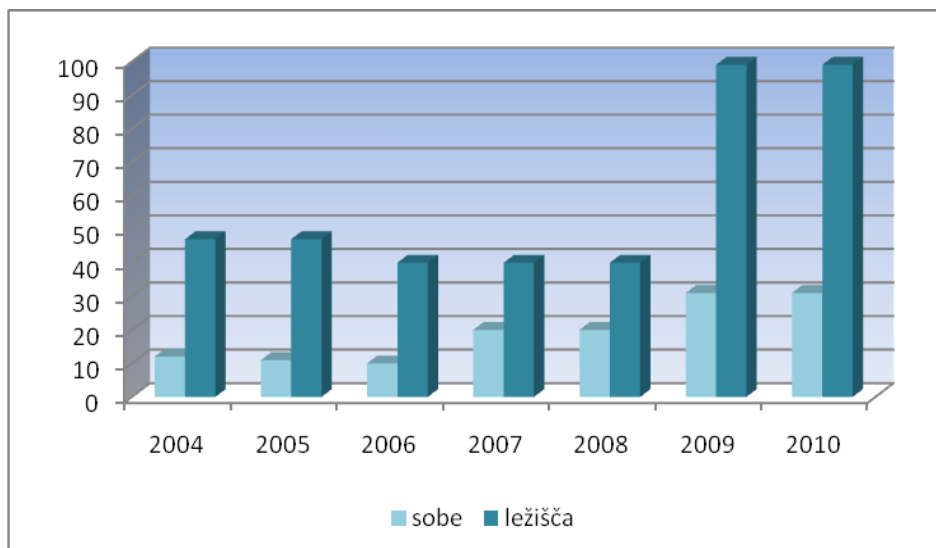
Naselje Fara se bo skupaj s sosednjimi naselji Hrib, Vas in Potok krepilo v osrednji občinski center in sicer kot upravno, oskrbno, kulturno in turistično središče občine. Glavna razvojna funkcija naselja je krepitev terciarnih in kvartarnih dejavnosti v centru naselja za izboljšanje turistične ponudbe. Stanovanjsko gradnjo se usmerja v bližnja naselja Hrib, Vas in Potok, za zagotavljanje turističnih kapacitet pa se namenijo površine S, V in JZ od centra naselja Fara. Med pomembnejša naselja za razvoj občine sodijo vsa naselja, ki ležijo ob glavni cesti GII - 106, poleg teh pa tudi Kuželj, Gorenja Žaga in Kostel.

DODATI ZAVOD

2.1 Analiza nastanitvenih kapacitet

Kvantitativna analiza uradnih podatkov o nastanitvenih kapacitetah pokaže, da je število le-teh v občini Kostel zelo majhno, raznovrstnost pa slaba. Skupno število kapacitet se je v obdobju med letoma 2004 in 2008 gibalo okrog 40 – 50 ležišč. Strukturno gledano so večino teh ležišč dejansko predstavljala mesta v kampu (40 ležišč) preostali delež pa ležišča v enem oz. dveh stanovanjih oz. počitniških hišah. Struktura in obseg sta se v letu 2009 nekoliko spremenila. Takrat so namreč v nastanitveni ponudbi zabeležene kapacitete Centra šolskih in občinskih dejavnosti (CŠOD) s kapaciteto 11 sob in 59 ležišč, ki pa je bil dejansko odprt že od leta 1998. V preteklih dveh letih je poleg omenjenih kapacitet v CŠOD na razpolago le še namestitve v kampu, saj so posamezniki, ki so oddajali počitniška stanovanja/hiše prenehali s to dejavnostjo. Skupna kapaciteta v poletnih mesecih leta 2010 tako znaša 31 sob in 99 ležišč.

Graf 3: Prenočitvene zmogljivosti v občini Kostel v letih 2004 do 2010 (avgust)



Vir: SURS, lastna obdelava, 2010

Vendar je dejansko stanje nastanitvenih kapacitet nekoliko drugačno, kar je splošna značilnost vseh destinacij in občin v Sloveniji in ne le Kostela.

Poleg obeh zgoraj navedenih pomembnejših nastanitvenih objektov v občini Kostel nastanitev ponujata še dve turistični kmetiji, ki skupaj premoreta 7 sob in 27 ležišč. Iz navedenega lahko ugotovimo, da je skupno število razpoložljivih kapacitet v občini Kostel poleti leta 2010 znašalo 38 sob in 126 ležišč.

Tabela 3: Kapacitete nastanitvenih objektov v občini Kostel v letu 2010

Objekt	Ponudba	Kapacitete
Turistična kmetija Lukčeva domačija Vrh pri Fari 1 1336 Kostel Tel: 031 285 723 E-pošta: bine.likar@amis.net www.lukceva-domacija.si	Kategorija: 3 jabolka <ul style="list-style-type: none"> • Klasične kmečke jedi • Domači jabolčni sok • Kostelska rakija • Pikniki • Lokostrelstvo • Vodenje skupin • Rafting 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 apartma • Št. ležišč: 16 • Notranji sedeži: 25 • Zunanji sedeži: 25
Kmetija z nastanitvijo Pri Papeževih Banja Loka 19 1336 Kostel Tel: 041 792 816 E-pošta: alozij.selan@kmetija-papez.si www.kmetija-papez.com	kategorija: 2 jabolka <ul style="list-style-type: none"> • zajtrki • najem gorskih koles • namizni tenis • možnost organiziranja vožnje z rafti, kajaki, kanuji • možnost ogleda in sodelovanja pri kmečkih opravilih 	<ul style="list-style-type: none"> • Št. sob: 6 • Št. ležišč: 11 • Skupna jedilnica • Terasa

<p>CŠOD – Center šolskih in obšolskih dejavnosti Fara 3 1336 Kostel Tel: 01 894 24 18, 031 607 571 E-pošta: fara@csod.si www.csod.si</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Šola v naravi • Aktivne počitnice 	<ul style="list-style-type: none"> • Št. sob: 11 • Št. ležišč: 59 • Jedilnica – sedeži: 59
<p>Kamp »Žaga« Gorenja Žaga 1a 1336 Kostel Tel: 01 894 22 91, 041 217 382 E-pošta: info@kamp-zaga.com www.kamp-zaga.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Primeren za avtodome in bivalne prikolice in šotore • Urejene travnate terase, urejene sanitarije, urejena igrišča. • Prostor za pomivanje posode, kamini, urejeno ognjišče, sončni tuš, prostorno parkirišče, možnost uporabe elektrike. • Spust po reki Kolpi z rafti, kajaki, kanuji, ribolov, plavanje, organizirani izleti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Do 40 gostov

Vir: TIC Kostel,2010

2.2 Ostala turistična ponudba

Turistično ponudbo predstavljajo tudi ostali turistični dejavniki kot so: gostinska ponudba, podjetja, podjetniki, objekti, infrastruktura ter dogodki.

Turistični ponudniki, podjetja in podjetniki

- Kmetija Štefančič – živinoreja, sirarna, programi za otroke; pomoč in delo z živalmi kot doživetje, vožnja s lesenim vozom
- Ekološka kmetija Skender – ekološka kmetija z blagovno znamko BIODAR, ovčereja in sadjarstvo
- Kmetija Padovac – živinoreja, konji, prostor za šotorišče – taborniki, kmečki turizem, nosilka geografskega porekla Kostelska rakija
- Ribiško športni center Alen Klarič, s.p. – rafting, spust s kajaki, kanuji, airsoft
- Čebelarstvo Jakšič
- Čebelarstvo Šnajdar Žarko
- Lončarstvo in keramika, Enes Elezovič – prodaja raznih keramičnih izdelkov
- Uskok polnilnica mineralne vode in vod z okusi Costella d.d.
- Castellum inženiring, turizem, gostinstvo, trgovina d.o.o.
- Kaptol, Družba za gostinstvo, turizem in storitve, d.o.o.
- ENO LL, Zavod za razvoj človeških potencialov v Svetu Kolpe, Kostel
- ASHE, družba za svetovanje, d.o.o

- LOBIČ MLIN, mlinarstvo in turistične dejavnosti, d.o.o.
- MLIN GRBAC
- Sončna elektrarna in informacijski sistemi Voltis
- društva in organizacije (naštete v poglavju 1.12)

Gostinska ponudba

- Bar pri Papežu (Vas 3)
- Okrepčevalnica Bistro Štor (Brsnik 1)

Prireditveni objekti in infrastruktura

Prireditveni prostori na prostem se nahajajo v naselju Fara (pri osnovni šoli, pri cerkvi in pri polnilnici) in v naselju Banja Loka, Vas in Potok. Kot zaprti prireditveni prostor se poleg telovadnice osnovne šole (za večje prireditve, cca 100 -150 ljudi) in večnamenskega prostora v TRIS-u, (za manjše prireditve, cca 30-40 ljudi) uporabljajo tudi prostori društev v Potoku in večji sakralni objekti.

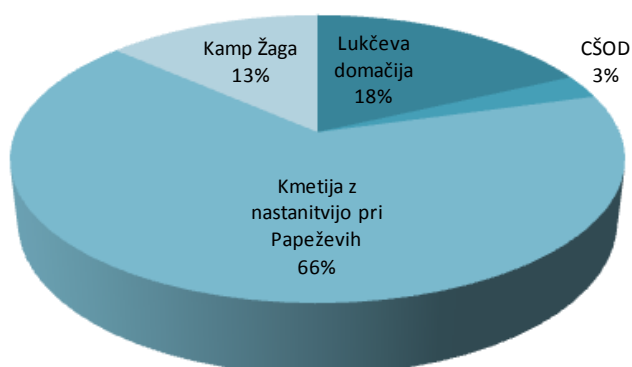
Za prireditve na področju športa in rekreacije se uporabljajo obstoječa športna igrišča (nogometno igrišče pri Fari, rokometno šolsko igrišče-zunanje, balinišče v Potoku, večnamensko igrišče v Banja Loki), vstopno izstopna mesta na reki Kolpi in sama reka Kolpa, obstoječe ceste za pohodništvo, kolesarjenje, rolanje, pešpoti za rekreativne pohode ter obstoječe konjeniške poti.

Prireditvene površine in objekte bi bilo potrebno ustrezno opremiti in urediti.

2.3 Prihodki od turistične dejavnosti

Prihodki gospodarskih subjektov, ki delujejo na območju občine Kostel, so minimalni in so v letu 2009 znašali le nekaj 10 tisoč evrov, kar daje vedeti, da je razvoj turizma, od katerega bi imeli koristi domačini, ponudniki in občina še v povojih. Proračun Zavoda za kulturo in turizem Kostel je v letu 2009 znašal okrog 100.000 evrov.

Zbrana sredstva turistične takse v letu 2009



Po podatkih občine Kostel so prihodki občine iz naslova turistične takse v letu 2009 skupaj znašali 565,72€. Struktura po nastanitvenih objektih je prikazana v grafikonu.

3. ANALIZA OBSTOJEČEGA TURISTIČNEGA POVRAŠEVANJA

Kostelska naselja ležijo neposredno ob glavni prometni povezavi med Kočevjem in Delnicami – poti, ki je še posebej v poletnih mesecih pomembna žila za dostop do severne Dalmacije in Gorskega Kotarja. Tranzitna lega Kostela tako močno vpliva na strukturo turističnih obiskovalcev, saj gre večinoma za enodnevne turiste, ki ne prenočujejo na območju občine.

Podatkov o enodnevnih obiskovalcih žal ni, saj nobena institucija ne spremlja obiska sistematično.

Uradni podatki o obisku so zanemarljivi. V obdobju med leti 2003 in 2008 je zabeleženih od 31 do 110 obiskovalcev, ki so ustvarjali od 31 do 222 nočitev. V letu 2009 je prišlo do očitnega premika v spremljanju obiska, saj se je število obiskovalcev povečalo na 1.260, nočitev pa na 3.321, vendar je tukaj težko govoriti o relevantnosti in natančnosti podatkov.

Tabela 4: Turistični obisk v občini Kostel v obdobju 2003 – 2009

	prihodi			nočitve			PDB		
	domači	tuji	skupaj	domači	tuji	skupaj	domači	tuji	skupaj
2003	86	24	110	158	50	208	1,84	2,08	1,89
2004	80	23	103	170	31	201	2,13	1,35	1,95
2005	40	41	81	142	80	222	3,55	1,95	2,74
2006	24	29	53	47	57	104	1,96	1,97	1,96
2007	32	20	52	47	28	75	1,47	1,40	1,44
2008	24	7	31	24	7	31	1,00	1,00	1,00
2009	1.247	13	1.260	3.308	13	3.321	2,65	1,00	2,64

Vir: SURS

Povprečna doba bivanja turistov je v obdobju 2003 – 2008 konstantno padala in celo dosegla številko 1, ko se je v letu 2009 povzpela na 2,6 dni.

Po podatkih občine Kostel je število nočitev bilo nekaj krat višje, kot ga navajajo uradni podatki SURSa, vendar kljub temu izrazito nizko. V letu 2009 je zabeleženih le okrog 650 nočitev turistov.

Tabela 5: Turistični obisk v občini Kostel v obdobju 2003 – 2009

	nočitve		
	TT	brez TT	skupaj
2006	502	9.058	9.560
2007	489	8.435	8.924
2008	823	9.438	10.261
2009	646	8.308	8.954

Vir: Občina Kostel, 2010

Podatki občine kažejo pomen mladinskega turizma v občini, ki ga v tej obliki kot nastopa v okvirju Centra šolskih in obšolskih dejavnosti Kostel, niti ne moremo kategorizirati kot »turizem«. Namreč gre za obisk šoloobveznih otrok, ki v destinaciji preživljajo čas v okvirju šole v naravi. Večino obiskovalcev Kostela (ki prenočijo) predstavljajo prav te otroci, kateri v povprečju letno ustvarijo 8.000 do 9.000 nočitev, kar po podatkih Občine znaša 90 – 95% vseh nočitev.

4. ANALIZA OBSTOJEČIH AKTIVNOSTI NA PODROČJU TRŽENJA TURISTIČNE PONUDBE

V preteklih letih je bilo narejenega veliko na področju trženja destinacije Kostel tako samostojno, kot tudi v okvirju drugih makro destinacij (Svet Kolpe, Od Idrijce do Kolpe, ...).

Aktivnosti na področju trženja so se koncentrirale predvsem na naslednje:

- udeležba in predstavitev na sejnih
- promocija na prireditvah - Tamburanje va Kostelee, festival Etnokostel, ...
- oglaševanje na radijskih postajah - Univox, Sraka, Radio 1, Radio Delnice, Val 202, Radio Krka, Zeleni val
- oglaševanje v časopisih in glasilih – občinsko glasilo »Obzeranje po Kostelee«, Delo, Finance, Podjetnik, Kočevski kam, Utrip, Rešeto,...
- elektronska pošta, forumi in oglaševanje na drugih spletnih portalih
- po pošti - propagandni material po gospodinjskih na območju Kostela, Osilnice, Kočevja in tistim gostom, ki so že obiskali pokrajino; seznanjanje z najnovejšo ponudbo, cenami, storitvami,...
- sodelovanje z drugimi TIC-i
- promocijska darila - darila z dodano vrednostjo Sveta Kolpe
- plakati, letaki
- ustna propaganda

Za promocijo turizma v občini Kostel se intenzivno uporabljajo različne promocijske brošure in zloženke za posamezne turistične produkte. Trenutno obstoječe promocijsko gradivo obsega:

Promocijsko gradivo Svet Kolpe:

- Zgibanka Svet Kolpe
- Vodnik v Svet Kolpe
- Stara šola TRIS
- Meditativna pot Čarobni svet Fare (delovni zvezek)

Ostalo promocijsko gradivo:

- Ponudniki žganja z geografskim poreklom »Kostelska rakija« in »Kočevskega gozdnega medu« z zaščiteno označbo porekla
- Različno promocijsko gradivo turističnih in drugih ponudnikov
- Različni programi izletov
- Program meditativne poti
- Reka Kolpa
- Kostelske pešpoti
- Naravne znamenitosti Kostela
- Program prireditev za obdobje koledarskega leta

Promocijsko gradivo TŠD Kostel:

- Zgodovinski park Kostel
- Pokrajina Kostel ob Kolpi
- Slap Nežica, Gavge, Kurja glavica, Hribska stena
- Kostelske peš-poti
- Kostelska – Trška pešpot
- Po Kostelski grajski poti
- Srobotnik
- Rajšele: Kip Krošnjarja, Obnovljen kal

Dejavnosti TIC-a na področju turizma

TIC Kostel opravlja informacijsko dejavnost na področju turizma pod okriljem Zavoda za kulturo in turizem Kostel, ki ga je ustanovila občina Kostel, dne 20.06.2008.

Osnovna naloga TIC-a je oblikovanje, podajanje in sprejemanje turističnih informacij, organizacija ogledov kulturne in naravne dediščine ter raznih delavnic, prodaja spominkov, predstavitev turistične ponudbe in turističnih ponudnikov iz območja Kostela, Sveta Kolpe in LAS-a Po poteh dediščine od Idrijce do Kolpe ter širše. Ponuja povezovanje domačih turističnih ponudnikov med seboj in predvsem s potencialnimi gosti.

Izdelava spletne strani in njeno stalno ažuriranje s tekočimi informacijami z območja Kostela, povezave z drugimi informativnimi spletnimi mrežami s projektnega področja so nujne naloge TIC-a, saj ima internet kot komunikacijski kanal velik pomen, ki se bo v prihodnosti še dodatno krepil. Spletna stran bo izdelana v letu 2010.

Druge pomembne aktivnosti v pisarni TIC-a so priprava različnih dogodkov, turističnih ponudb dnevnih programov obiska in večdnevnih dogodkov v Kostelu, v povezavi z lokalnimi nosilci turizma, sodelovanje na sejmih ter pri organizaciji tradicionalnih domačih prireditev ter ustvarjanje novih dogodkov v sodelovanju z društvi in posamezniki.

5. SWOT ANALIZA

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Bogatost z vitalno – energijskimi centri • Ohranjena naravna in kulturna dediščina • Dobro čezmejno sodelovanje • Neodkritost, neraziskanost območja • Zavedanje pomena turistične dejavnosti • Razumevanje in podpora lokalne skupnosti • Vključenost v makrodestinacije • Bogastvo vode 	<ul style="list-style-type: none"> • Nezmožnost upravljanja z gradom Kostel – enim ključnih turističnih proizvodov • Nerazvita turistična ponudba • Nepovezanost obstoječih ponudnikov • Pomanjkanje nočitvenih kapacitet • Pomanjkljivost gostinske ponudbe • Demografska ogroženost in redka poseljenost • Beg možganov • Pomanjkljivo promocijsko gradivo • Majhna zainteresiranost krajanov za turizem • Pomanjkanje finančnih sredstev za zagon turistične dejavnosti posameznikov • Pomanjkanje kadra

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Prenos upravljanja gradu Kostel na lokalni nivo • Tranzitna lega, pretok turistov • Pridobivanje tujih investitorjev • Oblikovanje privlačnih in kakovostnih turističnih produktov • Razvoj celoletnega turizma • Oblikovanje poglobljenega, zdravilnega turizma v sožitju med človekom, naravo in prostorom • Inovativen pristop k organizaciji in vzpostavitvi turistične ponudbe • Ponudba visoke kakovosti, skrb in posvečanja posamezniku, udobje, dobro počutje, vrednote, ki vplivajo na čustva • Osredotočanje na zahtevnejši segment gostov, ki so mobilni in naklonjeni pristnim in intenzivnim doživetjem • Izpostavljanje avtentičnosti narave, ponudbe, dobrodošlice, drugih storitev 	<ul style="list-style-type: none"> • Masovni turizem • Cenejša destinacija s podobno ponudbo npr.: na Hrvaškem • Nezadostna povezanost različnih akterjev na področju turizma • Nerazumevanje države za razvoj turistične dejavnosti • Neizpolnjevanje pričakovanj turistov • Nerazumevanje lokalne skupnosti za razvoj turistične dejavnosti • Onesnaževanje naravne dediščine, uničevanje, nezadostna skrb za ohranjanje kulturne dediščine • Premalo finančnih sredstev za uresničevanje vizije • Neustrezno, pomanjkljivo ali nestalno zagotavljanje turistične ponudbe posameznikov • Izčrpanost vitalno – energijskih centrov • Selektivna raba razvojnih potencialov

<ul style="list-style-type: none"> • Vstop na hrvaški trg na osnovi dobrega čezmejnega sodelovanja • Urejenost območja • Spodbujanje podjetniškega duha • Izobraževanje turističnih ponudnikov, animatorjev in ostalih sodelujočih • Čezmejno sodelovanje s Hrvaško (skupni razvoj destinacije ob Kolpi, načrtovanje produktov, ...) • Povezovanje ponudbe z morskimi in smučarskimi centri na Hrvaškem • Kritično spremljanje učinkov razvoja strategije turizma in uvajanje novih sodobnih inštrumentov podpore turizmu 	<p>kraja lahko privede do enostranskega razvoja, prevelike odvisnosti od ene same dejavnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podaljševanje krize na emitivnih trgih • Izguba simpatije zaradi negativne promocije, političnih ali drugih dogodkov
--	--

Občina Kostel ima izjemno kvalitetne resurse za razvoj turizma, ki v tej fazi razvoja predstavljajo neizkoriščen potencial. Skladno z globalnimi trendi in zmožnostmi lokalnega okolja je potrebno oblikovati take turistične proizvode, ki bodo visoko atraktivni ter predvsem trajnostni, saj je cilj razvojnih aktivnosti turizma izboljšati gospodarsko stanje območja in zagotoviti blaginjo lokalnega prebivalstva, zagotoviti investitorjem ustrezne donose ter predvsem razvijati se v skladu z nosilnostjo okolja in ohraniti primarne resurse, ki so osnova za razvoj sonaravnega turizma.

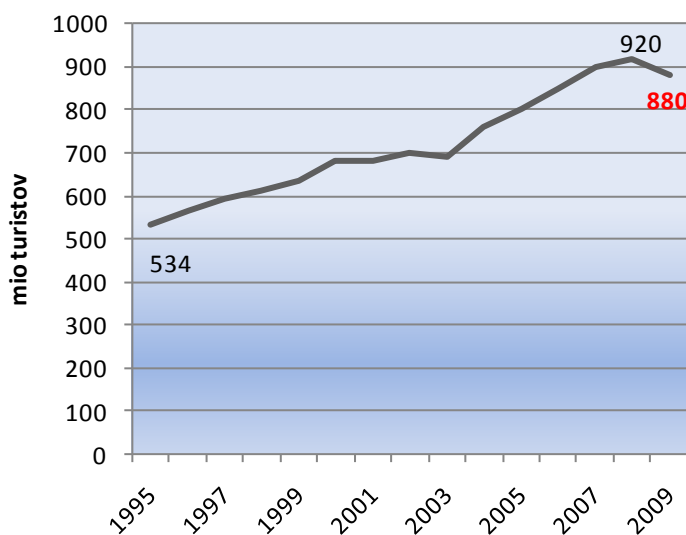
Pomembno je ohraniti obstoječe prednosti destinacije in jo nadgrajevati z uresničevanjem priložnosti, ki se ponujajo, vendar je ob tem potrebno biti pozoren na nevarnosti okolja, ki lahko negativno vplivajo na razvoj ali ga celo ogrožajo.

STRATEGIJA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA NA OBMOČJU OBČINE Z IZVEDBENIMI UKREPI IN AKTIVNOSTMI

6. TRENDI RAZVOJA TURIZMA

6.1 Turizem in gospodarska kriza

V preteklih nekaj desetletjih je turizem zaznamovala hitrejša rast, kot je veljala za splošno gospodarstvo. Vendar sta svetovna gospodarska kriza in globalna recesija izrazito zaznamovale turistično gospodarstvo v preteklih dveh letih. Čeprav se kažejo znaki okrevanja, krize še zdaleč ni konec. Potrebno bo veliko naporov, da se globalna turistična dejavnost vrne na stare tirnice razvoja in rasti, ampak dolgoročna rast turistične dejavnosti s tem ni ogrožena.



Po štirih letih povprečne rasti svetovnega turizma po stopnji 3,6% v drugi polovici leta 2008 je prišlo do značajnega krčenja obsega potovanj. Posledično je bila stopnja rasti v letu 2008 podpovprečna in znašala le 1%. Negativen vpliv gospodarske krize se je nadaljeval v letu 2009. Prva polovica leta 2009 je napovedovala katastrofalne rezultate s padcem povpraševanj do 7% v primerjavi z istim obdobjem preteklega leta, vendar je dvig zaupanja potrošnikov v drugi polovici leta pozitivno vplival na

končne letne rezultate. Padec povpraševanja je bil tako nižji od pričakovanega in je znašal 4% v primerjavi z letom prej oz. le okrog 880 mio prihodov. Padec prihodkov iz naslova turizma je bil nekoliko višji – 6% ter je v letu 2009 znašal 611 mrd EUR.

Zadnji delni rezultati so ustvarili precej bolj optimistične napovedi za leto 2010. Strokovnjaki UNWTO napovedujejo stopnje rasti, blizu dolgoročnemu povprečju, katero je UNWTO zastavil kot cilj razvoja svetovnega turizma do leta 2020. Tako naj bi v letu 2010 zabeležili 3-4% stopnja rasti števila prihodov, katerih geografska disperzija bo zelo različna. Najvišje stopnje rasti so napovedane destinacijam Bližnjega Vzhoda (do 9%), Evropo pa naj bi po 6% padcu v letu 2009 zaznamovala manjša 1-3% rast povpraševanja v letu 2010. Ob tem je pomembno izpostaviti, da so zaradi padca, izhodiščni primerjalni obsegi povpraševanja nižji, kar tudi vpliva na rezultat.

Po predvidenem okrevanju naj bi svetovni turizem v letu 2011 ponovno dosegel vrednosti zabeležene v prvi polovici 2008.

Delež turizma v svetovnem BDP-ju se bo po predvidevanjih z 9,6% v preteklosti, v letu 2010 znižal na 9%. Prišlo bo do krčenja investicijskih vlaganj v turistično infrastrukturo in zmanjšanja števila zaposlenih v turističnih in s turizmom povezanih dejavnostih.

Kljub negativnim številkam, ki trenutno zaznamujejo svetovno turistično dejavnost, napovedi kažejo, da bo turizem v prihodnjem desetletju ostal generator globalnega razvoja in rasti kakor tudi najpomembnejši generator novih delovnih mest. Zagon ponovnemu razvoju bodo dale predvsem države BRIC, kjer bo z rastjo srednjega razreda ustvarjeno na milijone novih popotnikov.

Dolgoročno naj bi turizem ohranjal povprečno 4% realno letno rast ter leta 2019 dosegel 275 milijonov zaposlenih, kar predstavlja 8,4% vseh zaposlenih.

6.2 Aktualni trendi na slovenskem turističnem trgu

Po podatkih SURSa je Slovenijo v letu 2009 obiskalo 2.722.002 turistov, kar je za 1,6 % manj kot leto prej, ko je zabeležen največji obisk do sedaj, in sicer 2.766.194 turistov. Število domačih gostov se je povečalo za 5,9% v primerjavi z letom prej, za prav toliko pa se je zmanjšalo število tujih gostov.

Zaradi padca števila prihodov se je posledično znižalo tudi število ustvarjenih nočitev, ki je v primerjavi z letom 2008 bilo za 1,3% nižje in je znašalo skupaj 8.302.231 nočitev. Zmanjšan obisk tujcev je rezultiral v 6,5% znižanju števila tujih nočitev, medtem ko so domači gosti ustvarili za 5,8% več nočitev kot leto prej. Posledično je prišlo tudi do sprememb v strukturi nočitev, saj je delež tujih padel na 54,5%, domačih pa se povečal na 45,5%.

Skladno s trendi, ki so posledica gospodarske krize, se število domačih turistov, v primerjavi s tujimi povečuje. Tudi v Sloveniji je ta trend izrazit, saj je v dveh kriznih letih – 2008 in 2009 prišlo do absolutnega in relativnega znižanja števila nočitev tujih gostov. V letu 2008 je bil ta padec manj izrazit, medtem ko se je v zadnjem letu izrazito povečal. Tako se je delež nočitev tujih gostov iz leta 2007, ko je znašal 58,9, znižal na 54,5 v letu 2009. V letu 2010 je pričakovati, da se bo ta trend nadaljeval in se bo delež tujih gostov približal 50%.

Parcialni podatki za prvo polovico leta 2010 kažejo na izboljšanje obiska tako s strani domačih, kot tudi tujih turistov (v primerjavi z enakim obdobjem preteklega leta). Rast obiska domačih turistov je izrazitejša, medtem ko število tujih gostov narašča počasneje. Leto 2010 prav tako zaznamuje trend zniževanja povprečne dobe bivanja, ki je v letu 2009 znašala 3,05 dni, saj se število turistov hitreje povečuje kot število ustvarjenih nočitev.

Po številu obiskov se tradicionalno na prvem mestu nahajajo **italijanski turisti**, ki so poleg **Srbov** edini med desetimi najpomembnejšimi emitivnimi trgi, ki so zabeležili povečanje obiska v letu 2009 v primerjavi z letom prej. Bližina in privlačnost za Italijane in ukinitve viz

za Srbe je bil očitno močnejši motiv kot gospodarska kriza. Večina najpomembnejših emitivnih trgov je beležila padec povpraševanja. Največji padec povpraševanja je zabeležen iz Združenega Kraljestva (-23,1%), **Hrvaške** (-13,8%), **Nemčije** (-11,1%), Francije (-7,5%) in Madžarske (- 6,6 %). Med manj pomembnimi trgi je največji padec zabeležen pri turistih iz **Skandinavskih** (- cca 25%), **Baltskih** (25 – 50%) in Afriških držav (-45%), ZDA (-25%) in Avstralije (-22%).

Večje povpraševanje v letu 2009 je zabeleženo predvsem iz Malte (110%), Grčije (14,9%), Romunije (11,8%), Japonske (14%), Kitajske (11%) in drugih azijskih držav (18,5%).

Slovenski turizem je v zadnjem času začel prepoznavati izzive, ki jih prinašajo vse bolj jasno izražene spremembe na mednarodnem trgu, tako na področju ponudbe kot tudi povpraševanja – gre za trajnostni turizem, ki upošteva okoljsko, gospodarsko in družbeno trajnost, je odgovoren ter se prilagaja podnebnim spremembam in blaži njegove vplive – turizem, za katerega se na mednarodnem turističnem trgu vse bolj uporablja termin ZELENI TURIZEM.

6.3 Trendi v mednarodnem turizmu

Nenehne naravne in družbene spremembe vplivajo na razvoj turizma in na trende turističnega trga. Teroristični napadi, izbruh gripe H5N1, in podobna tveganja so vplivali na spremembe v načinu življenja in potovanja. Ena izmed ključnih skrbi turistov je postala **skrb za varnost**. Sicer pa so se ljudje privadili, da živijo v »nevarnem svetu«, saj različni nevarni dogodki nimajo več bistvenega vpliva na obseg potovanj. Podobno lahko ugotovimo tudi, da so ljudje sprejeli **zdravstveno tveganje**.

Ljudje se še vedno bolj odločajo **za krajša potovanja**, kar je delno posledica sprememb v načinu življenju, delno pa tudi vpliv krize, za katerega menimo, da bo le kratkoročen. Sicer se v obdobju okrevanja po krizi pričakuje okrepitev daljših, čezoceanskih potovanj, predvsem zaradi znižanja cen letalskih vozovnic za oddaljene destinacije, vendar bodo kljub temu na večni trgov še vedno prevladovala domača in regijska potovanja.

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

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

Vedno večjo prednost pred destinacijami dobivajo doživetja in aktivnosti, kar pomeni da se zvestoba destinacijam zmanjšuje in se trend obrača k raziskovanju novih, avtentičnih destinacij. Zaradi tega bodo morale nacionalne in lokalne turistične organizacije biti bolj kreativne pri trženju in promociji, ponudniki pa pri oblikovanju turističnih produktov in

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

Vedno več je tudi t.i. »hibridnih« **potrošnikov**, ki iščejo kombinacijo luksuznega hotela z nizko cenovnim letom, ali npr. en večer restavracijo s hitro prehrano, drugič pa luksuzno restavracijo. Vsekakor ne moremo več pričakovati lojalnosti turistov posamezni destinaciji oziroma določenemu turističnemu proizvodu.

Turizem – ekološki. zdravilen. sonaraven. sproščujoč.

Slovenija imenujemo tudi »zelena dežela« in ne brez razloga, saj velja za tretjo najbolj gozdnato deželo v Evropi, čigar več kot tretjina ozemlja je uvrščena v območja Nature 2000. Zelenost in gozdnatost ter ohranjenost narave je na različnih območjih v Sloveniji različna. Polnost naštetih pojmov še posebej pride do izraza v nekaterih pokrajinah in območjih, katera so zares uspela ohraniti pristnost in neposreden stik z naravo in njenimi resursi. Eno takih območij je prav gotovo dolina reke Kolpe in Kostelsko območje. Dokaz temu je tudi dejstvo, da se celotna površina občine Kostel nahaja v zaščitenem območju Nature 2000.

Podnebne spremembe, povečanje zavesti o pomenu naravne in kulturne dediščine, predvsem njenega ohranjanja za naslednje rodove ter tudi zadnja gospodarska kriza, ki je najbolj prizadela turistične destinacije masovnega turizma so vplivali na spremenjeno vedenje potrošnikov in turističnih ponudnikov, ki se vedno bolj zavedajo pomena razvoja trajnostnega in sonaravnega turizma. Turisti vedno pogosteje iščejo zelene, odgovorne in avtohtonne destinacije, ki temeljijo na trajnostnih oblikah turizma. Le-te postajajo nujna smer nadaljnjega razvoja, saj bo le takšen turizem, ki temelji na ekonomski uspešnosti turističnega poslovanja ter je hkrati prizanesljiv in konstruktiven do naravnega, kulturnega in socialnega okolja, konkurenčen tudi v prihodnosti.

Ekoturizem, katerega poimenujejo tudi ekološki, podeželski, alternativni in v zadnjem času zeleni turizem, postaja vedno bolj izrazit trend na turističnem trgu, ki bo v prihodnosti dobival še večji pomen in oblikoval koncept naravne oz. zelene destinacije. Gre za okolju prijazno obliko turizma, ki izkorišča danosti okolja in naravne ter kulturne resurse, s pomočjo katerih oblikuje atraktivne in tržno zanimive turistične proizvode, vendar ob tem skrbi za trajnost resursov in ohranjanje pristnosti okolja. Za (turistično) nerazvita področja ekološki turizem pomeni visok razvojni potencial v okviru sonaravnega trajnostnega razvoja z ugodnimi vplivi, predvsem na ekonomsko-socialnem področju.

Ekoturizem predstavlja koncept, ki ga sestavljajo številni pod-produkti, kot so eko-prehrabena ponudba in nastanitve, eko-prevozna sredstva, ohranjeno socio-kulturno okolje, tradicionalna arhitektura, bivanjski ambient s tradicionalnim načinom življenja, varovana območja, ekološka neoporečna pitna voda iz javnih zajetij, izvirov, vodnjakov,

ekoturistične tematske, pohodne in kolesarske poti, neoporečne kopališke vode, čist zrak ter urejeno in ekološko neoporečno okolje.

Pri zelenem turizmu gre za okolju prijazna trajnostna potovanja v destinacije, kjer so naravna in kulturna dediščina primarne atrakcije in kjer so vplivi podnebja minimizirani. Izbiranje zelenih potovalnih opcij pomeni podporo lokalnim ponudnikom, nakupu izdelkov domače obrti, uporabo storitev lokalnih prebivalcev, s ciljem pomagati njihovem gospodarstvu in čim bolj zmanjšati negativne vplive na okolje in družbeno skupnost (STO, 2009).

7. VIZIJA IN CILJI RAZVOJA DO 2015

7.1 Vizija razvoja turizma

Območje občine Kostel se bo razvilo v uspešno turistično destinacijo, ki bo svojo prepoznavnost gradila na **ohranjeni kulturni in naravni dediščini ter sožitju narave, prostora in človeka**.

Privabljala bo **ekološko osveščene goste**, ki bodo **energijski potencial** narave in **bogastvo vodnega sveta** koristili za **sprostitev in duhovno rast**.

Butična ponudba turistične destinacije Kostel bo tako zadovoljila pričakovana **specializiranih segmentov gostov**, domačemu prebivalstvu pa bo turizem odpiral možnosti razvoja, rasti ter **splošno blagostanje**.

Vizija razvoja turizma z navedenimi cilji pomeni javni interes v občini Kostel na področju turizma.

7.2 Cilji do leta 2015

Cilji strategije temeljijo na detajlni analizi obstoječega stanja turizma in resursov v občini Kostel, viziji, ki definira okvir bodočega razvoja turizma, aktualnih trendih povpraševanja in ponudbe ter potencialih, za katere je ocenjeno, da so pomembni in omogočajo razvoj turizma na območju.

Cilji so združeni v dve ključni kategoriji, in sicer kvantitativne in kvalitativne cilje.

Kvantitativni cilji so natančni, specifični, izraženi številčno in predvsem merljivi. Z njimi izražamo tiste kategorije, ki jih lahko zelo natančno opredelimo s konkretnimi količinami in jih v prihodnosti spremljamo in natančno primerjamo z izhodiščnimi podatki.

1. Povečanje števila prenočitvenih kapacitet

Podatki za leto 2010 kažejo, da občina Kostel razpolaga s skupaj 127 turističnimi ležišči. Cilj do leta 2015 je to število podvojiti, predvsem na račun bolj kvalitetnih nastanitvenih objektov, ki bodo tržno naravnani in razpoložljivi celo leto. V letu 2015 predvidevamo **260 ležišč**.

Tabela 6: Kapacitete v letu 2015

	2010	2015
turistične kmetije	27	50
kamp Žaga	40	40
turistično naselje	0	80
zasebni	0	30

APP/sobodajalstvo		
SUM tržno	67	200
ČŠOD	60	60
SUM	127	260

Vir: Lastni izračuni, 2010

2. Povečanje števila prenočitev

Število zabeleženih prenočitev v občini Kostel je z izjemo nočitev, ki jih ustvari ČŠOD, izrazito nizko. Nujen je tržni pristop k razvoju turizma, ki bo ustvarjal prihodke in ustvarjal koristi ponudnikom in lokalnemu prebivalstvu. Glede na različno privlačnost posamezne vrste nastanitvenih kapacitet za različne motivacijske segmente gostov, kakor tudi glede na trajanje sezone, so predvidene različne stopnje zasedenosti posameznih kapacitet. V Kostelu naj bi se v letu 2015, skupaj z upoštevanjem prenočitev otrok v okviru ČŠOD, ustvarilo **36.900 nočitev**.

Tabela 7: Obseg turističnih nočitev v letu 2015

	2009	2015
turistične kmetije	719	5.400 ¹
kamp Žaga	103	1.440 ²
turistično naselje	0	14.400 ³
zasebni APP/sobodajalstvo	0	2.700 ⁴
SUM tržno	822	23.940
ČŠOD	8.132	12.960 ⁵
SUM	8.954	36.900

Vir: Lastni izračuni, 2010

3. Povečanje števila turistov

Skladno s povečanjem števila nočitev je predvideno povečanje števila obiskovalcev Kostela. Glede na vrsto nastanitvenih kapacitet so predvidene različne povprečne dobe bivanja. **Število turistov** v letu 2015 naj bi doseglo **12.816**.

Tabela 8: Obseg turističnih nočitev v letu 2015

	2015
tržno	9.576 ⁶
ČŠOD	3.240 ⁷
SUM	12.816

Vir: Lastni izračuni, 2010

¹ Ob predpostavki celoletnega obratovanja in 30 % zasedenosti ležišč

² Ob predpostavki 4-mesečnega obratovanja in 30 % zasedenosti ležišč

³ Ob predpostavki celoletnega obratovanja in 50 % zasedenosti ležišč

⁴ Ob predpostavki celoletnega obratovanja in 25 % zasedenosti ležišč

⁵ Ob predpostavki celoletnega obratovanja (za aktivnosti šolskih otrok in kot hostel) in 60 % zasedenosti ležišč

⁶ Ob upoštevanju predvidenega števila nočitev in PDB 2,5 dni

⁷ Ob upoštevanju predvidenega števila nočitev v ČŠOD in PDB 4 dni

4. Povečanje povprečne dobe bivanja

Povprečna doba bivanja vseh obiskovalcev Kostela (z upoštevanjem bivanja šolskih otrok) naj bi do leta 2015 znašala **2,9 dni**.

Kvalitativni cilji so izraženi opisno in so težje merljivi, vendar je pri realizaciji strategije prav tako potrebno biti pozoren nanje ter njihovo uresničevanje.

5. Sonaraven in trajnosten razvoj turizma – razvoj turizma, ki bo ohranjal obstoječe resurse, jih zaščitil, vendar ustrezno valoriziral in tržno ovrednotil.

6. Oblikovanje novih turističnih proizvodov – popestritev turistične ponudbe z novimi proizvodi, ki bodo komplementarni integralnemu turističnemu proizvodu Kostela.

7. Izboljšanje kvalitete fonda nastanitvenih kapacitet – razvijati kapacitete, ki so v skladu s povpraševanjem posameznega segmenta in v skladu s trendi.

8. Povečanje dostopnosti in urejenosti obstoječih turističnih točk – urejanje varnih dostopov do turističnih znamenitosti, ki bodo prilagojeni tudi osebam s posebnimi potrebami

9. Razvoj in promocija krovne blagovne znamke – oblikovanje blagovne znamke turistične destinacije Kostel ter njena promocija do ravni mednarodne prepoznavnosti. Blagovna znamka destinacije Svet Kolpe že obstaja in se jo ustrezno uporablja v komunikaciji. Kljub dejstvu, da gre za že uveljavljeno blagovno znamko, s katero komunicirajo tako hrvaške kot tudi slovenske turistične destinacije ob zgornjem toku reke Kolpe, se je potrebno zavedati, da omenjena blagovna znamka pokriva mnogo širše območje. Zaradi tega je potrebno razviti blagovno znamko destinacije Kostel, ki bo imela neposredno povezavo z znamko Svet Kolpe, vendar bo izražala identiteto Kostela kot samostojne mikrodestinacije znotraj širše destinacije.

10. Promocija turističnih produktov in ponudbe – spodbujanje intenzivne promocije turistične ponudbe destinacije na različne načine, skladno z načrtom tržnega komuniciranja doma in v tujini

11. Spodbujanje podjetniške iniciative med lokalnim prebivalstvom – prizadevati si, spremeniti miselnost lokalnega prebivalstva, ki bi z ustanavljanjem manjših podjetij in razvojem podjetniških dejavnosti, lahko izrazito vplivali na kvaliteto življenja na območju

12. Maksimizacija izkoriščenosti sredstev EU skladov – Zagotavljati in spodbujati razvoj podeželja in turizma s pomočjo mehanizmov evropskih razvojnih skladov.

13. Spodbujanje razvoja domačih obrti – vključevanje lokalnega prebivalstva v razširjeno turistično ponudbo – zanimivost z vidika spoznavanja tradicije in nakupa tipičnih avtohtonih izdelkov kot spominkov.

- 14. Razvoj celoletnega turizma** – razvoj turističnih proizvodov in aktivnosti, ki bodo zagotavljali povpraševanje tekom celega leta. Resursi na območju Kostela omogočajo bolj intenziven razvoj turizma v toplejšem delu leta (narava, Kolpa, ...), zaradi česar je potrebno iskati priložnosti v povezovanju s sosednimi destinacijami tako na slovenski kot tudi na hrvaški strani Kolpe, predvsem Gorskim Kotarjem (smučišče Petehovac nad Delnicami) in hrvaško jadransko obalo (privabljanje številnih poletnih obiskovalcev v zaledje Jadrana).
- 15. Ustvarjanje novih delovnih mest** – skozi razvoj novih turističnih produktov, izgradnjo turistične infrastrukture in razvoj podjetništva ustvariti nova delovna mesta
- 16. Spodbujanje zmanjšanja izseljevanja, predvsem mladih** – predvsem skozi odpiranje novih delovnih mest, ki bi mlade zadržala v kraju ter spodbujanje podjetništva med mlajšo generacijo.
- 17. Izboljšanje ekonomskega stanja prebivalstva v občini** – s povečanjem turističnega obiska in razvojem podpornih dejavnosti se zagotavlja večji pritok denarja v občino (tako v javno blagajno kot tudi v podjetja lokalnih ponudnikov), ki bo zvišal standard lokalnega prebivalstva
- 18. Spodbujanje ekološke zavesti prebivalstva in lokalnih ponudnikov** – potrebno je spodbuditi lokalno prebivalstvo k bolj ekološko usmerjenemu obnašanju (energetska učinkovitost, recikliranje in ločevanje smeti, ...), kakor tudi lokalne ponudnike turističnih storitev in kmetovalce k integriranju ekološkega koncepta v vse vidike delovanja. Pomembna je predvsem usmeritev kmetov v ekološko pridelavo, ki bi bila ključ razvoja avtohtonega, trajnostnega in eko turizma v Kostelu. Poleg tradicionalnih oblik kmetijstva se morajo kmetje usmeriti v nove/stare kmetijske dejavnosti, ki so v skladu s trendi modernega, zdravega načina življenja, ki se umika v naravo (zeliščarstvo, nabiranje gozdnih plodov, sadjarstvo, ...).
- 19. Izobraževanje kadrov za delo v turistični in turizmu podpornih dejavnostih** – skozi organizacijo izobraževanj, delavnic in strokovnih usposabljanj zagotoviti kvaliteten kader, ki bo v prihodnosti sposoben zagotoviti kvalitetno turistično storitev.
- 20. Spodbujanje delovanja društev** – spodbujati aktivnosti društev in organizacij na področju turizma, kulture, športa in drugih s turizmom povezanih področjih, ter spodbujati njihovo povezovanje in sodelovanje, predvsem z vidika organizacije dogodkov, razstav, izobraževanj, ...

8. RAZVOJNA MATRIKA PROIZVODOV

Razvoj turistične destinacije mora biti vedno ciljno orientiran in jasno usmerjen, kar zagotovi konsistentnost in minimizira možnost stihijskega razvoja, ki ne zagotavlja ustrezno valorizacijo resursov. Destinacije mnogokrat razpolagajo z zelo različnimi resursi, ki omogočajo razvoj širokega spektra turističnih proizvodov, vendar je ključno, da se postavijo prioritete razvoja, ki bodo zagotovile maksimizacijo učinkov na okolje, investitorje, lokalno prebivalstvo in lokalne oblasti. Definiranje prioritet je pomembno za destinacijo predvsem z dveh vidikov:

- omejenosti investicijskih/razvojnih sredstev – sredstva so omejena, zaradi česar je potrebno narediti alokacijo, ki bo zagotovila največje multiplikativne učinke za deležnike turizma
- razvoja konkurenčne prednosti destinacije – destinacija se mora usmeriti v intenziven razvoj le nekaterih turističnih produktov, ter na izbranem področju razvijati konkurenčne prednosti. Na svetu namreč ne obstaja niti ena destinacija, ki je konkurenčna v vseh turističnih produktih.

Pomembno orodje, namenjeno strateškemu načrtovanju, ki ima veliko aplikativno vrednost na področju strateškega razvoja produktov v turistični destinaciji je t.i. General Electrics/McKinseyeva matrika. S pomočjo te matrike bomo analizirali notranje in zunanje dejavnike, ki definirajo potencial razvoja posameznih turističnih produktov v Kostelu ter definirali prioritete produkte, ki morajo (p)ostati nosilci turističnega razvoja v destinaciji.

Pri definiranju prioritetnih produktov razvoja sta uporabljena dva ključna kriterija, in sicer:

- **Atraktivnost** oz. privlačnost posameznega turističnega proizvoda
Ta kriterij upošteva predvsem zunanje dejavnike, med katerimi predvsem
 - Velikost trga
 - Turistični trendi
 - Stopnje rasti
 - Spremenljivost povpraševanja
 - ...
- **Konkurenčnost** proizvoda na trgu.
Upošteva predvsem notranje dejavnike, in sicer
 - Tržni delež
 - Ustvarjene donose
 - Kvaliteto
 - Zvestobo potrošnikov
 - Prepoznavnost produktne znamke
 - ...

Rezultat matrike je izbor tistih turističnih proizvodov, v katere se splača vlagati in ki bodo zagotovili maksimizacijo koristi udeležencev in destinacije.

		KONKURENČNOST		
		visoka	srednja	nizka
ATRAKTIVNOST	visoka	Intenzivno investirati <ul style="list-style-type: none"> PROGRAMI ZA REGENERACIJO, SPROŠČANJE IN DUHOVNI RAZVOJ - darilo Sveta Kolpe "TAMBURANJE VA KOSTELE" VODNO BOGASTVO (dežela vode) 	Investirati v izboljšanje konkurenčnosti <ul style="list-style-type: none"> KOLPA GRAD KOSTEL IZOBRAŽEVANJE IN OZAVEŠČANJE O SONARAVNEM BIVANJU EKO-ZDRAVILIŠKA VAS HIŠA TRADICIJE RIBOLOV 	Selektivno investirati - plan konkurenčnosti <ul style="list-style-type: none"> Kulturni turizem - programsko prepletanje izročil, posebnosti in dogodkov Konjeniške poti (jahanje) Eko počitnice na podeželju
	srednja	Investiranje v izboljšanje atraktivnosti <ul style="list-style-type: none"> Naravne znamenitosti ENERGIJA NARAVE 	Selektivno investirati <ul style="list-style-type: none"> Kolesarjenje Gastronomija Tematske poti Šole v naravi Pohodništvo Prireditve Lokostrelstvo 	Upravljanje rasti <ul style="list-style-type: none"> Delavnice Raziskovanja Lov Športno plezanje Downhill kolesarjenje zmajarstvo Sakralna dediščina Tipični avtohtoni proizvodi (spominki)
	nizka	Selektivno investirati - plan atraktivnosti <ul style="list-style-type: none"> Razvoj tradicionalne kulture 	Kontrolirana rast <ul style="list-style-type: none"> Študijski izleti Enodnevni izleti 	Striktno upravljanje <ul style="list-style-type: none"> Camping Campering

Primarni produkti turistične destinacije

Sekundarni produkti turistične destinacije

Terciarni produkti turistične destinacije

9. TURISTIČNI PROIZVODI DESTINACIJE

Turistični proizvod je splet turističnih doživetij, turističnih zmogljivosti in storitev, ki zadovoljujejo potrebe turistov.

Izhajajoč iz razvojne matrike so v nadaljevanju opredeljeni turistični proizvodi destinacije Kostel glede na njihov potencial razvoja in stopnjo intenzivnosti vlaganj v razvoj le-teh. Združeni so v tri skupine, in sicer primarni, sekundarni in terciarni. Znotraj posamezne skupine so proizvodi razdeljeni v tri podskupine, glede na potrebne aktivnosti, ki so nujne za zagotavljanje razvoja posameznega turističnega produkta.

9.1 Primarna turistična ponudba

V primarno turistično strukturo so vključeni prioritetni turistični produkti, ki so najbolj atraktivni in najbolj konkurenčni in bodo v prihodnosti postali glavni nosilci turističnega razvoja v Kostelu.

Intenzivno investiranje

Intenzivno je potrebno vlagati napore v razvoj programov za regeneracijo, sproščanje in duhovni razvoj, tradicionalno kulturno-etnološko prireditve »Tamburanje va Kostelee« ter vodno bogastvo. Ti proizvodi so zelo konkurenčni v domačem in mednarodnem okolju, atraktivni in avtohtoni, niso pa še dovolj razviti. Potrebno je dodatno vlaganje v razvoj, atraktivnost in konkurenčnost.

- Programi za regeneracijo, sproščanje in duhovni razvoj – darilo Svet Kolpe
Ta proizvod predstavlja podlago za intenzivnejši sonaravni razvoj turizma na območju Kostela. Programi ponujajo neomejene možnosti vsem, ki želijo narediti nekaj zase in za druge. Možnosti vključevanja posameznika, skupin ali podjetnikov so izjemne. Zdravilna pokrajina Kolpe ponuja »pobeg« od enoličnega vsakdanjika, naporenega dela in divjega tempa življenja, mestnega vrveža in sivine asfalta, ter zagotavlja obnove življenjske energije, sprostitve, regeneracijo telesa, in razvoj duha.

Na širšem območju Kostela so identificirane in oblikovane vitalne energijske točke. Potrebna je ustrezna povezava in dopolnitev z različnimi aktivnostmi, ki bi zagotovile boljšo vključenost produkta litopunkturnih točk v ponudbo Kostela.

- »Tamburanje va Kostelee« je največja, najbolj prepoznavna in najbolj konkurenčna prireditve v občini. Njen izrazit pomen se skriva v promociji ostale turistične ponudbe v destinaciji in destinacije same. Vsakoletno večje zanimanje za prireditve zahteva zagotavljanje ustreznih prostorov, ki bodo omogočili sprejem večjega števila obiskovalcev.
- Vodno bogastvo predstavlja v občini izjemen potencial (Kolpa, slap Nežica, številni izviri, potoki, Costella,...) in pomembno konkurenčno prednost pred drugimi destinacijami.

Potrebno je urediti poti in zagotoviti dostopnost do teh naravnih resursov, ki obenem predstavljajo podlago za oblikovanje mnogih turističnih produktov, ki so s tem povezani.

Investiranje v izboljšanje konkurenčnosti

Identificiranih je šest primarnih turističnih produktov: Kolpa, grad Kostel, izobraževanje in ozaveščanje o sonaravnem bivanju, eko-zdraviliška vas, hiša tradicije in ribolov. Ti proizvodi so zelo atraktivni vendar manj konkurenčni zaradi slabe infrastrukture. Potrebno je povečevanje kakovosti resursov, storitev, infrastrukture in atrakcij ter posledično povečanje konkurenčnost teh proizvodov.

- Kolpa – asocira na naravo, ohranjenost, mirnost, v mislih obiskovalcev predstavlja oddih, sprostitvev, druženje, omogoča prostor za piknik, kopanje, spust z raftom, kajakom ali kanujem in mnogo drugih stvari. Da bo Kolpa postala kakovosten turistični produkt, ki bo lahko samostojno, kot tudi v povezavi z drugimi produkti privabljal obiskovalce, je potrebna natančna ureditev območja reke ter opredelitev con za različne dejavnosti, kot so: plavanje, ribolov, športni spusti, kakor tudi poskrbeti za parkirne prostore, parkovno opremo (klopi, mize, smetnjake, stojala za kolesa, označbe ...) in tudi odvoz smeti.
- Grad Kostel je prepoznaven objekt dediščine, ki je pomemben za identiteto celotnega Kostela. Občina Kostel si močno prizadeva prenesti pravice upravljanja z državnega (Ministrstvo za kulturo) na lokalni nivo, saj predstavlja pomemben razvojni potencial in priložnost, da se dolgoročno ustvari edinstvena kulturno turistična atrakcija. Obnova grajskega kompleksa, ki se je delno že začela, predstavlja podlago in omogoča razvoj vrste vsebinskih programov, ki jih je možno oblikovati v turistično ponudbo (postavitve muzeja, podoživljanje življenja na gradu in njegovi okolici v posameznih zgodovinskih obdobjih, kulinarčna doživetja na gradu, poroke, družabna in poslovna srečanja, raziskovanje arheologije in zgodovine območja gradu, doživetje kulturnih, etnoloških in drugih prireditev v grajskem kompleksu in še mnogo drugih), ki bi dala pomemben prispevek k celotnemu turističnemu razvoju.
- Izobraževanje in ozaveščanje o sonaravnem bivanju – namen je izobraziti turiste o samoregeneraciji in povezovanju z naravo ter spodbujanju duhovne rasti, prepoznavanju energij, njenih učinkov in možnosti uporabe za uravnotešen, sonaraven način življenja in dviganja zavesti. Investirati je potrebno v ustrezne vsebinske programe, se povezati s strokovnjaki s tega področja in področja sorodnih ved, tako na domačem kot na mednarodnem nivoju ter zagotoviti oblikovanje proizvoda za razvoj trajnostnega turizma.
- Eko-zdraviliška vas – bo nosilna investicija in je nujna za načrtovani razvoj turizma in doseganje zadostnih stopenj konkurenčnosti ponudbe. Predstavljal bo središče razvoja turizma v občini in obenem bila generator večine obiska. Ekološko zdraviliško vas bodo tvorila nastanitvena, gospodarska in javna poslopja, oblikovana v skladu s tradicionalno

arhitekturo Kostela in zahtevami modernega turista. Poudarek je dan predvsem ekološki gradnji in trajnostnemu razvoju.

- Hiša tradicije bo večnamenski objekt, lociran v sklopu turistične vasi, ki bo primarni nosilec prireditvenih dejavnosti in dogodkov v občini in bo postal center aktivnega povezovanja različnih turističnih in kulturnih produktov.
- Ribolov v zgornjem toku reke Kolpe ima izrazit potencial za razvoj, ne samo kot športna dejavnost, ampak predvsem kot generator turističnega obiska tega območja. Potrebna so vlaganja v infrastrukturo in ureditev ustreznih con namenjenih ribolovnim aktivnostim, ki bodo ustrezno valorizirala bogate naravne resurse in omogočila razvoj ribolova kot atraktivnega turističnega proizvoda.

Investiranje v izboljšanje atraktivnosti

Identificirana sta predvsem dva turistična produkta: naravne znamenitosti in energija narave. Produkti v tej skupini imajo visok nivo konkurenčnosti in srednji nivo atraktivnosti. Potrebno je vlagati predvsem v marketinške aktivnosti, ki bi povečale njihovo atraktivnost in prepoznavnost ter tako privabili večje število obiskovalcev.

- Naravne znamenitosti – Kostel s svojo neokrnjeno naravo, rastlinskim in živalskim svetom predstavlja neponovljiv naravni biser. Med naravnimi lepotami izstopa reka Kolpa s čudovito sotesko, ki omogoča razne športne aktivnosti, kraške jame, mokrišča in stene so le en delček naravnih znamenitosti Kostela, ki omogočajo obiskovalcu raziskovanje, potepanje, plezanje, ...
- Energija narave – zasnovani bodo programi, ki bodo temeljili predvsem na regeneraciji in razvoju s pomočjo energije narave. Obiskovalci bodo začutili energijo narave s sprehodi, meditacijo in drugimi aktivnostmi.

9.2 Sekundarna turistična ponudba

Sekundarni turistični proizvodi podpirajo in dopolnjujejo primarne. Zaznamuje jih visoka stopnja razvitosti ene spremenljivke (npr. atraktivnosti) in relativno nizka stopnja razvitosti druge (npr. konkurenčnosti). Njihov razvoj je prav tako pomemben za razvoj destinacije, vendar je potrebno bolj previdno izbirati načine in aktivnosti razvoja posameznega turističnega produkta.

Selektivno investirati – plan konkurenčnosti

V to kategorijo uvrščamo tiste turistične produkte, ki so zelo atraktivni, vendar še niso v celoti del turistične ponudbe Kostela. Investirati je potrebno v razvoj novih proizvodov, ki bodo dvignili konkurenčnost destinaciji. Ti proizvodi so: kulturni turizem kot programsko

prepletanje izročil, posebnosti in dogodkov, konjeniške poti (jahanje) ter eko počitnice na podeželju.

- Kulturni turizem kot programsko prepletanje izročil, posebnosti in dogodkov – te produkti dopolnjujejo in bogatijo turistično ponudbo. Med njimi kot potencialno najbolj zanimive za vključevanje v turistično ponudbo izpostavljam: razne etno dogodke, srečanja, ohranjanje kostelskega jezika, kuhanje rakije, domače in umetnostne obrti: pletenje, kvačkanje, klekljanje, vezenje, pletenje košar, izdelovanje iz gline in keramike, lončarstvo in rezbarjenje.
- Konjeniške poti (jahanje) – Izpostavlja predvsem povezanost človeka, živali in narave in omogoča spoznavanje destinacije skozi novo perspektivo – s konjskega hrbta. Za ustrezen razvoj ponudbe je potrebno določiti in označiti poti za jahanje, zagotoviti zadostno število konj – vključiti domače kmetije v razvoj produkta ter ustanoviti šolo jahanja. Zametki tovrstnega produkta so že vidni na posameznih kmetijah.
- Eko počitnice na podeželju – možnost sodelovanja pri različnih opravilih na kmetijah. S tem bi spodbudili razvoj turističnih kmetij z nastanitvenimi kapacitetami, ekološko pridelavo in s tem možnost razvoja gostinske dejavnosti.

Selektivno investirati

Turistični proizvodi v tej skupini dosegajo srednji nivo atraktivnosti in konkurenčnosti. Potrebno je povečati njihov nivo atraktivnosti s pomočjo marketinga ter povečati njihovo konkurenčnost s spodbujanjem investiranja v ustrezno infrastrukturo in tako pritegniti večje število turistov.

Ti proizvodi so: kolesarjenje, gastronomija, tematske poti, šole v naravi, pohodništvo, prireditve in lokostrelstvo.

- Kolesarjenje – proizvod je že delno razvit, vendar ima še velik neizkoriščen potencial. Potrebno je določiti kolesarske poti, jih urediti in označiti, pripraviti promocijsko gradivo ter predvsem zagotoviti varnost (družine na kolesarskih potepanjih).
- Gastronomija – priprava tradicionalnih kostelskih jedi iz ekološko pridelanih živil. Degustacije, kulinarčni večeri, razstavno prodajno promoviranje lokalnih ponudnikov, razširitev kapacitet in gostinske ponudbe ter dvig nivoja kvalitetne postrežbe.
- Tematske poti – pešpoti, meditativne poti, kolesarske, plezalne, šolske učne poti, ...
- Šole v naravi – produkt je že razvit in ga je potrebno predvsem skozi intenzivno promocijo in zagotavljanje nenehnih izboljšav v ponudbi programov za otroke dopolnjevati ter s tem zagotoviti večjo atraktivnost in tudi konkurenčnost produkta.

- Pohodništvo – razgiban relief omogoča raziskovanje narave in potepanje na različnih zahtevnostnih stopnjah. Nižinski deli so bolj primerni za manj fizično usposobljene motivacijske segmente (družine z otroki, upokojenci, ...), medtem ko okoliški vrhovi in stene predstavljajo izziv tudi za najbolj pripravljene planince. Poti je potrebno predvsem ustrezno označiti, zagotoviti varnost pohodnikov ter poskrbeti za ustrezno informiranost o ponudbi in promocijo.
- Prireditve – naj bi postale pomembna dopolnilna ponudba primarnih turističnih produktov, ki bi zagotavljala animacijo gostov in posledično podaljševale dobo bivanja v destinaciji. Potrebno je poskrbeti za privlačnost prireditev na nivoju regije ter na nacionalni in mednarodni ravni.
- Lokostrelstvo – zametki lokostrelstva v Kostelu že obstajajo, vendar je potrebno ponudbo ustrezno urediti, jo dopolniti, povezati z naravnim okoljem in vlagati v njegovo promocijo in vključevanje lokostrelstva kot parcialnega turističnega proizvoda v integralne proizvode in turistične programe ter vključevanje lokostrelske dejavnosti med športne prireditve, pomembne na nivoju regije ter na nacionalni in mednarodni ravni.

Selektivno investirati – plan atraktivnosti

Tu so proizvodi, ki niso dovolj atraktivni, vendar imajo potencial biti konkurenčni, predvsem zaradi specifičnosti in avtentičnosti. Niso se sposobni samostojno prodajati, zato jih je potrebno navezati na ostalo ponudbo. V tej kategoriji prepoznavamo predvsem razvoj tradicionalne kulture.

- Razvoj tradicionalne kulture – plesi, etno glasba, oblačila.

9.3 Terciarna turistična ponudba

Terciarni turistični proizvodi dajejo maso in dopolnjujejo ostalo turistično ponudbo. Zelo težko sami privabljajo obiskovalce.

Upravljanje rasti

Za proizvode v tej kategoriji je značilna nizka konkurenčnost in srednja atraktivnost. Potrebna je strategija upravljanja rasti teh proizvodov in vlaganje sredstev, ki bi omogočala zadovoljivo infrastrukturo in izboljšala konkurenčnost teh proizvodov. V to kategorijo smo uvrstili delavnice, raziskovanja, lov, športno plezanje, downhill, zmajarstvo, sakralno dediščino ter tipične avtohtone proizvode.

- Delavnice, raziskovanja – organiziranje izobraževanj povezanih z različnimi elementi ponudbe in dediščino območja – spoznavanje naravnih pojavov ter flore in favne, raziskovanje Kolpe, raziskovanje energetskega potenciala, duhovni razvoj, ... Produkt je vezan na druge primarne oz. sekundarne produkte destinacije.

- Lov – ohranjenost naravnega habitata predstavlja pomemben faktor atraktivnosti in lahko privabi tudi zahtevne lovce. Z ustreznim investiranjem v infrastrukturo in oblikovanje zanimivih programov, tudi v povezavi s sosednjimi destinacijami, lahko zagotovi razvoj atraktivnega in relativno konkurenčnega produkta.
- Športno plezanje, downhill, zmajarstvo – lahko predstavljajo zanimivo dodatno adrenalinsko ponudbo, ki bi se povezovala predvsem z drugimi športnimi vsebinami. Vendar ustrezen razvoj zahteva vlaganje v oblikovanje poti/smeri in zagotavljanje varnosti obiskovalcev.
- Sakralna dediščina je zelo bogata na območju Kostela. Objekte je potrebno bolje vključiti v turistično ponudbo predvsem z vidika obogatitve in dodajanja vrednosti drugim turističnim produktom, na katere bi se vezala.
- Tipični avtohtoni proizvodi – spodbujanje razvoja avtohtonih izdelkov in izdelkov domače obrti, ki bodo delno tudi prevzeli funkcijo avtohtonih suvenirjev destinacij (kostelska rakija, sadjarski izdelki, medeni izdelki, ...)

Kontrolirana rast

Produkte zaznamuje srednje visoka konkurenčnost in nižji nivo atraktivnosti. Tu so izpostavljeni študijski izleti ter enodnevni turistični izleti.

Striktno upravljanje

Tu so turistični proizvodi, ki niso dovolj atraktivni in konkurenčni, da bi se lahko prodajali kot samostojen proizvod, brez navezanosti na ostalo ponudbo. Sem sodijo camping in campering, ki predstavljata le vrsto turistične nastanitvene ponudbe, ki pomeni izhodišče za uporabo drugih turističnih produktov.

10. INTEGRALNI TURISTIČNI PROIZVOD (ITP) DESTINACIJE

Integralni ali celotni turistični proizvod je sestavljen iz večjega števila delnih turističnih proizvodov, ki se pojavljajo na trgu konkretne turistične destinacije in je nosilec turistične ponudbe destinacije. V osrčju ITP je turistični proizvod, ki predstavlja unikatnost in posebnost destinacije, podpira njeno identiteto in je temelj za oblikovanje blagovne znamke.

Integralni turistični proizvod turistične destinacije Kostel predstavlja ponudbo za najbolj zahtevne, ekološko osveščene goste, ljudi v stresu ali po prestani bolezni, ki pričakujejo nadstandardni turizem v smislu prvinskosti, pristnosti in domačnosti, s poudarjenim stikom z lokalnim prebivalstvom. Integralni turistični produkt bo temeljil predvsem na duhovnem razvoju, odpiranju naravnim energijam in zdravljenju oziroma nabiranju novih moči in iskanju notranjega ravnotežja v naravnem neokrnjenem okolju.

Potencial pokrajine je v naravni in kulturni dediščini ter energijskih lastnostih za oblikovanje ponudbe s karakteristikami:

- **PREPROSTOST KOT BOGASTVO**
- **ZDRAVILNOST**
- **REGENERACIJA**
- **VITALNOST**
- **MEDITATIVNOST**
- **INOVATIVNO, POVEZOVALNO, CELOVITO DELOVANJE**
- **KOMUNIKATIVNO, ODPRTO DELOVANJE**

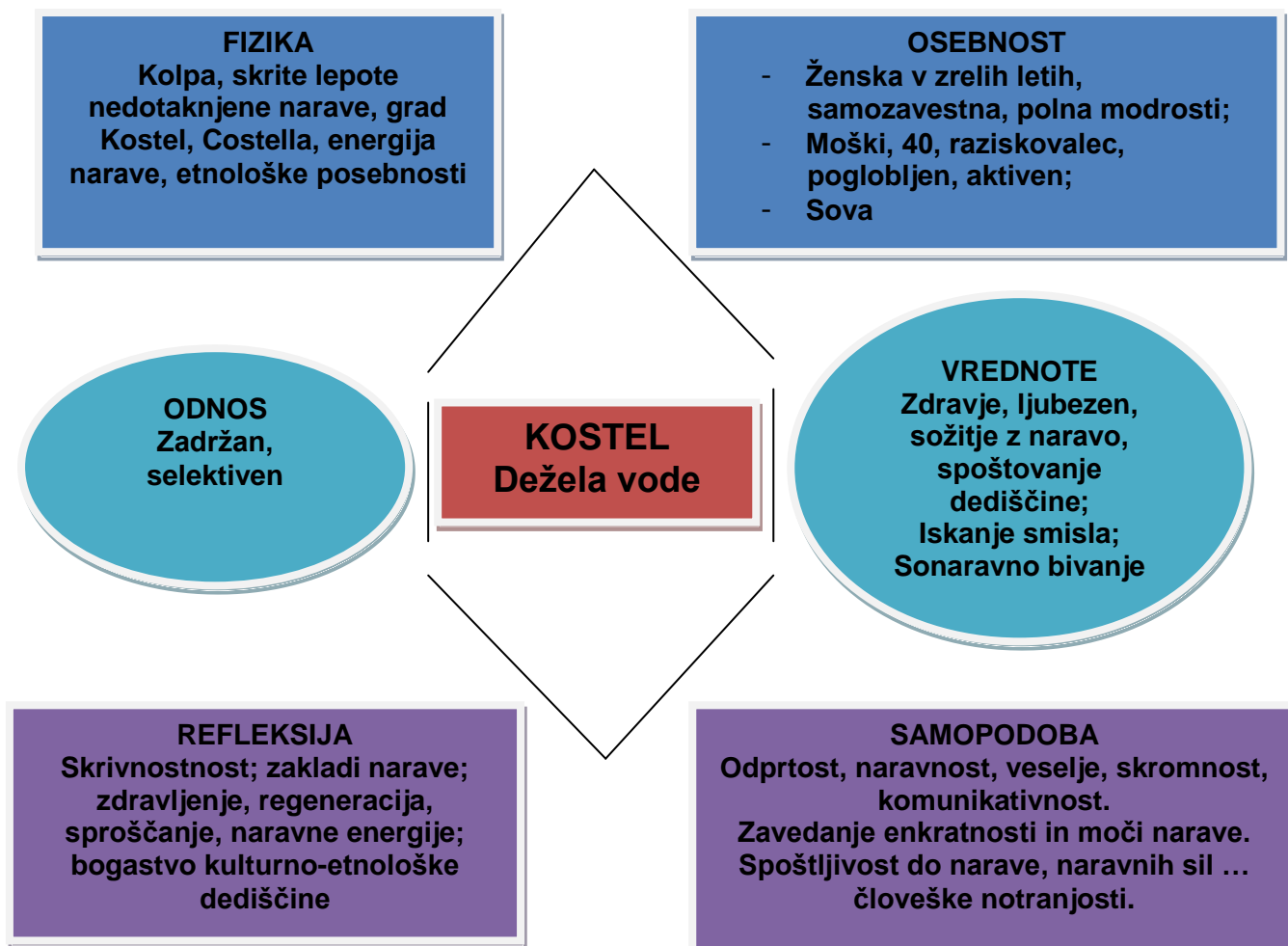
Integralni turistični proizvod je: PROGRAMI ZA REGENERACIJO, SPROŠČANJE IN DUHOVNI RAZVOJ!

11. TRŽNA ZNAMKA DESTINACIJE

11.1 Identiteta destinacije Kostel

Kostel kot unikatna turistična destinacija s ponudbo regeneracije, sproščanja in duhovnega razvoja, skozi različne oblike meditacije in koriščenja energetskega potenciala narave, ki je edinstven v tem prostoru.

Kapfererjeva prizma identitete:



11.2 Elementi tržne znamke ter usmeritve za kreativne rešitve vizualnih in verbalnih konstant

Krovna blagovna znamka in arhitektura blagovne znamke

→ KAJ JE KROVNA DESTINACIJSKA ZNAMKA?

Krovna destinacijska znamka je turistična destinacija Kostel, ki predstavlja celostno turistično ponudbo destinacije - v skladu z opredeljeno identiteto in zgodbo (v nadaljevanju).

Vse aktivnosti tržnega komuniciranja so usmerjene v izgrajevanje prepoznavne in močne destinacijske znamke, ki temelji na:

- 1. Svetu Kolpe**
- 2. Zemeljskih energijah**
- 3. Etnografiji in bogati kulturni dediščini**
- 4. Skrivnostnih zgodbah**
- 5. Gastronomskih posebnostih**
- 6. vodi Costella**

Oblikovanje (in v nadaljnji fazi komuniciranje) močne blagovne znamke bo turistični destinaciji Kostel pomagalo k jasni in prepoznavni podobi na konkurenčnem turističnem trgu. Znamka bo definirala in komunicirala vrednote destinacije in ljudi, ki oblikujejo njeno identiteto ter pripomogla k uspešnejšemu turističnemu razvoju in promociji.

Načela oblikovanja blagovne znamke

INOVATIVNOST

Pristop oblikovanja ponudbe in s tem blagovne znamke je inovativen. Išče in razvija nove programe v turistični ponudbi, ki temeljijo na holističnem (celostnem) obravnavanju prostora in človeka.

POVEZOVALNO, CELOVITO DELOVANJE

- celovitost človeka z vsemi njegovimi potenciali
- celovitost pokrajine, njena fizična lepota, energijski organizem, inteligenca narave
- enovitost pokrajine, ki je en organizem, čeprav jo umetno deli meja

Pri vseh dejavnostih je pomemben pristop povezovanja in vključevanja, da se izognemo delitvi in izključevanju.

KOMUNIKATIVNO, ODPRTO DELOVANJE

Odpiranje navzven odpravlja introvertiranost in samozadostnost, katerih posledica je stagnacija.

Logotip oziroma vse kreativne rešitve so le del identitete znamke. Uspešne znamke so tiste, ki pripovedujejo preprosto, jasno in močno zgodbo o tem, kaj znamka predstavlja in ponuja.

Opredelitev elementov iz sheme

1. Osrednja identiteta blagovne znamke: turistična destinacija Kostel	
<p>BLAGOVNA ZNAMKA turistične destinacije Kostel</p>	<p>Unikatna turistična destinacija s ponudbo regeneracije, sprostitve in duhovnega razvoja skozi različne oblike meditacije in koriščenja energijskega potenciala narave, ki je edinstven v tem prostoru.</p>
<p>Kaj je BISTVO (srce in duša) blagovne znamke turistične destinacije Kostel</p>	<p>Kostel kot nova blagovna znamka predstavlja inovativno ponudbo na področju turizma. Prepoznan potencial pokrajine, ki je tudi energijsko raziskana, daje možnosti za razvoj poglobljenega turizma, ki upošteva in ohranja visoko kakovost naravnega okolja in razvija oblike turizma, ki omogočajo trajnostni razvoj (z razvojem ponudbe se odpirajo nova delovna mesta, rast števila prebivalcev).</p> <p>Poglavitnega pomena je prepoznavanje potenciala pokrajine, ki s svojo naravno in kulturno dediščino ter energijskimi lastnostmi nudi bogate možnosti za oblikovanje ponudbe.</p> <p>PREPROSTOST KOT BOGASTVO Pokrajina ob Kolpi z gozdovi, jamami kraškega sveta, travniki, starimi sadovnjaki, preprosto avtentično profano arhitekturo in malimi raznolikimi cerkvicami nudi možnost doživetja preprostega, naravnega, neizkrivljenega sveta.</p> <p>V tako pristnem okolju vsakdo lažje stopi v stik s svojimi globinami, s svojo dušo, in prav tako se lažje zbliža z naravo, prisluhne njeni inteligenci.</p> <p>ZDRAVILNOST Raziskan energijski potencial pokrajine predstavlja glavni adut pokrajine, saj pojasnjuje posebnost tega prostora in zdravilnost njegovih energij.</p> <p>Pri zasnovi nove turistične ponudbe izstopa litopunkturni projekt po svoji prepričljivosti in primerjalni prednosti.</p> <p>Zdravilnost pokrajine kot osnovno bogastvo se nadgrajuje skozi spremljajoče dejavnosti in dodatne programe.</p> <p>REGENERACIJA Energijski potencial pokrajine deluje spodbudno na procese</p>

	<p>preнове pri človeku. Prenova se spodbuja na vseh ravneh, pri domačinih in obiskovalcih, z ozaveščanjem o pomenu notranjega bogastva.</p> <p>Notranje bogastvo kot skriti potencial pokrajine, njena energijska moč, izjemna lepota preprostosti njene kulturne dediščine in neokrnjene narave.</p> <p>Ozaveščanje ljudi o sposobnostih, notranji moči in lepoti, ki jih nosimo v sebi kot posamezniki in nam v težjih obdobjih (bolezen, stres...) pomagajo k spremembi odnosa do sebe, sveta in življenja.</p> <p>VITALNOST Potencial revitalizacije, center primarnih vitalnih energij in hkrati center potisnjenih vsebin, vzorcev, ki potrebujejo osvoboditev in odpuščanje.</p> <p>Vitalnost, ki jo dajejo energije pokrajine, revitalizirajo in človeku pomagajo pri ozaveščanju psiholoških procesov.</p> <p>MEDITATIVNOST Zmožnost globljega uvida.</p> <p>Pokrajina nagovarja k pogledu vase, k potopitvi v svojo notranjost, k stiku s svojimi globinami. Negativni vidik: zaspanost, otopelost, prepričanje, da se nič ne da. Če si upamo pogledati globoko vase odkrijemo notranjo moč in zmožnosti kreativnega spreminjanja.</p>
<p>Kaj je OBLJUBA blagovne znamke turistične destinacije Kostel</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stik z neokrnjeno naravo 2. Regeneracija telesa in duhovni razvoj 3. Doživetje skrivnostnih zgodb 4. Pristno doživetje kulturne dediščine 5. Pobeg od stresnega sveta 6. Odkrivanje novih spoznanj
<p>POZICIONIRANJE blagovne znamke turistične destinacije Kostel</p>	<p>Turistična destinacija Kostel bo namenjena ekološko osveščenim gostom, ki v čistem in ohranjenem naravnem okolju pričakujejo nadstandardni turizem v smislu prvinskosti, pristnosti in domačnosti, s poudarjenim stikom z lokalnim prebivalstvom.</p>
<p>2. Razširjena identiteta blagovne znamke turistična destinacija Kostel</p>	

<p>Blagovna znamka turistična destinacija Kostel kot PROIZVOD</p>	<p>ZVRSTI TURIZMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zdravje za dušo, telo in duha • Rekreativni turizem • Kulturni turizem • Prireditve in zabava • Počitnice • Tematski turizem (ekologija, turistične kmetije, enologija, kulinarika, etnologija, izobraževanje in ozaveščanje) • Mladinski turizem <p>ZNAČILNOSTI PROIZVODA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energija narave • Polnost življenja • Sprostitev v objemu narave • Uživanje v objemu narave <p>KAKOVOSTNA RAVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kakovostna storitev • Dobro razmerje med ceno in kakovostjo • Velik poudarek na kakovostnih doživetjih in njihovi raznolikosti • Po meri posameznika
<p>Blagovna znamka kot OSEBA in/ali RASTLINA (samo z namenom, da karakterno bolj plastično ponazorimo osebnost blagovne znamke) - opredelitev OSEBNOSTI blagovne znamke ter odnosa do te znamke</p>	<p>Rastlina: materina dušica – timijan in čemaž</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ravnotežje med moškim in žensko (jin/jang) • Zdravilnost, blagodejnost • vsestranska uporaba (v zdravilne namene, začimba, čaj, dišava) • timijan odganja zle duhove, krepi pogum, spodbuja moč • čemaž čisti kri
<p>Blagovna znamka kot SIMBOL (celostna grafična podoba: ime, logotip, simbol ter grafične in verbalne konstante)</p>	<p>IME: Kostel LOGOTIP (tipografija): SIMBOL: BARVE: KORPORATIVNI SLOGAN: dežela vode PRODUKTNI SLOGANI:</p>
<p>3. Oblikovanje (določitev) vsebine in koristi turistične destinacije Kostel</p>	
<p>Funkcionalne koristi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sprostitev

	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivni oddih • Širjenje in poglobljanje znanj • Zabava • Druženje • Odkrivanje
Čustvene koristi	<ul style="list-style-type: none"> • Polnost preživljanja prostega časa • Spočitost in revitalizacija energij • Uživati že zgolj v dejstvu, da si tam, v objemu narave • Dobiti zagon, polet in veliko energije • Doseganje notranjega ravnovesja
Koristi za posameznika – statusne koristi	<ul style="list-style-type: none"> • Imeti občutek, da je lepo živeti • Imeti občutek, da je lepo zgolj uživati v naravi • Doživeti Kostel kot destinacijo za poznavalce in sladokusce.
4. Oblikovanje oziroma določitev profila ciljnih skupin turistične destinacije Kostel	
Ciljne skupine	<p>PRIMARNI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gostje na intenzivnem oddihu • Obiskovalci kulturnih in zabavnih prireditev • Gostje na kratkih sprostitvenih oddihih • Družine na počitnicah • Gostje na poletnih/zimskih počitnicah <p>SEKUNDARNI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampisti (caravaning) • Rekreativci • Udeleženci razstav, kulturnih in umetniških delavnic • Ljubitelji in raziskovalci narave • »Touring« obiskovalci • Gurmani • Ljudje s specifičnimi interesi • Romarji • Udeleženci izobraževanj, seminarjev in kongresov <p>TERCIARNI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Študijski izleti • Enodnevni organizirani izleti

11.3 Arhitektura destinacijske znamke Kostel

Osnovni arhitekturni sistem blagovne znamke Kostel, ki ga predlagamo je sestavljen iz dveh nivojev in sicer:

**I NIVO KROVNE DESTINACIJSKE ZNAMKE: Kostel - Dežela vode
PODPORNI BLAGOVNI ZNAMKI:**

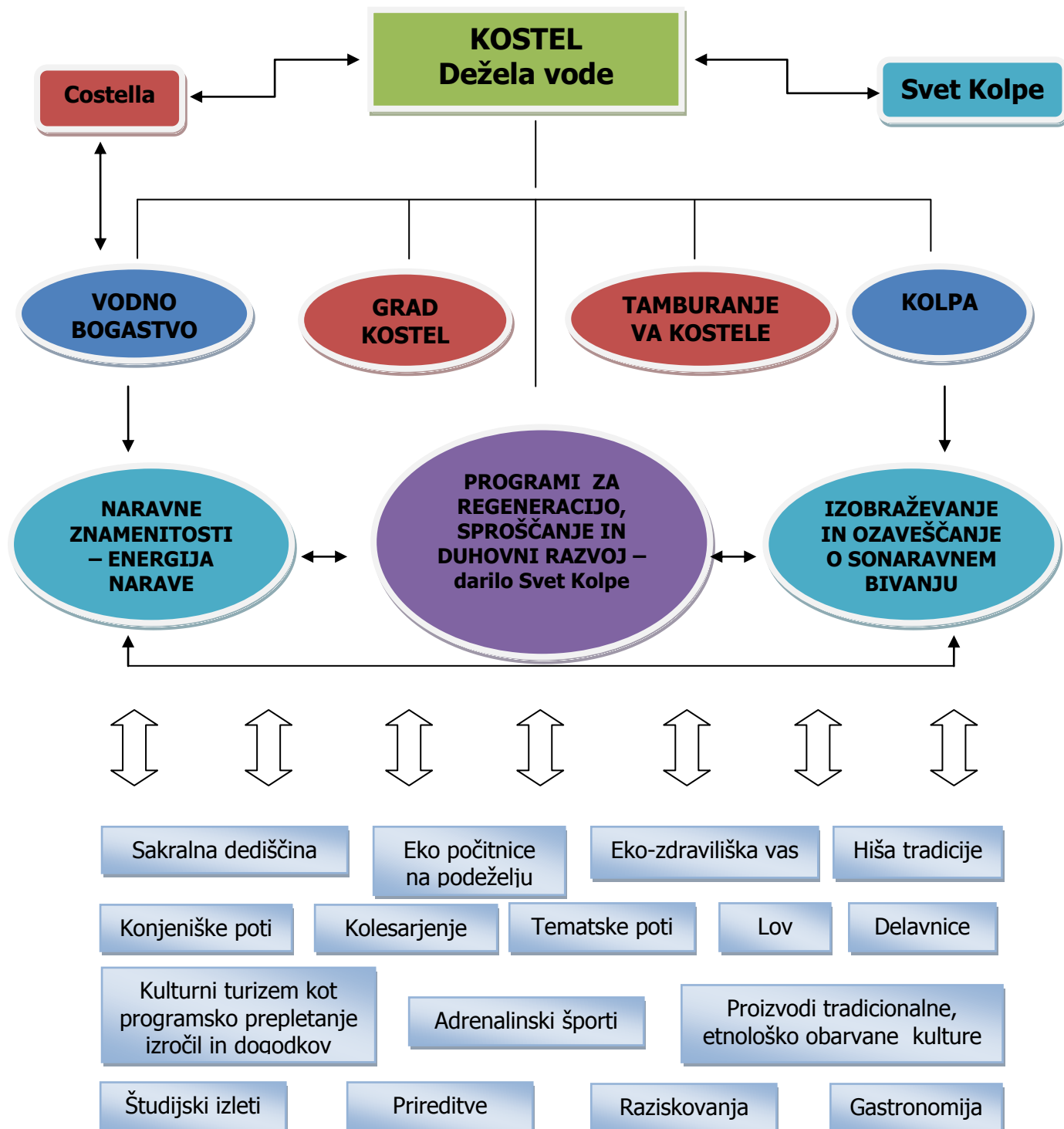
Costella – krovna blagovna znamka polnilnice vode (sinergije v korporativnem komuniciranju);

Svet Kolpe – blagovna znamka regije (programsko povezovanje, skupna identiteta in elementi blagovne znamke).

II CELOSTNI PRODUKTNI NIVO (Vodno bogastvo, Grad Kostel, Programi za regeneracijo, sproščanje in duhovni razvoj – darilo Svet Kolpe, Tamburanje va Kosteles, Kolpa, Naravne znamenitosti – energija narave)

11.4 Arhitektura blagovne znamke

Odnos med krovno in proizvodnimi blagovnimi znamkami



12. TRŽNA SEGMENTACIJA

Tržni segmenti so skupine turistov s podobnimi značilnostmi. Glede na resurse in razvojne možnosti strategija definira tiste segmente, na katere bo destinacija usmerila trženjske aktivnosti glede na njihovo velikost in možnost rasti, konkurenco in glede na cilje in vire, s katerimi razpolaga. Cilj segmentacije je doseči boljše razumevanje turistov in prilagoditev obstoječe ponudbe in ponudbe, ki bo razvita. Segmentacija se lahko naredi glede na geografske, demografske, psihografske in vedenjske značilnosti turistov.

Za vsak tržni segment je potrebno ugotoviti njegov potencial ter določiti vrsto in obseg trženjskih aktivnosti.

12.1 Opredelitev tipičnih segmentov

Segmentacija po motivu, statusu, življenjskem stilu

Demografsko segmentiranje (starost, spol, izobrazba, dohodek, poklic, itd.)

- Od 30 let naprej (spodnja meja se znižuje, zaradi načina življenja in zaradi ozaveščenosti)
- ženska v zrelih letih, samozavestna, polna modrosti
- moški, 40 let, ki raziskuje, je aktiven in poglobljen
- Srednji, višji in visok dohodkovni razred
- Izobraženi

Psihografska segmentacija (družbeni sloj, življenjski stil, vrednote, interesi)

- Ljudje, ki dajejo veliko na alternativne načine zdravljenja, regeneracijo in sprostitev s pomočjo energije narave
- Ljudje, ki jih zanima etno glasba in drugi kulturni dogodki, spoznavanje novega, širjenje obzorij in druženje
- Ljudje, ki radi raziskujejo lepote narave in dajejo veliko na različne oblike rekreacije
- ljudje, ki želijo razvijati sonaravni osebni razvoj na telesnem, duševnem in duhovnem nivoju

Motivacijsko segmentiranje

- Motivi, ki so povezani z zdravilnostjo, zdravjem za dušo, telo in duha
- Motivi, ki izražajo željo po druženju, zabavi, glasbi
- Motivi, ki se izražajo z željo po odkrivanju, spoznavanju, raziskovanju, spremembah, izobraževanju
- Motivi, ki so povezani z naravo (čista neokrnjena narava, oddih, sprostitev, raziskovanje, sonaravno bivanje)
- Motivi, ki so povezani z verovanjem

Segmentacija na osnovi vedenjskih značilnosti (pogostnost prihoda, pretekli /potencialni gost, potrošnja ipd.)

- Stalni gostje
- Prvi obisk
- Enodnevni gostje

Temeljne ciljne skupine

PRIMARNE CILJNE SKUPINE:

- Gostje na intenzivnem oddihu
- Obiskovalci kulturnih in zabavnih prireditev
- Gostje na kratkih sprostitvenih oddihih
- Družine na počitnicah
- Gostje na poletnih/zimskih počitnicah

SEKUNDARNE CILJNE SKUPINE:

- Kampisti (caravaning)
- Rekreativci
- Udeleženci razstav, kulturnih in umetniških delavnic
- Ljubitelji in raziskovalci narave
- »Touring« obiskovalci
- Gurmani
- Ljudje s specifičnimi interesi
- Romarji
- Udeleženci izobraževanj, seminarjev in kongresov

TERCIARNE CILJNE SKUPINE:

- študijski izleti
- enodnevni organizirani izleti

12.2 Emitivni trgi

Izbor ciljnih emitivnih trgov temelji na:

- obstoječem obsegu turističnega povpraševanja po posameznem emitivnem trgu
- bližini emitivnih trgov
- velikosti, potencialu in trendih ciljnih emitivnih trgov
- izboru turističnih proizvodov zanimivih za posamezen emitivni trg

Geografska segmentacija

Ob upoštevanju dejstva, da občina Kostel še ni prepoznana kot turistična destinacija, pri geografskem segmentiranju upoštevamo obstoječo geografsko segmentacijo Slovenije, turistične trende ter gibanja na turističnem trgu v Sloveniji.

PRIMARNI TRGI:

1. Slovenija
2. Sosednje države: Hrvaška, Italija, Avstrija

SEKUNDARNI TRGI:

3. ostale države nekdanje Jugoslavije
4. Srednja in zahodna Evropa – Nemčija, Francija, Velika Britanija, Češka, Slovaška, Poljska
5. Skandinavija
6. Rusija,
7. Jugovzhodna Evropa (Grčija, Turčija, ...)

Najpomembnejši trgi:

- gosti bližnjih turističnih destinacij, predvsem zdravilišč
- sosednje pokrajine na Hrvaškem, tudi obmorska mesta
- ostala Slovenija
- trg krožnih potovanj po Evropi
- trg avtobusnih potovanj z bivanjem v regiji
- tranzit, ki poteka mimo Kostela iz centralne Evrope v smeri Mediterana

12.3 Smernice za operativni načrt tržnega komuniciranja

Imidž in konkretne promocijsko-prodajne aktivnosti tržnega komuniciranja

V okviru aktivnosti tržnega komuniciranja se hkrati izvajata dve ravni trženja:

1. Krovno tržno komuniciranje (»PULL« oz. »image« promocijske aktivnosti za promocijo destinacije se izvajajo na ravni destinacije in se financirajo ob koordinaciji z nekaterimi drugimi ključnimi turističnimi ponudniki),
2. Trženjsko - prodajne aktivnosti (»PUSH«) so naravnane zelo konkretno, pospeševalno prodajno – za prodajo konkretne ponudbe, ki jo izvajajo in financirajo ponudniki turističnih storitev ob upoštevanju sinergije s krovnim tržnim komuniciranjem.

V tabeli v nadaljevanju podajamo pregled posameznih aktivnosti na ravni PULL in PUSH tržnega komuniciranja.

TRŽNO KOMUNICIRANJE (= promocija)	
PULL (= splošna »image« promocija)	PUSH (= konkretna prodajna promocija)
<ul style="list-style-type: none"> • Na ustrezen način vključiti ponudbo destinacije Kostel v strateški in izvedbeni načrt krovnega tržnega komuniciranja na ravni Sveta Kolpe in Slovenije; • Pri krovnih promocijskih aktivnostih delovati hkrati zelo ciljno in koncentrirano in v podporo opredeljenemu pozicioniranju blagovne znamke; 	<ul style="list-style-type: none"> • Uskladiti načrt krovnega tržnega komuniciranja in pospeševanja prodaje destinacije z načrtom posameznih akterjev ter doseči sinergijske učinke; • Pri pospeševanju prodaje razviti aktivno osebno komuniciranje s posredniki v prodajnem sistemu (turistične agencije, organizatorji potovanj, prevozniki) in

<ul style="list-style-type: none"> • Nadgraditi aktivnosti v okviru nacionalne turistične promocije na področju promocije Sveta Kolpe; • Okrepiti odnose s ciljnim javnostmi na ravni krovne slovenske promocije in na ravni destinacije; • Povečati število medijskega nastopanja v obliki različnih člankov, dokumentarnih filmov, ki dosegajo ciljno populacijo gostov; • Spodbujanje vseh akterjev na področju turizma na območju destinacije, da oblikujejo nove vsebine, proizvode, dogajanje, prireditve – in jih nato vpeti v skupno turistično ponudbo destinacije. 	<p>organiziranimi kupci (društva, klubi, združenja, ...), hkrati tudi skozi PR aktivnosti;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Razviti močno turistično-informacijsko središče; • Navezati stike s sosednjimi turističnimi središči ter organizatorji potovanj in ponudniki ter pripraviti konkretne programe (znotraj Slovenije kot tudi s sosednjimi državami); • Pripraviti nove promocijske aktivnosti z aktivnim oglaševanjem ob cesti, kjer potekajo glavne tranzitne smeri in vnaprej obveščati obiskovalce o možnostih ponudbe na območju (letaki, info panoji itd); • Oblikovanje ažurnih spletnih strani v funkciji konkretnega informiranja in trženja (v pravem smislu internetnega marketinga); • Spodbujati kakovosten sistem informiranja obiskovalcev in stacionarnih turistov o dogajanju v destinaciji.
--	---

Pregled posameznih orodij v okviru promocijskega spleta

V tabeli v nadaljevanju podajamo pregled posameznih orodij (in aktivnosti znotraj le-teh) v okviru promocijskega spleta.

PREDLOGI POSAMEZNIH ORODIJ V OKVIRU PROMOCIJSKEGA SPLETA	
Oglaševanje	
<ul style="list-style-type: none"> - Oblikovanje in skrb za konsistentno aplikacijo celostne grafične podobe blagovne znamke s kreativnim in verbalnimi rešitvami - Močni imidž (in hkrati izredno konkretno informativni) in produktni oglasi za tiskane in elektronske medije (Slovenija in primarni trgi) – v ciljnih medijih - Oglasi za posamezne ciljne segmente v ciljnih medijih - Promocijsko-informativni materiali - Animacijski folderji in informativni panoji o ponudbi in aktivnostih, promocijsko-predstavitveni plakat (ter druga informativna orodja, kot so opredeljena v marketinški infrastrukturi) 	
Pospeševanje prodaje	
<ul style="list-style-type: none"> - Sejemski in borzni nastopi v okviru nastopov Slovenije in destinacije, na specializiranih sejmih pa tudi samostojno - Študijski obiski organizatorjev potovanj (preko lastnih kanalov in preko mreže STO)) 	

- Redno sodelovanje in aktivni odnosi s specializiranimi agenti, klubi, združenji (za ponudbo športa, zabave itd)
- Sodelovanje pri ustreznih akcijah pospeševanja prodaje, ki bodo organizirane s strani turističnih organizacij v makrodestinaciji ali na nacionalni ravni (STO)
- Mesečni letak s predstavitvijo ponudbe in posebnimi ponudbami/vsebinami

Neposredno trženje

- Neposredno trženje po pošti (občasen mailing agentom)
- Neposredno trženje v tiskanih medijih (kuponi)
- Pomembna vloga interneta kot sodobnega orodja za direktno trženje (aktivni, agresivni, sodobni internetni marketing)
- Vzpostavitev dvosmerne personalizirane komunikacije preko interneta (razvijanje baze naročnikov na stalne novice, pošiljanje personalizirane ponudbe, programa aktivnosti itd)
- Razvijanje baze podatkov (kot je opredeljeno v marketinški infrastrukturi – baza podatkov)

Odnosi z javnostmi

- Ustvarjanje, organizacija dogodkov, aktivno informiranje in aktivni odnosi z javnostmi v njihovo podporo
- Vsaj ena novinarska konferenca letno (v Sloveniji, za tuje medije v okviru raznih specializiranih ali splošnih borz)
- Študijska potovanja za tuje novinarje (individualna in skupinska)
- Aktivni pristop do objave redakcijskih člankov
- Aktivno delovanje za prisotnost v specializiranih medijih – za targetiranje strokovne javnosti
- Promocijska darila (za pomembnejše goste)
- Izredno aktivno razvijanje odnosov z VIP gosti (politika, moda, šport, zabava, film itd), da se jih pridobi za obisk destinacije, za večanje mondenosti in popularnosti destinacije
- Aktivno delo in komuniciranje s prebivalci, za izboljšanje njihovega sprejemanja turizma kot perspektivne dejavnosti (da živijo od turizma in s turizmom)

Osebna prodaja

- Aktivna osebna prodaja organizatorjem potovanj doma in v tujini
- Info panoji s slikovno privlačnimi predstavitvami in kratko informacijo na frekvenčnih točkah
- Motiviranje in izobraževanje celotne destinacije (turističnih ponudnikov in prebivalcev) za interno prodajo storitev

Poleg izvajanja programa tržnega komuniciranja je potrebno izvajati tudi:

1. **Ankete o zadovoljstvu gostov v destinaciji** (potrebno vključiti sodobne načine spremljanja zadovoljstva gostov, s podporo informacijskega tehnologije, s čemer se doseže hitrejši in večji odziv) - predlaga se redno spremljanje zadovoljstva gostov, z določenimi aktivnejšimi pristopi v določenih obdobjih

2. **Raziskave trga** (raziskave profila obiskovalca, načinov odločanja itd) – redno, vendar se prilagaja glede na različne sezone, glede na potencial posameznih trgov podrobnejše raziskave določenega trga ali segmenta gostov.

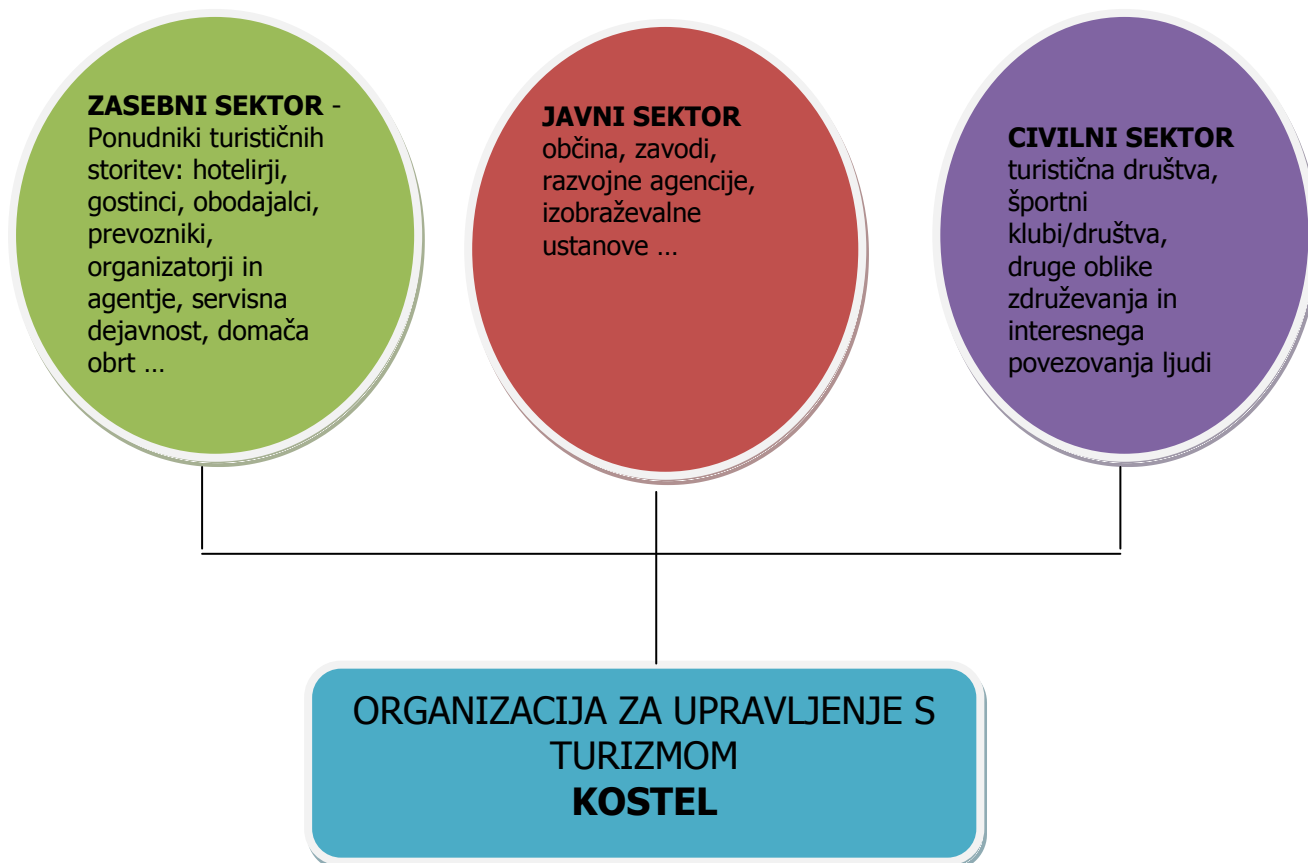
♦ Monitoring (spremljanje 1x letno)

13. UPRAVLJANJE DESTINACIJE

Upravljanje s turizmom je za učinkovito izvedbo razvojne strategije določenega območja, kraja, občine ali destinacije enako pomembno kot resursi, turistični proizvodi in storitve, turistična infrastruktura ter v blagovno znamko prelita identiteta.

Turist danes resda išče in pričakuje doživetja, zgodbe in emocionalno povezavo z okoljem kjer želi preživljati svoj prosti čas vendar pa izbira svoj cilj med destinacijami, ki naj bi izpolnile njegova pričakovanja. Destinacija je z vso svojo raznoliko ponudbo, infrastrukturo, storitvijo, ljudmi, kulturo in okoljem, identiteto in imidžem strukturiran organizem, ki ga je potrebno skrbno in načrtovano upravljati; razvijati kompatibilne in komplementarne programe ter skrbeti za sinergijo med vsemi deležniki turizma na različnih ravneh.

Upravljanje turistične destinacije je torej zelo strukturirana dejavnost, s katero posegamo v vse pore življenja v določenem okolju. Zato je potrebno pri načrtovanju upravljaljskih funkcij vključiti vse tri sektorje: javnega, civilnega ter zasebnega.



Organizacija za upravljanje s turizmom KOSTEL bo torej povezovala zasebni sektor (ponudniki turističnih proizvodov in storitev ter s turizmom povezanih dejavnosti), javni sektor (ki mora že zaradi svojih pooblastil skrbeti in nadzirati turizem kot eno najbolj strateških, strukturiranih in množičnih dejavnosti v posamezni lokalni skupnosti) ter turistična društva (in njim podobne asociacije, ki imajo vpliv na turistično dejavnost) pri izvajanju naslednjih aktivnosti (ki so tudi njeno poslanstvo):

- Koncipiranju in izpeljavi razvojnih projektov za oblikovanje novih turističnih proizvodov, integralnih turističnih proizvodov, vključno s turistično infrastrukturo (suprastrukturo)
- Organizacije in koordinacije prireditvev in drugih dogodkov
- Standardizacija storitev ter skrb za nenehno dvigovanje kvalitete
- Oblikovanje in upravljanje s krovno blagovno znamko destinacije, integralnega turističnega proizvoda ter delnih turističnih proizvodov
- Oblikovanja, promocije in trženja celovite turistične ponudbe, predvsem pa manjših turističnih ponudnikov
- Povezovanje blagovnih znamk ponudnikov iz gospodarstva (ko-branding) z namenom utrjevanja in sinergij na globalnem trgu
- Razvoja in vzdrževanja centralnega informacijskega in rezervacijskega sistema;
- Upravljanja s turistično infrastrukturo
- Usklajevanja aktivnosti turističnih društev in drugih društev (planinskih, športnih, kulturnih,...), ki se neposredno ali posredno povezujejo s turistično dejavnostjo na območju destinacije
- Izobraževanja in usposabljanja turističnih ponudnikov
- Skrbništva uresničevanja zastavljenih ciljev in aktivnosti iz sprejete strategije razvoja turizma destinacije.

Na regionalni ravni (tudi nacionalni) pa bo **Organizacija za upravljanje s turizmom KOSTEL** pomembno pripomogla pri realizaciji naslednjih ciljev:

- izboljšati sedanjo organiziranost turistične dejavnosti v regiji
- prispevati pri zagotavljanju kakovosti in trajnem uspešnem trženju in konkurenčnosti turistične ponudbe regije z uresničevanjem zastavljenih ciljev in aktivnostih sprejetih v strategiji regionalnega razvoja
- oblikovati ter vpeljati trajno, načrtno in tvorno sodelovanje javnega, zasebnega in civilnega sektorja pri oblikovanju celovite in kakovostne turistične ponudbe turistične destinacije
- koordinirati in spodbujati strokovno javnost, ki bo nastopala kot pomemben partner pri oblikovanju lokalnih, regionalnih in nacionalnih programov na področju turistične dejavnosti
- spodbujati s turizmom povezano podjetništvo.

Organizacijska oblika – formalnopravni status

Slovenska zakonodaja odločitev o organiziranosti turizma na lokalni ravni prepušča lokalnim skupnostim.

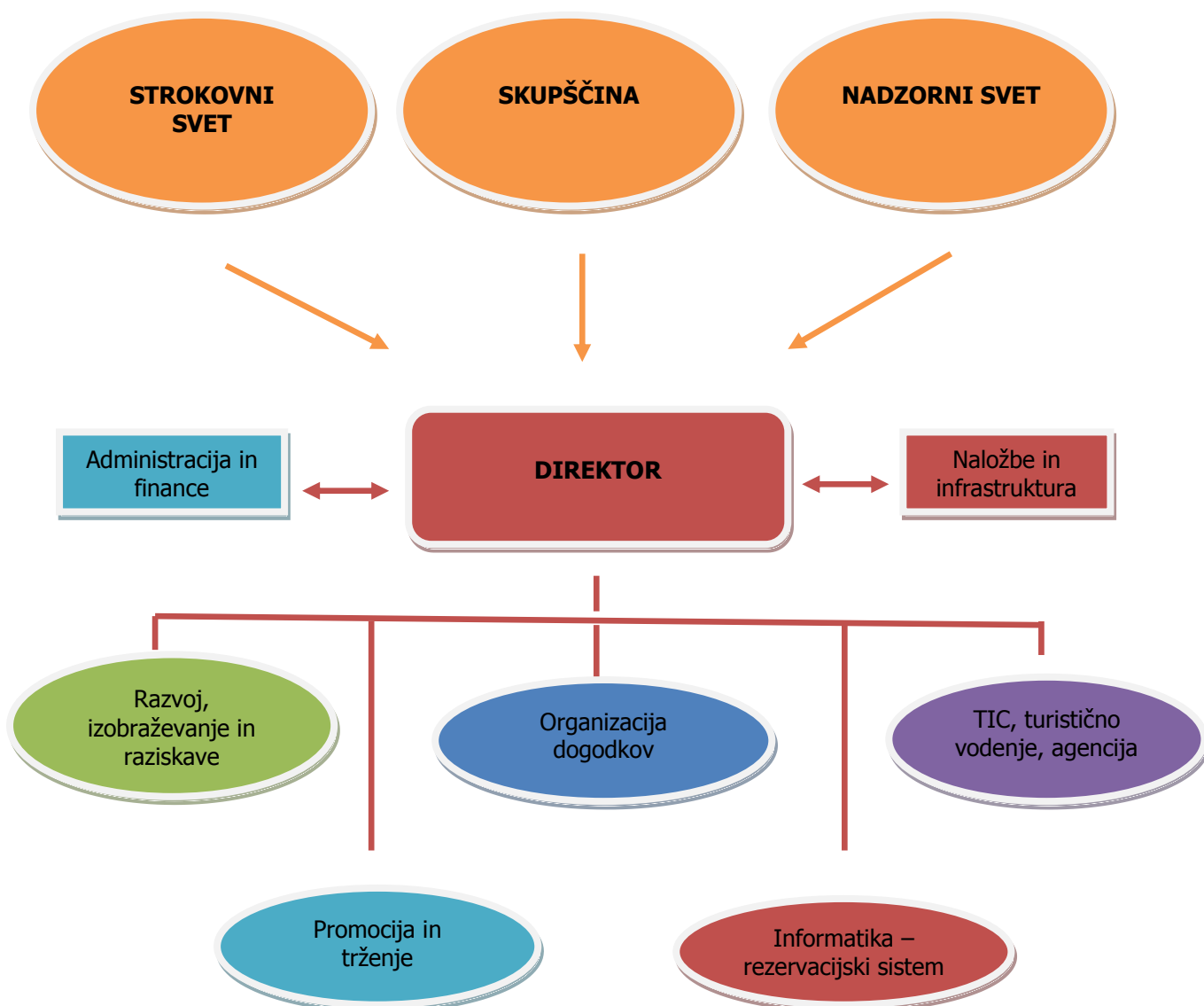
Pri organiziranosti in aktivnem članstvu se je priporočljivo izogibati monopolni ali oligopolni naravnosti upravljanja in odločanja v organih »organizacije za upravljanje destinacije« (da jo torej obvladuje izključno en sam prevladujoč subjekt – bodisi občina ali podjetje). Bistveno pri organiziranosti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

Možne pravno organizacijske oblike :

- **javni zavod** (kot »podaljšana roka občine« je najbolj pogosta oblika pri nas)
- **javni gospodarski zavod** (primer Slovenska turistična organizacija - STO)
- **konzorcij ali gospodarsko interesno združenje - GIZ** (vedno pogostejša oblika v Evropi)
- model **javnega in zasebnega partnerstva** - pravna organizacijska oblika, ki vzpostavlja učinkovit princip povezovanja deležnikov v turistični dejavnosti na določenem področju. Ta način upravljanja predvideva nova zakonodaja na področju javnega in zasebnega partnerstva in sicer skozi oblike pogodbenega ali statusnega partnerstva, pri čemer ima lahko partnerstvo naravo koncesije in/ali javnega naročniškega razmerja/partnerstva.

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

Notranja organiziranost



Organiziranost organizacije za upravljanje destinacije Kostel se smiselno prilagodi glede na pravno obliko organizacije.

Občina Kostel naloge za upravljanje destinacije delno opravlja sama, predvsem na področju izgradnje in vzdrževanja infrastrukture, delno pa naloge opravlja Zavod za kulturo in turizem Kostel.

Aktivnosti po posameznih področjih

Aktivnosti na področju razvoja, izobraževanja in raziskav

- izvajati Strategijo razvoja turizma občine Kostel
- zbirati, analizirati mesečno turistični promet v občini, po potrebi mesečno posredovati skupne podatke Statističnemu uradu Republike Slovenije
- zbirati, analizirati in posredovati letne informacije o turističnem prometu, tržnih trendih, priložnostih, konkurenci, razvoju in pomenu turizma v slovenskem gospodarstvu, ki predstavljajo informacijsko podporo za strateško načrtovanje in oblikovanje letnih politik turističnih in drugih subjektov na vseh ravneh in področjih delovanja
- pridobivati podatke o razvoju in trženju proizvodov v konkurenčnih državah in destinacijah
- sodelovati pri oblikovanju lokalnih, regionalnih in nacionalnih programov turistične dejavnosti
- nudenje strokovno pomoči turističnemu gospodarstvu pri razvoju nove turistične ponudbe
- sodelovanje s srednje, višje in visokošolskimi izobraževalnimi ustanovami s področja turizma in drugimi izobraževalnimi ustanovami in organizirati izobraževanja (jezikovni tečaji, računalništvo, komuniciranje s strankami, ipd.)
- spodbujati delovanje interesnih dejavnosti s področja turizma v osnovnih šolah (turistični krožki)
- usposabljanje kadre
- izvajati odlok o lokalni turistični vodniški službi in voditi usposabljanja za pridobivanje licenc za lokalne vodnike
- organizirati izobraževalne delavnice in seminarje za vse nivoje že aktivnih turističnih delavcev, s katerim bo omogočeno nadgrajevanje znanja in osveščenosti o pomenu uveljavljanja ekoloških principov v turizmu širšemu krogu turističnih delavcev.
- oblikovati nove celovite integralne turistične proizvode, programe
- sodelovati pri skupnih projektih sosednjih občin, regije in države in čezmejnih projektih
- aktivno sodelovati z razvojnimi projekti pri pridobivanju državnih in evropskih sredstev

Aktivnosti na področju promocije in trženja

- izdelati strategijo trženja in orodij tržnega komuniciranja na podlagi strateških marketinških usmeritev razvojne strategije
- vzpostaviti blagovno znamko in izdelati CGP turistične destinacije
- sodelovati pri in vzpodbujati razvoj novih blagovnih znamk (eko) na turističnem območju
- posodabljanje, nadgrajevanje in izdelovanje nova orodja tržnega komuniciranja, ki morajo biti predvsem tržno naravnava
- v sodelovanju s partnerji sodelovati na turističnih sejmih, predstavitev in drugih promocijskih dogodkih
- obveščati širšo in strokovno javnost o obstoječi turistični ponudbi in novostih z obvestili za javnost
- pospeševati prodajo s sodelovanjem na tako imenovanih delavnicah, workshopih, sprejemati turistične agente oz. organizatorje potovanj,...

- aktivno tržiti turistične proizvode in programe

Aktivnosti na področju koordinacije in organizacije prireditev in drugih dogodkov

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

Aktivnosti na področju delovanja TIC

- delovanje informacijskega centra
- izdelati enotno vsebinsko in oblikovno zasnovo turistično obvestilne in usmerjevalne signalizacije
- vzpostaviti in skrbeti za informacijske točke pri turističnih ponudnikih
- redno distribuirati material po občini in sosednjim razvitim turističnim destinacijam,
- izdelovati tiskan informacijski material.

Aktivnosti na področju informacijskega sistema

- nadgrajevati vzpostavljen internetni spletno stran s rezervacijskim sistemom, z možnostjo nakupa turističnih programov in storitev
- vključevati se v druge turistično informacijske portale

Aktivnosti na področju naložb in upravljanja z objekti turistične infrastrukture (javna infrastruktura)

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

Financiranje

Osnovni cilj na področju financiranja delovanja lastne organizacije obenem pa tudi financiranja dejavnosti ter po možnosti finančni podpora razvojnim projektom je, da se predvidi čimprejšnji prehod organizacije v samostojno poslovno institucijo, ki bo v čim večji meri s svojim poslovanjem zagotavljala finančna sredstva.

Natančen model financiranja se opredeli v poslovnem načrtu destinacijske organizacije.

Viri financiranja

Viri financiranja, ki se lahko upoštevajo kot izvorni za izvajanje dejavnosti:

- **občinski proračun** (namenski vir: turistična taksa, drugi viri)
- **turistično gospodarstvo** (prispevanje skozi oblike članarine, plačevanje dejavnosti po projektih itd.. Tako bo npr. destinacijska organizacija zaračunala izvajanje promotivnih akcij, akcij tržnega komuniciranja, pospeševanja prodaje, vzdrževanja informacijskega in rezervacijskega sistema ...). Tu je potrebno vzpostaviti merila za participacijo (kapacitete, turistična taksa ...).
- **lastni prihodki**, ki obsegajo prihodke iz lastne pridobitne dejavnosti kot je:
 - **trgovina**, ki obsega storitve (prodaja storitev turističnih ponudnikov, prodaja pripravljenih programov npr. izleti, organizirane delavnice,..., prodaja oglasnega prostora v orodjih tržnega komuniciranja, pridobivanje nepovratnih sredstev iz EU in državnega proračuna na podlagi prijav na javne razpise,...),
 - **blago** (spominki, predvsem izdelki domače in umetnostne obrti, zemljevidi, vodniki, razglednice, in drugo nepokvarljivo blago, ki je značilno za območje destinacije)
 - **spozorji**: darila, donacije

Financiranje ciljev

Občina Kostel zagotavlja javni interes s sofinanciranjem:

- programov javnih zavodov, ki jih je ustanovila občina Kostel in jih financira iz proračuna na podlagi neposrednega poziva oz. sklenjenih pogodb
- javnih in zasebnih turističnih, kulturnih, športnih in drugih programov organizacij na podlagi javnega poziva in sklenjenih pogodb
- turističnih, kulturnih, športnih projektov in ciljnih vsebin nevladnih in drugih organizacij ter samostojnih ustvarjalcev na podlagi javnih razpisov
- s podporo turističnim vsebinam na drugih področjih dela (šolstvo, kultura, šport, ...)
- z zagotavljanjem infrastrukturnih pogojev v turizmu, na področju dela v turizmu in na področju podpornih vsebin na drugih področjih dela
- z zagotavljanjem čim boljše dostopnosti turističnih vsebin

14. IZVEDBENI NAČRT

Strateški dolgoročni cilj (2020)

Povečati obseg investicij v ureditev, obstoječo in novo turistično infrastrukturo, ki bo usklajena z okoljem in trendi ter bo zagotavljala povečanje turističnega prometa.

IZVEDBENE AKTIVNOSTI 2010 - 2015

področje	Aktivnost/cilj	obdobje	odgovornost
Osnovna infrastruktura	Asfaltiranje vsaj dela sedanjih makadamskih cest	2011-2015	Občina Kostel
	Izboljšanje internetne povezave – zagotavljanje internetnega dostopa na območju celotne občine	Do 2013	Občina Kostel
	Ureditev javne razsvetljave na turistično bolj obiskanih območjih in v središčih naselij	Do 2015	Občina Kostel
	Ureditev parkirnih prostorov za obiskovalce (Fara, Vas, ob znamenitostih)	Do 2013	Občina Kostel
	Turistično bolj izpostavljene točke opremiti s smetnjaki in zagotoviti reden odvoz smeti	Do 2011	Občina Kostel
	Izgradnja hiše tradicije	Do 2012	Občina Kostel
	Postavitev parkovne opreme na turistično bolj obiskanih lokacijah	Do 2012	Občina Kostel

	Ureditev dostopnih poti do naravnih in kulturnih znamenitosti – tudi za osebe s posebnimi potrebami	Do 2013	Občina Kostel
Nastanitvene zmogljivosti	Izgradnja eko-zdraviliške vasi	2011-2015	Občina Kostel, zasebni investitorji
	Vzpostavitev min 5 parkirnih mest za avtodome	2011-2012	Občina Kostel
	Vzpostavitev min 3 ekoloških turističnih kmetij (cca min 20 ležišč)	2011-2015	Kmetijska gospodinjstva
	Povečanje ponudbe nastanitvenih zmogljivosti v zasebnih hišah in apartmajih (cca 30 ležišč)	Do 2015	Zasebni ponudniki, lastniki nepremičnin
	Izgradnja drugih novih turističnih objektov in infrastrukture	Do 2015	Občina Kostel, zasebni ponudniki
Gostinska in trgovska ponudba	Vzpostavitev 2 novih izletniških kmetij	Do 2015	Kmetijska gospodinjstva
	Vzpostavitev etno gostišča s ponudbo tradicionalne kuhinje	Do 2013	Zasebni ponudniki
	Vzpostavljanje trgovin z izdelki domače obrti – ekološki in kmetijski pridelki, izdelki umetnostnih obrti	Do 2012	Zasebni ponudniki, kmetije
	Izgradnja novih gostinskih objektov in infrastrukture	Do 2015	Zasebni ponudniki
Naravna dediščina	Vzpostaviti vsaj eno učno pot	Do 2013	Občina Kostel, Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzpostaviti eno informacijsko središče z gostinsko, kulturno in športno rekreativno ponudbo	2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel in zasebni ponudniki

	Vzdrževanje obstoječe infrastrukture naravne dediščine	Do 2015	Občina Kostel, Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
Kulturno-zgodovinska in etnološka dediščina	Prenehati pravice upravljanja gradu Kostel na Občino oz. Zavod	Do leta 2011	Zavod za kulturo in turizem Kostel, Občina Kostel
	Obnoviti grad Kostel	2011-2015	Občina Kostel
	Vzpostaviti etnološki krajevni muzej	Do 2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzpostaviti eno galerijo	Do 2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzpostaviti muzej na kmetiji	Do 2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel, Kmetije
	Oživiti in obnoviti najmanj eno arheološko najdišče	Do 2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzdrževanje obstoječe infrastrukture kulturne dediščine	Do 2015	Občina Kostel, Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
Športno-rekreativna ponudba	Izdelati en načrt poteka športno-rekreativne poti	2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzpostaviti in vzdrževati konjeniške poti po občini	2011 - 2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzpostaviti vsaj 2 kmetiji za vzrejo jahalnih konj	Do 2012	Zasebni ponudniki
	Vzpostaviti najmanj en ribolovni center s gostinsko in športno-rekreativno ponudbo	2011 - 2013	Zasebni ponudniki
	Ureditev vsaj ene varne kolesarsko-rekreativne poti primerne za družine	Do 2013	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Ureditev vsaj ene tematske poti	Do 2013	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Določanje con primernih za kopanje, ribolov, ostale vodne športe	Do 2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel

	vzdrževanje obstoječe infrastrukture na področju športa	Do 2015	Občina Kostel Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
	povečanje števila dogodkov	Do 2015	Občina Kostel Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
Kulturna ponudba	povečati število kulturnih dogodkov	Do 2015	Občina Kostel, Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
	vzdrževanje obstoječe infrastrukture	Do 2015	Občina Kostel, Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
Turizem dobrega počutja	Povečanje števila dopolnilnih programov dobrega počutja v obstoječih in novih gostinsko-nastanitvenih objektih in vključiti naravne resurse.	Do 2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
Družinski turizem	Vzpostaviti najmanj eno pravljico deželo ali pot	Do 2013	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Prilagoditi ponudbo družinam v najmanj enem gostinsko-nastanitvenem objektu.	Do 2013	Zasebni ponudniki
Ostalo	Ureditev prostorov za piknik ob Kolpi	Do 2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel, Občina Kostel
	Vzpostavitev destinacijske organizacije	Do 2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel, Občina Kostel
	Oblikovanje blagovne znamke destinacije Kostel in CGP	Do 2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel
	Vzdrževanje obstoječe infrastrukture na področju turizma	Do 2015	Občina Kostel Zavod za kulturo in turizem Kostel, zasebni ponudniki
	Izdelava elaborata turistične signalizacije in postavitve iste	2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel

	Razvoj novih turističnih produktov v skladu s Strategijo	2010-2015	Zavod za kulturo in turizem Kostel in zasebni ponudniki
	Revizija Strategije razvoja turizma in ocena uresničevanja ciljev	Ob koncu 2012	Zavod za kulturo in turizem Kostel
Turizmu podporne dejavnosti	Samostojno organiziranje čistilnih akcij in izvajanje le-teh v občini Kostel v sodelovanju z drugimi ustanovami	Do 2015	Občina Kostel Zavod za kulturo in turizem Kostel, društva, javni zavodi, druge fizične osebe, ki se ali se nameravajo ukvarjati s turistično dejavnostjo, promocijo in izobraževanjem na področju razvoja turizma
	Organiziranje in izvedba predavanj, seminarjev, delavnic, prireditev, razstav in predstavljanje kulturne in naravne dediščine ter ljudskih običajev za turistične namene v sodelovanju z drugimi društvi	Do 2015	
	Sodelovanje in promocija izdelkov s področja občine Kostel na sejmih in drugih prireditvah izven občine Kostel	konstantno	
	Izdajanje propagandnega materiala za promocijo turistične ponudbe	Do 2015	
	obnovitev in širitev že obstoječih gostinskih in turističnih objektov	Do 2015	Lastniki turističnih objektov
	sprememba namembnosti objektov v turistične namene	Do 2015	Lastniki turističnih objektov, Občina Kostel
	Interesna športna vzgoja otrok, mladine in študentov Športna vzgoja otrok in mladine, usmerjenih v kakovostni in vrhunski šport ter športna rekreacija	Do 2015	Športna društva, zveze športnih društev, zavodi, gospodarske družbe, zasebniki in druge organizacije, registrirane za

Izobraževanje, usposabljanje in izpopolnjevanje strokovnih športnih kadrov	Do 2015	opravljanje dejavnosti na področju športa, zavodi s področja vzgoje in izobraževanja, druga društva
Podpora športnim prireditvam na različnih nivojih	Do 2015	
Vzdrževanje in izgradnja športnih objektov in infrastrukture	Do 2015	
Izvajanje dejavnosti kulturnih društev ter kulturne dejavnosti v drugih društvih	Do 2015	Kulturna društva, zveze kulturnih društev, zavodi, gospodarske družbe, zasebniki in druge organizacije, registrirane za opravljanje dejavnosti na področju kulture, zavodi s področja vzgoje in izobraževanja, posamezni avtorji, druga društva
Udeležba kulturnih društev na prireditvah na različnih nivojih	Do 2015	
Izobraževanje strokovnih kadrov za vodenje ljubiteljskih kulturnih dejavnosti	Do 2015	
Organiziranje in izvedba predavanj, seminarjev in delavnic s področja kmetijstva za področje občine	Do 2015	Fizične in pravne osebe, zavodi, gospodarske družbe, zasebniki in druge organizacije registrirane za opravljanje dejavnosti na področju kmetijstva, zavodi na področju vzgoje in izobraževanja
Male agromelioracije (1 ha)	Do 2015	
Spodbujanje ekološkega kmetovanja	Do 2015	
Obnova travniških sadovnjakov	Do 2015	
Spodbujanje dopolnilnih dejavnosti na kmetijah	Do 2015	Ministrstva, Institucije na področju kmetijstva, občina
Spodbujanje razvoja investicijskih projektov na kmetijah	Do 2015	Ministrstva, Institucije na področju kmetijstva, občina

VIRI

1. European Tourism 2010 – Trends and prospects: Quarterly report - Q2/2010. European Travel Commission. Bruselj, Julij 2010.
2. Geopedia: www.geopedia.si
3. Kamp Žaga: www.kamp-zaga.com
4. Občina Kostel: www.kostel.si
5. OECD Tourism Trends and Policies 2010. OECD. 2010
6. Picture Slovenia: <http://www.pictureslovenia.com>
7. Register kulturne dediščine pri Ministrstvu za kulturo: <http://rkd.situla.org/>
8. Slovenska turistična organizacija: www.slovenia.info
9. SURS – Statistični urad Republike Slovenije: www.stat.si
10. UNWTO United Nation World Tourism Organisation: www.unwto.org
11. WTTC World Travel and Tourism Council: www.wttc.org
12. Združenje občin Slovenije: www.zdruzenjeobcin.si

PRILOGE

Seznam enot registrirane kulturne dediščine v občini Kostel

Št.	EŠD	Naziv
1.	1607	Ajbelj - Cerkev sv. Jerneja
2.	13417	Ajbelj - Domačija Ajbelj 6
3.	13418	Ajbelj - Hiša Ajbelj 9
4.	14001	Ajbelj - Kapelica Matere božje
5.	14002	Ajbelj - Pokopališče
6.	1606	Banja Loka - Cerkev sv. Jakoba
7.	13419	Banja Loka - Hiša Banja Loka 11
8.	13412	Banja Loka - Hiša Banja Loka 4
9.	13420	Dolenji Potok - Zaselek
10.	1806	Fara - Cerkev Marijinega vnebovzetja
11.	1807	Fara - Cerkev sv. Štefana
12.	13421	Fara - Hiša Fara 16
13.	28612	Fara - Kapelica
14.	14004	Fara - Župnišče
15.	11818	Gorenji Potok - Naselbina Jastrnik
16.	13430	Grgelj - Kašča pri hiši Grgelj 1
17.	13422	Grivac - Hiša Grivac 7
18.	13423	Jesenov vrt - Domačija Jesenov vrt 1
19.	5899	Kostel - Arheološko najdišče Kostel
20.	1808	Kostel - Cerkev sv. Treh kraljev
21.	910	Kostel - Grad Kostel
22.	5900	Kostel - Trško naselje
23.	1809	Krkovo nad Faro - Cerkev sv. Lenarta
24.	10318	Krkovo nad Faro - Domačija Grbac
25.	10287	Krkovo nad Faro - Mlin pri domačiji Grbac
26.	13425	Kuželj - Vas
27.	2786	Maverc - Ruševine cerkve sv. Vida
28.	2793	Pirče - Kapela Matere božje dobrega sveta
29.	14010	Pirče - Mitnica
30.	1608	Podstene pri Kostelu - Cerkev sv. Duha
31.	13426	Podstene pri Kostelu - Zaselek
32.	13526	Rajšele - Hiša Rajšele 7
33.	603	Rajšele - Hiša Rajšele 8
34.	1810	Slavski Laz - Cerkev sv. Trojice
35.	13427	Slavski Laz - Vas
36.	2097	Srobotnik ob Kolpi - Cerkev sv. Ane
37.	14011	Vas pri Fari - Kapelica Matere božje
38.	13428	Vas pri Fari - Osnovna šola
39.	11820	Vrh pri Fari - Arheološko območje Vrh
40.	1811	Vrh pri Fari - Cerkev sv. Nikolaja
41.	13429	Zapuže pri Kostelu - Vas

