

Zavod za turizem
Nova Gorica in
Vipavska dolina

POSLOVNO POROČILO JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA 2020



NOVA GORICA, 10. 2. 2021

Pripravila: Erika LOJK, direktorica

Kazalo vsebine

1	UVOD	3
2	SPLOŠNI DEL	4
2.1	OSNOVNI PODATKI	4
2.2	PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE	4
2.3	PODROČJE DELA	5
2.4	PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA	6
2.5	ORGANIGRAM IN ORGANIZIRANOST ZAVODA	7
2.6	FINANCIRANJE ZAVODA	8
3	POSEBNI DEL	9
3.1	OPREDELITEV DESTINACIJE NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA TER POZICIONIRANJE ZAVODA ZNOTRAJ NJE	9
3.1.1	OPREDELITEV DESTINACIJE	9
3.1.2	POZICIONIRANJE ZAVODA ZA TURIZEM NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA KOT VODILNEGA SUBJEKTA RAZVOJA LOKALNEGA IN REGIONALNEGA TURIZMA	9
3.1.3	TURISTIČNO INFORMACIJSKA DEJAVNOST	10
3.1.4	SKLADNOST LOKALNE STRATEGIJE Z NACIONALNO STRATEGIJO RAZVOJA TURIZMA	10
3.2	TURIZEM V ŠTEVILKAH	11
3.2.1	NAMESTITIVNE KAPACITETE	11
3.2.2	PRIHODI IN PRENOČITVE TURISTOV	12
3.2.3	TURISTIČNA TAKSA	13
3.3	TRŽNO KOMUNICIRANJE	14
3.3.1	ODNOSI Z JAVNOSTMI	14
3.3.2	SPLETNO KOMUNICIRANJE	15
3.3.3	DIGITALNO OGLAŠEVANJE	16
3.3.4	KLASIČNO OGLAŠEVANJE / PROMOCIJA	17
3.3.5	POSPEŠEVANJE PRODAJE	18
3.4	PROJEKTI	18
3.4.1	VIPAVSKA DOLINA PREDSTAVLJA SVOJE DRUGAČNOSTI - 2020	18
3.4.2	ZGODBE DEDIŠČINE DESTINACIJE NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA	19
3.5	DRUGI PROJEKTI IN AKTIVNOSTI	19
3.5.1	ČAS ZA VAS - BRDA, VIPAVSKA DOLINA, KRAS	19
3.5.2	GIZ POHODNIŠTVO IN KOLESARJENJE	20
3.5.3	APLIKACIJA TURISTIČNE ZVEZE SLOVENIJE	20
3.6	TRŽNA DEJAVNOST	20
3.6.1	CENTER TRAJNOSTNE MOBILNOSTI NOVA GORICA »ZELENO = MOJA IZBIRA«	20
3.7	IZOBRAŽEVANJA IN KREPITVE KOMPETENC ZAPOSLENIH	21
4	REALIZACIJA PLANA 2020	22
4.1	RAZVOJ DESTINACIJE	22
4.2	TRŽENJE DESTINACIJE	24
4.3	PROJEKTNO VODENJE	27

5	RAČUNOVODSKO POROČILO ZA LETO 2020	28
5.1	VREDNOTENJE.....	28
5.2	POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA - 26. ČLEN PRAVILNIKA	29
5.3	POJASNILA K IZKAZU PRIHODKOV IN ODHODKOV.....	33
5.4	POJASNILA K IZKAZU PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU DENARNEGA TOKA 41	
5.5	POJASNILA K IZRAČUNU FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB DOLOČENIH UPORABNIKOV	42
6	ZAKLJUČEK.....	43
	KAZALO TABEL	44
	KAZALO GRAFOV	45
	KAZALO SLIK	45

1 UVOD

Leto 2020 je bilo za turizem v destinaciji Nova Gorica in Vipavska dolina, kot tudi na državnem in svetovnem nivoju, prelomno leto.

Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina, ustanovljen leta 2018 od treh občin; **Nova Gorica, Ajdovščina in Renče-Vogrsko**, je pričel s polnim delovanjem julija 2020. V samem zavodu smo morali zagnati vse dejavnosti, razporedili smo delo v novem kolektivu, urejali vse dokumente za zagon Zavoda, odprli nove prostore TIC-a v Novi Gorici, začeli z izvajanjem projektov, aktivno nastopali pri promociji in izvajali aktivnosti, za katere smo ocenili, da doprinašajo k razvoju turizma oziroma prepoznavnosti prostora.

V istem obdobju se je pričela največja kriza v zgodovini turizma doslej. Pojav koronavirusa **Covid-19** in z njim povezanimi ukrepi za preprečitev okužbe so ohromile turizem. Gostinci, hotelirji in drugi ponudniki nočitev, turistične agencije, prevozniki, agencije za pripravo dogodkov, ... so bili zaustavljeni. Prekinjeni so bili stiki, druženje, poti, potovanja, zato je marsikomu Covid-19 trajno ogrozil poslovanje. Dobra poteza vlade RS je bila uvedba vavčerjev, ki so vsaj deloma omilili krč, v katerem so se ponudniki znašli.

Želja po **razvoju turizma in krepitvi prepoznavnosti prostora** nas je gnala, da smo vzporedno z vsemi formalnostmi, ki so bile potrebne za zagon zavoda, takoj pričeli aktivno delati. Zavedamo se, da so občinske meje obiskovalcu nepomembne, njegova izkušnja na destinaciji je tista, ki nam pripelje želeni uspeh. Zadovoljstvo gosta je le zaključna faza našega skupnega dela na destinaciji, je spoj različnih faktorjev: želja občin, pogojev območja, infrastrukture, kvalificiranih ponudnikov, kvalitetnih turističnih produktov, trajnostnega turizma, ciljne in privlačne promocije, pozicioniranja blagovne znamke, sodelovanja in vključevanja različnih odgovornih institucij, predvsem pa zavedanja domačega prebivalstva o potencialu, ki ga enotna destinacija ponuja.

V vsej temačnosti leta so bili poleg novoustanovljenega Zavoda NG-VD še drugi pomembni pozitivni mejniki na destinaciji, ki odpirajo nove priložnosti, kot je na primer imenovanje Nove Gorice in Gorice za **Evropsko prestolnico kulture 2025**. Kot drugo lahko izpostavimo uspeh kulinarike v destinaciji, saj je nov **Michelinov kulinarčni vodnik za Slovenijo** poskrbel še za en dokaz izjemnosti kulinarčne ponudbe destinacije. Michelinovo zvezdico sta prejela kar dva ponudnika v destinaciji.

Z enako zagnanostjo kljub še vedno zaskrbljujočim razmeram optimistično nadaljujemo zastavljeno pot v 2021.



Slika 1: Nova Gorica, Ajdovščina in Renče-Vogrsko; arhiv Zavod NG-VD

2 SPLOŠNI DEL

2.1 Osnovni podatki

Naziv: JAVNI ZAVOD ZA TURIZEM NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA

Krajši naziv: Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina

Sedež: Trg Edvarda Kardelja 1, 5000 Nova Gorica

Matična številka: 8240949000

Davčna številka: 42891051

Zavod s sedežem v Novi Gorici, Trg Edvarda Kardelja 1, posluje na dveh lokacijah, kjer se nahajata tudi turistično informacijska centra (TIC), in sicer:

- TIC Nova Gorica, Kidričeva 11, 5000 Nova Gorica in
- TIC Ajdovščina, Prešernova 9, 5270 Ajdovščina.

V novogoriški enoti deluje vzporedno še novoustanovljeni center trajnostne mobilnosti, ki je prav tako pod okriljem zavoda.



Slika 2: TIC Nova Gorica in TIC Ajdovščina; arhiv Zavoda NG-VD

2.2 Pravne podlage za ustanovitev in delovanje

Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina je bil ustanovljen 11. junija 2018 na skupni seji treh Občin ustanoviteljic in sicer Občine Ajdovščina, Mestne občine Nova Gorica in Občine Renče-Vogrsko. Odlok o ustanovitvi je bil objavljen v Uradnem listu št. 43/2018 z dne 22. junij 2018. Namen ustanovitve zavoda je bilo skupno načrtovanje, organiziranje in izvajanje dejavnosti turizma, doseganje usklajene, kakovostne in celovite turistične ponudbe z izkoriščanjem naravnih danosti in etnoloških, kulturnih ter ostalih posebnosti območja, spodbujanje razvoja ter skupno načrtovanje, oblikovanje, promocija in trženje turistične ponudbe kot integralnega turističnega proizvoda na ravni celotnega turističnega območja. Zavod je ustanovljen tudi z namenom izvajanja nalog, ki se v strategiji slovenskega turizma nanašajo na vodilno destinacijo »Nova Gorica in Vipavska dolina«.

Zavod se je v letu 2020 sestajal s svetom soustanoviteljic na treh korespondenčnih sejah.

2.3 Področje dela

Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina (v nadaljevanju Zavod NG-VD ali samo zavod) opravlja na ravni turističnega območja kot javno službo naslednje dejavnosti:

- spodbujanje razvoja celovitih turističnih proizvodov turističnega območja;
- načrtovanje, oblikovanje in trženje celovite turistične ponudbe na ravni turističnega območja;
- spremljanje in analiziranje stanja, razvojnih možnosti in usmeritev turističnega območja z namenom priprave ustreznih strategij;
- priprava in izvajanje operativnega programa trženja turističnega območja;
- oblikovanje in izdelava integralnih turističnih proizvodov;
- izvajanje turistično informacijske dejavnosti;
- izvajanje nalog, ki se v strategiji slovenskega turizma nanašajo na vodilno destinacijo Nova Gorica in Vipavska dolina.

Druge dejavnosti zavoda so:

- sodelovanje in povezovanje z nacionalno turistično organizacijo ter drugimi sorodnimi organizacijami;
- sooblikovanje turistične ponudbe Slovenije in njena promocija;
- promocija turizma v digitalnem okolju;
- varovanje nepremičnih spomenikov lokalnega in državnega pomena;
- razvoj in vzdrževanje turistične infrastrukture;
- razvoj in vzdrževanje javnih površin, namenjenih turistom (vzdrževanje in urejanje parkov, zelenic, cvetličnih nasadov, planinskih ter tematskih poti in podobno);
- urejanje in vključevanje zavarovanih naravnih območij v turistično ponudbo, ob upoštevanju aktov o zavarovanju ter v skladu z razvojnimi usmeritvami in varstvenimi režimi v zavarovanih območjih;
- sodelovanje in povezovanje s sorodnimi turističnimi organizacijami, društvi ali posamezniki ter organiziranje in izvajanje skupnih promocijskih nastopov in prireditev na sejnih, borzah in drugih oblikah predstavitev turizma doma in v tujini;
- sodelovanje s strokovnimi in izobraževalnimi organizacijami;
- koordiniranje subjektov na področju turizma in drugih subjektov;
- organizacija in izvedba prireditev;
- oblikovanje in priprava dokumentacije za javne razpise za različne projekte ter vodenje in izvajanje le-teh;
- priprava in izdajanje promocijskega informativnega gradiva;
- vodenje in upravljanje spletnih strani in ciljnih spletnih domen;
- organizacija in izvedba kongresnih aktivnosti za druge naročnike;
- vodenje, organizacija in usposabljanje lokalne turistične vodniške službe;
- nudenje objektov v upravljanju v uporabo za izvedbo posameznih promocijskih dogodkov drugim organizatorjem;
- pomoč in tehnična podpora za izvedbo dogodkov drugim organizatorjem;
- izvajanje destinacijskega managementa za vodilno destinacijo;
- druge dejavnosti, ki spodbujajo razvoj turizma.

2.4 Predstavitev organov zavoda

Organi zavoda so svet zavoda, direktor zavoda ter strokovni svet zavoda.

Svet zavoda:

Zavod upravlja svet zavoda in ga sestavlja 9 članov in sicer:

- trije (3) predstavniki Mestne občine Nova Gorica;
- dva (2) predstavnika Občine Ajdovščina;
- en (1) predstavnik Občine Renče-Vogrsko;
- en (1) predstavnik delavcev zavoda;
- dva (2) predstavnika uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti.

Predsednik sveta zavoda je Marko Rondič, člani sveta zavoda so: Andrej Sluga, Mihaela Kolander, Tadej Pišot, Daša Slokar, Tadeja Curk Kompara, Saša Golob in Dean Trojer Smrečnik. Predstavnik sveta iz vrst delavcev zavoda bo imenovan po potrditvi oz. sprejetju statuta s strani sveta zavoda.

Svet zavoda se je v 2020 sestel na dveh rednih in šestih korespondenčnih sejah.

Direktor zavoda:

Zavod NG-VD je od novembra 2019 do 30. junija 2020 vodila v. d. direktorica Janja Lazar. Vršilka dolžnosti je bila imenovana za čas do imenovanja direktorja. Po opravljenem razpisu za delovno mesto direktorja je svet zavoda obravnaval vseh 23 prejetih prošenj ter z izbranimi kandidati opravil razgovore. Po opravljenih razgovorih je Svet zavoda za direktorico izbral kandidatko Eriko Lojk, ki vodi Zavod od 01. julija 2020 s štiriletnim mandatom.

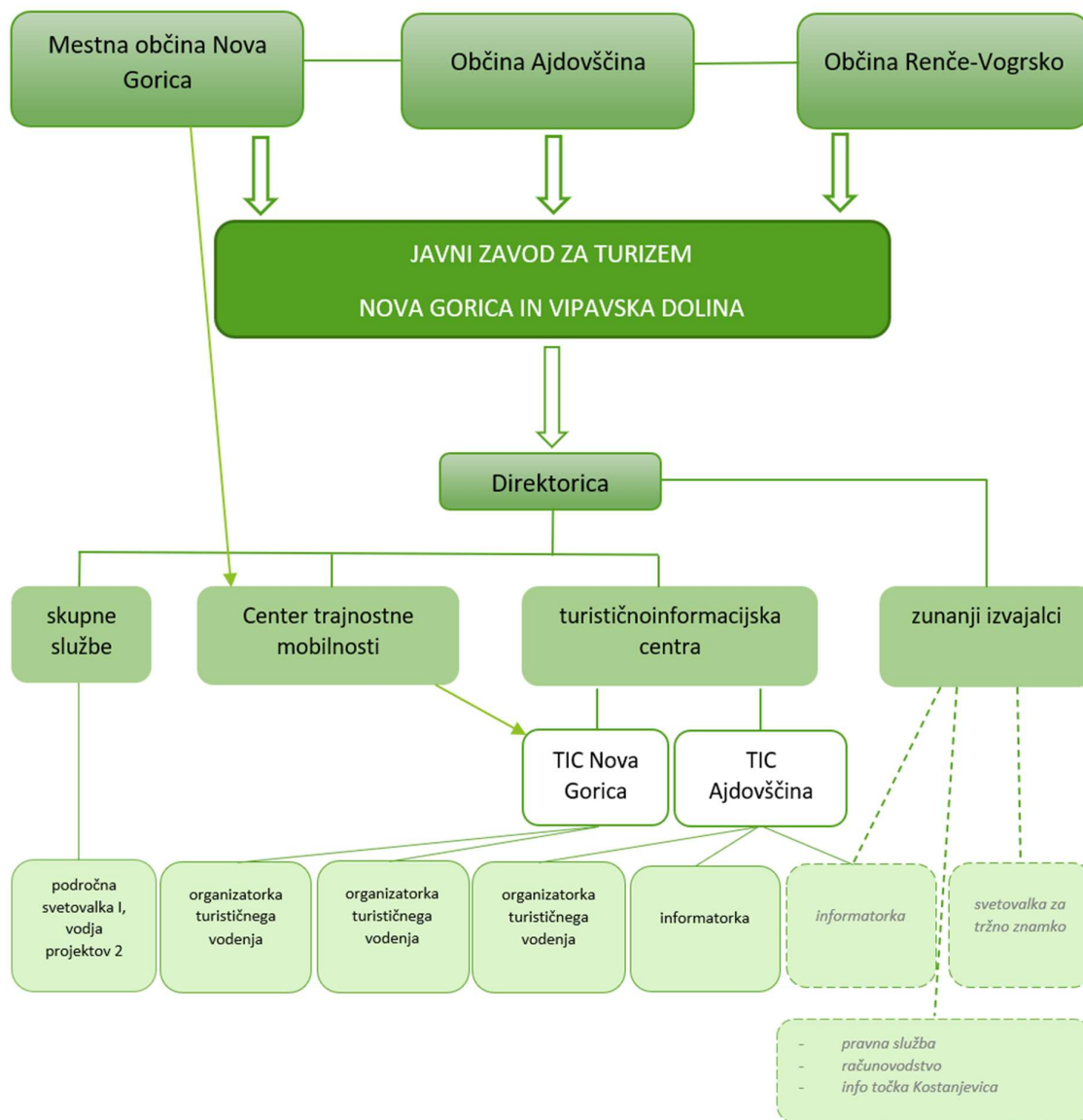
Strokovni svet:

Strokovni svet zavoda je kolegijski strokovni organ zavoda, ki obravnava vprašanja s področja strokovnega dela zavoda in ima štiri člane. Strokovni svet zavoda imenuje svet zavoda na predlog direktorja. Strokovni svet zavoda bo imenovan v letu 2021.



Slika 3: Vipava, vinograd in Vogršček; arhiv Zavoda NG-VD

2.5 Organigram in organiziranost zavoda



Graf 1: Organigram Zavoda NG-VD

V Zavodu NG-VD je 6 zaposlenih, ki so locirani na dveh različnih lokacijah: štiri zaposlene so v Novi Gorici, dve pa v Ajdovščini. V Ajdovščini opravlja službo informatorja še zunanja izvajalka.

Direktorica ter sodelavka za projekte sta na skupnih stroških občin ustanoviteljic, dve zaposleni v TIC-u sta na stroškovnem mestu mestne občine Nova Gorica, dve zaposleni v TIC-u na stroškovnem mestu občine Ajdovščina.

Novogoriška pisarna opravlja predvsem dela vezana na splošne službe, vodenje projektov, mobilnost, urejanje spleta in Facebook strani Zavoda NG-VD, medtem ko je ajdovski del usmerjen bolj v trženje (urejanje družbenih omrežij, priprava oglasov, urejanje destinacijske spletne strani, ipd.).

2.6 Financiranje zavoda

Sredstva za delovanje Zavoda NG-VD zagotavljajo občine soustanoviteljice. Finančna sredstva za delovanje zavoda se za posamezno soustanoviteljico izračunajo po naslednji enačbi:

Dspo = (primerna poraba posamezne soustanoviteljice / vsota primernih porab vseh občin soustanoviteljic) X vrednost sprejetega finančnega načrta zavoda

Pri tem je Dspo delež sredstev posamezne soustanoviteljice za delovanje zavoda. Delež sredstev posamezne soustanoviteljice za delovanje Zavoda NG-VD se določi na podlagi dogovora med soustanoviteljicami.

V letu 2020 je Zavod NG-VD z občinami soustanoviteljicami sklenil Pogodbo o financiranju delovanja Javnega zavoda za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina ter dva aneksa:

- 29.05.2020: pogodba v vrednosti 190.523,34 EUR
- 07.10.2020: aneks 1 - za skupno vrednost 312.107 EUR
- 07.12.2020: aneks 2 - končna vrednost 323.107 EUR

OBČINA	STROŠKI DELA	STROŠKI DELOVANJA	SKUPAJ
Mestna občina Nova Gorica	47.434 €	135.725 €	183.159 €
Občina Ajdovščina	38.985 €	84.837 €	123.822 €
Občina Renče-Vogrsko	2.369 €	13.757 €	16.126 €
SKUPAJ	88.788 €	223.319 €	323.107 €

Tabela 1: Skupaj sredstva posamezne sofinancerke

3 POSEBNI DEL

3.1 Opredelitev destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina ter pozicioniranje zavoda znotraj nje

3.1.1 Opredelitev destinacije

Nacionalna strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 opredeljuje, da se Slovenija deli na 4 makro destinacije: Alpska Slovenija, Mediteranska Slovenija, Termalna Panonska Slovenija in Osrednja Slovenija & Ljubljana.



Slika 4: Slovenija, razdeljena na štiri makro destinacije

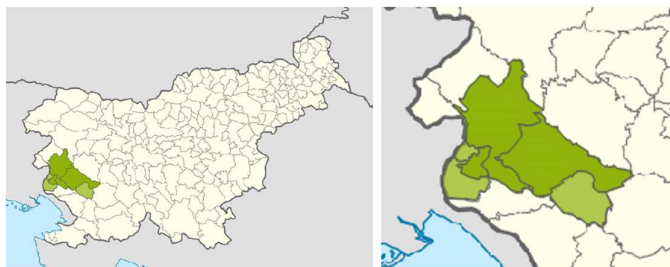
Znotraj vsake makro destinacije so vodilne ter navadne destinacije. Kriterij za vodilno destinacijo je obseg prenočitev (praviloma nad 8.000 oziroma 10.000 letno) in glede na vpliv na ustvarjanje podobe/prepoznavnosti makro destinacije in s tem Slovenije. Vseh vodilnih destinacij je v Sloveniji 37, v mediteranski 8, med katere je uvrščena tudi Nova Gorica in Vipavska dolina.

3.1.2 Pozicioniranje Zavoda za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina kot vodilnega subjekta razvoja lokalnega in regionalnega turizma

Naša destinacija obsega območje 6-ih občin, med katerimi so 3 soustanoviteljice našega zavoda, ostale tri pa imajo lastne zavode:

- Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina
- Zavod Trg Vipava
- KŠTM Šempeter - Vrtojba
- Zavod Miren Kras

Pri Slovenski turistični organizaciji (v nadaljevanju STO) je naš zavod opredeljen kot podpisnik »Partnerskega dogovora o sodelovanju za večje sinergije pri razvoju in promociji turizma« za celotno vodilno destinacijo, torej za vseh 6 občin. Kot tak nosi vlogo koordinatorja za celotno destinacijo.



Slika 5: Prikaz območja vodilne destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina z označenimi občinami, ki jih pokriva (s temnejšim odtenkom zelene so označene občine ustanoviteljice)

3.1.3 Turistično informacijska dejavnost

Turistično informacijski centri gostom ob obisku destinacije nudijo vse informacije o celotni turistični ponudbi destinacije, tako mesta kot podeželja, splošne informacije za celotno Slovenijo ter druge uporabne informacije.

Novogoriški TIC se je v juniju 2020 s preходом upravljanja s Turistične zveze Nova Gorica na Zavod NG-VD začasno preselil iz EDA Centra v prostore Daimonda. Septembra 2020 so se odprli novi prostori na Kidričevi ulici, kjer poleg splošnih služb zavoda delujeta še TIC in Center trajnostne mobilnosti Nova Gorica.

V Ajdovščini deluje TIC v prostorih na Prešernovi 9.

Zavedamo se, da je dosegljivost za obiskovalce zelo pomembna, zato smo v Novi Gorici že julija **spremenili urnik poslovanja in sicer, od ponedeljka do nedelje z vključenimi vsemi prazniki od 8.00 do 18.00.**

Poletni urnik v TIC-u Ajdovščina je bil od ponedeljka do petka od 8.00 do 18.00 in v soboto od 8.00 do 12.00, nedelje in prazniki pa je bil zaprt.

Od 24. oktobra 2020 so oba prostora TIC-a zaprta za goste zaradi ukrepov za preprečevanje Covida-19, za informacije smo bili dosegljivi po telefonu ali e-pošti.

Zunanji pogodbeni partner za INFO točko je Zavod samostana na **Kostanjevici**, ki s svojo ponudbo (cerkev, grobnica Burbonov, Škrabčeva knjižnica, rožni vrt burbonk, zbirka umetniških del Klavdija Tutte, ...) predstavlja enega najdragocenejših zgodovinskih, kulturnih in duhovnih biserov prostora.

Informiranje gostov poteka še na **Kulturno-informacijski stični točki KiT** v železniški postaji tik ob Trgu Evrope, ki ga je odprl Kulturni dom Nova Gorica v sodelovanju z Zavodom AREA57/15 in Kulturnim domom Gorica, z namenom čezmejnega sodelovanja med Novo Gorico in sosednjo Gorico.

Zunanje INFO točke opremljamo s promocijskimi materiali ter jim nudimo vse potrebne informacije.

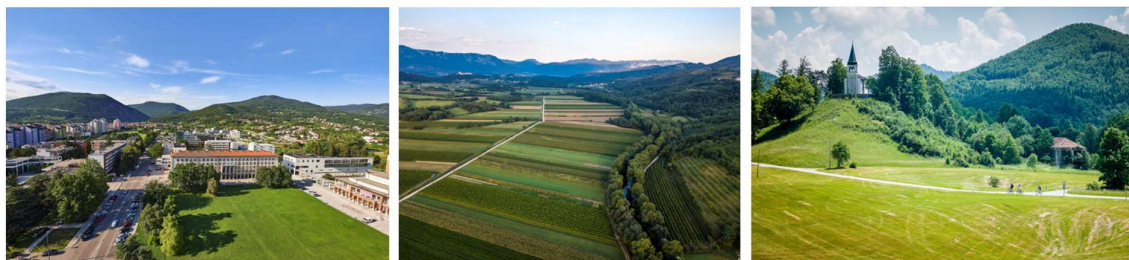


Slika 6: Samostan Kostanjevica, TIC Ajdovščina in TIC Nova Gorica

3.1.4 Skladnost lokalne strategije z Nacionalno strategijo razvoja turizma

Zavod izvaja aktivnosti v skladu z nacionalno strategijo razvoja turizma vodilne turistične destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina 2017-2021 ter skladno z osnovno strategijo občin ustanoviteljic Zavoda. V letu 2020 ni relevantno ocenjevati doseganja ciljev omenjenih strategij, ker so se cilji sproti spreminjali zaradi nepredvidene pandemije, ki je obrnila vse na glavo, kar je še posebej zaznati v panogi turizma. V letu 2021 se bo oblikovala nova strategija destinacije ter nacionalna strategija, obe za 2022-2026, ki bo vključevala načrtovanje okrevanja turizma po pandemiji.

Vizija Zavoda je, da postane turistična destinacija Nova Gorica in Vipavska dolina butična, zelena, zdrava ter trajnostno naravnana turistična destinacija, z jasnim pozicioniranjem in celostnimi turističnimi produkti, ki privabljajo zahtevnejše goste, željne uživanja življenja in sprostitve skozi vse leto. Mednarodno prepoznavna destinacija je znana po sončnih vinorodnih gričih, izjemni vinski tradiciji, izvrstni kulinariki ter bogati naravni ter kulturni dediščini. Na vseh teh področjih se pri oblikovanju turistične ponudbe povezuje s ponudniki čezmejnega prostora.



Slika 7: Nova Gorica, Vipavska dolina, Lokve; arhiv Zavod NG-VD

3.2 Turizem v številkah

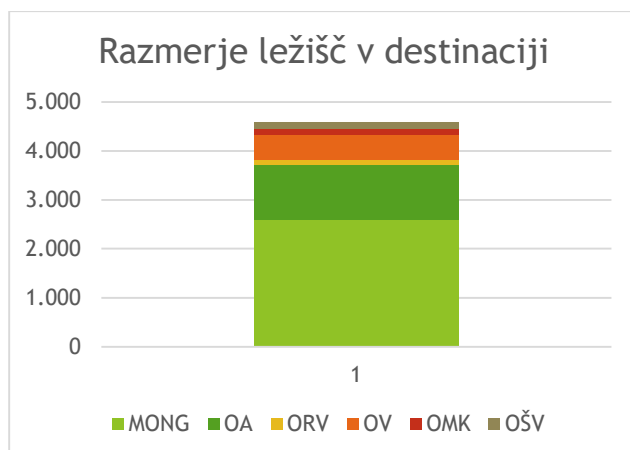
3.2.1 Namestitvene kapacitete

Po podatkih pridobljenih na portalu Ajpes.si je bilo v letu 2020 turistom v treh občinah na voljo **201 objekt s 3.850 ležišči**, v celotni turistični destinaciji (vseh 6 občin) pa **309 objektov in 4.586 ležišč**.

Število objektov in ležišč 2020	MONG		OBČINA AJDOVŠČINA		OBČINA RENČE-VOGRSKO		OBČINA VIPAVA		OBČINA MIREN-KOSTANJEVICA		OBČINA ŠEMPETER-VRTOJBA	
	objekti	ležišča	objekti	ležišča	objekti	ležišča	objekti	ležišča	objekti	ležišča	objekti	ležišča
Hotel	6	824	1	78							2	118
Penzion	1	34										
Gostišče	3	40										
Kamp	4	427	3	382			2	190				
Glamping	2	62					1	14				
Apartma	30	210	27	134	4	12	14	46	10	37	1	4
Prenočišča	3	169										
Mladinska prenočišča, hostel	3	414	2	260			1	60				
Turistična kmetija z nastanitvijo	9	119	2	18			4	61	3	19		
Sobe	27	215	63	169	9	97	43	102	16	43		
Planinski domovi	1	28	3	81			1	30				
Počitniški domovi	1	38										
Počitniška hiša			5	19					1	12		
Drugi nastanitveni objekti	1	20										
SKUPAJ	91	2.600	106	1.141	13	109	66	503	30	111	3	122
<i>Odstotek od celote (%)</i>		<i>56,69</i>		<i>24,88</i>		<i>2,38</i>		<i>10,97</i>		<i>2,42</i>		<i>2,66</i>

Tabela 2: Število objektov in število ležišč v letu 2020 na območju destinacije; vir: www.ajpes.si

Objekti iz območja treh občin predstavljajo 65 % od vseh v destinaciji, ležišča pa 84 %.



Graf 2: Razmerje ležišč glede na posamezno občino v destinaciji, vir: ajpes.si

3.2.2 Prihodi in prenočitve turistov

Podatki o prenočitvah so pridobljeni iz portalov Obcina.si, Ttaksa.si in Pxweb.stat.si, kjer so na voljo le podatki za leti 2018 in 2019. Za vsa predhodna leta so podatki zaradi drugačne metodologije neprimerljivi.

Na območju treh občin smo v letu 2020 zabeležili **56.912 turistov**, ki so skupaj ustvarili **123.783 prenočitev**, kar predstavlja polovico manj prenočitev kot leto prej. Rezultat je jasen odsev situacije v preteklem letu, povezane z ukrepi za preprečevanje Covida-19. Od januarja do decembra 2020 na območju 3 občin beležimo 67,8 % prihodov tujih in 32,2 % domačih gostov. V mesecu septembru smo na podeželju zaznali rast nočitev v primerjavi s predhodnim letom, kar je nakazovalo na izboljšanje stanja. V oktobru pa smo zaradi ukrepov za preprečevanje Covida-19 bili priča ponovnemu zaprtju namestitev.

ŠTEVILO PRENOČITEV LETNO	MONG	Občina Ajdovščina	Občina Renče-Vogrsko	SKUPAJ
2020	95.551	19.224	9.008	123.783
2019	199.591	29.699	17.757	247.047
2018	214.181	25.142	20.440	259.763

Tabela 3: Pregled letnega števila prenočitev v treh občinah; vir: www.ttaksa.si, www.obcina.si

Povprečna doba bivanja turistov se je podaljšala v primerjavi s preteklim letom iz 1,9 na 2,2 dni. Največ gostov je od januarja do decembra 2020 prišlo iz naslednjih trgov: Italija (45,5 %), Slovenija (31,9 %), Nemčija (3,8 %), Avstrija (1,8 %) in BIH (1,9 %). Vseh italijanskih gostov je bilo 25.915, od tega jih je bilo 83% pri ponudniku HIT in 17% pri ostalih ponudnikih v destinaciji.

Delež nočitev, ki ga območje treh občin predstavlja znotraj Slovenije, je v letu 2020 za malenkost upadel v primerjavi s predhodnim letom. Glede na to, da je domači gost, ki je bil

zaradi nastale situacije v letošnjem letu najštevilčnejši, iskal predvsem destinacije ob vodi, nas manjši upad ne preseneča.

DELEŽ NOČITEV	Slovenija	MONG, Občina Ajdovščina, Občina Renče-Vogrsko	delež
2020	9.046.449	123.783	1,35 %
2019	15.775.331	247.047	1,60 %
2018	15.694.705	263.331	1,70 %

Tabela 4: Pregled deleža števila prenočitev v treh občinah v letu 2020, 2019 in 2018; vir: pxweb.stat.si

Zaradi upada števila igralniških gostov, ki predstavljajo v mestu večino prenočitev, smo podatke razdelili na namestitve Hit d.d. (Hotel Sabotin, Hotel Perla, Hotel Park) ter ostale.

NOČITVE	2019	2020	index
Namestitve Hit d.d.	137.563	54.383	-60,47
Druge namestitve 3 občin	109.484	69.400	-36,61

Tabela 5: Število nočitev v nastanitvah Hit d.d. v primerjavi z drugimi nastanitvami v destinaciji

Padec nočitev v primerjavi z letom 2019 je bil znotraj 3 občin zavoda 49,89 %, ker je manjši padec v primerjavi z MO Kranj (-67,78 %), MO Maribor (-56,74 %) in MO Ljubljana (75,74 %).

Vlada RS je med prebivalce Slovenije razdelila turistične bone v vrednosti 352 milijonov EUR. Do 1. oktobra 2020 je bilo na območju treh občin unovčenih 5.803 bonov v vrednosti 604.682,82 EUR, kar predstavlja 4.3% vseh unovčenih bonov. V Sloveniji je ostalo še 238 milijonov EUR v obliki turističnih bonov, ki se bodo lahko unovčili v prihodnjem letu. Če bo procent podoben si v destinaciji lahko obetamo nekaj čez 1 MIO unovčenih bonov.

3.2.3 Turistična taksa

Od leta 2018, ko je Državni zbor RS sprejel novelo Zakona o spodbujanju razvoja turizma, posamezna občina lahko samostojno določi z odlokom višino turistične takse v znesku do 2,5 EUR na gosta na noč.

VIŠINA TURISTIČNE TAKSE V EUR	Turistična taksa (TT)	Promocijska taksa (PT)	SKUPAJ
MONG 1 (Nova Gorica, Kromberk, Loke, Rožna Dolina in Solkan)	2	0,5	2,5
MONG 2 (Banjšice, Branik, Čepovan, Dornberk, Gradišče nad Prvačino, Grgarske ravne-Bate, Lokovec, Lokve-Lazna, Osek-Vitovlje, Ozeljan, Prvačina, Ravnica, Šempas, Trnovo)	1	0,25	1,25
Občina Ajdovščina	1,6	0,4	2
Občina Renče-Vogrsko	1,6	0,4	2

Tabela 6: Višina turistične takse (v EUR) v posamezni občini

Turistična taksa, obračunana v letu 2020 na območju treh občin, je skupaj znašala **310.580,20 EUR**. MONG 185.795 EUR, Ajdovščina 111.561 EUR in Renče-Vogrsko 13.133 EUR.

3.3 Tržno komuniciranje

3.3.1 Odnosi z javnostmi

Komunikacija s predstavniki slovenskih medijev

Zanimanje za Zavod je bilo v preteklem letu precejšnje. Temu je botrovalo zanimanje za začetek delovanja Zavoda, odprtje novih prostorov v Novi Gorici in stanje v turizmu med situacijo Covid-19.

V letu 2020 smo podali čez 50 izjav za slovenske in lokalne medije.

Izjave in sporočila (naše aktivnosti, promocijske aktivnosti ali delovanje zavoda) smo podajali različnim **tiskanim medijem**: Primorski dnevnik, Primorske novice, Lokalnim Ajdovščina, Latniku, Podjetniške novice in drugim slovenskim medijem.

Izjave in poročanja na različne tematike smo oddali **radiem**: Radio Robin, Radio Koper, Radio Trst, Radio Primorski val, Radio 1 in drugim.

Organizirane tri novinarske konference:

- Udeležba na dveh novinarskih konferencah skupne akcije Čas za vas. Brda. Vipavska dolina. Kras. na Cerju, 8. julija 2020 in v Vipavi, 5. oktober 2020.
- Predstavitve nove ponudbe izposoje koles na planoti - Lokve, 1.7.2020

Prisotni smo bili v več **televizijskih oddajah** z različno tematiko:

- Pri oddaji Dobro jutro (RTV Slovenija) je bila predstavljena celotna ponudba Trnovske in Banjške planote z novo ponudbo - oddajanje e-koles v najem.
- V oddaji Na lepše (RTV Slovenija) so nas povprašali o situaciji Covid-19, predstavljena pa sta bila dva ponudnika.
- Na nacionalni TV dva prispevka na temo projekta Čas za vas. Brda. Vipavska dolina. Kras. (ob novinarskih konferencah).
- Dnevnik RTV Slovenija in Primorska kronika sta poročala o odprtju novih prostorov v Novi Gorici in Centru trajnostne mobilnosti Nova Gorica.
- Novinarji RTV so nas obiskali in tudi poročali na temo Giro d'Italia
- Na Pop TV je potekala predstavitev destinacije »Rajska dolina obstaja« v okviru Moja Slovenija.
- Na Pop TV je bil poseben prispevek, namenjen martinovanju.

Komunikacija s tujimi mediji

Pomemben del komuniciranja s tujimi mediji predstavljajo novinarska študijska potovanja in sodelovanje s tujimi vplivneži.

Po umiritvi razmer, ki jih je s prvim valom povzročila pandemija Covida-19, smo želeli okrepiti zaupanje v varnost naše destinacije, zato smo potencialne goste nagovarjali preko novinarskih člankov. Osredotočili smo se na bližnje trge, ki so za našo destinacijo ključni emitivni trgi, po epidemiji pa so zaradi bližine in dostopnosti z avtom oziroma vlakom tudi najbolj obetavni.

V avgustu smo s pomočjo slovenske agencije povabili **italijanske novinarje** in pripravili študijsko turo, katere se je udeležilo 5 tujih novinarjev in blogerjev.

Druga aktivnost, študijska tura za **nemški trg**, je bila predvidena jeseni, ko pa nas je nepričakovano že doletel drugi val epidemije in obisk novinarjev ni bil več možen. Zato smo

v oktobru stopili v kontakt z nemško agencijo, ki je razposlala naš press release v svoji mailing listi.

Nastalo je šest novinarskih člankov, ki povečujejo prepoznavnost destinacije kot izrazito zelene in zelo varne. V italijanskem jeziku v medijih: Pimp my Trip, Ritagli di Viaggio in Non solo turisti. S press releasom na nemškem trgu so nastali trije članki v medijih Frankfurt Live, Imagine Magazin in Kulinarisches Interview.

Vključevanje vplivnežev - bloggerjev/piscev v strokovnih medijih za turizem v angleškem jeziku. Cilj aktivnosti je sporočanje nove, specializirane ponudbe vodilne destinacije za t.i. High Value Travellerje. V sodelovanju s specializirano agencijo iz Združenega kraljestva smo oblikovali fokusirane vsebine o ponudbi Vipavske doline, ki jih je distribuirala vplivnim piscem medijev Združenega kraljestva in ZDA. Nastala sta članka Travel Weekly New York in Conce nast traveler.

Vse aktivnosti s tujimi mediji pomembno dvigujejo prepoznavnost naše destinacije in ustvarjamo možnosti za čas, ko bomo lahko zopet potovali.

3.3.2 Spletno komuniciranje

Spletna stran Turizem-novagorica-vipavskadolina.si

Nova spletna stran www.turizem-novagorica-vipavskadolina.si, ki je bila postavljena decembra 2020, je namenjena lokalnim vsebinam, podatkom zavoda, komunikaciji s ponudniki ter predvsem koledarju lokalnih dogodkov. Na njej so turistične vsebine, vezane na Zavod in na območje treh ustanoviteljic.

Spletna stran Vipavskadolina.si

Spletna stran www.vipavskadolina.si je destinacijska spletna stran s turistično zanimivimi in uporabnimi informacijami ter privlačnimi vsebinami za naše obiskovalce. Vsebine, kot so besedila in fotografije, redno posodabljam, turistične ponudnike pa pozivamo k dopolnjevanju in obnovi obstoječih vsebin.

Nekaj ključnih podatkov o obisku spletne strani v letu 2020 v primerjavi s predhodnim letom:

- 168.076 zabeleženih sej (+36.78 % več kot 2019);
- 123.180 uporabnikov (+38.90 % v primerjavi z 2019);
- 457.343 ogledanih strani (+48.73 % v primerjavi z 2019);
- 75.057 obiskovalcev iz Slovenije, kar znaša 60.58 % od vseh uporabnikov (+43.21 % v primerjavi z 2019)
- 59 % vseh obiskovalcev obišče portal preko mobilne naprave (53 % v 2019), 36 % preko računalnika (41 % v 2019) in 4 % preko tablice (6 % v 2019).

Facebook Vipavska dolina-Vipava Valley

Nekaj števil, ki govorijo o aktivnostih na Facebooku (FB):

- Objavljenih je bilo 100 objav, kar znese v povprečju 8,33 na mesec.
- Pridobljenih sledilcev v 2020 je bilo 1.410 (iz 3727 na 5137, +38%), medtem ko je bilo v 2019 v primerjavi s predhodnim za 665 sledilcev več (iz 3062 na 3727, +22%).
- Struktura sledilcev po narodnosti: Slovenija 3.487 (68%), Italija 961 (19%), sledijo Avstrija, Nemčija, Hrvaška, Nizozemska ter ostali.

Instagram vipavavalley_official:

V letu 2020 smo pričeli z aktivnim upravljanjem Instagram (IG) profila @vipavavalley_official. S ciljem boljše vidnosti in večje izpostavitve vsebin vse objave na najbolj aktivnem družbenem omrežju vsebujejo oznako #vipavavalley.

- Instagram je bilo v letu 2020 skupno 213 objav, kar znese povprečno 17,75 na mesec.
- Število sledilcev 2020 - 5.671 sledilcev.

Facebook Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina:

FB stran Zavoda je namenjena predvsem lokalnemu prebivalstvu in ponudnikom, saj se na njej objavljajo vsebine, vezane na same aktivnosti zavoda, novosti pri ponudnikih, dosežkom na področju turizma destinacije in drugim vsebinam vezanih na delovanje zavoda.

Nekaj števil, ki govorijo o aktivnostih na FB strani zavoda:

- Stran smo začeli urejati 22. septembra 2020.
- Število sledilcev na dan 31. december 2020 je bilo 889.
- Objavljenih je bilo 81 objav, kar je v povprečju 27 objav na mesec.
- Struktura sledilcev po narodnosti: Slovenija 95 % (tretjina z destinacije), Italija 2 % in 3 % ostali.

YouTube kanal Vipavska dolina Vse drugače. Vse leto.

Na YouTube (YT) kanalu je 19 filmčkov, 6 jih je bilo naloženih pred 2020. Številke, ki govorijo o aktivnostih na YouTube kanalu:

- V 2020 smo posneli in naložili 6 filmov, vsakega v slovenski in angleški različici.
- Število ogledov slovenskih gostov - 2.383.
- Število ogledov angleških gostov - 2.647.

Večino ogledov je bilo opravljenih preko linkov na FB omrežjih. Posebnih aktivnosti za pridobivanje novih naročnikov v 2020 nismo izvajali in jih je le 45.

3.3.3 Digitalno oglaševanje

Digitalna kampanja Rajska dolina obstaja

Digitalno oglaševanje je bilo v veliki meri opravljeno v okviru razpisa STO Drugačnosti Vipavske doline. Kampanjo so sestavljali statični in video digitalni oglasi. Statični oglasi predstavljajo kulinariko in vino, med outdoor ponudbo je izpostavljeno kolesarjenje ter tipična krajina s prepoznavnimi znamenitostmi. V video oglasih so domačini (lokalni vodniki) z lastno izkušnjo predstavili "kombinacije" drugačnosti.

V izbranih medijih, Facebook in Google, so se v drugi polovici 2020 v treh valih oglaševanja prepletali statični in video oglasi. Ker gre za projekt, katerega vsebine smo morali že začetek leta prijaviti, je bilo oglaševanje usmerjeno na tuje trge. V prvem valu smo nagovarjali nemški, avstrijski in slovenski trg, v drugem valu italijanski trg, v tretjem valu pa smo nagovorili vse ciljne trge.



Slika 8: Primeri digitalnih oglasov

Rezultati v obdobju digitalnega oglaševanja (avgust - november 2020):

- Dosegli smo povečanje števila obiskovalcev spletnega portala iz naslova plačljivih oglasov: za 811 % iz naslova Googla in 568 % iz naslova Facebooka v primerjavi z istim obdobjem v lanskem letu.
- Presegli smo za 10 % lanski doseg objav v okviru FB strani.
- Dosegli smo 789 naročil na e-novice in 735 vzpostavljenih e-kontaktov s ponudniki.
- Dosegli smo povečanje števila obiskovalcev spletnega portala za 67 %.

3.3.4 Klasično oglaševanje / promocija

Oglasi v tiskanih medijih, na zunanjih oglasnih površinah, na radiih in vzporedna izdelava promocijskih gradiv so bili namenjeni promociji kampanje »Rajska dolina obstaja«, v kateri smo promovirali naslednje ključne produkte: šport / outdoor, vino in kulinariko, podeželje in kulturno dediščino.



Slika 9: Primer plakata »Rajska dolina obstaja«

Oglasi znotraj razpisa STO:

- medijske hiše Delo: priloga Jesenske počitnice, Nedelo 2 (2-krat), priloga Počitniška malha, Slovenske novice, Delo Trip (2-krat) in Mladina intervju.
- V Združenem kraljestvu smo nagovarjali potovalne agente, ki z oblikovanjem programov pomembno vplivajo na potovalne izbire Britancev, z oglasom v publikaciji Združenja britanskih potovalnih agentov ABTA Magazine in sicer v 2 številkah.

Prisotnost ostalih oglasov in objav v tisku:

- Brezplačna oglasa v dveh številkah Goriškega utripa: »Kolesarjenje po Trnovski in Banjški planoti« in »Pohod na Otliško okno«.
- Brezplačno objava v Informator 365, in sicer: »Banjšice - Sedevčičeva pot«.
- Objava oglasa v oktobrski številki Lipovega lista (Turistična zveza Slovenije) »Živahno mesto ob meji«.
- Objava oglasa »Nova Gorica, živahno mesto ob meji« v reviji Svet 24.
- Popravili smo vsebino predstavitev destinacije v knjigi The Slovenia Book, ki je lani prvič izšla tudi v slovenskem jeziku.
- Z obiskom producentov oddaje Volan je nastala objava na spletni strani Volan.si in prispevek v okviru oddaje Volan na Kanalu A.
- Občina praznuje, Lokalne Ajdovščina, ...

3.3.5 Pospeševanje prodaje

- **Nastopi na sejmi in borzah**

Predstavitve na sejmi in borzah so bile vedno pomemben način komuniciranja s poslovno in predvsem splošno javnostjo.

V preteklem letu so razmere, v katere nas je postavil covid-19, obrnilo stvari na glavo. Sejmi in borze se odpovedujejo ali pa se selijo v virtualen svet. Fizično smo se zato lahko v preteklem letu predstavili le na eni borzi, ki je sicer naše zelo pomembno tržišče. Od 14. do 16. oktobra smo nastopili na največji turistični borzi v Italiji - TTG Travel Experience 2020, ki poteka vsako leto v **Riminiju**. Našo destinacijo smo predstavljali skupaj s podjetjem Hit d.d. in predstavnikom ponudnikov s podeželja. Na razstavnem prostoru v organizaciji STO je bilo prisotnih še 12 drugih slovenskih turističnih ponudnikov.

- **Predstavitve**

Spletna predstavitev turistične ponudbe destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina italijanskim turističnim agencijam in tour-operaterjem, ki je bila organizirana s strani slovenskega predstavništva **STO v Italiji**. Predstavitev je bila v obliki spletnega komuniciranja predstavnikov nekaterih destinacij v Sloveniji z udeleženci.

3.4 Projekti

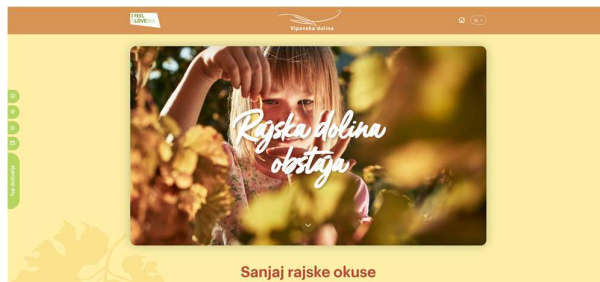
3.4.1 Vipavska dolina predstavlja svoje drugačnosti - 2020

Zavod NG-VD se je maja 2020 prijavil na Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2020, ki ga je STO objavila 10.4.2020. Zavod je prejel soglasja občin, vključenih v vodilno destinacijo, in sicer: MONG, Občine Ajdovščina, Občine Renče-Vogrsko in Občine Šempeter-Vrtojba. Vodilna destinacija sicer vključuje še občini Vipava in Miren-Kostanjevica, ki pa izjave nista podpisali.

Namen projekta je krepitev splošne prepoznavnosti vodilne destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina z intenzivnejšo promocijo turistične ponudbe in osredotočenjem na njene drugačnosti.

Intenzivnost pomoči znaša 80 % - STO tako sofinancira 39.840,00 EUR sredstev. Skupna vrednost upravičenih stroškov je 49.800 EUR brez DDV (60.756,00 EUR z DDV). Aktivnosti kot so: digitalno oglaševanje, oglasi v tiskanih medijih, študijska potovanja, vplivneži, obnova spletne strani in promocijska tiskovina, so se izvajale od junija 2020. Zaradi drugega vala Covid-19 se je razpis podaljšal iz decembra 2020 na februar 2021.

V letu 2020 smo izvedli skoraj vse aktivnosti, razen promocijske tiskovine, ki smo jo pustili za izvedbo v januarju 2021. V letu 2020 smo porabili sredstva v višini 33.508 EUR; 6.332 EUR bomo zaprosili v letu 2021.



Slika 10: Oglaševalska akcija Rajska dolina obstaja na portalu www.vipavskadolina.si

3.4.2 Zgodbe dediščine destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina

Zavod NG-VD se je prijavil januarja 2020 na Javni razpis za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021 zaradi epidemije Covid-19, ki ga je razpisalo Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Skupna vrednost upravičenih stroškov je 202.286,50 EUR z DDV (167.559,50 EUR brez DDV). Pričakovana višina sofinanciranja je 117.291,64 EUR oziroma 70 % vrednosti upravičenih stroškov.

Namen operacije je z digitalizacijo kulturne dediščine ustvariti edinstvena doživetja. Glavni cilji so: dvig kakovosti turistične ponudbe vodilne destinacije z razvojem turističnih produktov; z razvojem produktov nadgrajevati turistično ponudbo v vodilni destinaciji; digitalno inovirati 4 enote nepremične materialne kulturne dediščine ter krepiti kompetence zaposlenih na področju gostinstva in turizma.

Projekt se je začel izvajati poleti 2020, predviden zaključek je oktober 2021. Poleti smo izvedli javno naročilo za pridobitev izvajalca priprave 3D modelov in rekonstrukcije in sicer štirih objektov: Solkanski most, Castra - Ajdovščina, grad v Vipavskem križu in grad Rihemberk. V letu 2020 je izvajalec pripravil 3D skeniranje za Castro, Solkanski most in grad v Vipavskem križu. Pripravili smo prvi zahtevek za izplačilo, ki je vključevalo poleg stroškov zunanjega izvajalca tudi stroške dela zaposlene - odobrenih nam je bilo 20.035,20 EUR.

3.5 Drugi projekti in aktivnosti

3.5.1 Čas za vas - Brda. Vipavska dolina. Kras

Poleti 2020 se je pet krovnih turističnih organizacij: Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda, Turizem Miren-Kostanjevica, ORA Krasa in Brkinov, Zavod TRG Vipava in Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina ter novogoriška družba Hit d.d. združilo za pripravo novega turističnega produkta, ki povezuje Brda, Vipavsko dolino in Kras ter sledi zelenim smernicam slovenskega turizma.

Namen akcije je gosta popeljati na odkrivanje izjeme zgodovinske, kulturne in naravne dediščine destinacije ter izkušnjo obogatiti z okušanjem avtohtone vrhunske žlahtne kapljice. Zato smo za vse goste, ki se zadržijo več kot dve noči na destinaciji, pripravili posebno pozornost - dve popotniški kartici: prva je namenjena brezplačnim ogledom znamenitosti in druga k okušanju kozarca vina. V okviru kampanje je nastala enotna podoba, spletna stran www.brda-vipavskadolina-kras.si, objave v medijih in socialnih omrežjih ter organizirani sta bili dve novinarski konferenci.



Slika 11: Turistični produkt Čas za vas. Brda. Vipavska dolina. Kras.

3.5.2 GIZ Pohodništvo in kolesarjenje

Zavod sodeluje z gospodarsko interesno združenjem (GIZ) 'Slovenia Outdoor', ki povezuje celoten segment aktivnosti na prostem v Sloveniji. Giz je ključni strateški partner STO-ju za področje outdoor, ki združuje ponudnike z znakom specializacije za pohodništvo in kolesarjenje.

V letu 2020 smo z Outdoor Slovenia sodelovali z oglaševanjem v katalogu Kolesarjenje, katalogu Pohodništvo in z objavami kolesarskih in pohodnih poti v aplikaciji Slovenia Trails Hiking&Biking. S pojavnostjo v katalogih se destinacija oglašuje na vseh sejmi, kjer je Slovenska turistična organizacija prisotna (doma in v tujini) poleg tega je združenje Outdoor Slovenia še dodatno prisoteno na specializiranih sejmi za kolesarjenje in pohodništvo.

3.5.3 Aplikacija Turistične zveze Slovenije

Turistična zveza Slovenije (TZS) je vzpostavila mobilno aplikacijo Slovenski turistični vodnik z vgrajenimi Googlovimi zemljevidi, ki vabi k odkrivanju znane in manj znane Slovenije, namenjeno domačim in tujim gostom. Zavod je v aplikaciji objavil celotno ponudbo območja občin: Ajdovščina, MONG, Renče-Vogrsko in Šempeter-Vrtojba.

3.6 Tržna dejavnost

3.6.1 Center trajnostne mobilnosti Nova Gorica »Zeleno = moja izbira«

Zavod NG-VD je od MONG 1. septembra 2020 prevzel v upravljanje Center trajnostne mobilnosti Nova Gorica (CTM). Namen CTM je izvajanje informiranja občanov, turistov in drugih obiskovalcev o trajnostnih načinih premikanja po mestu in širše; informiranje o vozniških redih, linijah mestnega prometa, informiranje o peš in kolesarskih poteh, informiranje o izposoji koles v mestu in na podeželju, informiranje o prometnih razmerah, kolesarskih servisih in trgovinah, taksi službah, ipd.

V štirih mesecih smo za CTM izvajali številne aktivnosti, kot so:

- **Ob Evropskem tednu mobilnosti**, 16. septembra 2020, smo izvedli tri brezplačne vodene ogleda po Novi Gorici z e-kolesi in nagradno igro »kolo sreče«. Natisnili smo **promocijske zgibanke**. Na temo mobilnosti je bil podan intervju na Radiu Trst.
- Pripravil se je **promocijski film** CTM, ki spodbuja gledalce k uporabi trajnostnih prevoznih sredstev.
- Za vsebine CTM smo pripravili **spletno stran**, ki smo jo vključili v novi portal zavoda - www.turizem-novagorica-vipavskadolina.si. Zakupili in aktivirali smo domeno www.ctm-ng.si.
- Preko Facebook strani Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina smo pripravili javni natečaj za **izbiro slogana** CTM. V želji po naboru dobrih idej, smo zmagovalca nagradili z e-skirojem ter natečaj oglaševali preko FB in oglasov na Radiu Robin. Izbran je bil slogan »**Zeleno = moja izbira**«.
- Izvedli smo oblikovanje in produkcijo dveh nalepk za oglaševanje CTM na mestnem avtobusu.

3.7 Izobraževanja in krepitve kompetenc zaposlenih

V skladu s trendi na področju turizma, usmeritvami destinacijskega managementa in razvojem tržnega komuniciranja smo v letu 2020 poskrbeli za izobraževanja. Pandemija je narekovala, da so vsa izobraževanja potekala v virtualni obliki. Kljub temu so se spletnih izobraževanj in predavanj zaposleni udeležili, saj le z novim znanjem pridobijo samozavest in motivacijo, potrebno za realizacijo postavljenih ciljev.

Direktorica je določila, katera od zaposlenih se bo udeležila posameznega predavanja glede na vsebine ter delovne zadolžitve. Izvleček predavanj je zaposlena predala običajno v pisni obliki direktorici ter ga po potrebi predstavila sodelavkam.

DATUM	TEMA IZOBRAŽEVANJA	ORGANIZATOR
22.07.2020	Why this corona crisis is the best time to reduce single-use plastics”!	MVO Nederland
14.10.2020	ETM 2020 - zaključni dogodek	Ministrstvo za infrastrukturo RS
21.10.2020	ITM/Mikromobilnost	Emobility
22.10.2020	Zelene prakse mest / Green urban actions	IPoP Inštitut za politike prostora, Nacionalna URBACT točka
28.10.2020	Produkt kolesarstvo (zakonodaja, kakovost, trženje, promocija, izobraževanje)	Slovenia Outdoor GIZ in Fakulteta za turistične študije Turistica
2.11.2020	Spletna delavnica Projekt LAS DediCenter Rihemberk	LAS
4.11.2020	Turizem po Covid-19: od boja za preživetje do zmagovalcev	CPOEF E-talk
4.12.2020	Tradicionalni posvet ob Dnevu čebelarstva turizma	Čebelarska zveza Slovenije
8.12.2020	DST: Slovenski turizem med in po Covid-19 - Odločeni za trajnost	STO
9.12.2020	Virtual HTL summit Europe 2020	PKF Hotels
10.12.2020	Predstavitev knjige: Gostoljubnost slovenskih turističnih delavcev v in po času korona krize	Portal gostoljuben.si
21.12.2020	Ocena potenciala domačega gosta	Slovenska turistična organizacija - STO

Tabela 7: Seznam izobraževanj zaposlenih v letu 2020

Direktorica se je udeležila spletnega dogodka **Dnevi slovenskega turizma (8.12.)** in **ATT-Akademije za trženje v turizmu**, ki jo je organizirala Slovenska turistična organizacija. Drugi modul management akademije je potekal v sklopih v obliki 6-ih enodnevnih spletnih seminarjev med 17.11.2020 in 12.01.2021. Teoretične vsebine domačih ter tujih predavateljev so bile podkrepjene s praktičnimi primeri domačih, predvsem pa tujih praks s področja: krepitev managementa v turizmu, digitalizacija v turizmu, trajnost in varnost, trajnostna gastronomija, (re)-design doživetij, sodobni tržni pristopi.

4 REALIZACIJA PLANA 2020

Zavod NG-VD si je v letu 2020 zadal razvijati destinacijo in jo uspešno tržiti s pripravo različnih aktivnostih. Temeljni cilji po katerih stremimo in smo jih z različnimi aktivnostmi zasledovali so:

- povečan turistični obisk,
- podaljšanje povprečne dobe bivanja,
- povečanje prepoznavnosti destinacije,
- dvig kakovosti ponudbe in zadovoljstva turistov,
- pozitivna promocija,
- razvoj integralne turistične ponudbe destinacije in
- povečano zadovoljstvo turističnih deležnikov destinacije.

Zastavljeni cilji:

4.1 Razvoj destinacije

- **Strateško načrtovanje razvoja destinacije**

Zavod je planiral in realiziral spremljanje trendov razvoja turizma v kombinaciji s situacijo pojava korona virusa. Planiral in tudi deloma realiziral (zaključil bo v 2021) je pripravo ključnih temeljev vizije destinacije, ki bodo podlaga za pripravo strategije destinacije.

Pričakovan rezultat je bil dosežen:

- načrtovanje delovanja zavoda iz občinskih proračunov, pridobivanje drugih virov.

- **Skrbništvo turističnih ponudnikov**

Zavod je planiral in tudi dejansko realiziral spremljanje ponudb turističnih ponudnikov in ažuriral podatke o ponudnikih v svojih bazah. Prav tako smo realizirali planirano zbiranje potreb ponudnikov in povezovanje s ponudniki. Do junija smo uporabljali za informiranje ponudnikov portal oziroma intranet Naš borjač, ki smo ga postopoma opustili in prešli na informiranje prek e-pošte, saj smo ugotovili, da ponudniki lažje sedijo e-pošti, kot se vpisujejo v portal za ogled novosti. Planirali in realizirali smo spremljanje ukrepov, ki jih je država sprejemala za podporo turizmu.

Pričakovani rezultati so bili v celoti doseženi:

- pregled nad ponudbo destinacije z namenom iskanja priložnosti za razvoj novih produktov in učinkovito trženje;
- predlogi ukrepov za podporo ponudnikov;
- celotno informiranje ponudnikov preko e-pošte topdoživetja@vipavskadolina.si.

- **Razvoj turističnih produktov**

Zavod je planiral in realiziral pripravo poziva k oblikovanju turističnih paketov za domače kupce. Poziv je bil objavljen maja 2020 in sledil je informativni dan poziva v obliki webinarja. Pri oblikovanju paketov je bilo ključno povezovanje in mentoriranje ponudnikov. Prav tako smo planirali izvedbo »design thinking« delavnic za razvoj 5-zvezdičnih doživetij

in turističnih produktov, vezanih na digitalizirano kulturno dediščino, ki se je zaradi situacije Covid-19 prestavila v leto 2021.

Pričakovan rezultat je bil dosežen:

- zasnova novih integriranih turističnih produktov - novi turistični paketi (dnevni, vikend, tedenski) za trženje turistične ponudbe Vipavske doline na domačem in ključnih tujih trgih.

- **Vključitev v platformo za načrtovanje poti**

Planirali smo strateški izbor turističnih produktov in oblikovanje reprezentativnih itinerarijev za platformo, ki jo vzdržuje STO. Vnos itinerarijev in posameznih turističnih produktov na platformo.

Pričakovan rezultat ni bil dosežen:

- Prisotnost destinacije na platformi za načrtovanje poti ni bil realiziran, ker STO ni pripravil platforme. Zavod se na vse pozive STO aktivno vključuje.

- **Digitalizacija kulturne dediščine**

Planirali in realizirali smo skeniranje enot nepremične kulturne dediščine, ki je sofinancirano v okviru projekta MGRT. V letu 2020 nam je izvajalec preslikal Solkanski most, grad v Vipavskem križu in arheološko najdišče Castra v Ajdovščini. V celoti bodo do konca projekta (2021) skenirane štiri enote, poleg naštetih še grad Rihemberk. V zvezi z omenjenimi enotami smo skladno s planom zbirali vsebine in pridobivali ideje za razvoj dediščinskih zgodb, ki jih bomo razvili v letu 2021. Razvoj vsebin za promocijo preko digitalnih medijev bomo izvajali v letu 2021.

Pričakovani rezultati so bili deloma doseženi v letu 2020, deloma bodo 2021:

- Izdelani 3D modeli treh dediščinskih enot, ena bo v letu 2021.
- Za planirano oblikovane dediščinske zgodbe kot osnove za trženje sodobnih turističnih produktov smo pridobivali informacije, realizacija bo v letu 2021.

- **Usposabljanja za turistične ponudnike**

Planirani in izvedeni so bili 4 webinarji na portalu Naš borjač (Šola na borjaču) - INNO-WISEs, in sicer: delo na daljavo, marketing v času karantene, začnite s spletno prodajo in pripravljeni na nov začetek.

Izobraževanja, ki so vezana na projekt MGRT, se bodo vsa izvajala v letu 2021 (prvi dve sta bili planirani v letu 2020).

- digitalizacija dediščine kot razvojna priložnost za ponudnike nastanitev,
- digitalizacija dediščine kot razvojna priložnost za destinacijo,
- digitalizirana dediščina destinacije in novi produkti in
- digitalizirana dediščina in novi produkti - novi razlogi za privlačnost destinacije.

Pričakovana rezultata sta bila deloma dosežena:

- Planirani webinarji na Našem borjaču so bili realizirani.
- Izobraževanja v sklopu projekta digitalizacije zaradi razmer preložena v 2021.

- **Usposabljanje za turistične vodnike**

Jeseni 2020 so bila planirana usposabljanja (organizacija, promocija in izvedba) za turistične vodnike, vendar niso bila realizirana zaradi drugega vala Covid-19.

Pričakovani rezultat zato ni bil dosežen:

- Planirana usposabljanja za pridobitev usposobljenih in licenciranih lokalnih turističnih vodnikov se ni izvedla zaradi pojava Covid-19.

Zavod se je pridružil iniciativi, da se pripravi enotni register turističnih vodnikov za širše območje. Koordinacijo je prevzela RRA severne Primorske.

- **Zelena shema slovenskega turizma**

Planiral in realiziral se je pregled prijav občin ustanoviteljic za vključitev v Zeleno shemo. Vse tri občine se vključujejo v Zeleno shemo slovenskega turizma: MONG je nosilka zlatega znaka Slovenia Green, Občina Ajdovščina srebrnega, Občina Renče-Vogrsko pa je v fazi pridobivanja znaka.

Planirana priprava akcijskih načrtov za Zeleno shemo na skupnih izhodiščih se ni realizirala, saj vsaka občina posebej vodi zeleno politiko. Vendar pa Zavod z občinami ustanoviteljicami sodeluje z zelenimi koordinatorji pri izvajanju aktivnosti, vezane na področje turizma (akcijski načrt, poročanje, izvajanje ukrepov, ipd.).

Pričakovani rezultat »prijave in akcijski načrti za Zeleno shemo« je izvajala posamezna občina, Zavod je samo sodeloval.

4.2 Trženje destinacije

- **Strateško načrtovanje**

Planiral in realiziral se je komunikacijski načrt za leto 2020.

- **Spletno pozicioniranje destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina**

Planirala se je in tudi realizirala nadgradnja opisov turističnih ponudnikov. Planirano evidentiranje poti in umeščanje na digitalni zemljevid oz. spletno platformo (pešpoti, kolesarske, konjeniške, cestne) pa je v fazi izvajanja. Realizirane so tudi načrtovane vsebine kulturne dediščine in rešitev za spletno pozicioniranje Nove Gorice.

Planirana nadgradnja podstrani letnih časov v pristajalne strani se je pripravila le tehnično, vsebinsko pa smo jo zaradi izpada dogodkov preložili v leto 2021.

Planirane nove pristajalne strani za digitalne kampanje (Rajska dolina obstaja) so se vzpostavile in nadgradil se je tudi planirani zavihek Top doživetja z vključitvijo novo razvitih turističnih produktov. Skladno s planom se je prenovilo spletno mesto z novimi moduli na vstopni strani, nov prodajno-pospeševalni modul za Top doživetja »Rezerviraj zdaj«. Zavod je planiral in tudi izvajal spremljanje uporabniške izkušnje turistov.

Pričakovani rezultati so bili skoraj v celoti doseženi.

- **Turistično informacijske točke destinacije**

Izvedli smo planirano opredelitev vlog turistično informacijskih točk na destinaciji. Poleg obstoječih točk (TIC Nova Gorica, TIC Ajdovščina) je v letu 2020 pričel Zavod s sodelovanjem z info točko na Kostanjevici. Po planu smo tudi opredelili druge lokacije, ki potrebujejo info-točko podobno kot samostan Kostanjevica in sicer npr. še Vipavski križ, Sabotin park miru, ena lokacija tudi v občini Renče-Vogrsko.

Delna realizacija zelenega rezultata:

- Razširjeno mrežo turistično informacijskih točk smo le deloma realizirali. Vzpostavili smo delovanje v dveh TIC-ih in na eni info-točki. Možnosti za razvoj novih info točk puščamo za čas, ko bo turizem ponovno zaživel.

- **Fotografije in video posnetki**

Izvedli smo v celoti planirane aktivnosti, vezane na fotografije in video posnetke. Eno ključnih pogojev za uspešno promocijo in trženje so reprezentativne fotografije in video posnetki. Skladno s planom smo evidentirali lokacije, izbrali smo izvajalce in izvajali snemanja na terenu. V okviru projekta STO smo pridobili lepo število reprezentativnih fotografij in promocijske videe.

Pričakovani rezultat je bil v celoti dosežen, pridobili smo reprezentativen foto in video material.

- **Promocija turističnih paketov**

Planirano promocijo turističnih paketov smo v celoti izvedli. Turistične pakete Top doživetja, ki so nastali s pozivom ponudnikom maja 2020, so objavljeni na domačem portalu in prevedeni v tri tuje jezike. Nekateri turistični paketi so tudi objavljeni na uradnem slovenskem turističnem portalu - www.slovenia.info.

Pričakovani rezultat je bil v celoti dosežen.

- **Tiskani promocijski materiali**

Načrtovali smo prenovno obstoječih tiskanih brošur Vipavska dolina, ki bi vključevale tudi vsebine MONG. Prospekt je že oblikovan, vendar bo tiskan v januarju 2021, saj je bil projekt STO zaradi razmer povezane s Covid-19 podaljšan.

Pričakovani rezultat bo dokončno realiziran v začetku 2021, ko bo natisnjena reprezentativna tiskovina.

- **Digitalno oglaševanje**

Načrtovana in v celoti izvedena je bila digitalna kampanja (projekt STO) na domačem in ciljnih tujih trgih, z namenom večje prepoznavnosti destinacije. Sodelovali smo tudi v digitalni kampanji STO »Moja Slovenija« na domačem trgu.

Pričakovan rezultat je bil v celoti dosežen.

- **Objave v tiskanih medijih**

Planirano izvajanje oglaševanja in PR smo izvedli v celoti in tudi dosegli pričakovan rezultat: doseganje večje prepoznavnosti destinacije na ciljnih trgih.

- **Zasnova študijskih potovanj**

Zavod je planiral zasnovo in realizacijo študijskih potovanj. V okviru projekta STO smo pripravili dve študijski potovanji za tuje novinarje in bloggerje. Prva je bila avgusta, ko smo gostili italijanske novinarje, druga pa je bila zaradi drugega vala Covid-19 organizirana s pomočjo nemške agencije, ki nam je razposlala med svojo mailing listo naš PR.

Pričakovan rezultat je bil dosežen, generiralo se je več neplačanih objav v medijih.

- **Sejmi**

Zavod je planiral spremljanje stanja odprtja turističnih sejmov in nastop na dveh sejmihih, v kolikor bodo razmere dopuščale. Zaradi razmer Covid-19 nam je dejansko uspelo uresničiti le eno predstavitev (TTG v Riminiju).

Pričakovan rezultat je bil dosežen: z nastopom smo povečali prepoznavnost destinacije na ciljnih trgih in pripomogli k trženju ponudnikov. Pri predstavitvi smo se povezali z dvema turističnima ponudnikoma - s podjetjem Hit d.d. in enim ponudnikom s podeželja.

- **Povezovanje z ostalimi zavodi destinacije**

V želji po skladnem razvoju ponudbe destinacije in skupnem nastopu na trgu smo načrtovali in dejansko tudi izvajali sodelovanje in vključevanje ostalih zavodov destinacije v skupne komunikacijske projekte.

Načrtovali in izvajali smo vključevanje ponudnikov iz vseh občin destinacij v izobraževalne in druge razvojne aktivnosti (npr. Top doživetja, skupen portal z vsemi vsebinami destinacije).

Pričakovana rezultata sta bila dosežena:

- Skupen nastop celotne destinacije na trgu.
- Skladen razvoj ponudbe destinacije.

- **Povezovanje s sosednjimi destinacijami**

Za razvoj novih tržnih priložnosti in skladen razvoj v širši regiji in makro destinaciji (Mediterska in kraška Slovenija) smo planirali iskanje sinergij za skupno delovanje v okviru regijskih in nacionalnih razvojnih projektov. Povezovali smo se z Dolino Soče, Brdi, Krasom in FVG.

Pričakovana rezultata sta bila realizirana:

- Skladen razvoj v širši regiji in makro destinaciji Mediteranska Slovenija.
- Razvoj novih tržnih priložnosti.

4.3 Projektno vodenje

- **Pregled projektov v izvajanju in pripravi**

V skladu z načrtovanim smo evidentirali projekte v izvajanju, ki se navezujejo na razvoj turizma, trajnostni razvoj, kmetijstvo, podnebne spremembe, mobilnost, revitalizacijo Vipavske vinske ceste, ... in se povezovali s ključnimi akterji za snovanje novih projektov (tudi tujimi).

Pričakovani rezultat smo uresničili, saj se je zavod vključil v vse razvojne projekte na destinaciji, ki se vsebinsko navezujejo na turizem.

- **Prijava in izvajanje projektov**

Načrtovali in sicer tudi uspešno izvedli prijavo projekta »Vipavska dolina predstavlja svoje drugačnosti - 2020« na Javnem razpisu za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2020, ki ga je objavila STO. V okviru projekta smo uspešno vodili projekt, izvajali številne promocijske aktivnosti in dvakrat poročali. Zaključek projekta je predviden v februarju 2021 (podaljšan je bil zaradi Covid-19). Projekt je sofinanciran v višini 80 % upravičenih sredstev.

Pričakovana rezultata sta dosežena:

- Izpolnjevanje zavez destinacije v okviru pogodbe s STO.
- Pridobivanje sofinanciranja v sodelovanju s STO.

V letu 2020 smo načrtovali in dejansko tudi pričeli z vodenjem, izvajanjem in poročanjem projekta »Zgodbe dediščine destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina«, ki smo ga prijavi na Javnem razpisu za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021 zaradi epidemije Covid-19, ki ga je razpisalo Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Z izvajanjem smo pridobili sofinancirana sredstva (70 %), projekt se nadaljuje v letu 2021.

Pričakovani rezultat je bil dosežen:

- Pridobivanje sofinanciranja v sodelovanju z MGRT

Planiran projekt z ZRC SAZU (ARRS), za katerega je Zavod izdal pismo o podpori za sofinanciranje 2020-2022, ni bil odobren.

5 RAČUNOVODSKO POROČILO ZA LETO 2020

Računovodski izkaz Zavoda NG-VD je pripravljen ob upoštevanju temeljnih računovodskih predpostavk:

- časovna neomejenost poslovanja,
- dosledna stanovitnost in
- nastanek poslovnega dogodka.

Pri sestavljanju letnega poročila smo upoštevali naslednje pravne podlage:

- Zakon o javnih financah;
- Zakon o računovodstvu (Ur. l. RS št. 23/99, 30/02, 1140/06);
- Slovenski računovodski standardi (2006);
- Pravilnik o razčlenjevanju in merjenju prihodkov in odhodkov pravnih oseb javnega prava (Ur. l. RS št. 134/03, 34/04, 13/05, 138/06, 120/07, 112/09, 58/10, 104/10, 104/11, 97/12, 10/13, 100/15, 75/17, 82/18);
- Pravilnik o enotnem kontnem načrtu za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava -odslej pravilnik o EKN (Ur. l. RS št. 112/09, 58/10, 104/11, 97/12, 108/13, 94/14, 100/15, 84/16, 75/17, 82/18, 79/19);
- Pravilnik o načinu in stopnjah odpisa opredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev (Ur. l. RS št. 45/05, 138/06, 120/07, 48/09, 112/09, 58/10, 108/13, 100/15);
- Pravilnik o načinu in rokih usklajevanja terjatev in obveznosti po 37. členu ZR (Ur. l. RS št. 117/02, 134/03, 108/13);
- Pravilnik o sestavljanju letnih poročil za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava - odslej Pravilnik o sestavljanju letnih poročil (Ur. l. RS št. 115/02, 21/03, 134/03, 126/04, 120/07, 124/08, 58/10, 60/10, 104/11, 86/16, 80/19).

5.1 Vrednotenje

Poslovne knjige so vodene v skladu z Zakonom o računovodstvu, Zakonom o javnih financah ter Slovenskimi računovodskimi standardi (SRS). Kontni plan je razdeljen na način, ki ga je za posredne uporabnike proračunskih sredstev predlagal Slovenski inštitut za revizijo.

Zakon o računovodstvu

Sledili smo določbam 13. člena Zakona o računovodstvu, kjer je zapisano, da proračunski uporabniki pri vodenju poslovnih knjig upoštevajo enotni kontni načrt, ki ga predpiše minister, pristojen za finance.

Prav tako smo pri vodenju upoštevali 15. člen Zakona o računovodstvu, ki pravi, da se prihodki in odhodki razčlenjujejo v skladu z določili tega zakona in predpisi, izdanimi na njegovi podlagi ter računovodskimi standardi.

Sestavni del računovodskega poročila so računovodski izkazi, ki jih predpisuje Pravilnik o sestavljanju letnih poročil za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava (v nadaljevanju pravilnik)

- Priloga 1: Bilanca stanja na dan 31. 12. 2020:

- Priloga 1/A: Stanje in gibanje neopredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev;
 - Priloga 1/B: Stanje in gibanje kapitalskih naložb in posojil.
- Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov od 1. 1. 2020 do 31. 12. 2020 s prilogami:
 - Priloga 3/A: Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti od 1. 1. 2020 do 31. 12. 2020;
 - Priloga 3/A1: Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po načelu denarnega toka od 1. 1. 2020 do 31. 12. 2020;
 - Priloga 3/A2: Izkaz računa finančnih terjatev in naložb določenih uporabnikov od 1. 1. 2020 do 31. 12. 2020;
 - Priloga 3/B: Izkaz računa financiranja določenih uporabnikov od 1. 1. 2020 do 31. 12. 2020.

5.2 Pojasnila k postavkam bilance stanja - 26. člen pravilnika

Bilanca stanja je računovodski izkaz, ki je sestavni del računovodskega poročila in prikazuje resnično in pošteno stanje sredstev in obveznosti do virov sredstev. Bilanca stanja vsebuje podatke o stanju sredstev in obveznosti do njihovih virov po stanju na dan 31. 12. 2020 v stolpcu 4, za leto 2019 pa v stolpcu 5. Sredstva zavoda oziroma aktiva na dan 31. 12. 2020 znaša 48.709 EUR.

Sredstva

- **Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju.** Dolgoročna sredstva v knjigovodski vrednosti 10.197 EUR predstavljajo 21 % delež celotnega premoženja, s katerim zavod upravlja.
- **Neopredmetena dolgoročna sredstva.** Nabavna vrednost neopredmetenih dolgoročnih sredstev znaša 1.968 EUR, popravek vrednosti znaša 74 EUR, neodpisana vrednost 1.894 EUR.
- **Oprema in druga opredmetena osnovna sredstva.** Razvrščanje, prepoznavanje, začetno računovodsko merjenje in razkrivanje opreme je opravljeno v skladu z računovodskim standardom 1.

Med opremo uvrščamo stvari drobnega inventarja z življenjsko dobo nad 12 mesecev, katerih posamična nabavna vrednost po dobaviteljevem obračunu ne presega 500 EUR. Pri njih smo oblikovali 100 odstotni popravek vrednosti, ki ga obračunavamo skupinsko.

Opremo uvrstimo v aktivo bilance stanja, ko jo pričnemo uporabljati, popravek vrednosti pričnemo obračunavati prvega dne v naslednjem mesecu, ko se prične uporabljati za opravljanje dejavnosti, kateri je namenjena.

Nabavna vrednost opreme in drugih opredmetenih sredstev na dan 31. 12. 2020 znaša 9.232 EUR, popravek vrednosti 929 EUR, neodpisana vrednost 8.303 EUR.

Nabave neopredmetenih in opredmetenih osnovnih sredstev v letu 2020 so bile realizirane po občinah ustanoviteljicah:

VRSTA DOLGOROČNEGA SREDSTVA	Mestna občina Nova Gorica	Občina Ajdovščina	Občina Renče-Vogrsko
Neopredmetena osnovna sredstva	1.111	0	0
Oprema in druga opredmetena osnovna sredstva	6.103	3.985	0
Skupaj nabave	7.214	3.985	0

Tabela 8: Tabelarni prikaz nabav po občinah ustanoviteljicah v letu 2020

VRSTA DOLGOROČNEGA SREDSTVA	Oznaka za AOP	Nabavna vrednost	Popravek vrednosti	Neodpisana vrednost	Odpisanost sredstev
1		2	3	4	5=3:2x100
Neopredmetena osnovna sredstva	002, 003	1.968	74	1.894	4
Oprema in druga opredmetena osnovna sredstva	006, 007	9.232	929	8.303	10
DOLGOROČNA SREDSTVA V UPRAVLJANJU	001	11.200	1003	10.197	9

Tabela 9: Tabelarni prikaz strukture premikov stalnih sredstev v letu 2020

Odpisanost opredmetenih (OOS) in neopredmetenih (NOS) sredstev znaša 9 %. Zavod z nabavami ohranja in obnavlja vrednost tako opredmetenih kot neopredmetenih osnovnih sredstev.

$$\text{Stopnja odpisanosti osnovnih sredstev} = \frac{\text{popravek vrednosti OS}}{\text{nabavna vrednost OS}} \times 100 \% = 9 \%$$

Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Zavod izkazuje terjatve na kontih skupine 11 in 14 katere so bile usklajene na dan 31. 12. 2020 z obrazci IOP.

VRSTE KRATKOROČNIH SREDSTEV IN AKTIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV	Oznaka za AOP	Vrednost po stanju predhodnega leta	Vrednost po stanju tekočega leta	Indeks
1		2	3	4=3:2x100
Denarna sredstva na računih	014	2.173	7.977	Ni primerljiv
Kratkoročne terjatve do neposrednih uporabnikov proračuna države	017	185	30.535	Ni primerljiv
SKUPAJ KRATKOROČNA SREDSTVA	012	2.358	38.512	-

Tabela 10: Pregled vrst kratkoročnih sredstev in aktivnih časovnih razmejitev za leto 2020 ter primerjava s preteklim letom

Dobroimetje pri bankah in drugih finančnih ustanovah

so sredstva na podračunu zavoda na dan 31. 12. 2020. Finančno poslovanje zavoda poteka preko podračuna, odprtega pri Upravi za javna plačila Postojna v elektronski obliki, enotni zakladniški račun številka SI56 0128 4600 0000 610.

Kratkoročne terjatve do uporabnikov enotnega kontnega načrta

v skupni višini 30.535 EUR predstavljajo terjatve do neposrednih uporabnikov proračuna države, kratkoročne terjatve do posrednih uporabnikov proračuna občine in drugih kot sledi:

- terjatve do Občine Ajdovščina v višini 6.096 EUR (sredstva za plače za mesec december)
- terjatve do Občine Renče Vogrsko v višini 1.449 EUR (sredstva za plače za mesec november in december ter sredstva za blago in storitve za mesec november)
- terjatve do Mestne občine Nova Gorica v višini 13.035 EUR (sredstva za plače za mesec december in sredstva za blago in storitve za mesec december - center trajnostne mobilnosti)
- terjatve do STO za projekt v višini 9.955 EUR (promocija turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2020)

Vse terjatve so bile poravnane v mesecu januarju 2021.

OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve

VRSTE KRATKOROČNIH OBVEZNOSTI IN PASIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV	Oznaka za AOP	Vrednost po stanju predhodnega leta	Vrednost po stanju tekočega leta	Indeks
Kratkoročne obveznosti do zaposlenih	036	0	12.055	Ni primerljivo
Kratkoročne obveznosti do dobaviteljev	037	768	11.769	Ni primerljivo
Druge kratkoročne obveznosti iz poslovanja	038	0	6.360	Ni primerljivo
Kratkoročne obveznosti do uporabnikov EKN	039	0	70	Ni primerljivo
SKUPAJ KRATKOROČNA SREDSTVA	034	768	30.254	-

Tabela 11: Pregled kratkoročnih obveznosti in pasivnih časovnih razmejitev po vrstah za leto 2020 ter primerjava s preteklim letom

Kratkoročne obveznosti do zaposlenih

Znesek 12.055 EUR predstavlja obveznost za čiste plače in prejemke zaposlenih za mesec december 2020, ki so bile izplačane 5. januarja 2021.

Kratkoročne obveznosti do dobaviteljev

Znašajo na dan 31. 12. 2020 - 11.769 EUR. Izkazane obveznosti zapadejo v mesecu januarju 2021. Zavod poravnava obveznosti do dobaviteljev na dan valute zapadlosti le-teh, razen v primeru nelikvidnosti zaradi projektov, katerih njihova obveznost do zavoda je poravnana v roku 30 dni po prejemu zahtevka. Pogoj za izdajo zahtevka so plačani računi, ki se nanašajo na projekt.

Druge kratkoročne obveznosti iz poslovanja

Znesek 1.781 EUR vključuje obveznost do države za obračunane prispevke in davke na plačo za mesec december 2020.

Pod to postavko spada tudi obveznost za najemnino za prostore TIC Ajdovščina od meseca julija do decembra 2020 v višini 4.500 EUR (razlog je dolgotrajen postopek pri pridobivanju podatkov nerezidentov, ki so upravičeni do dohodka na osnovi najemne pogodbe).

In še obveznost za davek od dohodka pravnih oseb iz pridobitne dejavnosti (center trajnostne mobilnosti) v višini 79 EUR.

Lastni viri in dolgoročne obveznosti

Obveznosti za neopredmetena sredstva in opredmetena osnovna sredstva

Predstavljajo sredstva ustanoviteljic, dana v upravljanje zavodu. Vrednost sredstev, danih v upravljanje na dan 31. 12. 2020 znaša 9.505 EUR, zmanjšana so za znesek obračunane amortizacije v breme vira v višini 1.003 EUR, dejanska vrednost sredstev v upravljanju znaša 8.502 EUR.

VRSTE DOLGOROČNIH OBVEZNOSTI IN PASIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV	Oznaka za AOP	Vrednost po stanju predhodnega leta	Vrednost po stanju tekočega leta	Indeks
Obveznosti za neopredmetena in opredmetena osnovna sredstva, prejeta v upravljanje	056	0	8.502	Ni primerljivo
Poslovni izid-presežek prihodkov nad odhodki	058	1.590	9.953	Ni primerljivo
SKUPAJ	060	1.590	18.455	Ni primerljivo

Tabela 12: Pregled lastnih sredstev in dolgoročnih obveznosti po vrstah za leto 2020 in primerjava s preteklim letom

V letu 2019 je bil presežek prihodkov nad odhodki knjižen v skupnem znesku za vse 3 ustanoviteljice. V letu 2020, ko je zavod začel poslovati, je bil opravljen popravek medsebojnih terjatev in obveznosti za sredstva v upravljanju po stanju na dan 31. 12. 2019. Po potrditvi usklajevanja skupnega presežka se je izvedla preknjižba na postavko presežka prihodkov nad odhodki v letu 2020 po ključu delitve na občine ustanoviteljice, kot je opredeljeno v pogodbi o sofinanciranju zavoda in sicer:

- delež MONG 55,36 %,
- delež OA 36,80 %,
- delež ORV 7,84 %.

Razčlenitev presežka iz leta 2019 v znesku 1.590 EUR po uskladitvi po posameznih ustanoviteljicah:

VRSTE DOLGOROČNIH OBVEZNOSTI IN PASIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV	Oznaka za AOP	Vrednost po stanju predhodnega leta-skupno	Vrednost po stanju tekočega leta MONG	Vrednost po stanju tekočega leta OA	Vrednost po stanju tekočega leta ORV
Poslovni izid - presežek prihodkov nad odhodki	058	1.590	880	585	125
SKUPAJ	060	1.590	880	585	125

Tabela 13: Tabelarični prikaz delitve presežka po ključu med občinami ustanoviteljicami (v EUR)

Stanje presežka preteklega leta v višini	1.590
Presežek prihodkov nad odhodki v letu 2020	8.363
Skupaj - kumulativno stanje presežka na dan 31.12.2020	9.953

Tabela 14: Presežek prihodkov nad odhodki - skupen prikaz

V spodnji tabeli je prikazan celoten presežek prihodkov nad odhodki po ustanoviteljicah:

VRSTE DOLGOROČNIH OBVEZNOSTI IN PASIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV	Oznaka za AOP	Vrednost po stanju tekočega leta MONG	Vrednost po stanju tekočega leta OA	Vrednost po stanju tekočega leta ORV
poslovni izid-presežek prihodkov nad odhodki iz leta 2019	058	880	585	125
poslovni izid-presežek prihodkov nad odhodki za leto 2020	058	2.263	5.711	389
SKUPAJ	060	3.143	6.296	514

Tabela 15: Prikaz presežka prihodkov nad odhodki po ustanoviteljicah (v EUR)

5.3 Pojasnila k izkazu prihodkov in odhodkov

IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV PO NAČELU FAKTURIRANE REALIZACIJE

Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov je narejen v skladu z Zakonom o računovodstvu in računovodskimi standardi in zajema celotno poslovanje zavoda in izkazuje prihodke in odhodke po načelu nastanka poslovnega dogodka.

Izkaz prihodkov in odhodkov po vrstah dejavnosti je računovodski izkaz, vsebinsko identičen izkazu prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov. V njem izkazane skupne prihodke in odhodke razmejimo na prihodke in odhodke za izvajanje javne službe in posebej za izvajanje tržne dejavnosti.

Zavod knjiži prihodke in odhodke ločeno po stroškovnih mestih in nosilcih zaradi spremljanja realizacije le teh.

IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV - DOLOČENIH UPORABNIKOV				
od 1. 1. do 31. 12. 2020				
ČLENITEV PODSKUPIN KONTOV	NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
	A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (861+862-863+864)	860	342.238	2.358
760	PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	861	342.238	2.358
	POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	862	0	0
	ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	863	0	0
761	PRIHODKI OD PRODAJE BLAGA IN MATERIALA	864	0	0
762	B) FINANČNI PRIHODKI	865	0	0
763	C) DRUGI PRIHODKI	866	0	0
	Č) PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI PRIHODKI (868+869)	867	0	0
del 764	PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	868	0	0
del 764	DRUGI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI PRIHODKI	869	0	0
	D) CELOTNI PRIHODKI (860+865+866+867)	870	342.238	2.358
	E) STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (872+873+874)	871	246.606	768
del 466	NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	872	0	0
460	STROŠKI MATERIALA	873	2.582	21
461	STROŠKI STORITEV	874	244.024	747
	F) STROŠKI DELA (876+877+878)	875	87.190	0
del 464	PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	876	66.944	0
del 464	PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	877	10.771	0
del 464	DRUGI STROŠKI DELA	878	9.475	0
462	G) AMORTIZACIJA	879	0	0
463	H) REZERVACIJE	880	0	0
465,00	J) DRUGI STROŠKI	881	0	0
467	K) FINANČNI ODHODKI	882	0	0
468	L) DRUGI ODHODKI	883	0	0
	M) PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI (885+886)	884	0	0
del 469	ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	885	0	0
del 469	OSTALI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI	886	0	0

	N) CELOTNI ODHODKI (871+875+879+880+881+882+883+884)	887	333.796	768
	O) PRESEŽEK PRIHODKOV (870-887)	888	8.442	1.590
	P) PRESEŽEK ODHODKOV (887-870)	889	0	0
del 80	Davek od dohodka pravnih oseb	890	79	0
del 80	Presežek prihodkov obračunskega obdobja z upoštevanjem davka od dohodka (888-890)	891	8.363	1.590
del 80	Presežek odhodkov obračunskega obdobja z upoštevanjem davka od dohodka (889+890) oz. (890-888)	892	0	0
	Presežek prihodkov iz prejšnjih let, namenjen pokritju odhodkov obračunskega obdobja	893	0	0
	Povprečno število zaposlenih na podlagi delovnih ur v obračunskem obdobju (celo število)	894	6	0
	Število mesecev poslovanja	895	12	12

Tabela 16: Izkaz prihodkov in odhodkov - določenih uporabnikov, 1.1.- 31.12.2020

IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI od 1. 1. do 31. 12. 2020				
ČLENITEV PODSKUPIN KONTOV	NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Prihodki in odhodki za izvajanje javne službe	Prihodki in odhodki od prodaje blaga in storitev na trgu
1	2	3	4	5
	A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (661+662-663+664)	660	327.238	15.000
760	PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	661	327.238	15.000
	POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	662	0	0
	ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	663	0	0
761	PRIHODKI OD PRODAJE BLAGA IN MATERIALA	664	0	0
762	B) FINANČNI PRIHODKI	665	0	0
763	C) DRUGI PRIHODKI	666	0	0
	Č) PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI PRIHODKI (668+669)	667	0	0
del 764	PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	668	0	0
del 764	DRUGI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI PRIHODKI	669	0	0

	D) CELOTNI PRIHODKI (660+665+666+667)	670	327.238	15.000
	E) STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (672+673+674)	671	235.805	10.801
del 466	NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	672	0	0
460	STROŠKI MATERIALA	673	2.469	113
461	STROŠKI STORITEV	674	233.336	10.688
	F) STROŠKI DELA (676+677+678)	675	83.371	3.819
del 464	PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	676	64.012	2.932
del 464	PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	677	10.299	472
del 464	DRUGI STROŠKI DELA	678	9.060	415
462	G) AMORTIZACIJA	679	0	0
463	H) REZERVACIJE	680	0	0
465,00	J) DRUGI STROŠKI	681	0	0
467	K) FINANČNI ODHODKI	682	0	0
468	L) DRUGI ODHODKI	683	0	0
	M) PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI (685+686)	684	0	0
del 469	ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	685	0	0
del 469	OSTALI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI	686	0	0
	N) CELOTNI ODHODKI (671+675+679+680+681+682+683+684)	687	319.176	14.620
	O) PRESEŽEK PRIHODKOV (670-687)	688	8.062	380
	P) PRESEŽEK ODHODKOV (687-670)	689	0	0
del 80	Davek od dohodka pravnih oseb	690	0	79
del 80	Presežek prihodkov obračunskega obdobja z upoštevanjem davka od dohodka (688-690)	691	8.062	301
del 80	Presežek odhodkov obračunskega obdobja z upoštevanjem davka od dohodka (689+690) oz. (690-688)	692	0	0
	Presežek prihodkov iz prejšnjih let , namenjen pokritju odhodkov obračunskega obdobja	693	0	0

Tabela 17: Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti, 1.1.-31.12.2020

PRIHODKI

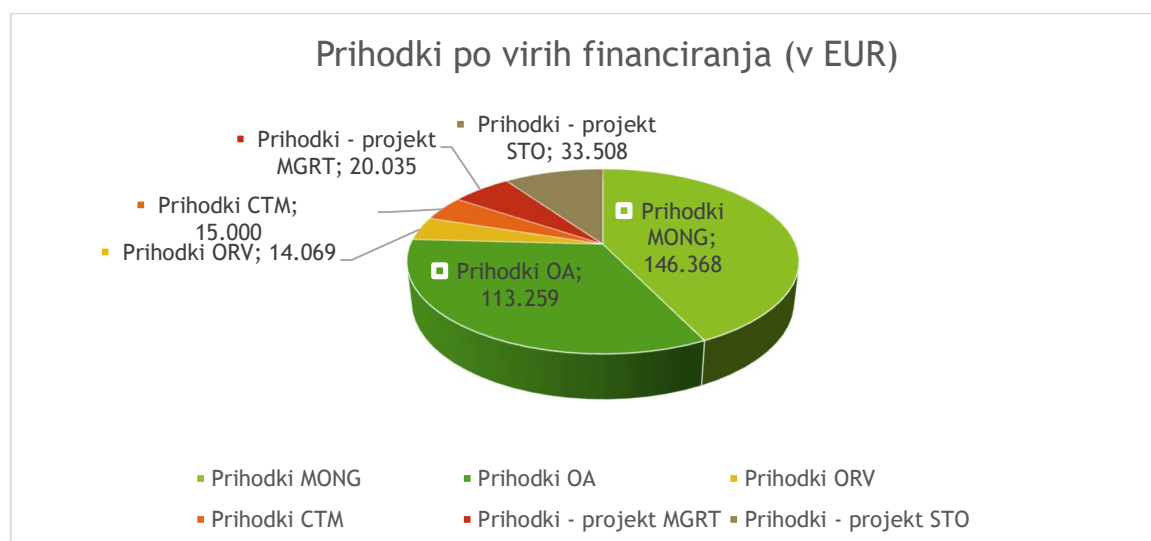
Struktura prihodkov po vrstah za leto 2020

VRSTE PRIHODKOV	Prihodki tekočega obračunskega obdobja	Prihodki MONG	Prihodki OA	Prihodki ORV	Prihodki CTM	Prihodki projekta MGRT	Prihodki projekta STO
Prihodki iz poslovanja	327.239	146.368	113.259	14.069	0	20.035	33.508
Prihodki od prodaje	15.000				15.000		
SKUPAJ	342.239	146.368	113.259	14.069	15.000	20.035	33.508

Tabela 18: Sestava prihodkov po vrstah v letu 2020

VRSTE PRIHODKOV	Prihodki tekočega obračunskega obdobja	Prihodki MONG	Prihodki OA	Prihodki ORV	Prihodki CTM	Prihodki projekta MGRT	Prihodki projekta STO
Prihodki iz poslovanja	327.239	146.368	113.259	14.069	0	20.035	33.508
Prihodki od prodaje	15.000				15.000		
SKUPAJ	342.239	146.368	113.259	14.069	15.000	20.035	33.508
Delež financiranja v %	100%	43%	33%	4%	4%	6%	10%

Tabela 19: Tabelarni prikaz deleža financiranja



Graf 3: Prihodki po virih financiranja za leto 2020

Razmejitev prihodkov na javno in tržno dejavnost

Tržna dejavnost

Med tržno dejavnost spadajo storitve fizičnim osebam in podjetjem, ki niso vključeni v programe javnih zavodov. Zavod je v letu 2020 opravljal tržno dejavnost iz naslova

opravljenih storitev v centru trajnostne mobilnosti, kar predstavlja 4,38 % delež v celotnih prihodkih zavoda.

Javna služba

Javna služba predstavlja storitve v javnem interesu, za kar je zavod tudi ustanovljen.

Prihodki za izvajanje javne službe - med te prihodke uvrščamo:

- dotacije prihodkov iz proračunov lokalnih skupnosti,
- dotacije prihodkov iz državnega proračuna za projekte.

Zgoraj smo opisali, katere poslovne prihodke in odhodke smo obravnavali kot opravljanje javne službe in katere za opravljanje dejavnosti na trgu. Ugotovljen je bil odstotni delež poslovnih prihodkov, ustvarjenih s tržno dejavnostjo. Ta delež predstavlja eno izmed sodil za razmejevanje odhodkov na tržni del, če ni mogoče zagotoviti ločenega evidentiranja odhodkov. Koeficient izračuna predstavlja prihodke iz pridobitne dejavnosti deljeno z vsemi prihodki. Tako izračunani koeficient smo upoštevali pri izkazu Prihodkov in odhodkov po vrstah dejavnosti in pri obrazcu Davek od dohodka pravnih oseb pri postavki izvzem odhodkov iz nepridobitne dejavnosti.

VRSTE PRIHODKOV	Prihodki iz opravljanja javne službe	Prihodki iz tržne dejavnosti
1	2	3
Poslovni prihodki	327.239	15.000
SKUPAJ	327.239	15.500

Tabela 20: Razmejitev prihodkov na javni del in prihodke pridobljene na trgu

Struktura prihodkov iz poslovanja javne službe in poslovanja na trgu je naslednja:

- Prihodki z izvajanjem javne službe - 95,62%
- Prihodki z izvajanjem tržne dejavnosti - 4,38%



Graf 4: Prihodki po vrstah dejavnosti za leto 2020

ODHODKI

Celotni odhodki znašajo 333.796 EUR. Celotne odhodke sestavljajo stroški materiala, stroški storitev, stroški dela

VRSTE ODHODKOV	Odhodki predhodnega obdobja	Odhodki tekočega obdobja	Indeks
Poslovni odhodki	768	333.796	Ni primerjave
SKUPAJ	768	333.796	Ni primerjave

Tabela 21: Primerjava odhodkov v letu 2020 s tistimi v predhodnem letu

VRSTE POSLOVNIH ODHODKOV	Poslovni odhodki tekočega obračunskega obdobja	Sestava poslovnih odhodkov (v %)
Stroški materiala	2.582	1
Stroški storitev	244.024	73
Stroški dela	87.190	26
SKUPAJ	333.796	100

Tabela 22: Sestava poslovnih odhodkov po vrstah v letu 2020



Graf 5: Struktura odhodkov za leto 2020

Najvišja postavka odhodkov so stroški storitev z deležem 73 %, sledijo stroški plač 26 % in stroški materiala 1%.

KAZALCI: Celotni prihodki, odhodki in stroški dela na zaposlenega

- Povprečno število zaposlenih na podlagi števila opravljenih ur: 5,64
- Celotni prihodki na zaposlenega: 60.680 EUR
- Celotni odhodki na zaposlenega: 59.184 EUR
- Stroški dela na zaposlenega: 15.459 EUR

STROŠKOVNI NOSILEC	Stroški materiala	Stroški storitev	Stroški dela	Skupaj stroški po SN
SN1-MONG	902	100.960	42.199	144.061
SN2-OA	432	71.408	35.679	107.519

SN3-ORV	53	11.128	2.493	13.674
SN1003-CTM	1.196	8.983	4.821	15.000
SN10001-MGRT	0	18.036	1.999	20.035
SN1000-STO	0	33.508	0	33.508
SKUPAJ	2.583	244.023	87.191	333.797

Tabela 23: Prikaz odhodkov po stroškovnih mestih in stroškovnih nosilcih za leto 2020 (v EUR)

STROŠKOVNI NOSILEC	Celotni stroški v tekočem letu	Delež v % v skupnih stroških
SN1-MONG	144.061	43
SN2-OA	107.519	32
SN3-ORV	13.674	4
SN1003-CTM	15.000	4
SN10001-MGRT	20.035	6
SN1000-STO	33.508	11
SKUPAJ	333.797	100

Tabela 24: Delež stroškov po SN v skupnih stroških

OCENA USPEHA PRI DOSEGANJU ZASTAVLJENIH CILJEV ZA LETO 2020

Ocenjujemo, da zavod posluje odgovorno, gospodarno in učinkovito. Tudi sam zavod aktivno skrbi za pridobivanje dodatnih sredstev za promocijo turizma v Vipavski dolini preko razpisov.

Leto 2020 je bilo poslovno uspešno, saj smo uresničili zastavljene cilje. Finančno smo v tem letu zabeležili presežek prihodkov nad odhodki.

Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja

$$\text{Gospodarnost} = \frac{\text{prihodki}}{\text{odhodki}} \times 100 \% = \frac{342.238 \text{ EUR}}{333.796 \text{ EUR}} \times 100 \% = 102,53 \%$$

DAVEK NA DOHODEK PRAVNIH OSEB

Pravilna razmejitev prihodkov in odhodkov na pridobitne in nepridobitne prihodke je podlaga za obračun davka od dohodka pravnih oseb.

Podatki iz obrazca:

- davčno priznani prihodki iz tržne dejavnosti v višini 15.000 EUR
- davčno priznani odhodki iz tržne dejavnosti v višini 14.583 EUR
- razlika med davčno priznanimi prihodki in odhodki v višini 417 EUR
- davčno nepriznani odhodki 50 % stroškov reprezentance 37 EUR
- osnova za davek v višini 417 EUR
- davčna obveznost za leto 2020 - davek 79 EUR
- Trimesečni obrok akontacija /19 %/ za leto 2021-20 EUR.

Doplačilo obveznosti za leto 2020 = 79 EUR

5.4 Pojasnila k izkazu prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po načelu denarnega toka

Izkaz prihodkov in odhodkov po načelu denarnega toka vsebuje podatke o prihodkih in odhodkih v obračunskem obdobju in v predhodnem obračunskem obdobju.

Pri ugotavljanju prihodkov in odhodkov je upoštevano načelo denarnega toka in sicer:

- da je poslovni dogodek nastal in
- da je prišlo do prejema ali izplačila denarja oziroma njegovega ustreznika.

Prihodki in odhodki po načelu denarnega toka so razčlenjeni na:

- prihodke za izvajanje javne službe,
- prihodke od prodaje blaga in storitev na trgu,
- odhodke zaradi izvajanja javne službe ter
- odhodke zaradi prodaje blaga in storitev na trgu.

VRSTE PRIHODKOV IN ODHODKOV	Oznaka AOP	Prihodki in odhodki predhodnega leta	Prihodki in odhodki tekočega leta	Indeks
1		2	3	4=3:2x100
Prihodki iz sredstev javnih financ	402	2.173	299.695	Ni primerljivo
Prihodki od prodaje blaga in storitev na trgu	431	0	15.000	isto
SKUPAJ PRIHODKI	401	2.173	314.695	isto
Odhodki za izvajanje javne službe	438	0	300.777	isto
Odhodki iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	481	0	14.506	isto
SKUPAJ ODHODKI	437	0	315.283	isto
PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI	485	0	0	
PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI	486	0	588	isto

Tabela 25: Vrste prihodkov in odhodkov ter presežek odhodkov nad prihodki

Skupaj prihodki po načelu denarnega toka za leto 2020 znašajo 314.695 EUR.

Skupaj odhodki po načelu denarnega toka za leto 2020 znašajo 315.283 EUR.

Presežek odhodkov nad prihodki po načelu denarnega toka znaša 588 EUR-razlog plačila stroškov projekta za katerega sredstva smo prejeli v januarju 2021.

Presežek prihodkov nad odhodki, izračunan po fiskalnem pravilu

Proračunski uporabniki-zavodi moramo pri porabi presežka prihodkov nad odhodki upoštevati fiskalno pravilo, kot ga določa 77. člen ZIPRSI718.

Ker zavod v letu 2020 izkazuje presežek odhodkov nad prihodki po načelu denarnega toka, ne izračunava presežka po fiskalnem pravilu za leto 2020.

5.5 Pojasnila k izračunu finančnih terjatev in naložb določenih uporabnikov

Zavod v letu 2020 nima danih posojil oziroma prejetih vračil za dana posojila.

6.6 Pojasnila k izkazu računa financiranja določenih uporabnikov

Izkaz računa financiranja določenih uporabnikov vsebuje podatke o zadolževanju ter odplačilih glavnih najetih posojil v obračunskem obdobju. V letu 2020 zavod ni imel najetih posojil, zato izkazuje le zmanjšanje sredstev na računu v višini 588 EUR, kolikor znaša presežek odhodkov nad prihodki po načelu denarnega toka.

		MONG	OA	ORV	CTM	MGRT	STO
PRIHODKI	342.238,57	146.367,51	113.259,07	14.068,99	15.000,00	20.035,20	33.507,80
ODHODKI	333.796,48	144.061,34	107.518,69	13.673,45	15.000,00	20.035,20	33.507,80
Presežek prihodkov nad odhodki	8.442,09	2.306,17	5.740,38	395,54	0,00	0,00	0,00
Davek od dohodka pravnih oseb	-79,16	-43,82	-29,13	-6,21	0,00	0,00	0,00
Presežek prihodkov z upoštevanjem davka od dohodka	8.362,93	2.262,35	5.711,25	389,33	0,00	0,00	0,00

Tabela 26: Ugotovitev poslovnega rezultata ločeno po stroškovnih nosilcih (v EUR)

	SKUPNI ZNESEK	MONG	OA	ORV
Presežek prihodkov nad odhodki predhodnega leta	1.590,01	880,23	585,12	124,66
Presežek prihodkov nad odhodki tekočega leta	8.362,93	2.262,35	5.711,25	389,33
Skupaj presežek prihodkov nad odhodki	9.952,94	3.142,58	6.296,37	513,99

Tabela 27: Prikaz kumulativnega presežka po SN (v EUR)

6.7 SKLEP O PORABI PRESEŽKA PRIHODKOV NAD ODHODKI ZA LETO 2020

Presežek prihodkov obračunskega obdobja z upoštevanjem davka od dohodka, ugotovljen po načelu poslovnega dogodka, za leto 2020 znaša 8.363 EUR in se nameni za:

- presežek MONG v višini 2.262 EUR ostane nerazporejen
- presežek OA v višini 5.711 EUR, za investicije v prostore TIC Ajdovščina (pohištvo in oprema) 4.190 EUR, 1.521 EUR ostane nerazporejen
- presežek ORV v višini 389 EUR ostane nerazporejen

Svet zavoda je potrdil letno poročilo na 6. redni seji dne 19. 2. 2021.

Računovodsko poročilo s pojasnili je pripravil računovodski servis Sotum d.o.o.

6 ZAKLJUČEK

Letošnje leto nam žal ni ponudilo obsega ter rasti turizma, kot smo jih bili vajeni prejšnja leta. Številke niso zadovoljile nobenega. Marsikdo je bil vesel že s tem, da je »preživel«. Še vedno smo v negotovosti, skušamo biti čim bolj pozitivni, da se stvari v najboljši meri in čim prej umirijo.

Na zavodu smo kljub vsem dogajanjem zadovoljni, uspeli smo zagnati zavod ter povezali in uskladili smo ekipo sodelavk ter pričeli z usklajenim in ciljno usmerjenim delom.

Naša vizija, da postanemo butična, predvsem pa zelena destinacija, se je v teh trenutkih pandemije izkazala za pravo usmeritev, ki jo z različnimi aktivnostmi dopolnjujemo z varno destinacijo, kar je v tem obdobju še posebej pomembno.

Na Zavodu se zavedamo stiske posameznih turističnih ponudnikov, zato smo z njimi sodelovali, pripravili smo poziv za Top doživetja, promovirali smo destinacijo doma in v tujini, skozi vse mesece smo bili prisotni z javljenji v medijih, ...

Ljudi žene želja po odkrivanju, spoznavanju, druženju in svobodi. Ravno svoboda je dobila v lanskem letu čisto nove razsežnosti: svoboda nam danes pomeni večerja v družbi prijateljev, druženje ob kozarcu vina v kleti, udeležba na koncertu najljubšega izvajalca, vožnja v sosednjo občino in mogoče še dlje, spanje na lokaciji, kjer nisem še bil, objem in rokovanje, odkrivanje lepot z lokalnim vodnikom ali pa zgolj kavica v priljubljenem baru v središču mesta.

Pričakujemo zgoraj našete vrednote ter z veseljem pričakujemo turiste v naši destinaciji.

V Novi Gorici, 10. 2. 2021

Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina

Erika Lojk, direktorica



JAVNI ZAVOD ZA TURIZEM
NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA

KAZALO TABEL

TABELA 1: SKUPAJ SREDSTVA POSAMEZNE SOFINANCERKE	8
TABELA 2: ŠTEVILO OBJEKTOV IN ŠTEVILO LEŽIŠČ V LETU 2020 NA OBMOČJU DESTINACIJE; VIR: WWW.AJPES.SI	11
TABELA 3: PREGLED LETNEGA ŠTEVILA PRENOČITEV V TREH OBČINAH; VIR: WWW.TTAKSA.SI, WWW.OBCINA.SI	12
TABELA 4: PREGLED DELEŽA ŠTEVILA PRENOČITEV V TREH OBČINAH V LETU 2020, 2019 IN 2018; VIR: PXWEB.STAT.SI	13
TABELA 5: ŠTEVILO NOČITEV V NASTANITVAH HIT D.D. V PRIMERJAVI Z DRUGIMI NASTANITVAMI V DESTINACIJI	13
TABELA 6: VIŠINA TURISTIČNE TAKSE (V EUR) V POSAMEZNI OBČINI	13
TABELA 7: SEZNAM IZOBRAŽEVANJ ZAPOSLENIH V LETU 2020	21
TABELA 8: TABELARNI PRIKAZ NABAV PO OBČINAH USTANOVITELJICAH V LETU 2020	30
TABELA 9: TABELARNI PRIKAZ STRUKTURE PREMIKOV STALNIH SREDSTEV V LETU 2020	30
TABELA 10: PREGLED VRST KRATKOROČNIH SREDSTEV IN AKTIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV ZA LETO 2020 TER PRIMERJAVA S PRETEKLIM LETOM	30
TABELA 11: PREGLED KRATKOROČNIH OBVEZNOSTI IN PASIVNIH ČASOVNIH RAZMEJITEV PO VRSTAH ZA LETO 2020 TER PRIMERJAVA S PRETEKLIM LETOM	31
TABELA 12: PREGLED LASTNIH SREDSTEV IN DOLGOROČNIH OBVEZNOSTI PO VRSTAH ZA LETO 2020 IN PRIMERJAVA S PRETEKLIM LETOM	32
TABELA 13: TABELARIČNI PRIKAZ DELITVE PRESEŽKA PO KLJUČU MED OBČINAMI USTANOVITELJICAMI (V EUR)	33
TABELA 14: PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI - SKUPEN PRIKAZ	33
TABELA 15: PRIKAZ PRESEŽKA PRIHODKOV NAD ODHODKI PO USTANOVITELJICAH (V EUR)	33
TABELA 16: IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV - DOLOČENIH UPORABNIKOV, 1.1.- 31.12.2020	35
TABELA 17: IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI, 1.1.-31.12.2020	36
TABELA 18: SESTAVA PRIHODKOV PO VRSTAH V LETU 2020	37
TABELA 19: TABELARNI PRIKAZ DELEŽA FINANCIRANJA	37
TABELA 20: RAZMEJITEV PRIHODKOV NA JAVNI DEL IN PRIHODKE PRIDOBLENE NA TRGU	38
TABELA 21: PRIMERJAVA ODHODKOV V LETU 2020 S TISTIMI V PREDHODNEM LETU	39
TABELA 22: SESTAVA POSLOVNIH ODHODKOV PO VRSTAH V LETU 2020	39
TABELA 23: PRIKAZ ODHODKOV PO STROŠKOVNIH MESTIH IN STROŠKOVNIH NOSILCIH ZA LETO 2020 (V EUR)	40
TABELA 24: DELEŽ STROŠKOV PO SN V SKUPNIH STROŠKIH	40
TABELA 25: VRSTE PRIHODKOV IN ODHODKOV TER PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI	41
TABELA 26: UGOTOVITEV POSLOVNEGA REZULTATA LOČENO PO STROŠKOVNIH NOSILCIH (V EUR)	42
TABELA 27: PRIKAZ KUMULATIVNEGA PRESEŽKA PO SN (V EUR)	42

KAZALO GRAFOV

GRAF 1: ORGANIGRAM ZAVODA NG-VD	7
GRAF 2: RAZMERJE LEŽIŠČ GLEDE NA POSAMEZNO OBČINO V DESTINACIJI, VIR: AJPES.SI	12
GRAF 3: PRIHODKI PO VIRIH FINANCIRANJA ZA LETO 2020	37
GRAF 4: PRIHODKI PO VRSTAH DEJAVNOSTI ZA LETO 2020.....	38
GRAF 5: STRUKTURA ODHODKOV ZA LETO 2020	39

KAZALO SLIK

SLIKA 1: NOVA GORICA, AJDOVŠČINA IN RENČE-VOGRSKO; ARHIV ZAVOD NG-VD	3
SLIKA 2: TIC NOVA GORICA IN TIC AJDOVŠČINA; ARHIV ZAVODA NG-VD	4
SLIKA 3: VIPAVA, VINOGRAD IN VOGRŠČEK; ARHIV ZAVODA NG-VD	6
SLIKA 4: SLOVENIJA, RAZDELJENA NA ŠTIRI MAKRO DESTINACIJE	9
SLIKA 5: PRIKAZ OBMOČJA VODILNE DESTINACIJE NOVA GORICA IN VIPAVSKA DOLINA Z OZNAČENIMI OBČINAMI, KI JIH POKRIVA (S TEMNEJŠIM ODTENKOM ZELENE SO OZNAČENE OBČINE USTANOVITELJICE)	9
SLIKA 6: SAMOSTAN KOSTANJEVICA, TIC AJDOVŠČINA IN TIC NOVA GORICA	10
SLIKA 7: NOVA GORICA, VIPAVSKA DOLINA, LOKVE; ARHIV ZAVOD NG-VD	11
SLIKA 8: PRIMERI DIGITALNIH OGLASOV	16
SLIKA 9: PRIMER PLAKATA »RAJSKA DOLINA OBSTAJA«	17
SLIKA 10: OGLAŠEVALSKA AKCIJA RAJSKA DOLINA OBSTAJA NA PORTALU WWW.VIPAVSKADOLINA.SI	18
SLIKA 11: TURISTIČNI PRODUKT ČAS ZA VAS. BRDA. VIPAVSKA DOLINA. KRAS.	19