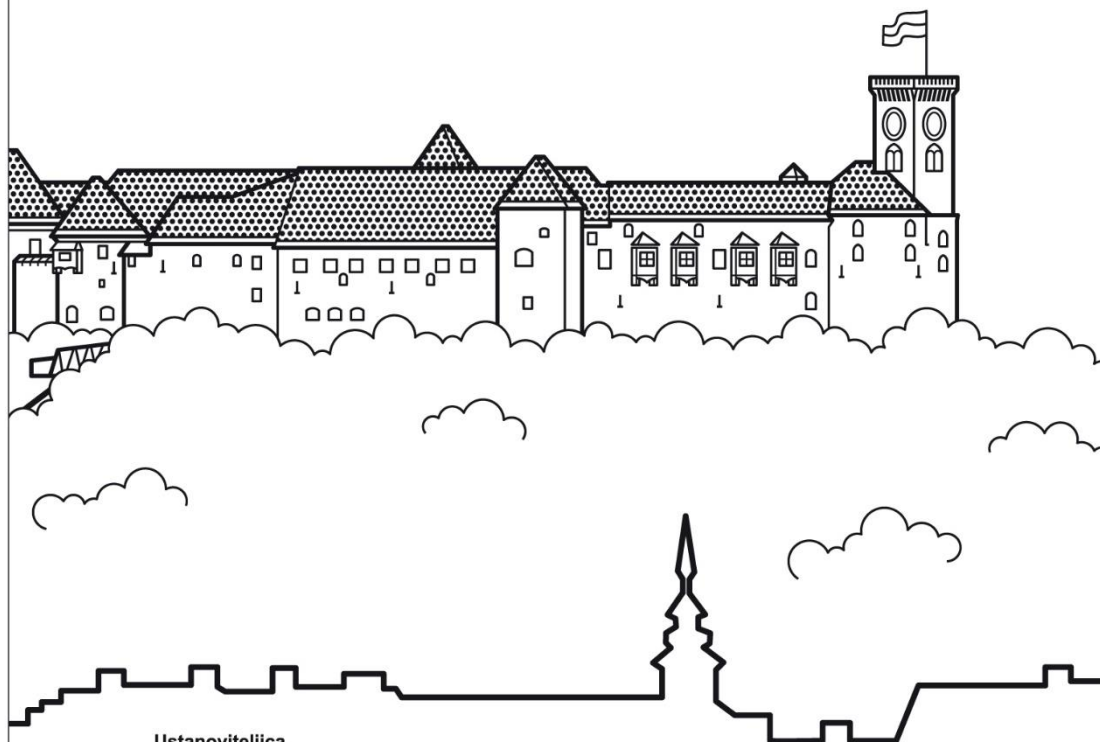




STRATEGIJA RAZVOJA

JAVNEGA ZAVODA LJUBLJANSKI GRAD

ZA OBDOBJE 2017-2021



Ustanoviteljica
Mestna občina
Ljubljana



KAZALO

1.	UVOD	2
1.1	Predstavitev zavoda	2
1.2	Organizacijska struktura	3
1.3	Poslanstvo zavoda	3
1.4	Vodstvo in organi zavoda	3
1.5	Pravna podlaga	4
2.	VREDNOTE IN SPLOŠNI CILJI	5
3.	ANALIZA OPRAVLJENIH RAZISKAV	6
4.	ANALIZA SWOT	9
5.	STRATEŠKI CILJI	11
5.1	Kulturno-umetniški program in kulturna dediščina	11
5.2	Turistična dejavnost	16
5.3	Oddaja prireditvenih prostorov.....	18
5.4	Marketing in odnosi z javnostjo	19
5.5	Javni prevoz potnikov s tirno vzpenjačo.....	20
5.6	Obratovanje in tekoče vzdrževanje	22
5.7	Investicije.....	23
5.8	Investicijsko vzdrževanje	24
5.9	Oprema za tehnično izvedbo prireditev.....	25
5.10	Upravljanje in razvoj človeških virov	26
5.11	Poslovno-finančna dejavnost	28

1. UVOD

1.1 Predstavitev zavoda

Ljubljanski grad, mogočna poznosrednjeveška trdnjava, je zaradi svoje dominantnosti že kmalu postal mestni simbol. Kljub temu da je skozi stoletja doživel različno usodo in da se je spreminjala njegova namembnost, pa je in bo ostal simbol slovenske prestolnice. Nove možnosti za razvoj so se odprle z ustanovitvijo Javnega zavoda Ljubljanski grad leta 2011. Zavod si je ob ustanovitvi zastavil cilj, da bi to kulturno-turistično točko v prihodnje obiskalo milijon obiskovalcev letno, in ga prvič dosegel že leta 2013, ko je to številko celo presegel, enako je bilo tudi v naslednjih letih. Prav tako je nenehno raslo število potnikov na tirni vzpenjači, poleg tega pa je zavod domačim in tujim obiskovalcem vseskozi ponujal nove vsebine tako na kulturno-umetniškem področju kot pri izvajanju turistične dejavnosti.

V prvih petih letih delovanja smo izvedli kar nekaj investicijskih projektov, ki so omogočili širitev dejavnosti. Med ključnimi so obnova Virtualnega gradu in Stolpa strelcev, kjer je začela obratovati restavracija Strelec, ureditev ječ samic, kjer je na ogled stalna postavitve *Kaznilnica*, obnova Zgornjega in Spodnjega lapidarija ter Bele in Modre dvorane (poročnih dvoran), odprtje Lutkovnega muzeja in Grajske trgovine, izgradnja vstopnega paviljona, energetska sanacija gradu, skorajšnja obnova Hribarjeve dvorane, zasaditev Grajskega vinograda ... Zavod poleg tega vseskozi vzdržuje grajsko poslopje in okolico in skrbi za njuno urejenost.

Da je Ljubljanski grad postal prepoznavno in živahno kulturno in družabno središče prestolnice, govori naslednji podatki: letno se zvrsti od 300 do 400 najrazličnejših prireditev, od dogodkov v lastni organizaciji ali v koprodukciji, do dogodkov, ki jih organizirajo drugi organizatorji, saj grajske prostore tudi oddajamo.

Ob sledenju razvojnim smernicam v turizmu in skrbno načrtovanih vsebinah, z inovativno ponudbo, ohranjanjem kulturne dediščine, urejenostjo, prijaznostjo ter ustreznim komuniciranjem z domačo in tujo javnostjo Ljubljanski grad dopolnjuje turistično ponudbo prestolnice in je postal najbolj obiskana kulturno-turistična točka v državi.

Izhodišča za snovanje nove strategije so nam ponudili tudi rezultati ankete, ki smo jo med domačimi in tujimi obiskovalci izvedli poleti 2016. Ljubljanski grad na svojih petih stalnih postavitvah vse leto ponuja vpogled v zgodovino grajskega poslopja, mesta pod njim in širšega slovenskega prostora. Ob prepletu živahnega kulturnega in družabnega dogajanja, drugih grajskih posebnosti, vrhunski kulinarični ponudbi in lastni trgovini ne ponuja le celodnevnega doživetja, pač pa skupaj s širšo okolico, urejenimi potmi po Grajskem griču vse do Grajskega vinograda predstavlja priljubljeno sprehajališče nad mestom. Da bo tudi v prihodnje na eni strani ostal najbolj obiskana turistična točka, na drugi pa nadgrajeval ponudbo na vseh področjih dela, bo treba dokončati obnovo Hribarjeve dvorane, ki bo ponudila nove možnosti za tržno dejavnost (oddajanje dvoran) in izvedbo kulturno-umetniških dogodkov, prenoviti prostor v traktu pod grajskim salonom, s čimer bomo pridobili stalen prostor za izvajanje vzgojno-izobraževalnih programov, zgraditi vinoteko, ki bo še dopolnila vinsko zgodbo ob dogodkih,

povezanih s potomko stare trte z mariborskega Lenta in z Grajskim vinogradom. Projekti, povezani z dostopom na Grajski grič, bodo morali biti trajnostno naravnani, saj je Ljubljanski grad zelena oaza nad zeleno prestolnico Evrope 2016.

1.2 Organizacijska struktura

Notranja organizacija dela, ki omogoča najustreznejše izvajanje tistih dejavnosti, ki jih zavod opravlja kot javno službo, in drugih dejavnosti, določenih s Sklepom o ustanovitvi, je v zavodu urejena s Pravilnikom o notranji organizaciji dela in sistemizaciji delovnih mest.

V zavodu so organizirane naslednje notranje organizacijske enote:

- Kulturno-umetniški program,
- Služba za trženje,
- Služba za odnose z javnostmi,
- Služba za kadrovske in splošne zadeve,
- Finančno-računovodska služba,
- Služba za tehnične zadeve,
- Služba za obratovanje tirne vzpenjače.

1.3 Poslanstvo zavoda

Zavod organizira in izvaja kulturne, umetniške, turistične in druge prireditve, saj je njegov namen oblikovati celovito kulturno in turistično ponudbo. Trajno in nemoteno zagotavlja javne kulturne dobrine in storitve na vseh področjih: gledališče, glasba, likovne in intermedijske umetnosti, muzejske, posredniške in druge dejavnosti. Kot stalne muzejske postavitve na Ljubljanskem gradu delujejo *Virtualni grad* in stalne razstave *Slovenska zgodovina*, *Lutkovni muzej*, *Kaznilnica* in *iLjubljana*. Poslanstvo zavoda je tudi ohranjanje in promoviranje materialne in nematerialne dediščine Ljubljanskega gradu.

Zavod načrtuje, oblikuje in trži celovito turistično ponudbo na območju Ljubljanskega gradu in Grajskega griča. V turistično-informacijskem centru obvešča obiskovalce o vseh dogodkih na tem območju. Zavod upravlja s tirno vzpenjačo. Poleg tega programsko povezuje javne kulturne zavode, turistična društva in druge izvajalce kulturnih in turističnih prireditev, ki so v javnem interesu.

1.4 Vodstvo in organi zavoda

Javni zavod Ljubljanski grad vodi direktorica Mateja Avbelj Valentan, ki to delo opravlja že drugi mandat. Direktorica zavod zastopa, predstavlja in vodi ter je odgovorna za njegovo zakonito in strokovno delo.

V skladu z 8. členom Sklepa o ustanovitvi Javnega zavoda Ljubljanski grad sta poleg direktorja organa zavoda še:

- svet zavoda in

- strokovni svet.

Svet zavoda sestavlja pet članov. Štiri člane imenuje ustanovitelj izmed strokovnjakov s področja dela zavoda, financ in pravnih zadev, enega pa izvolijo zaposleni kot svojega predstavnika.

Strokovni svet zavoda sestavlja šest članov in sicer dva izvolijo delavci izmed vseh zaposlenih v zavodu, po enega člana pa imenujejo naslednji predlagatelji: Muzej in galerije mesta Ljubljane, javni zavod Turizem Ljubljana, Kulturniška zbornica Slovenije in Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije.

1.5 Pravna podlaga

Delovanje Javnega zavoda Ljubljanski grad bistveno opredeljujejo naslednje pravne podlage in splošni akti:

- Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Ljubljanski grad (Uradni list RS, št. 105/2010 in 50/2016);
- Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 96/2002, 123/2006 - ZFO-1, 7/2007 - odl. US, 53/2007, 65/2007 - odl. US, 56/2008, 4/2010, 20/2011, 100/2011 - odl. US, 111/2013);
- druga zakonodaja s področja javnega sektorja, delovanja javnih zavodov in delovnopravna zakonodaja;
- Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2016-2019;
- notranji akti zavoda, s katerimi so urejeni način uresničevanja pravic, obveznosti in odgovornosti delavcev, notranja organizacija in druga vprašanja, pomembna za delovanje zavoda.

2. VREDNOTE IN SPLOŠNI CILJI

Vrednote:

- visoka raven storitev,
- odgovoren odnos do kulturne dediščine,
- prijaznost, profesionalnost in strokovnost,
- odprta komunikacija,
- odgovornost do družbe in okolja,
- dostopnost in sodelovanje.

Splošni cilji

- ustvarjanje kakovostnih, raznolikih in strokovno podprtih kulturno-umetniških vsebin, ki so prilagojene strukturi obiskovalcev glede na posamezna obdobja v letu, in prizadevanje za nadaljnjo implementacijo kulturnega turizma v mestu in širše;
- umestitev Ljubljanskega gradu kot prepoznavne turistične točke v srednjeevropskem prostoru in kot prostora doživetij, kjer se kultura in turizem prepletata z aktivnim vključevanjem lokalne skupnosti;
- dokončanje obnove Ljubljanskega gradu in vzpostavitev funkcionalnosti vseh njegovih zmogljivosti;
- zagotavljanje kar največje dostopnosti Ljubljanskega gradu in visoke kakovosti storitev, da bi se čas obiska posameznega obiskovalca podaljšal;
- umik stoječega prometa z Grajskega griča; Ljubljanski grad in zelene površine na Grajskem griču bi radi vzpostavili kot enotno živahno območje, namenjeno druženju in preživljanju prostega časa ljudi vseh generacij, s poudarkom na spodbujanju trajnostnega razvoja.

3. ANALIZA OPRAVLJENIH RAZISKAV

Raziskavo med obiskovalci Ljubljanskega gradu smo izvedli med 15. julijem in 10. avgustom 2016. Vzorec je obsegal 400 respondentov, od tega polovico domačih in polovico tujih obiskovalcev. Anketirali smo jih po obisku Ljubljanskega gradu oziroma ob odhodu.

Namen raziskave je bil dobiti vpogled v celovito izkušnjo uporabnikov ob obisku Ljubljanskega gradu, ugotoviti splošno zadovoljstvo, profil obiskovalcev, kakšen je bil namen obiska, kako so bili gostje zadovoljni s programskimi, stalnimi vsebinami ter kulinaricnimi storitvami, kolikšna je bila potrošnja posameznega obiskovalca ter ali so bili obiskovalci zadovoljni z dostopom na Ljubljanski grad.

Profil obiskovalcev

Velika večina anketiranih se je na Ljubljanskem gradu zadržala od ene do dve uri. Rahlo odstopajo odgovori Ljubljančanov, saj so se ti na Ljubljanskem gradu zadržali dlje kot obiskovalci iz drugih predelov Slovenije.

38 odstotkov anketiranih obiskovalcev Ljubljanski grad obišče nekajkrat letno, 25 odstotkov enkrat na leto ali redkeje. Večina tujih turistov, ki smo jih anketirali, je Ljubljanski grad obiskala prvič. Vsekakor pa so bili obiskovalci Ljubljanskega gradu enotni, da sodi med najpomembnejše tri znamenitosti, ki si jih je v prestolnici vredno ogledati.

Prvih pet držav, iz katerih je prišlo največ obiskovalcev:

1. Velika Britanija,
2. Francija,
3. Belgija in Italija ter
4. Nemčija.

Informacije o ponudbi in viri informiranja

Najmočnejši medij oziroma vir informiranja o splošni turistični ponudbi Ljubljanskega gradu je svetovni splet. Obiskovalci so informacije, ki so jih potrebovali, pridobili tudi iz izkušenj ter prek znancev, sorodnikov in prijateljev (ustno izročilo). Velika večina jih je prepričanih, da je na voljo dovolj informacij o turistični ponudbi Ljubljanskega gradu.

Namen obiska

Kot namen obiska so anketiranci na prvem mestu navedli ogled zgodovinskih znamenitosti, sledil je obisk dogodkov in prireditev ter razgled po okolici in prestolnici.

Sicer pa je namen obiska nekoliko drugačen pri Ljubljančanih, preostalih Slovencih in tujih obiskovalcih. Ljubljančani grad največkrat obiščejo zaradi poslovnega srečanja, sledita razgled po okolici in obisk dogodka ali prireditve.

Obiskovalci iz drugih krajev Slovenije pridejo na Ljubljanski grad zaradi ogleda zgodovinskih znamenitosti in poslovnega srečanja, pri tujcih pa sta vodilna namena obiska razgled in ogled zgodovinskih znamenitosti.

Prihod na Ljubljanski grad in dostopnost

Velika večina obiskovalcev je na Ljubljanski grad prišla v družbi, tretjina s partnerjem, nekaj manj s prijatelji.

Na Ljubljanski grad se je približno polovica obiskovalcev pripeljala z vzpenjačo (od tega 61 odstotkov Ljubljančanov, 60 odstotkov obiskovalcev iz drugih krajev Slovenije ter 39 odstotkov tujcev). Tuji obiskovalci so na Ljubljanski grad večinoma prišli peš.

Dostop do Ljubljanskega gradu so ocenili z visoko povprečno oceno (4,64), kar pomeni, da skorajda nimajo slabih izkušenj. Tudi zadovoljstvo z vzpenjačo je dobilo visoko povprečno oceno (4,69). Informacijske table so za dobre tri četrtine obiskovalcev dovolj razumljive in vidne, da se lahko samostojno sprehajajo po grajskem območju.

Nakup vstopnic

Tretjina obiskovalcev ni kupila nobene vstopnice. Med kupljenimi vstopnicami je šlo v petini primerov za nakup povratnih vstopnic za vzpenjačo, sledita grajska vstopnica in grajska vstopnica z vzpenjačo.

Grajska doživetja in dogodki

Med vsemi zanimivimi vsebinami na Ljubljanskem gradu so si obiskovalci najpogosteje ogledali Razgledni stolp, sledijo pa *Slovenska zgodovina*, *Kaznilnica*, fotografska razstava *National Geographic: Malokdaj videno* in *Virtualni grad*. Povprečno so zadovoljstvo z ogledom vsebin ocenili visoko (4,41).

Grajske trgovine, Doživetja za domov, in prodajne galerije domače in umetnostne obrti Rustika jih večina ni obiskala, štirje odstotki pa so tam opravili nakup – ti obiskovalci so v nadaljevanju ankete ocenili pestrost trgovske ponudbe na Ljubljanskem gradu, ki so ji namenili povprečno oceno (3,90).

Večina tistih, ki so obiskali trgovino in tam opravili nakup, je potrošila od 5 do 20 evrov.

Gostinska ponudba

Na Ljubljanskem gradu imamo dva najemnika, ki ponujata gostinske storitve. Restavracijo Strelec sta v povprečju obiskala dva odstotka anketirancev, Gostilno na Gradu pet, slaba tretjina pa Grajsko kavarno.

S kulinarčno ponudbo obiskanega lokala ali restavracije so bili zadovoljni (4,27). Razmerje med ceno in kakovostjo gostinske storitve se je večini obiskovalcev zdelo ustrezno.

Splošno zadovoljstvo

Splošna ocena zadovoljstva z obiskom Ljubljanskega gradu je bila visoka (4,51), prav tako ocena splošne urejenosti grajskega griča in Ljubljanskega gradu (4,54).

Več kot polovica obiskovalcev se namerava na Ljubljanski grad še vrniti in skoraj vsi bi obisk priporočili svojim prijateljem in znancem, kar je za Ljubljanski grad izredno pomembno, še zlasti zato, ker se je kot vir informiranja visoko uvrstilo ustno izročilo prijateljev, znancev in sorodnikov.

4. ANALIZA SWOT

Prednosti Ljubljanskega gradu:

- privlačna lokacija,
- uveljavljena blagovna znamka,
- najbolj obiskana kulturno-turistična točka v Sloveniji,
- kompetenten, strokoven in zavodu pripaden kader,
- sposobnost hitrega prilagajanja spremembam na trgu,
- povezanost s prestolnico,
- zgodovinsko-kulturne danosti,
- prijetno okolje,
- sloves varne destinacije,
- neposredna bližina zelenih površin,
- dovršena prenova s prepletom historičnosti in sodobnosti,
- trajnostna naravnost.

Slabosti:

- birokracija, zapleteni in dolgotrajni postopki,
- nenehno spreminjanje zakonodaje,
- razpršenost zaposlenih po več lokacijah,
- dostopnost, parkiranje,
- nedefinirana razmejitev med kulturno-umetniško in tržno dejavnostjo,
- zasičenost s ponudbo kulturno-umetniških dogodkov v prestolnici,
- nevzpostavljeni finančni pogoji za dolgoročno načrtovanje kulturno-umetniškega programa,
- prepletanje raznovrstne dejavnosti na omejenem prostoru,
- sezonska pogojenost.

Priložnosti:

- pridobivanje evropskih sredstev,
- izobraževanje zaposlenih in krepitev njihovih kompetenc,
- mreženje v evropskem prostoru,
- pozicioniranje na mednarodni ravni,
- mreženje z drugimi turističnimi ponudniki (oblikovanje paketov) in drugimi kulturnimi ustanovami (oblikovanje programa),
- preiščeno umeščen preplet sodobne slovenske in tuje umetnosti,
- promocija slovenske kulturne dediščine tujim obiskovalcem,
- poenotenje cenovne politike,
- izkoristek sodobnih komunikacijskih možnosti, da bi dosegli kar največ občinstva,
- digitalizacija blagajniškega poslovanja (brezgotovinsko poslovanje na blagajnah) in dostopov,
- prevzem celotnega Grajskega griča v upravljanje,
- večja integracija drugih ponudnikov v zavod.

Nevarnosti:

- zmanjšan delež financiranja ustanovitelja,
- prenehanje rasti turističnega obiska zaradi zunanjih dejavnikov,
- nezmožnost sledenja hitri rasti zaradi omejenih sredstev,
- težnja po množičnosti različnih vsebin,
- neugodni vremenski vplivi na izvajanje dejavnosti.

5. STRATEŠKI CILJI

5.1 Kulturno-umetniški program in kulturna dediščina

Cilj 1: Tematska zasnova vsakoletnega kulturno-umetniškega programa.

Ukrepi:

1. Vsakoletna priprava večjega občasnega razstavnega projekta, povezanega z Ljubljanskim gradom oziroma z njegovim vplivnim okoljem, v sodelovanju z relevantnimi institucijami v Sloveniji in/ali tujini; projekt ponuja možnost smiselne navezave dela ostalih programskih vsebin na določeno tematiko ter predstavlja dodano vrednost siceršnji ponudbi kulturnega turizma na Ljubljanskem gradu in v mestu.
2. Priprava raznolikega obrazstavnega programa, ki je prilagojen najširšim ciljnim skupinam, in to v obliki pedagoških programov, vodenih ogledov, predavanj, okroglih miz, drugih razstavnih projektov in drugo; vloga obrazstavnega programa je dopolnjevanje posamezne občasne razstave, saj ponuja dodatne razlage in pogloblja vsebine, povezane s posamezno temo.
3. Smiselna vsebinska navezava dela projektov z ostalih področij kulturno-umetniškega programa Ljubljanskega gradu na letno tematiko.
4. Priprava vsakoletne strategije za predstavitev vsebin določenega projekta.

Pričakovani učinki:

Zaradi tematsko zasnovanega in zaokroženega vsakoletnega kulturno-umetniškega programa in izvedbe interdisciplinarnih projektov z več deležniki na nacionalni in mednarodni ravni bo Ljubljanski grad postal še privlačnejši za najširši krog obiskovalcev, zagotovil si bo prepoznavnost pri strokovni javnosti, poglobljal obstoječa partnerstva in gradil prihodnja ter kot promotor kulturne dediščine na širšem območju zavzel vidno mesto.

Čas izvedbe: 2017–2021

Cilj 2: Aktivna promocija in interpretacija ter večanje dostopnosti snovne in nesnovne kulturne dediščine in vsebine stalnih postavitev.

Ukrepi:

1. Vključitev stalnih postavitev Slovenska zgodovina, Virtualni grad, Kaznilnica in Lutkovni muzej v redno turistično ponudbo Ljubljanskega gradu.
2. Izvedba občasnih programskih projektov (priložnostne razstave, predavanja, tematski vodeni ogledi), z namenom dodatne in poglobljene predstavitve vsebin na stalnih postavitvah in kulturne dediščine.
3. Reden nadzor nad stalnimi postavitvami v sodelovanju z Muzejem in galerijami mesta Ljubljane (Slovenska zgodovina, Kaznilnica) in Lutkovnim gledališčem Ljubljana (Lutkovni muzej) z namenom zagotavljanja ustreznih pogojev in postopnega nadgrajevanja vsebin.

4. Upoštevanje smernic Zavoda za varstvo kulturne dediščine pri prezentaciji nepremične kulturne dediščine.
5. Trikrat na leto zainteresirani javnosti omogočiti brezplačen ogled stalnih postavitvev (8. 2., v sklopu Grajskih dni okoli 16. 5. in 3. 12.).
6. Imetnikom veljavnih članskih izkaznic stanovskih organizacij ICOM, SMS, SMD in SUZD omogočiti brezplačen ogled stalnih postavitvev.
7. Redna izobraževanja informatorjev na stalnih postavitvah in grajskih vodnikov.

Pričakovani učinki:

Z izborom vsebin, povezanih z Ljubljanskim gradom in njegovimi stalnimi postavitvami, bomo pri lokalnih obiskovalcih spodbujali občutek pripadnosti, pri tujih promovirali slovensko kulturno dediščino, pri vseh pa spodbujali pozitiven in odgovoren odnos do nje.

Čas izvedbe: 2017–2021

Cilj 3: Oblikovanje raznolike in dostopne ponudbe kulturno - umetnostne vzgoje za različne ciljne skupine.

Ukrepi:

1. Ohranitev in nadgraditev kakovostnih stalnih pedagoških programov (za vrtce, osnovne in srednje šole), ki se navezujejo na kulturno dediščino Ljubljanskega gradu in na stalne postavitve. Priprava novih pedagoških programov, namenjenih tematiki stalnih in občasnih vsebin, v skladu z veljavnimi učnimi načrti in načeli sodobne muzejske pedagogike ter v tesnem sodelovanju s končnimi uporabniki (vzgojnimi in izobraževalnimi ustanovami). Vzoredna priprava didaktičnega gradiva, ki bo namenjeno predpripravi na obisk posameznega programa.
2. Združitev različnih javnih programov, namenjenih najmlajšim, pod skupnim imenom »Akademija zmajeslovja«; v sklopu teh programov bo ciljna skupina dejavno spoznavala preteklost gradu in življenje v njem ter številne zanimive zgodbe, povezane z zmajem – mitološkim bitjem in osrednjim simbolom mesta Ljubljana in Ljubljanskega gradu.
3. Priprava javnih programov, v katere se bodo dejavno vključevali mladi med 12. in 19. letom starosti; tako bo ta ciljna skupina spoznavala pretekle kulture, njihove posebnosti ter vplive, ki so vidni v današnjem času, tematiko pa bo obravnavala v kontekstu današnjega časa.
4. Uvedba programa »Grad na obisku« za ranljive skupine, ki zaradi različnih razlogov ne morejo obiskati grajskih vsebin, vzpostavitev možnosti za spoznavanje kulturne dediščine gradu na drugih lokacijah ter redno zagotavljanje dostopnosti vsebin vsem drugim ranljivim skupinam.
5. Izvedba obstoječega (Časovni stroj) in priprava novih doživljajskih vodenih ogledov s kostumiranimi predstavniki; tovrstni vodeni ogledi se tesno navezujejo na grajske vsebine in jih poljudno in doživeto podajajo najširšemu krogu obiskovalcev.

6. Strokovni sodelavec za izobraževalni program do leta 2019 pridobi naziv kustos pedagog.
7. Redna izobraževanja strokovnih sodelavcev in grajskih vodnikov.

Pričakovani učinki:

Zaradi nenehnega posodabljanja in postopnega dodajanja novih vsebin v skladu s strokovnimi kriteriji se bo povečalo število uporabnikov vsebin pri obstoječih ciljnih skupinah, pritegnili pa bodo tudi nove. Javni programi, združeni pod enotnim imenovalcem, bodo postali bolj prepoznavni; postopoma jih bomo prilagajali starosti obiskovalcev in pri njih spodbujali domišljijo in kritično razmišljanje.

Čas izvedbe: 2017–2021

Cilj 4: Pozicioniranje Ljubljanskega gradu kot širše prepoznavnega in referenčnega razstavišča.

Ukrepi:

1. Jasno profiliranje posameznih razstavnih prostorov na Ljubljanskem gradu (Galerija »S«: fotografske in slikarske razstave, ilustracije; Kazemate: kiparske, muzejske/tematske razstave (z obnovo prostora bo nastala možnost za postavitev zahtevnejših projektov); Peterokotni stolp: manjše tematske razstave, sodobne instalacije v zgodovinskem prostoru; Stanovska dvorana in Palacij (v poletnih mesecih): slikarske, kiparske in tematske razstave).
2. Priprava kakovostnih likovnih razstav, ki bodo hkrati vizualno privlačne in prilagojene strukturi obiskovalcev Ljubljanskega gradu v posameznih obdobjih v letu. Predstavljanje uveljavljenih umetnikov, povezanih z mestom Ljubljana, mednarodno uveljavljenih avtorjev, pa tudi perspektivnih mladih umetnikov in zbirk zasebnih zbirateljev.
3. Vsakoletna objava javnega poziva zainteresiranim razstavljalcem za izvedbo likovno-galerijskega programa na Ljubljanskem gradu; v pozivu bodo jasno določeni kriteriji za izbiro glede na posamezno leto.
4. Navezovanje likovno-galerijskega programa na vsakoletne sočasne dogodke (npr.: Mednarodni grafični bienale, Slovenski bienale ilustracije, Mednarodni teden oblikovanja – BIO, Ljubljanski teden mode idr.).
5. Občasna izvedba dela razstavnih projektov v drugih mestnih razstaviščih (npr. Galerija Kresija).
6. Koordinator in organizator likovno-galerijskega programa na Ljubljanskem gradu do leta 2019 pridobi strokovni naziv kustos.

Pričakovani učinki

Zaradi navedenih ukrepov bo Ljubljanski grad kot referenčno razstavišče za likovno umetnost krepil svojo prepoznavnost tako pri strokovni javnosti kakor tudi pri najrazličnejših drugih skupinah obiskovalcev; nadaljeval in krepil bo vsebinsko sodelovanje z drugimi sorodnimi ustanovami in tako dosegel več zainteresirane javnosti.

Čas izvedbe: 2017–2021

Cilj 5: Razvoj unikatnih vsebin, ki predstavljajo dodano vrednost kulturnemu turizmu v Ljubljani.

Ukrepi:

1. Vsakoletna izvedba in redna vsebinska nadgradnja Grajskih dni in od leta 2018 vsakoletna izvedba Zmajevih dni s postopno vključitvijo mednarodnih partnerjev.
2. Nadaljevanje tradicionalnih dogodkov (Grajski piskači, Knjižnica pod krošnjami) in povezovanje z ustreznimi ustanovami in posamezniki z najrazličnejših strokovnih področij; razvoj za Ljubljanski grad in Grajski grič specifičnih vsebin s področja zgodovine, arheologije, arhitekture, botanike, geologije idr.
3. Razvoj vinske zgodbe preko potomke najstarejše trte na svetu in Grajskega vinograda; naziv *Ljubljana, mesto trte in vina* bomo promovirali z ustrežno turistično ponudbo, ki jo bomo pripravili v tesnem sodelovanju z grajskimi gostinskimi (kulinarika) in drugimi turističnimi ponudniki v mestu.

Pričakovani učinki:

Z vsakoletno izvedbo in zaradi postopne nadgradnje bodo Grajski in Zmajevi dnevi do leta 2021 postali uveljavljena v širšem prostoru prepoznana kulturna in turistična ponudba na Ljubljanskem gradu. Z izvedbo dosedanjih tradicionalnih dogodkov in uvedbo novih bo grad postal točka, kjer bomo tujim obiskovalcem aktivno predstavljali našo kulturno dediščino, pa tudi ena izmed pomembnejših točk v mestu, kjer bo potekala enološka in kulinarčna turistična dejavnost.

Cilj 6: Kontinuirana izvedba kakovostnih glasbenih vsebin.

Ukrepi:

1. Priprava žanrsko-tematskih glasbenih ciklov, ki izstopajo predvsem zaradi akustičnih interpretacij; k izvedbi bomo povabili glasbene izvajalce, prepoznavne pri strokovni, pa tudi pri domači in tuji laični javnosti.
2. Mlajšim glasbenim ustvarjalcem omogočiti predstavitev novih projektov.
3. Strateško povezovanje z glasbenimi festivali in glasbenimi prireditelji s podobnimi programskimi izhodišči, ki bi Ljubljanski grad prepoznali kot eno izmed prizorišč, privlačnih za izvedbo dela večjih glasbenih projektov ali festivalov.
4. Glede na posamezne izvajalce in žanre premišljena umestitev glasbenih vsebin v posamezne notranje in zunanje grajske prostore, kar bi poudarilo identiteto Ljubljanskega gradu kot prvovrstnega kulturnega prizorišča.

Pričakovani učinki:

Z izvedbo do treh žanrsko povezanih ciklov na leto bo Ljubljanski grad zagotavljal kakovosten in dobro obiskan glasbeni program, namenjen raznolikemu občinstvu; ostal bo odprt za domače in tuje glasbene ustvarjalce, ki v svoj program uvrščajo tudi nove projekte. Z vzpostavitvijo

vsaj enega sodelovanja z glasbenimi festivali ali glasbenimi prireditelji na letni ravni bo Ljubljanski grad postal pomemben partner pri izvedbi večjih glasbenih projektov.

Čas izvedbe: 2017–2021

Cilj 7: Krepitev prepoznavnosti projekta Film pod zvezdami.

Ukrep:

1. Nadaljevanje in razvoj tesnega sodelovanja z Javnim zavodom Kinodvor pri pripravi in izvedbi projekta Film pod zvezdami.

Pričakovani učinki

Film pod zvezdami že nekaj let zaseda vidnejše mesto med poletno kulturno ponudbo v prestolnici, hkrati pa se opazno povečuje število tujih obiskovalcev. Projekt bo z razvojem pridobival ugled ne samo pri obiskovalcih, ampak tudi pri filmskih distributerjih, ki ga bodo prepoznali kot eno izmed učinkovitejših priložnosti za predstavitev nove filmske ponudbe.

Cilj 8: Krepitev obstoječih in vzpostavitvev priložnostnih koprodukcijskih partnerstev na področju uprizoritvenih umetnosti.

Ukrepi:

1. Sodelovanje z Lutkovnim gledališčem Ljubljana in zagotavljanje podpore pri izvedbi historičnih lutkovnih predstav v Grajskem gledališču; gre za komplementarno dejavnost Lutkovnega muzeja.
2. Vzpostavitev koprodukcijskih partnerstev z institucijami s področja uprizoritvene dejavnosti, ki bi Ljubljanski grad kot prizorišče prepoznale kot dodano vrednost pri izvedbi svojega programa.

Pričakovani učinki

Z izvedbo historičnih lutkovnih predstav bomo dosegli širšo prepoznavnost slovenske lutkovne dediščine pri domačih in tujih obiskovalcih. Z vzpostavitvijo priložnostnih koprodukcijskih partnerstev bo Ljubljanski grad pri partnerjih – ob upoštevanju prostorskih posebnosti in ustrezni umestitvi v prostor – postal prepoznaven kot edinstveno prizorišče za izvedbo uprizoritvenih projektov.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.2 Turistična dejavnost

Cilj 1: Ljubljanski grad je najbolj obiskana turistična točka v Sloveniji.

Cilj 2: Ljubljanski grad je najbolj obiskana kulturno-zgodovinska znamenitost v Sloveniji.

Cilj 3: Ljubljanski grad je strateška turistična znamenitost prestolnice.

Cilj 4: Ljubljanski grad je nosilec izkustvenega in doživljajskega turizma v prepletu s kulturno dediščino Grajskega griča.

Ukrepi za cilje od 1 do 4:

1. Stalna prisotnost na trgih, ki so že uveljavljeni in na katerih je Ljubljanski grad že prepoznaven.
2. Stalno spremljanje narodnostne strukture gostov in hiter odziv na trenutne politične in gospodarske spremembe.
3. Prisotnost na novih svetovnih trgih (Amerika, Kitajska, Japonska in Indija, Južna Koreja).
4. Sodelovanje s Turizmom Ljubljana (TL) in Slovensko turistično organizacijo (STO) pri nastopanju na navedenih trgih.
5. Oblikovanje cenovno in vsebinsko različnih turističnih paketov z deležniki, kot so namestitveni objekti, prevozniki, ponudniki kulturno-umetnostnih vsebin, turističnih znamenitosti ...
6. Ustanovitev lastne turistične agencije ali zelo tesna povezava s turistično agencijo (TA), ki trži predvsem Ljubljanski grad in ustvarja ponudbo za druge turistične agencije.
7. Spremljanje razvojnih smernic v kulturnem turizmu, saj bo prav turizem nosilna tema prestolnice v letih 2018 in 2019.
8. Ustvarjanje novih doživljajskih in izkustvenih produktov.
9. Povezovanje s kulturnimi ustanovami v Ljubljani in drugod po Sloveniji.
10. Povezovanje z drugimi gradovi po Evropi.

Cilj 5: Ljubljanski grad postane ena pomembnejših kulinaričnih in vinskih zgodb v Ljubljani.

Ukrepi:

1. Tesnejša povezava z gostinskimi ponudniki na Ljubljanskem gradu.
2. Integracija z drugimi kulinaričnimi in vinskimi zgodbami v sodelovanju s Turizmom Ljubljana.
3. Ustvarjanje lastnih produktov na tem področju, tudi v povezavi z vinogradom in vinoteko.

Cilj 6: Integracija Grajskega griča v obstoječo ponudbo Ljubljanskega gradu.

Ukrepi:

1. Razširitev programske in turistične dejavnosti na območje Plečnikovih Šanc, vse do Grajskega vinograda.
2. Nadaljevanje smernic trajnostnega razvoja (pitniki, elektropolnilnice, električni avtomobili, zmanjševanje količine odpadkov ...).
3. Umik stoječega prometa z grajskega hriba, razen za protokolarne dogodke.
4. Iskanje novih, okolju prijaznih prevoznih sredstev, ki bi ob večjih dogodkih pomenila dopolnitev vzpenjači.

Cilj 7: Povečati potrošnjo posameznega obiskovalca Ljubljanskega gradu.

Cilj 8: Povečati delež obiskovalcev, ki kupijo katero od vstopnic.

Ukrepi za cilja 7 in 8:

1. Izobraževanje zaposlenih na prodajnih mestih, da bodo pridobili ustrezne prodajne veščine in znanje tujih jezikov.
2. Enotna grajska vstopnica.
3. Ustrezen nabor izdelkov, namenjenih prodaji.
4. Promoviranje privlačnih vsebin in programa, ki je prilagojen posamezni ciljni skupini.
5. Oblikovanje ponudbe za celotno leto, ne samo med glavno turistično sezono.

Cilj 9: Digitalizacija poslovanja

Ukrepi:

1. Oblikovanje B2B-portala in rezervacijskega sistema (najemniki, turistične agencije, izobraževalne ustanove ...).
2. Brezgotovinsko in brezpapirno poslovanje.
3. Povečan obseg spletnega nakupovanja.
4. Avtomatizacija poslovanja.
5. Pogostejša uporaba mobilnih aplikacij.

Pričakovani učinki:

Ljubljanski grad je že dobro prepoznana in uveljavljena turistična znamenitost in spomenik s področja kulture tako v prestolnici kot v Sloveniji. S predlaganimi ukrepi, predvsem pa z novimi doživljajskimi in izkustvenimi produkti tudi na področju kulinaričnih in vinskih zgodb, z integracijo Grajskega hriba, digitalizacijo poslovanja ter povečano potrošnjo in podaljšanim časom za ogled bomo zadržali položaj strateške turistične točke in kulturno-zgodovinske znamenitosti.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.3 Oddaja prireditvenih prostorov

Cilj 1: Povečanje števila ekskluzivnih komercialnih prireditev.

Cilj 2: Povečanje števila prevozov s tirno vzpenjačo ob najemih dvoran.

Cilj 3: Usmeritev v butično kongresno dejavnost.

Ukrepi za cilje od 1 do 3:

1. Povečanje števila tujih naročnikov.
2. Udeležba na turističnih borzah in delavnicah v tujini.
3. Tesno sodelovanje s Kongresnim uradom Slovenije in Turizmom Ljubljena.
4. Ciljno trženje pri oddaji dvoran organizatorjem dogodkov in potencialnim najemnikom.

Cilj 4: Povečanje števila sklenitev zakonskih zvez tudi v mesecih, ko jih je običajno manj.

Cilj 5: Povečanje števila ekskluzivnih poročnih obredov, od sklenitve zakonske zveze do poročnega slavlja na enem mestu.

Cilj 6: Ljubljanski grad postane LGBT-lokacija za sklepanje istospolnih porok.

Ukrepi za cilje od 4 do 6:

1. Oblikovanje posebne poročne ponudbe – »poroka na ključ«.
2. Povezovanje Ljubljanskega gradu kot lokacije z drugimi ponudniki celovite storitve.
3. Ustrezni dogovori z zakonodajalcem glede skrajšanja roka za prijavo porok in možnosti za prijavo preko zakonitega zastopnika, da bi povečali predvsem število porok med tujci.
4. Vzpostavitev sodelovanja z organizatorji/načrtovalci porok.
5. Ciljno trženje.

Pričakovani učinki:

Ljubljana se vse bolj uveljavlja kot kongresno in poslovno mesto. Kljub temu da Ljubljanski grad zaradi velikosti dvoran ne more biti tipična kongresna lokacija, lahko svojo vlogo okrepi pri posebni butični kongresni dejavnosti in poslovnem turizmu. S predlaganimi ukrepi se bo Ljubljanski grad bolj približal zahtevnejši poslovni javnosti, ki si želi celovito storitev na enem mestu; enako velja za poročne obrede in slavlja za vse ciljne skupine.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.4 Marketing in odnosi z javnostjo

Cilj 1: Gradnja močne blagovne znamke in podobe v javnosti pri obstoječih in potencialnih/novih uporabnikih storitev Ljubljanskega gradu.

Cilj 2: Centralizirana komunikacija in dosledna uporaba celostne grafične podobe na vseh področjih delovanja Ljubljanskega gradu.

Cilj 3: Usklajena komunikacija s posameznimi deležniki MOL.

Cilj 4: Povečati prepoznavnost odmevnejših programskih dogodkov v sosednjih državah.

Cilj 5: Povečati dostopnost informacij o programih in turistični ponudbi Ljubljanskega gradu na spletni strani in na družabnih medijih in še izboljšati njihovo kakovost.

Ukrepi za cilje od 1 do 4:

1. Krepitev odnosov z vsemi slovenskimi mediji, zlasti preko Turizma Ljubljana pa tudi s tujimi.
2. Strateško oglaševanje na izbranih družabnih omrežjih.
3. Nenehna skrb za kakovosten pretok informacij na vseh ravneh med zaposlenimi v zavoda in znotraj MOL.
4. Povezana in usklajena komunikacija z najemniki, da bi pri obiskovalcih vzpostavili nepozaben prvi vtis.
5. Pridobivanje lokalnih ambasadorjev; širjenje pozitivnega ustnega izročila o Ljubljanskem gradu.
6. Sistematično zbiranje podatkov o domačih in tujih obiskovalcih.
7. Prilagoditi spletno stran različnim namenom obiska, tako za domačo kot tujo javnost.
8. Uporaba digitalnih platform za obveščanje o Ljubljanskem gradu, komuniciranje z obiskovalci in trženje storitev.
9. Ljubljanski grad – osrednja in strateška informacijska točka prestolnice: povečati je treba usposobljenost zaposlenih in izboljšati njihovo znanje, da bodo gostom lahko celovito posredovali informacije in jim svetovali.

Pričakovani učinki:

Z izvedbo načrtovanih ukrepov bo komunikacija v naslednjem strateškem obdobju močno podprla smernice rasti in dosegla različne ciljne skupine, obiskovalce Ljubljanskega gradu. Na eni strani so to fizične osebe, ki jih lahko razdelimo na domače in tuje goste in katerih glavni namen je ogled kulturno-zgodovinskih vsebin in programskih dogodkov na Ljubljanskem gradu. Na drugi strani pa gre za pravne osebe; njihov glavni motiv za obisk Ljubljanskega gradu je poslovno srečanje, povezano s kulinarичnim doživetjem.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.5 Javni prevoz potnikov s tirno vzpenjačo

CILJ 1: Učinkovit prevoz vseh obiskovalcev Ljubljanskega gradu, ki bi si na grad želeli peljati s tirno vzpenjačo.

Tirna vzpenjača izpolnjuje svoje poslanstvo že deset let, saj omogoča hiter in učinkovit dostop na Ljubljanski grad. Zaznati je, da se število obiskovalcev Ljubljanskega gradu strmo povečuje. Na vrhuncu sezone zmogljivost tirne vzpenjače ne zadostuje več za vse, ki bi se želeli pripeljati na Ljubljanski grad. Zato na spodnji postaji nastajajo vedno daljše vrste čakajočih z že kupljeno vozovnico. Na vožnjo s tirno vzpenjačo je treba čakati tudi pol ure in več, zato se veliko morebitnih obiskovalcev na Ljubljanski grad napoti peš ali s kakšno drugo obliko prevoza.

Ukrepi:

1. Prevoz napovedanih agencijskih skupin zunaj terminov, ko je zasedenost tirne vzpenjače največja.
2. Povečanje zmogljivosti tirne vzpenjače z dodatnim vozilom (namesto uteži).
3. Vzpostavitev lastnega nadomestnega in okolju prijaznega prevoza na Ljubljanski grad.

Pričakovani učinki

Na vrhuncu sezone bi se čakalni čas za vožnjo s tirno vzpenjačo na Ljubljanski grad skrajšal. Tako bi še večjemu številu obiskovalcev omogočili kakovosten dostop na Ljubljanski grad.

Čas izvedbe: 2017–2021

CILJ 2: Kakovosten prevoz potnikov na kulturno-umetniške prireditve

Zaradi premajhne zmogljivosti tirne vzpenjače ne moremo v kratkem času prepeljati dovolj velikega števila potnikov na kulturno-umetniške prireditve, ki potekajo na Ljubljanskem gradu. Ker potniki na tovrstne dogodke po navadi prihajajo pol ure pred začetkom, nekaterih ne moremo pravočasno pripeljati na grad (Film pod zvezdami, koncerti).

Ukrepa:

1. Povečanje zmogljivosti tirne vzpenjače z dodatnim vozilom (namesto uteži).
2. Vzpostavitev lastnega nadomestnega in okolju prijaznega prevoza na Ljubljanski grad.

Pričakovani učinki

Obiskovalcem kulturno-umetniškega programa na Ljubljanskem gradu omogočiti pravočasen prevoz. Tako bi povečali tudi obiskanost teh programov in dogodkov.

Čas izvedbe: 2017–2021

CILJ 3: Ohranjanje visoke razpoložljivosti tirne vzpenjače.

Tirna vzpenjača z novim letom vstopa v drugo desetletje obratovanja. V tem obdobju bomo opravili nekatere preglede, ki jih doslej še ni bilo treba (12-letni periodični pregled). Zaradi staranja naprave bo treba pogosteje kot doslej izvajati kontrole za pridobitev obratovalnega dovoljenja (na dve leti). Za učinkovito vzdrževanje ter vzdrževanje visoke razpoložljivosti tirne vzpenjače so potrebna lastna strokovna znanja, ki jih na trgu ni mogoče najeti.

Ukrepi:

1. Zagotavljanje sredstev za rezervne dele vsaj na dosedanji ravni.
2. Zagotavljanje usposabljanja in izobraževanja strokovnega kadra za investicijsko ter tekoče vzdrževanje tirne vzpenjače.
3. Stalno spremljanje stanja naprave in razvoja tehnike na tem področju.

Pričakovani učinki

S temi ukrepi bomo zagotovili in ohranili visoko razpoložljivost tirne vzpenjače in kakovosten strokovni kader, ki je nujno potreben za njeno obratovanje.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.6 Obratovanje in tekoče vzdrževanje

Cilj 1: Zagotavljanje nemotenega delovanja Ljubljanskega gradu in s tem vzpostavitev osnovnih pogojev za razvoj programskih in trženjskih dejavnosti.

Ukrepi:

1. Zmanjševanje obratovalnih stroškov.
2. Izboljšati urejenost dostopnih poti, zelenic in druge okolice, sonaravno gospodarjenje in trajnostni razvoj ter še doslednejše ločevanje odpadkov in zmanjševanje njihove količine.
3. Izvajanje vzdrževalnih del z lastnimi kadri in sredstvi in stalno iskanje najugodnejših izvajalcev.
4. Spodbujanje prehoda v krožno gospodarstvo.

Pričakovani učinki:

Vlaganje prihrankov v energetske sanacije. Večja urejenost in gospodarnost. Vpliv na kakovost opravljenih del. Ponovna uporaba ter popravilo in recikliranje obstoječih materialov in izdelkov.

Cilj 2: Uvajanje digitalnega načina poslovanja in izkoriščanje priložnosti, ki jih prinašajo nove informacijske tehnologije.

Ukrepi:

1. Dodatna spletna povezava in podvojena optična povezava.
2. Uporaba tehnologije v oblaku.
3. Digitalizacija dokumentov in procesov.
4. Posodobitev na področju multimedijskih interaktivnih vsebin.
5. Spremljanje vsebin preko mobilnih naprav.
6. Modernizacija blagajniških mest.

Pričakovani učinki:

Izboljšanje poslovanja. Digitalizacija ključnih procesov. Povezljivost in lažja komunikacija med zaposlenimi. Učinkovitost, preglednost in ustrežnejša dostopnost dokumentov. Moderno in učinkovito okolje pri uporabi digitalnih tehnologij.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.7 Investicije

Cilj 1: Dokončna obnova Ljubljanskega gradu in drugih površin.

Ukrep:

1. Nadaljevanje ambicioznega investicijskega programa, katerega izvedba je odvisna od vsakoletnega potrjevanja proračuna v Mestnem svetu Mestne občine Ljubljana (Hribarjeva dvorana, Zmajev brlog, energetska sanacija, vinoteka, Galerija S, Obhodni hodnik, dvigalo na Razgledni stolp in ureditev prehoda pod Palacijem, Stolba, Kazemate, Bastija, Cisterna, Razgledna terasa, srednjeveško obrambno obzidje), v skladu z razvojnimi smernicami Službe za program in Službe za trženje.
2. Iskanje dodatnih virov financiranja preko aktualnih razpisov Evropske Unije za uresničitev zahtevnejših investicijskih projektov.

Cilj 2: Ureditev prometne problematike in prostorov za zaposlene.

Ukrepa:

1. Izgradnja parkirne hiše na Grajski planoti.
2. Ureditev Stolbe z vsemi pristopi na Ljubljanski grad s severne strani.

Cilj 3: Širjenje dejavnosti na celoten Grajski grič.

Ukrep:

1. Odstranitev antene, ureditev Plečnikovega drevoreda, Šanc in poti do Grajskega vinograda ter razmejitev parkirnih in gozdnih površin.

Pričakovani učinki:

Celostno in sistematično upravljanje z dokončno obnovljenimi grajskimi poslopji. Predstavitev kulturne dediščine, še posebno v letu 2017 – Plečnikovo leto. Povečane možnosti za programske in trženjske dejavnosti. Urejena prometna infrastruktura, varovanje okolja. Prijetna sprehajališča in kotički za oddih, namenjeni meščanom in drugim obiskovalcem.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.8 Investicijsko vzdrževanje

Cilj 1: Z investicijskim vzdrževanjem izpolnjevati dolžnosti dobrega gospodarja in tako podaljševati življenjsko dobo objekta in okolice.

Ukrepi:

1. Obnova vseh krovnih površin.
2. Zamenjava vseh postrojenj, tako da bi se, kljub spomeniško varovanemu objektu, približali čim bolj učinkoviti rabi energije.
3. Tehnično varovanje in zaščita objektov z nadzorom dostopa.

Pričakovani učinki:

Dokončno preprečevanje težav zaradi vremena. Prihranki energije kot prispevek k trajnostnemu razvoju. Ustrezen nadzor nad objekti in ljudmi, pri čemer bomo poudarek namenili varovanju življenja in stvari.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.9 Oprema za tehnično izvedbo prireditev

Cilj 1: S sistematično in smiselno ter digitalno nadgradnjo obstoječega sistema delovanja vzpostaviti popolno tehnično podporo pri vseh dogodkih.

Ukrepi:

1. Stacionarna tehnična oprema v vseh dvoranah.
2. Preoblikovanje analognih funkcij v digitalne, ob spremljanju in predvidevanju razvoja na tem področju.
3. Vzpostavitev sodelovanja z zunanjimi strokovnjaki.
4. Stalno strokovno izobraževanje na tehničnem področju.

Cilj 2: Tehnična izvedba koprodukcijskih dogodkov in dogodkov v lastni produkciji.

Ukrepa:

1. Sodelovanje pri načrtovanju programskih in trženjskih dejavnosti.
2. Vzpostavitev sistema dogovarjanja z zunanjimi ekipami pri izvedbi dogodkov.

Pričakovani učinki za cilja 1 in 2:

Poskrbeti za racionalno obvladljivost in kar najvišjo kakovost tehnične izvedbe dogodkov. Usposobljenost osebja in zadovoljstvo uporabnikov.

Čas izvedbe: 2017–2021

5.10 Upravljanje in razvoj človeških virov

Človeški viri so eden izmed pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na uspešnost zavoda. Da bi dosegli cilje, ki smo jih zastavili, sta potrebna sistematičen razvoj in upravljanje človeških virov, njun namen pa je strokovni, delovni in osebnostni razvoj zaposlenih. Ključna področja upravljanja in razvoja človeških virov so izobraževanja in usposabljanja zaposlenih, zaposlovanje kadrov z ustreznimi znanji in veščinami, motivacija zaposlenih in prepoznavanje dobro opravljenega dela, krepitev medosebnih odnosov in pripadnosti zaposlenih ter rast organizacijske kulture in klime. Vse naštetu so tudi cilji na področju razvoja in upravljanja človeških virov v javnem zavodu Ljubljanski grad.

Cilj 1: Zaposlovanje v skladu s strateškimi cilji zavoda

Ukrepi:

1. Identifikacija specifik želenega kadra.
2. Premišljena izbira kadrov v skladu s strateškimi cilji zavoda.
3. Okrepitev kadrovske pomanjkljivih področij.
4. Delovanje zavoda v kadrovske kar najustrežnejših razmerah.
5. Vključevanje zavoda v ukrepe aktivne politike zaposlovanja.

Pričakovani učinki:

Na podlagi prepoznave znanj in veščin, ki so potrebni za to, da bi dosegli zastavljene cilje, bomo pripravili načrt kadrovske potreb. Kadrovska krepitev področij bo omogočila rast in doseganje strateških ciljev zavoda. S premišljeno izbiro kadrov bomo izboljšali ustvarjalne sposobnosti služb in njihovo učinkovitost, kar bo prispevalo k uresničitvi zastavljenih ciljev. Vključevanje zavoda v ukrepe aktivne politike zaposlovanja bo pripomoglo k delovni in socialni vključenosti ranljivih skupin na trgu dela.

Čas izvedbe:

2017–2021

Cilj 2: Ciljno usmerjena izobraževanja in usposabljanja zaposlenih.

Ukrepi:

1. Zagotoviti izobraževanja in usposabljanja, ki so usklajena z željami zaposlenih in strateškimi cilji zavoda.
2. Skrb za osebnostno rast zaposlenih in dvig intelektualnega kapitala zavoda.
3. Vzdrževanje ravni že pridobljenih kompetenc in razvijanje tistih, ki so strateško naravnane in prispevajo k uresničevanju vizije in poslovnih ciljev zavoda.
4. Sistematično načrtovanje in ukvarjanje s kadri.
5. Izvajanje rednih preventivnih zdravniških pregledov zaposlenih in usposabljanj za varno delo.

Pričakovani učinki:

Z usmerjenimi izobraževanji in usposabljanji prispevati k razvoju strateškega in ustvarjalnega razmišljanja, k ustvarjanju pozitivnega in spodbudnega odnosa do sprememb in bolj ciljno naravnane delovanja zaposlenih, povečati učinkovitost na delovnem mestu in zagotoviti osebno rast zaposlenih.

Čas izvedbe:

2017–2021

Cilj 3: Rast organizacijske kulture in klime ter promocija zdravja na delovnem mestu.

Ukrepi:

1. Seznanjati zaposlene z organizacijsko kulturo zavoda in tako izboljšati njihovo učinkovitost pri delu.
2. Vključevanje zaposlenih v grajenje in vzpostavljanje organizacijske kulture zavoda, kar bo pripomoglo k enotnejšemu delovanju in vedenju zaposlenih in tako omogočilo doseganje skupnih ciljev.
3. Ohranjanje in nenehno izboljševanje organizacijske klime v zavodu, česar namen je ustvarjanje enotnosti, pripadnosti zavodu ter dobrih medsebojnih odnosov.
4. Podpora tinskemu delu, sodelovanju, odprti komunikaciji na vseh ravneh in v vseh smereh (od zgoraj navzdol in od spodaj navzgor), spodbujanje ustvarjalnega in inovativnega mišljenja ter prepoznavanje dobro opravljenega dela, ki pripomore k ustvarjanju dobrega delovnega okolja.
5. Nadaljevati dobro prakso promocije zdravja na delovnem mestu, ki je usmerjena k ohranjanju in krepitvi zdravja zaposlenih, ter z zdravjem povezanim odgovornim ravnanjem zaposlenih.

Pričakovani učinki:

Prepoznavanje organizacijske kulture zavoda (vrednot, navad, prepričanj) bo zaposlenim omogočilo, da se bodo lažje poistovetili s strateškimi cilji in vizijo zavoda ter se dejavno vključili v grajenje/rast organizacijske kulture, ki bo vplivala na njihovo ustvarjalnost in motivacijo. Dobri medosebni odnosi in medsebojna komunikacija bodo prispevali k boljšemu delovnemu okolju in zadovoljstvu zaposlenih. Ukrepi za promocijo zdravja na delovnem mestu pa bodo izboljšali zmogljivost zaposlenih in prispevali k bolj zdravemu načinu življenja in ravnanju posameznika.

Čas izvedbe:

2017–2021

5.11 Poslovno-finančna dejavnost

Cilj 1: Ohraniti stabilne, pozitivne finančne rezultate

Ukrepi:

1. Redno spremljanje poslovanja poslovnih partnerjev.
2. Sprotna izterjava zapadlih terjatev.
3. Prilagajanje ponudbe zahtevam trga.
4. Redno spremljanje poslovnega izida.

Pričakovani učinki:

Stabilen finančni položaj javnega zavoda omogoča ohranjanje tekoče likvidnosti, njegovo rast in razvoj.

Čas izvedbe:

2017–2021

Cilj 2: Zagotoviti redno financiranje ustanoviteljice.

Ukrepi:

1. Pravočasno pridobiti odločbo o financiranju delovanja javnega zavoda za tekoče leto in zagotoviti njeno izvajanje.
2. Pravočasno skleniti pogodbo o financiranju investicij in zagotoviti njeno izvajanje.
3. Pravočasno skleniti pogodbo o financiranju investicijskega vzdrževanja za tirno vzpenjačo.

Pričakovani učinki:

Na podlagi pravočasno sklenjenih pogodb je mogoče načrtovati medletni denarni tok. Pravočasno plačilo zahtevkov za stroške dela, materialne in programske stroške ter investicije bo omogočilo tekoče poravnavanje obveznosti do dobaviteljev brez dodatnih stroškov. Javni zavod bo tako ohranil sloves dobrega poslovnega partnerja. Redno financiranje bo omogočilo tudi izvedbo dolgoročnega investicijskega načrta.

Čas izvedbe:

2017–2021

Cilj 3: Stroškovna odgovornost

Ukrepi:

1. Spremljanje poslovnih rezultatov med letom (na mesečni oziroma trimesečni ravni) in ugotavljanje poslovnega izida.
2. Primerjava realizacije in plana ter ugotavljanje odstopanj.
3. Optimiziranje porabe.

Pričakovani učinki:

Na podlagi tekočega spremljanja poslovnega izida je mogoč hiter odziv vodstva. Primerjava realizacije in plana omogoča ugotavljanje odstopanj in sprotne ukrepanje.

Čas izvedbe:

2017–2021

Odgovorna oseba in funkcija:

Javni zavod Ljubljanski grad

Direktorica

Mateja AVBELJ VALENTAN