

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

VLOGA TIC-a PRI RAZVOJU TURIZMA V OBČINI NOVA GORICA

Ljubljana, september 2009

GORAN BABIĆ

IZJAVA

Študent Goran Babić izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom doc. dr. Ljubice Knežević Cvelbar, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 Osnovni podatki	2
1.1 Kratka predstavitev	2
1.2 Zgodovina razvoja turizma v Novi Gorici	3
2 Turistična ponudba	5
2.1 Primarna in sekundarna turistična ponudba MONG	5
2.2 Turistični produkti MONG	8
3 Turistično povpraševanje	10
4 Organiziranost turizma Novi Gorici	12
5 SWOT analiza Nove Gorice	17
6 Priporočila	19
Sklep	21
LITERATURA IN VIRI	22
PRILOGA	1

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število prebivalcev, površina in gostota – Slovenija – Goriška – MONG	3
Tabela 2: Primarna turistična ponudba v MONG	6
Tabela 4: Prihodi turistov in število prenočitev v MONG v obdobju 2003 - 2008	11
Tabela 5: Obiskanost Turistično informacijskega centra Nova Gorica v obdobju 2001 - 2008...	11
Tabela 6: SWOT matrika MONG	17

KAZALO SLIK

Slika 1: Pomembnost turističnih proizvodov MONG po Buhalisovem 6A okvirju	10
Slika 2: Organiziranost turizma v MONG	15

UVOD

Čeprav je Nova Gorica nastala šele po drugi svetovni vojni, ima kljub mladosti dušo, pa tudi zanimivo okolico, polno presenečenj. S turistično ponudbo občine obiskovalce seznaja Turistični informacijski center (v nadaljevanju TIC) Nova Gorica. Posreduje informacije o naravni in kulturni dediščini ter dogodkih in prireditvah v mestu in njegovi okolici. Ponuja bogato izbiro gradiv o Goriški, pa tudi o Sloveniji na splošno, ter informacije o gostinski ponudbi in nastanitvenih zmogljivostih območja. V diplomskem delu bom ugotovil, na kakšen način lahko TIC Nova Gorica pripomore k še večji promociji turističnih produktov zunaj igralniškega turizma in kako lahko privabi obiskovalce, željne ostalih oblik turizma. Pri sestavi diplomskega dela mi je bila v veliko pomoč praktična izkušnja, saj sem to področje dobro spoznal v zadnjem letu kot turistični informator v TIC-u Nova Gorica s študentskim delom.

Cilj diplomskega dela je ugotoviti, na kakšen način bi lahko v Novi Gorici izboljšali turistično ponudbo občine in kakšno vlogo ima TIC pri tem.

V prvem poglavju bom najprej predstavil Novo Gorico; njeno lego, klimo, kratko zgodovino razvoja mesta ter osnovne statistične podatke o novogoriški občini. Nato bom opisal potek razvoja turizma vse do danes.

V drugem poglavju bom opisal turistično ponudbo občine, in sicer primarne ter sekundarne dobrine. Zatem bom predstavil še obstoječe turistične produkte in jih razvrstil glede na pomembnost.

Sledi turistično povpraševanje domačih in tujih gostov s statističnimi podatki prihodov ter nočitev v obdobju 2003 - 2008, pa tudi obiskanost TIC-a po letih v obdobju od leta 2001 do leta 2008.

V četrtem poglavju bom predstavil razmerja med deležniki v Mestni občini Nova Gorica (javni sektor, zasebni sektor in civilna družba). S tem bom dobil jasno sliko o delovanju različnih institucij in njihovem sodelovanju.

Sledila bo analiza prednosti in slabosti, priložnosti in nevarnosti (SWOT analiza) preučevane občine, kar mi bo pomagalo pri podajanju mnenja, morebitnih izboljšav itd.

V zadnjem poglavju bom ocenil stanje glede na izdelano analizo in se osredotočil na možne izboljšave v MONG.

Sledil bo sklep, ki bo razjasnil problematiko same diplomske naloge, tu pa bom zaključil s svojim pogledom na delo.

1 Osnovni podatki

1.1 Kratka predstavitev

V zahodni Sloveniji, na koncu Vipavske in Soške doline in stičišču njunih rek, Vipave in Soče, se nahaja Goriška ravnina, ki jo zaradi preboja Soče skozi bližnja hribovja bogati rodovitna prst.

Goriška ravnina ima zelo bogato zgodovino zaradi svoje zanimive geografske lege na stičišču alpskega in mediteranskega sveta in njunih kultur, območje pa je znano tudi po etničnem stičišču romanskega in slovanskega prebivalstva. Tu se zaključuje območje Krasa in Vipavske doline ter Furlanije, pot pa se začne odpirati alpskim vplivom, kar se kaže tudi v raznolikem podnebju, saj se mediteranski vplivi mešajo s celinskimi (Miklavčič - Brezigar, 1998, str. 7- 8). Podnebje je prehodno submediteransko z veliko sonca, s povprečno milimi in vlažnimi zimami ter vročimi poletji. Poletno vročino nemalokrat osvežijo odrešilne padavine. Na klimatsko podnebje pa delno vpliva tudi kraško podnebje.

Regijsko središče je mesto Nova Gorica, ki se je zaradi ugodne prometne lege razvilo v gospodarsko, kulturno, izobraževalno, upravno, v zadnjih nekaj letih pa tudi v turistično središče. Prav zaradi svoje pozicije ob meji z Italijo, privablja obiskovalce iz sosednje države, to pa omogoča vsakodnevne stike med Slovenci in Italijani ter menjavo kulturnih in blagovnih dobrin.

Poselitev široke okolice mesta je sicer stara več tisočletij, saj o tem pričajo nekatera pomembna arheološka najdišča. Samo mesto pa je nastalo po drugi svetovni vojni kot odgovor na odločitev 6. pariške mirovne konference, da Gorica pripada Italiji. S tem je večji del Goriške, Posočja in Spodnje Vipavske doline izgubil svoje središče, zato so tedanji jugoslovanski in slovenski politiki sklenili zgraditi nekaj, kar bi "sijalo preko meje". Tako je 13. julija 1948 bil postavljen temeljni kamen za gradnjo, mesto se je hitro širilo, urbanistični načrt arhitekta Eda Ravnikarja pa so med hitro rastjo mesta večkrat spremenili in je tako od prvotne parkovne zasnove ostalo okoli dvesto vrst domačih in eksotičnih dreves ter grmov, kar nedvomno predstavlja veliko posebnost (TIC Nova Gorica, 2009). Že sredi 60. let je postalo jasno, da se bo Nova Gorica v prihajajočih letih gospodarsko in družbeno zelo hitro razvijala. Prav zaradi ustrezne gospodarske politike tega obdobja, so se ustvarila močna industrijska podjetja, zaradi česar je Nova Gorica postala gospodarsko središče Severne Primorske. Razvila se je kovinskopredelovalna industrija, kemična industrija, proizvodnja gradbenega materiala, lesna, tekstilna, čevljarska in prehrabena industrija ter gradbeništvo (Mrak, 1996, str. 50).

V diplomskem delu preučujem Mestno občino Nova Gorica (v nadaljevanju MONG) , ki je nastala leta 1994 (njeno območje je bilo spremenjeno v letih 1998 in 2006 z Zakonom o spremembah in dopolnitvah Zakona o ustanovitvi občin in določitvi njihovih območij). Danes spadajo sem naslednje krajevne skupnosti: Banjšice, Branik, Čepovan, Dornberk, Gradišče nad Prvačino, Grgar, Grgarske Ravne - Bate, Kromberk - Loke, Lokovec, Lokve - Lazna, Nova Gorica, Osek - Vitovlje, Ozelj, Prvačina, Ravnica, Rožna Dolina, Solkan, Šempas in Trnovo.

Tabela 1: Število prebivalcev, površina in gostota – Slovenija – Goriška – MONG

	Prebivalci	Delež (v %)	Površina (v km²)	Delež (v %)	Gostota števila prebivalcev/km²
Slovenija	2.032.362	100,00	20.273	100,00	100
Goriška regija	118.533	5,80	2.325	11,50	51
MO Nova Gorica	31.911	1,60	279	1,40	114

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SI-STAT podatkovni portal)

Nova Gorica ima izjemno prometno lego, saj ji le-ta odpira pot na zahod, proti Italiji in ostalim zahodnoevropskim državam. Obstaja več načinov, kako priti v Novo Gorico: z avtomobilom (Bovec - Nova Gorica, Ljubljana - Nova Gorica, Koper - Nova Gorica, Vrtojba - Nova Gorica), z avtobusom, s potniškim (Jesenice - Nova Gorica, Sežana - Nova Gorica) ali z muzejskim vlakom po bohinjski progi, z letalom (slovensko mednarodno letališče Jože Pučnik je oddaljeno 141 km od Nove Gorice, najbližje mednarodno letališče je italijanski Aeroporto Trieste v Ronkih oddaljeno 22 km, letališče Venezia Marco Polo v Benetkah 130 km, Venezia Treviso pa 147 km od Nove Gorice) ali pa z ladjo (najbližje potniško pristanišče je v Trstu ter pristanišče v Benetkah).

1.2 Zgodovina razvoja turizma v Novi Gorici

Leta 1959 so od 23 gostinskih lokalov bila to največ gostišča in točilnice, manjkal pa je gostinski center s hotelom, zato še istega leta Nova Gorica dobi prvi hotel- hotel Park. Tako se je v 60. letih razvilo zasebno gostinstvo in vse močnejši je postajal nakupovalni turizem, saj se je v tem času odprlo veliko trgovskih in gostinskih objektov.

Goriški turizem je svojo prvo priložnost dobil v 60. letih, v času političnega liberalizma Staneta Kavčiča, ko je v razvoju storitvenih dejavnosti posebno mesto pripadalo prav turizmu. Rojevale so se nove ideje in razni projekti za turistični razvoj regije. Tako je leto 1965 pomembno za goriški turizem, saj je v organizaciji Turistično- olepševalnega društva Nova Gorica turistična agencija Nederlandse Reizevereeniging v mesto pripeljala prvo organizirano skupino Nizozemcev, ki so potem prihajali vsako leto za teden dni, skupina, ki je bivala v hotelu Park, pa je štela 40 gostov. Leto zatem je bila v okviru avtobusnega podjetja Avtopromet Gorica ustanovljena Turistična agencija Avtopromet Gorica z ambicioznim načrtom "turistične fronte" Alpe - Jadran, ki je predvideval razmah turizma od Bovca, preko Nove Gorice vse do Simonovega zaliva, z možnostjo kombiniranja turistične ponudbe. Leta 1967 so ukinili še vizume za vse tuje goste, kar je zelo pozitivno vplivalo na razvoj turizma. Turistično ponudbo v samem mestu so popestrili z

izgradnjo žičnice na Sveto goro, s čimer so želeli privabiti tako romarje kot tudi ostale obiskovalce, željne obiska samostana in bazilike na Sveti gori. Po dograditvi žičnice, leta 1969, so popeljali kar 70.000 obiskovalcev, leta 1972 pa so jo že ukinili, saj je število obiskovalcev upadlo na 10.000. V tem času so usmerjenost v industrijo ter drugi ukrepi tega obdobja povzročili manjša vlaganja v vse terciarne dejavnosti in posledično tudi manjši obisk mesta, krizo v turistični dejavnosti pa je spodbudila tudi majhnost in nepovezanost obstoječih gostinskih podjetij, slabo sodelovanje gostinskih organizacij ter potovalnih agencij, premajhna turistična propaganda in zanemarljivo vlaganje v rekreacijske objekte. Omembe vredno v sedemdesetih letih je povečanje hotela Park, prenova hotela Sabotin ter izgradnja hotela Argonavti, čeprav je slednji zaradi nekaterih negativnih dejavnikov kmalu propadel. V tem času so celotno turistično ponudbo predstavljala naslednja podjetja:

- Temeljna organizacija združenega dela (v nadaljevanju TOZD) Gostinstvo Rožna dolina, v katerega je sodilo nekaj restavracij, bifejev in točilnic;
- HGP Gorica, ki je delovalo kot samostojno podjetje s hotelom Park in nekaj restavracijami;
- TOZD Argonavti - hotel, ki je sprva deloval v okviru Alpe - Adria, kasneje pa v okviru Golf turista;
- TOZD Gostinstvo Nova Gorica (hotel Sabotin), v katerega so sodili hotel, restavracija Lipa Šempeter in nekaj bifejev, SOZD Integral ter TOZD Gostinstvo z nekaj restavracijami in bifeji, ki je sodilo v okvir že omenjenega Avtoprometa Nova Gorica

Nastala je težnja po združitvi vseh gostinsko hotelskih zmogljivosti v celi občini, tako je v začetku osemdesetih let nastalo podjetje HIT. 1. januarja 1984 so se TOZD Gostinstvo Nova Gorica, Hotel Park ter Gostinstvo Rožna dolina združili v novoimenovano podjetje DO - HGP Gorica (Hotelsko gostinsko podjetje Gorica) s 310 delavci, istega leta pa se jim je priključil še TOZD Argonavti v stečaju. Podjetje je vodil Danilo Kovačič. V tem času je bilo goriško gostinstvo na robu obstoja, vsi hoteli so propadali in občinski interesi so botrovali združitvi. Konec leta 1984 so s pomočjo podjetja Casino Portorož odprli prvo igralnico, Roullete Salon. Sicer je bilo igralništvo mišljeno kot dopolnilna dejavnost gostinski ponudbi podjetja, vendar pa so se takoj po prvem poslovnem letu, ko je igralnico obiskalo petindvajset tisoč gostov, predvsem iz Italije, premislili. Razvoj igralništva je prišel z novim imenom podjetja, ko se je leta 1986 HGP Gorica preimenoval v DO HIT, kar izraža nove dejavnosti družbe: Hoteli, Igralnice, Turizem. Prava poteza je bila uvedba ameriškega tipa igralništva. Leta 1989 so prenovili Hotel Park, odprli igralnico v Rogaški Slatini, v naslednjih letih pa še v Kranjski Gori, Tolminu ter na Otočcu. Zaradi izjemnega obiska igralnice so vodilni v podjetju HIT neprestano izboljševali in povečevali ponudbo, 1993 pa je zgodovinsko leto te družbe, saj so star hotel Argonavti preuredili v nov igralniško - zabavišni center Perla. Z njim je HIT prvi v Evropi uveljavil novo zasnovo celovite zabavišne ponudbe. V letu 1997 je HIT zgradil svoj športno rekreacijski center v Šempetru pri Novi Gorici in začel širiti svojo ponudbo na športno področje. V letu 1998, ko se je končal proces lastninjenja, se je podjetje HIT z vpisom v sodni register pri Okrožnem sodišču v Novi Gorici, preoblikovalo v delniško družbo HIT d.d. (Mrak, 1996, str. 54-56).

Leta 2001 je začela nastajati skupina HIT, ki jo danes sestavljajo krovna družba HIT d.d. Nova Gorica z odvisnimi družbami Alpine d.d., Casino Kobarid d.d., Hit Coliseum d.o.o., Hit Montenegro d.o.o. ter Icit d.o.o. Tako so v Sloveniji odprli svoje igralnice, in sicer: Aurora v Kobaridu, Larix v Kranjski Gori, Casino Fontana v Rogaški Slatini, Casino Mond v Šentilju, Casino Dama v Gornji Radgoni ter Casino Drive-in v Šempetru pri Gorici. Družba se je z internacionalizacijo svoje dejavnosti začela širiti zunaj meja Slovenije in tako leta 2002 odprla zabavišni center Coliseum Club v Sarajevu, leta 2004 je prenovila in odprla Maestral, Resort & Casino v Črni gori, leta 2007 pa hotel in casino Kristal v Umagu na Hrvaškem.

2 Turistična ponudba

"Turistična ponudba je količina turističnih dobrin, storitev in blaga, ki so ponujene turistom. Medtem ko dejavniki turističnega povpraševanja omogočajo in spodbujajo ljudi, da odhajajo na turistično potovanje, pa dobrine in storitve turistične ponudbe privlačijo turiste in omogočajo zadovoljevanje njihovih turističnih potreb in motivov" (Jeršič, 1990, str. 34).

2.1 Primarna in sekundarna turistična ponudba MONG

Planina in Mihalič (2002, str. 155 - 157) delita turistično ponudbo na primarno in na sekundarno:

A **Primarna turistična ponudba** je tisti del turistične ponudbe, ki ni rezultat človekovega dela oziroma, ki ga človek ne more proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo. Leta se deli na naravne in antropogene dobrine:

- **Naravne dobrine**, kot so na primer podnebje, gore, jezera, morje, vreli, podzemne jame, vegetacijska odeja in oblika pokrajine, niso proizvod dela. Njihova količina in kakovost sta dani po naravi in to samo na določenem mestu in v določenem času. Teh dobrin človek ne more niti proizvajati niti spreminjati njihove kakovosti.
- **Antropogeni del** primarne turistične ponudbe obsega tiste dobrine, ki so proizvod človekovega dela, vendar jih je človek naredil v bližnji ali daljni preteklosti. Preteklega dela ni mogoče ponoviti in teh dobrin ni več možno proizvajati z enako uporabno vrednostjo in v enaki kakovosti.

B **Sekundarna turistična ponudba** pa je tisti del turistične ponudbe, ki je proizvod dela in ki jo človek ob drugih nespremenjenih okoliščinah še vedno lahko proizvaja v zahtevani količini ter kakovosti. Ta se deli na:

- osnovno infrastrukturo
- turistično infrastrukturo
- turistično superstrukturo.

Med **osnovno infrastrukturo** spada komunalna in osnovna prometna ureditev, torej naprave in objekti, ki jih turist uporablja samo posredno, po njih pa ne povprašuje.

Turistično infrastrukturo sestavljajo objekti in zmogljivosti, kjer se proizvajajo proizvodi in nudijo storitve, po katerih turist neposredno povprašuje, jih kupi ali vzame v najem.

Turistično superstrukturo pa sestavljajo rezultati proizvodnje v obratih turistične infrastrukture, ki je turistični proizvod in storitve.

Primarna turistična ponudba MONG:

Zanimivost tega dela Slovenije je stik submediteranskega, dinarskega in predalpskega sveta ter njihove značilnosti. Čeprav v občini ni večjih naravnih privlačnosti, turistične organizacije težijo k vključitvi obstoječih v turistično ponudbo, kar bi povečalo turistično dejavnost tega območja. Prav dejstvo, da Nova Gorica ne spada med stara naselja pri nas in je grajena po principu "moderne sveta", ji daje možnost za nov koncept razvoja destinacije.

Tabela 2: Primarna turistična ponudba v MONG

Naravne dobrine	Antropogene dobrine
Reka Soča	Kidričeva in Erjavčeva ulica (doprski kipi in spomeniki goriških izobražencev)
Mestni gozd Panovec (gozdna učna pot, trim steza)	Železniška postaja (najstarejša javna stavba v mestu)
Park Rafut (zasajen z redkimi in eksotičnimi rastlinami in grmi)	Trg Evrope (simboličen skupen trg med Slovenijo in Italijo)
Park miru Sabotin (pešpoti in kolesarske poti)	Frančiškanski samostan Kostanjevica (Škrabičeva knjižnica, grobnica burbonov, zbirka vrtnic)
Kraški izvir Lijak	Židovsko pokopališče
Naravni most Skozno	Gradovi (Kromberk, Rihemberk, Ozeljan)
Velika ledena jama v Paradani (prekrita z večnim snegom in ledom; naravni rezervat)	Solkanski most (najdaljši kamniti lok na svetu)
Smrekova draga z naravnim spomenikom Smrečje (znano mrazišče; naravni rezervat)	Bazilika Sveta Gora (stara romarska pot)
	Slovensko narodno gledališče in Kulturni dom Nova Gorica

Vir: TIC Nova Gorica, 2009.

V Tabeli 3 predstavljam sekundarno turistično ponudbo v Novi Gorici. Splošna infrastruktura je dobro razvita, nekoliko manj pa je razvita turistična superstruktura, čeprav je dokaj raznolika.

Tabela 3: Sekundarna turistična ponudba MONG:

Osnovna infrastruktura	Turistična infrastruktura	Turistična superstruktura
Urejen vodovodni sistem (480 km vodovodov)	6 hotelov (3 s štirimi, 2 s tremi in 1 z dvema zvezdicama)	Informacije: Turistični informacijski center Nova Gorica
Urejen kanalizacijski sistem (148 km kanalizacijskih vodov)	8 ponudnikov zasebnih sob	8 turističnih društev
Urejeni ekološki otoki (več kot 680)	5 turističnih kmetij s prenočišči	Različne turistične agencije (Lastovka, Hit Holidays, Kompas, Mivax itd.)
Omrežje z električno energijo	2 gostišči s prenočišči	Prireditve (praznik vrtnic, praznik košnje, praznik breskev, praznik polente, praznik kostanja itd.)
Telekomunikacijska pokritost območja (stacionarna in mobilna telefonija, internet)	2 kampa v bližini mesta	Številne urejene pohodniške, učne kolesarske poti
Dobra prometna infrastruktura	2 postajališči za avtodome	Vinska cesta spodnje Vipavske doline (združuje ponudnike vin, turistične kmetije, osmice)
Dobra avtobusna povezava znotraj MONG (Avrigo d.d.)	Številne gostilne, restavracije, turistične kmetije, osmice	Turistične kmetije, turizem na vasi
Živilske prodajalne (Mercator, Spar, Hofer, Tuš)	Goriški muzej, Marijanski muzej (muzejska zbirka Prva svetovna vojna), Kolodvor (Državna meja na Goriškem 1945 – 2004)	Zeliščni center Grgarske Ravne (predstavitev, izobraževanje in degustiranje različnih zelišč)
Poslovno - stanovanjske cone v razvoju	Športni Park Nova Gorica (bazen, teniški tereni, nogomet, košarka itd.)	Sirarstvo (predvsem na Banjški planoti)
Zdravstveni dom	Igralniško zabaviščni centri	Ekološko kmetijstvo (e-tržnica: imajo stojnice v Mercator centru v Kromberku)
Pošta	Kongresni center z dvoranami (v Perli)	Ribištvo na reki Soči (z ribiškimi dovolilnicami)
Banke		Ekstremni športi (bungee jumping, padalstvo, zmajarstvo)
		Kajak center Solkan

Vir: TIC Nova Gorica, 2009.

V občini ni ležišč najvišje kategorije s petimi zvezdicami, manjka pa tudi prenočišče najnižjega cenovnega razreda (z eno ali dvema zvezdicama). Hostel Nova Gorica je sicer najugodnejši ponudnik nočitev v občini, vendar je za obiskovalce odprt le v poletnih mesecih, med počitnicami ter vsak konec tedna.

Zadnji razpoložljivi podatki Statističnega urada Republike Slovenije o prenočitvenih zmogljivostih v občini Nova Gorica na letni ravni kažejo, da je v letu 2008 bilo skupaj 912 ležišč oziroma 462 sob, kapacitete pa so zasedene 35 odstotkov. Od tega je bilo 751 ležišč oziroma 82 odstotkov ležišč na voljo v šestih hotelih v MONG.

V Prilogi 1 so prikazane namestitvene zmogljivosti v MONG v obdobju 2003 do 2008. Razlog za drastično povečanje namestitvenih kapacitet v občini v letu 2007 gre pripisati dograditvi hotela Perla, kar je povečalo ponudbo za 143 sob in 8 apartmajev.

2.2 Turistični produkti MONG

"Turistični proizvod je skupek celotnega doživetja, povezanega s potovanjem in bivanjem oseb izven kraja stalnega prebivališča oziroma celota številnih delnih proizvodov. Obstajajo tri vidiki obravnave turističnega proizvoda. Najkompletnejša je opredelitev z vidika turista, kjer govorimo o integralnem ali celotnem turističnem produktu, ki je seštevek vseh posameznih delnih proizvodov, ki jih potroši turist. Z vidika turistične agencije ali organizatorja potovanja govorimo o pavšalnem turističnem proizvodu, ki je sestavljen iz tistih posameznih proizvodov, katere v paket poveže turistični ponudnik in mu jih ponudi po skupni (pavšalni) ceni. Z vidika posameznega turističnega ponudnika gre za delni (to je posamezen ali parcialen) turistični proizvod, ki se samostojno nudi na turističnem trgu, vsaka vrsta storitve pa ima svojo ceno." (Mihalič, 2006, str. 16) Osnovne sestavine turističnega proizvoda so privlačnosti namembnega kraja (naravne, kulturno - zgodovinske in socialne) ter blago in storitve v turističnem kraju, na poti ter v kraju stalnega bivališča zaradi potovanja (Mihalič, 2006, str. 16-17).

Rebršak (2006, str. 28-30) v svojem delu s pomočjo sogovornikov loči naslednje turistične produkte v sedanji turistični ponudbi Nove Gorice:

1. **Igralniško - zabaviščni produkt:** HIT-ove igralnice so med največjimi in najsodobnejšimi v Evropi. Park in Perla predstavljata najpomembnejši del novogoriške turistične ponudbe; prva ponuja zgolj igre na srečo, medtem ko druga poleg tega ponuja tudi nočno zabavo, koncerte, prireditve. Strateški izziv za družbo HIT je postavitve mega zabavišča v okolici Nove Gorice, kar bi še bolj povečalo prepoznavnost destinacije.
2. **Gastronomska ponudba in vinogradništvo:** "Novogoriški prostor ima velik pomen tudi v kulinariki, saj se tu srečujejo vplivi iz kraške, briške, vipavske, sosednje furlanske kakor tudi italijanske kuhinje (TIC Nova Gorica, 2009)." Tako družba HIT kot tudi ostale restavracije v občini dajejo velik poudarek kakovosti gostinske ponudbe, zato privabljajo najzahtevnejše goste. Veliko italijanskih gostov prihaja v Novo Gorico, kjer je locirana večina restavracij,

prav zaradi bogate gastronomske ponudbe. Poleg tega pa zaledje nudi vinski turizem - tradicionalne kmečke domačije in osmice so skupaj z vinotoči povezane v vinsko cesto. Prav spodnja Vipavska dolina je znana po svetovno znanih in uveljavljenih sortah, to pa ji omogoča ugodno podnebje.

3. **Športni turizem:** Športni park je športni kompleks v samem mestu, kjer so obiskovalcem na voljo razni tereni: glavni stadion za nogomet in atletiko, dvorano Balon, telovadnico Partizan, Mestno kopališče - olimpijski in zimski bazen, pomožno igrišče z umetno travo, zunanja igrišča (košarka, odbojka), balinišče, fitnes center, obstaja pa še nekaj športnih kompleksov zunaj Športnega parka. Med njimi je novi državni center za kajakaški šport, zgrajen za prvenstva svetovnih razsežnosti (leta 2006 je tu potekalo svetovno mladinsko prvenstvo v veslanju na divjih vodah). Ponudba zajema tudi ekstremne športe, kot so bungee jumping, jadralno padalstvo, padalstvo in zmajarstvo, skate (skatepark je v bližini centra), pri nekaterih so organizirana tudi mednarodna tekmovanja. Pešpoti in kolesarske poti privabljajo razne obiskovalce (izdelana je energijska tematska pot "Od Lijaka do Sekulaka"), v gozdu Panovec pa so tudi tekaške proge in trim steza. Naj omenim tudi, da občino vsako leto obiščejo športniki, klubi in reprezentance iz različnih držav, ki imajo priprave v enem od športnih objektov (plavalci, nogometaši, košarkarji in drugi).
4. **Kongresni turizem:** Glavni akter je HIT, ki spodbuja tovrstno obliko turizma. Izobraževanja in poslovni kongresi potekajo v Perli, ki je v ta namen odprla nov konferenčni center, v sklopu katerega je prostorna kongresna dvorana z manjšo sejno sobo, še 4 dodatne manjše sejne sobe in prireditveni prostor Arena. Vsi prostori so opremljeni z najsodobnejšo tehnološko opremo, zato tu potekajo dogodki in srečanja na najvišji ravni. Za večje skupine je predvidena dvorana v Slovenskem narodnem gledališču.
5. **Wellness:** V hotelskem kompleksu v Perli so gostom na voljo wellness storitve (SPA Perla), čeprav kakovost ponudbe ni na ravni sodobnih wellness centrov. Tako nudijo tajske masaže, savne, bazen, doživljajske tuše in jacuzzi, fitnes, storitve za nego telesa, zdravo prehrano, svetovanje za zdravo prehrano in dobro počutje. Tudi sprehodi v naravo in gozdna učna pot v Panovcu spadajo v širše okvirje wellness ponudbe.
6. **Kulturno - zgodovinski turizem:** v bližini Nove Gorice je med prvo svetovno vojno potekala soška fronta, veliko obiskovalcev, predvsem iz Italije, pa prihaja na ogled ostankov, ki pričajo o temu zgodovinskemu dogodku. MONG te potenciale vse bolj trži in jih vključuje v zaokroženo turistično ponudbo.

Da bi dobil jasno sliko o turističnih proizvodih MONG, sem izdelal Buhalisov 6A okvir, s pomočjo katerega sem uvrstil vsak proizvod po pomembnosti in jedrih sestavin. Glede na Sliko 1 lahko zaključim, da družba HIT d.d. z igralniško - zabavišnim turizmom zavzema najpomembnejši turistični proizvod v občini, ki pokriva kar tri komponente Buhalisovega okvirja in ima velike možnosti za nadaljnji razvoj. Malo manj pomemben je proizvod gastronomske ponudbe, ki že zdaj privablja veliko število gostov, ta trend pa se bo tudi v prihodnje nadaljeval. Največjo možnost za razvoj imajo srednje in nizko pomembni turistični proizvodi, kot so

zgodovinska in kulturna dediščina ter naravne privlačnosti, pa tudi močno povezana aktivnost, odvisna od teh atrakcij - pohodništvo. Občina ima s svojimi naravnimi lepotami in dokaj bogato kulturno dediščino veliko možnosti za razvoj turističnih produktov, kar bi postavilo nekakšno protiutež dominantni in enolični ponudbi na tem območju. Tudi ponudba kmečkega turizma ni dovolj dobro izkoriščena in izpopolnjena, čeprav bi turistične kmetije s povečanjem nastanitvenih zmogljivosti in izboljšanjem dopolnilne dejavnosti lahko prodale veliko svojih avtohtonih proizvodov (na primer sir, pršut, sadje, vino, pa tudi izdelke domače obrti). Eden uspešnejših turističnih proizvodov je prav Vinska cesta v Spodnji Vipavski dolini, saj povezuje veliko število turističnih ponudnikov teh krajev, ki gostu nudijo pokušino kvalitetnih izdelkov. Perspektivna turistična proizvoda sta kongresni ter športni turizem, v občini pa že gojijo načrte za izboljšanje te vrste ponudbe. Wellness nima velike pomembnosti, saj je usmerjen le na določen segment, predvsem na igralniške goste.

Slika 1: Pomembnost turističnih proizvodov MONG po Buhalisovem 6A okvirju

BUHALISOV 6A MODEL	POMEMBNOST				
	NIZKA		VISOKA		
ATRAKCIJE		Naravne privlačnosti	Zgodovinsko - kulturna dediščina		
AKTIVNOSTI	Pohodništvo		Kongresni in športni turizem	Vino in kulinarika	Igralniški turizem
NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI IN DRUGE STORITVE	Kmečki turizem	Wellness			
RAZPOLOŽLJIVI TURISTIČNI PAKETI		Vinska cesta in prireditve			
	KVALITATIVNA OCENA				
DOSTOPNOST	Slabo označene znamenitosti Neustrezna železniška povezava in slaba izkoriščenost Dobra cestna infrastruktura				
PODPORNE TURISTIČNE STORITVE	Dobra razpoložljivost podpornih storitev (trgovina, gostinski objekti, bankomati) Razpoložljiva telekomunikacija in druga infrastruktura Premalo kakovostnih turističnih točk				

3 Turistično povpraševanje

"Turistično povpraševanje opredelimo kot tisto količino turističnih proizvodov, ki jih turist želi potrošiti pri dani ravni cen ali pri danem stanju deviznih tečajev" (Mihalič, Planina, 2002, str. 75).

Prihodi turistov v nastanitveni objekt so opredeljeni s številom oseb, ki prispejo v nastanitveni objekt in se tam prijavijo. Upoštevajo se vse osebe ne glede na starost (torej tudi otroci, za katere so prenočitve brezplačne). Za prenočitev se upošteva vsaka noč, ki jo turist dejansko preživi v

nastanitvenem objektu (prespi ali se tam le zadržuje) ali ko je tam le prijavljen (njegova fizična navzočnost ni nujna) (SURs, 2009).

V Tabeli 4 so podatki o prihodu turistov ter število prenočitev za Mestno občino Nova Gorica v obdobju od leta 2003 do zadnjega razpoložljivega podatka, leta 2008. Podatki kažejo, da se število domačih turistov tako pri prihodu v občino kot tudi pri številu prenočitev spreminja vsako leto, medtem ko se število tujih turistov pri obeh preučevanih postavkah vsako leto povečuje. Tako je leta 2008 zabeleženo 66.647 prihodov domačih in tujih turistov, kar je za 13.853 turistov več v primerjavi s prvim preučevanim letom 2003. Tudi število prenočitev domačih ter tujih turistov, ki v letu 2008 znaša 117.224, se je v preučevanem obdobju povečalo za 31.401 turistov.

Tabela 4: Prihodi turistov in število prenočitev v MONG v obdobju 2003 - 2008

leto	Prihodi turistov			Število prenočitev		
	Domači	Tuji	Skupaj	Domači	Tuji	Skupaj
2003	5.552	47.242	52.794	8.859	76.964	85.823
2004	5.146	51.709	56.855	8.279	82.072	90.351
2005	5.677	52.550	58.227	8.459	85.187	93.646
2006	4.530	56.231	60.761	7.822	92.342	100.164
2007	5.345	60.050	65.395	9.249	103.778	113.027
2008	5.388	61.259	66.647	9.649	107.575	117.224

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SI-STAT podatkovni portal).

Turistično informacijski center Nova Gorica od leta 2001 evidentira vsakega obiskovalca, ki povprašuje po turističnih informacijah v mestu in njegovi okolici. Tako lahko iz Tabele 5 opazimo, da se število obiskovalcev od leta 2001 do leta 2008 konstantno povečuje, izjema je le leto 2005, ko je bilo manj obiskovalcev kot v prejšnjem letu. Podatek, da je bilo leta 2008 na TIC-u 7015 obiskovalcev več kot v prvem evidentiranem letu, letu 2001, nam pove, da je to predvsem zaradi večje prepoznavnosti tega ponudnika turističnih informacij v občini in vsakoletnega izboljševanja kakovosti storitev.

Tabela 5: Obiskanost Turistično informacijskega centra Nova Gorica v obdobju 2001 - 2008

	Domači	Tuji	SKUPAJ
2001	3131	580	3711
2002	3638	1493	5211
2003	6469	1546	8015
2004	7200	1834	9034
2005	6140	2180	8320
2006	7487	2358	9845
2007	7403	2449	9852
2008	7869	2857	10726

Vir: TIC, interni podatki.

Opazen je trend naraščanja obiska v TIC-u. Med tujimi gosti prevladujejo Italijani, sledijo obiskovalci iz nemškega govornega območja (Avstrijci in Nemci), Francozi ter gostje iz Velike Britanije. Po turistični ponudbi v mestu in njeni okolici povprašujejo tudi popotniki iz drugih kontinentov (predvsem iz Kanade, ZDA, Avstralije).

Na TIC-u ugotavljajo, da je Nova Gorica za tuje obiskovalce predvsem vmesni postanek med morjem in zgornjo dolino reke Soče. Gostje se v občini zadržujejo dan ali dva, nato pot nadaljujejo največkrat proti severu države.

4 Organiziranost turizma Novi Gorici

V tej točki bom opisal, kakšno je sodelovanje med tremi deležniki v turizmu, torej civilno družbo, zasebnim in javnim sektorjem v Mestni občini Nova Gorica. V zasebnem sektorju najdemo poslovna telesa, ki delujejo v sektorju turizma in potovanj. Kategorijo javnega sektorja predstavljajo telesa, ki delujejo v javnem in vladnem sektorju. V civilno družbo uvrščamo populacijo gostiteljev in predstavnike številnih nevladnih organizacij v sektorju turizma in potovanj (Fabjan, 2007, str. 15). V tem sistemu deluje veliko institucij z različnimi nalogami in odgovornostmi ter nasprotujočimi interesi, ki jih je potrebno uskladiti. Da bi sistem deloval brezhibno, je potrebno medsebojno sodelovanje. Trije največji deležniki v Novi Gorici, ki v veliki meri vplivajo na turistično dejavnost, so Mestna občina Nova Gorica, igralniško podjetje HIT d.d. ter Turistična zveza Nova Gorica. Čeprav je sam sistem v realnosti dosti bolj prepleten in obstaja veliko število povezav med deležniki, sem v Sliki 2 prikazal poenostavljeno shemo organizacije turizma v občini.

Kot je vidno iz prejšnje točke, ima največji delež turističnih produktov v lasti HIT, ki za svoj igralniški produkt skrbi samostojno. HIT-ovi igralni saloni so v zasebni lasti, igralnice pa v večinski lasti državnih skladov (SOD in KAD) in lokalnih skupnosti. Družba HIT zaradi visoke davčne obdavčitve, predvsem posebnih igralniških dajatev (posebni davek od iger na srečo je 18 % + koncesijske dajatve do 20 %) zahteva od države novo nacionalno strategijo ter nov Zakon o igrah na srečo, saj obstoječe stanje otežuje igralniško dejavnost te družbe. Poleg tega HIT kaže na problem zaostritve zaradi domače in tuje konkurence, pa tudi na aktualno gospodarsko krizo, ki je pustila sled tudi v HIT-ovih igralnicah, saj je prihodek v igralnicah manjši od prejšnjih let. Prav zaradi slabšega poslovanja tega podjetja se občina zavzema za še večje sodelovanje med tema dvema institucijama, saj celotna občina gravitira na družbo HIT in je vsem deležnikom v interesu sodelovati z njim. Poleg tega HIT teži h konceptu družbeno odgovornega igralništva, skrbi za varovanje okolja, pomaga odvisnežem od iger na srečo, podpira razvoj izobraževalnih ustanov v občini, motivira svoje zaposlene in skrbi zanje z različnimi programi ter sponzorira razne aktivnosti, dogodke, prireditve, organizacije v občini (80 odstotkov sponzorskih sredstev nameni za šport). Očitno je, da je HIT v MONG zelo aktiven in v veliki meri pobudnik mnogih aktivnosti, opaziti pa je tudi močno sodelovanje z ostalimi institucijami. Čeprav je obstajal konflikt med MONG in HIT-om glede prejetih finančnih sredstev iz naslova igralniške koncesije s strani HIT-a, saj le-teh občina ni reinvestirala za razvoj turizma, pa danes temu ni tako. Občina namreč ta sredstva vlaga v razvoj infrastrukture, od katere ima tudi HIT koristi. HIT sodeluje z

zasebnim sektorjem, predvsem z gostinskimi ponudniki, nekatere restavracije in gostilne v občini pa so v lasti samega HIT-a. Po raziskavah (Fabjan, 2007, str. 42) civilna družba v Novi Gorici podpira igralniško dejavnost in meni, da ima HIT več pozitivnih učinkov na občino kot negativnih.

Turistična zveza Nova Gorica zelo dobro sodeluje tako s civilno družbo, kot tudi z javnim in zasebnim sektorjem. MONG financira Turistično zvezo s prihodki od turističnih taks, s koncesijskim denarjem pa vlaga v razvoj infrastrukture v občini. Turistična taksa se zaračuna domačim in tujim obiskovalcem Nove Gorice, ki v turističnem območju zunaj svojega stalnega prebivališča uporabljajo storitve prenočevanja v nastanitvenem objektu. Vsi ponudniki nastanitve morajo pobirati turistično takso v imenu in za račun občine hkrati s plačilom storitev za prenočevanje. Občina je določila turistično takso v višini 1,01 €, pobrana sredstva pa zavezanci nakažejo na poseben račun občine, h kateremu morajo predložiti mesečno poročilo o številu prenočitev in znesek pobrane turistične takse. Zakonsko je opredeljeno, da mora občina zbrana sredstva nameniti razvoju v turistično dejavnost za promocijo, tako da MONG ta sredstva usmeri k Turistični zvezi, ta pa za Turistični informacijski center Nova Gorica. Turistična zveza močno sodeluje tudi z zasebnim sektorjem, in sicer direktno (neposredna komunikacija z gostilnami) ali pa posredno preko obrtne in gospodarske zbornice. Prva združuje samostojne podjetnike, ki opravljajo obrtno dejavnost na območju Nove Gorice. Najbolj opazno sodelovanje je s sekcijo gostincev, raznimi restavracijami ter gostilnami, največji pečat pa daje Vinska cesta v spodnji Vipavski dolini. Druga pa združuje nekoliko večja podjetja, predvsem družbenike z omejeno odgovornostjo, s katerimi nastopa na različnih sejmi in promovira Novo Gorico z okolico. Turistična zveza dela vse kar je v njeni moči, da z različnim tiskanim materialom promovira te ponudnike, vendar se zaveda, da novih produktov ne more ustvariti sama. Tukaj bi izpostavil tudi dobro potezo MONG, ki razpisuje kredite z manjšimi obrestnimi merami ter možnost nepovratnega financiranja pri trženju na določenih sejmi, kar spodbuja turistične ponudnike k reklamiranju svojih storitev. Civilno družbo v MONG predstavljajo različna društva, organizacije in podobne skupnosti, ki ponujajo turistične storitve v Novi Gorici. Med njimi je veliko planinskih in pohodniških društev, pa tudi Turistično društvo Nova Gorica, pod pokroviteljstvom Turistične zveze. Ta krovna organizacija z omenjenimi sredstvi od občine civilnemu sektorju omogoča brezplačno objavo njihovih dogodkov v KAM-u, mesečni informativni knjižici o dogodkih v MONG, in jim prav tako subvencionira udeležbo na sejmi. Tudi s HIT-om sodelujejo kolikor je mogoče, predvsem na prireditvah in promocijah mestne občine v tujini. Prav na nedavnem sejmu v italijanskem Pordenonu, sta HIT in TIC skupaj reklamirala Novo Gorico, to pa je potekalo pod HIT-ovim okriljem.

Najbolje ponazorjeno sodelovanje organiziranosti turizma v Novi Gorici je projekt Park miru na Sabotinu. Mestna občina je bila nosilec projekta, Turistična zveza in TIC pa sta bila zadolžena za izdajo promocijskega materiala in kulinaričnih receptov. Da bi gostom ponudili najboljši proizvod, se je v akcijo vključil tudi HIT in ostali gostinski ponudniki iz obrtne zbornice.

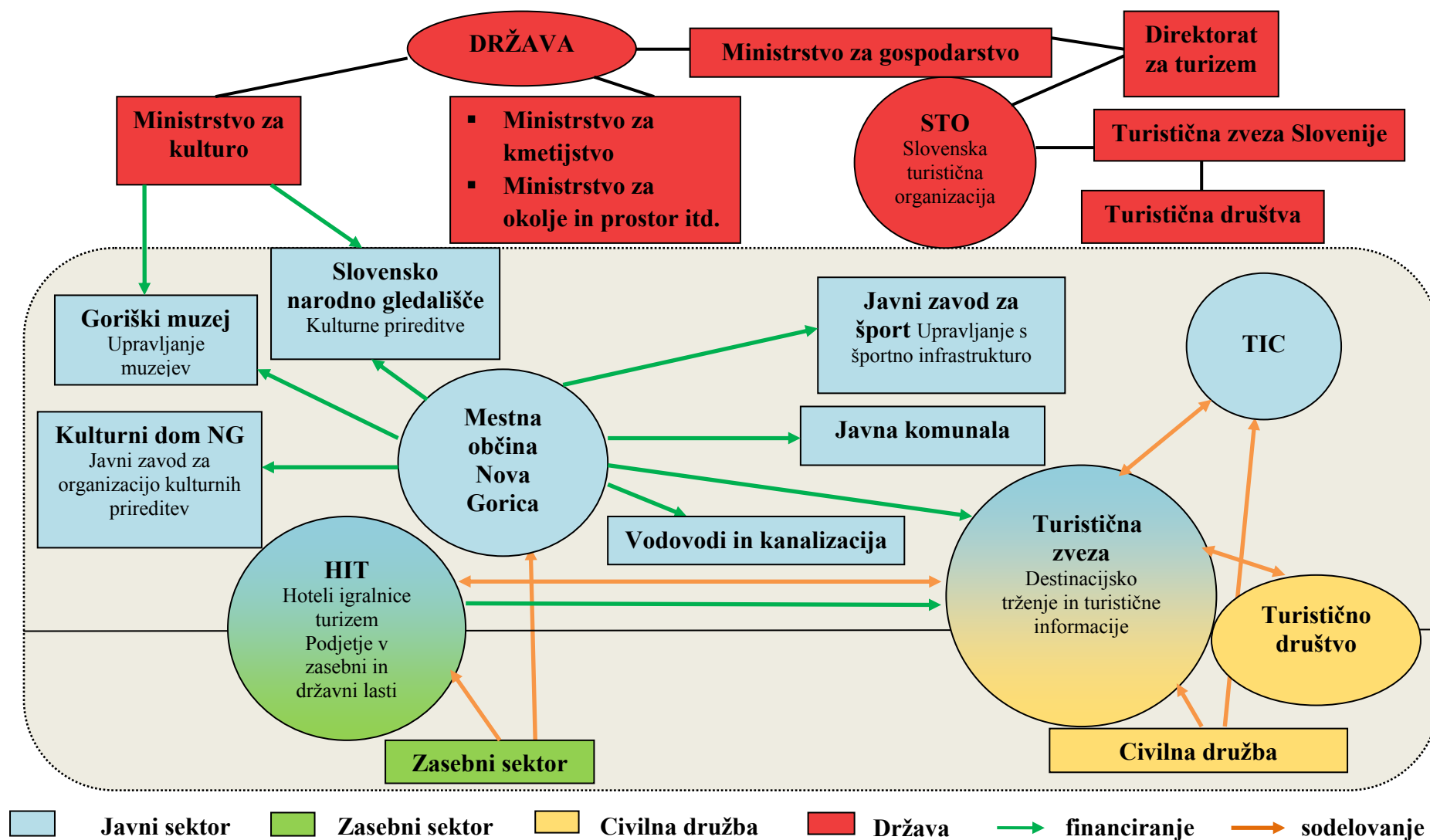
Kot vidimo iz Slike 2, MONG dodeljuje sredstva večini deležnikov v občini in ima zato vpliv na njihovo delovanje. Mestna občina financira institucije odgovorne za kulturno, zgodovinsko in

športno turistično ponudbo, medtem ko za splošno infrastrukturo (odvoz smeti, promet...) skrbi komunalna služba. (Prašnikar et al., 2005, str. 265). Komunala d.d. pridobiva sredstva za urejanje javnih površin, ne skrbi pa za komunalno čiščenje. Za oskrbo z vodo in odvajanje odplak skrbi družba Vodovodi in kanalizacija iz Nove Gorice. Občina za načrtovano investicijo, bodisi v mestu ali v vasi, posreduje razpis in najustreznejši ponudnik dobi posel. Komunala pa je vezana na koncesijska sredstva iz komunalne takse, ne pa iz igralniške dejavnosti. Takse, ki jih plačujejo občani, se zbirajo v posebni postavki v proračunu in tako se dobljena sredstva namenijo Komunali. Po odloku občinske uprave se določi, katera področja naj Komunala s svojimi storitvami pokriva.

Največji problem MONG je, da nima lokalne turistične organizacije, ki bi lahko prevzela vlogo nosilca razvoja destinacijskega managementa. Zapletlo se je pri delitvi sredstev za financiranje. Sicer obstaja nekaj manjših turističnih produktov v občini, vendar pa največjo vlogo organizatorja destinacijskega managementa še vedno opravlja en lastnik. Turistična zveza je ena od nosilcev projekta destinacijskega managementa Smaragdna pot, ki vključuje lepote Posočja in tudi Goriške regije. Tu je še povezani produkt Pot treh svetišč, tematska pot, ki povezuje tri svetišča na slovenski in italijanski strani, ena od njih pa je tudi Sveta Gora nad Novo Gorico. Naslednji produkt je že omenjena Vinska cesta spodnje Vipavske doline, poizkus predstavitve enološke ponudbe zaledja Nove Gorice. Tu je še čezmejni projekt Park miru na Sabotinu, rekreacijska in izletniška točka, ki bo v prihodnje, po besedah občine, oblikovan v celovit turistični produkt tega območja. Kot vidimo iz spodnje slike, Turistična zveza in Turistično informacijski center, ki ga je ta tudi ustanovila, vzajemno sodelujeta.

Turistično informacijski center - TIC Nova Gorica spada pod vodstvo občinske Turistične zveze Nova Gorica, ki poleg ostalih občinskih in območnih turističnih zvez deluje pri Turistični zvezi Slovenije. TIC Nova Gorica deluje od leta 2000 v samem centru mesta, in sicer v Kulturnem domu na Bevkovem trgu. Spada med TIC-e, ki so odprti vse dni v tednu, večinoma pa je odprt tudi med prazničnimi dnevi. Poleg tega pa je tudi neprestano dosegljiv na telefonsko številko. Veliko sodeluje z ostalimi TIC-i po Sloveniji, vse v cilju povečanja razpoznavnosti tako regionalne turistične ponudbe kot tudi na ravni Slovenije. V letu 2007 je TIC začel sodelovati s turistično agencijo Lastovka iz Nove Gorice, ki ima turistično pisarno v stavbi Železniške postaje v Novi Gorici in skrbi za muzejsko zbirko Kolodvor na meji med Slovenijo in Italijo. Posredovanje podatkov ter tiskanih gradiv s strani TIC-a Nova Gorica je velik korak v nadaljnjem razvoju turistične ponudbe v občini. Od septembra 2008 je Turistična zveza - TIC Nova Gorica prevzela Turistično pisarno Solkan, ji dala ustrezne kadre in promocijski material Nove Gorice ter širše okolice. Da bi se gostje, ki prihajajo zaradi iger na srečo v dve največji igralnici na naših tleh, v Park in Perlo, seznanili z ostalo ponudbo mesta, TIC zalaga stojnice s prospekti, brošurami in ostalimi reklamnimi rekviziti.

Slika 2: Organiziranost turizma v MONG



Med ključne naloge in dela TIC-a pa spadajo:

- sprejemanje domačih in tujih obiskovalcev, promocija ter posredovanje turističnih informacij za območje Mestne občine Nova Gorica in drugih turističnih krajev po Sloveniji
- zbiranje in dnevno urejanje turističnih informacij na lokalni ravni
- skrbništvo spletne strani Turistične zveze – TIC Nova Gorica (<http://www.novagorica-turizem.com>)
- obdelava statističnih podatkov o frekvenci obiskov ter klicev domačih in tujih gostov v TIC-u
- sodelovanje in izmenjava informacij ter tiskanih gradiv z ostalimi TIC-i in LTO-ji po Sloveniji
- zbiranje podatkov o prireditvah v Mestni občini Nova Gorica, oblikovanje knjižice "Kam v Novi Gorici in okolici" ter obveščanje obiskovalcev o le-teh
- priprava letnega koledarja tradicionalnih prireditev v Mestni občini Nova Gorica, ki ga je tudi Turistična zveza Slovenije uporabila za oblikovanje Koledarja prireditev v Sloveniji
- oblikovanje mesečnega koledarja prireditev na internetnih portalih (<http://www.novagorica-turizem.com> in www.goriska.net)
- vnos in urejanje podatkov o turistični ponudbi Mestne občine Nova Gorica na portalu Slovenske turistične organizacije (<http://www.slovenia.info>)
- vključevanje v akcijo Slovenske turistične organizacije "Na lepše, stranske poti so zapeljivejše od glavnih"
- udeležba in informiranje na turističnih sejnih in raznih prireditvah
- sodelovanje pri organizaciji prireditev
- prodaja promocijskega materiala, spominkov in izdelkov iz programa "I feel Slovenia" (majice, dežniki, USB ključi, skodelice itd.)

Treba je poudariti, da je Turistični informacijski center edini kvalitetni informator o turistični ponudbi občine in je zato vedno bolj obiskan. Gostje so zelo zadovoljni z njegovimi storitvami in založenostjo z materialom, že zdaj pa se načrtuje izboljšanje promocije tiskanih gradiv. Namreč, v izdelavi je katalog o celotni ponudbi mesta Nova Gorica, ki bo še izboljšal dane storitve.

5 SWOT analiza Nove Gorice

SWOT analiza je celovito ocenjevanje prednosti in slabosti, pa tudi priložnosti in nevarnosti določenega okolja ali destinacije. Da bi dobil jasno sliko širšega spektra, sem izdelal SWOT matriko, ki bo razjasnila, na kakšen način lahko MONG izkorišča priložnosti in kakšne so slabosti, ki onemogočajo nadaljnji razvoj ter potencialne nevarnosti, ki lahko nastopijo v obravnavanem okolju. Ugotovil bom, s katerimi konkurenčnimi prednostmi lahko občina nastopi v okolju in na kakšen način bo odpravila slabosti, da bi se postavila pred konkurenčne občine, regije. Lahko pa se odloči za sodelovanje z njimi. Vse to prikazujem v Tabeli 6.

Tabela 6: SWOT matrika MONG

PREDNOSTI	SLABOSTI
▪ Ugodna klima (ni hudih zim) ▪ Lega ob sosednji Italiji ▪ Raznolika pokrajina ▪ Tranzitno območje ▪ Naravne privlačnosti (pohodništvo) ▪ Bogata kulinarična in enogastronomska ponudba ▪ Zanimiva kulturno - zgodovinska dediščina ▪ Znan igralniško zabaviščni center v Evropi (HIT)	▪ Onesnaženost območja ▪ Slabša železniška povezava ▪ Neizkoriščenost turistične ponudbe ▪ Neustrezen razvoj turizma ▪ Majhna kulturna ozaveščenost občanov ▪ Nejasna strategija razvoja turizma "Monokulturna" ponudba igralniškega turizma ▪ Beg možganov
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
▪ "Nova Gorica - Univerzitetno mesto" ▪ Pestrejše kulturno dogajanje ▪ Razvoj turizma na podeželju ▪ Dogodki iz prve svetovne vojne ▪ Novi trendi v turizmu (nove športne dejavnosti, romarski turizem) ▪ Sodelovanje z Italijani ▪ Boljša namestitvena ponudba	▪ Izgradnja podobne ponudbe v bližini ▪ Razmah kriminala ▪ Odhod ljudi s podeželja ▪ Odpor prebivalstva do tujih gostov ▪ Nekontrolirana raba prostora ▪ Nespoštovanje tradicionalnih in kulturnih vrednot

Po izdelani analizi Mestne občine Nova Gorica lahko zaključim, da ima le-ta veliko prednosti, ki jih bodisi izkorišča ali pa jih bo zagotovo pričela v bližnji prihodnosti. Zaradi ugodne klime najdemo tu veliko gozdno bogastvo, razgibano in atraktivno pokrajino, saj se alpski svet približa Jadranskemu morju, kar daje posebno vrednost in dolino reke Soče, ki ponuja razne športne in ostale aktivnosti. Prav tu je tudi stičišče različnih pokrajin in bližina treh poznanih vinarskih območij: Goriških Brd, Vipavske doline in Krasa. Prav tako ima občina ugodno prometno lego, saj je povezana s slovenskim avtocestnim omrežjem in cesto proti zahodu, pa tudi tri mednarodna letališča so v bližini, letališče v Benetkah, Trstu in Ljubljani. Tudi kulturne znamenitosti s svojimi značilnostmi so vsekakor vredne obiska, kjer najdemo dediščino različnih obdobj (Rimski limes, Langobardi, mejna grofija, gradovi, "železna zavesa", soška fronta). Sobivanje z Italijani omogoča dobro poznavanje njihovega jezika, kulture in vrednot, kar pozitivno vpliva na turistično povpraševanje v MONG, predvsem po bogati kulinariki na slovenskih tleh. HIT kot dobro strukturiran, tržno privlačen in poslovno uspešen center za igralsništvo in zabavo ima vsekakor veliko zaslugo za prepoznavnost območja in privabljanje gostov.

Po drugi strani pa so prisotni tudi negativni vplivi, ki ovirajo razvoj občine. Prisotna je velika onesnaženost ozračja z ozonom, poleg tega pa tudi onesnaženost reke Soče v tem delu Soške doline. Železniške proge niso dobro povezane s centrom države in z mednarodnimi železniškimi progami, kar je eden od razlogov, da turistični tok iz severa proti jugu teče pretežno po italijanski strani. Turizem v občini se ni načrtno razvijal, saj območje ni veljalo za turistično pomembno, zato je bil večji poudarek na industriji, kar se še danes opazi v majhni vključenosti proizvodov v turistično ponudbo. To vodi do pomanjkanja delovnih mest v turistični dejavnosti in odhajanje izobraženega prebivalstva v druge, perspektivnejše regije. Zaradi premajhne skrbi za turizem, slabe povezanosti turističnih organizacij ter ponudnikov in neizdelane strategije ni napredka v tej dejavnosti, vidna pa je tudi nezainteresiranost ter majhna kulturna ozaveščenost občanov.

Razvoj univerzitetnega središča predstavlja priložnosti za razvoj izobraževalnega turizma (poletne šole, kongresi, seminarji, simpoziji). Prav zaradi naravnih in kulturnih lepot občine je potrebno oblikovati tržno razpoznavno, znano in dostopno destinacijo, obstoječo turistično ponudbo pa nadgraditi v skladu z resursi, svetovnimi trendi ter sonaravnim razvojem. Ena od tovrstnih privlačnosti je podeželska pokrajina s turističnimi kmetijami in tipičnimi dejavnostmi kraja, ki s svojo ponudbo združuje oddih, rekreacijo in družabnost. V povezavi s celotnim projektom (Kobarid) bi sistematičen razvoj ponudbe, vezane na dogodke iz prve svetovne vojne, močno obogatil turistično ponudbo občine, pa tudi same regije. Tak in podoben projekt bi lahko uresničili tudi z sodelovanjem z italijanskimi turističnimi sodelavci. Več povezovanja turističnih ponudnikov v mrežo, vzpostavitev razvojnega sodelovanja in izvajanja ciljno naravnane promocije je rešitev za večjo prepoznavnost Nove Gorice. Da bi gostom uresničili pričakovanja, bi morali izboljšati namestitvene zmogljivosti v mestu in njeni okolici, kot so mladinski hotel, ležišča najvišje kategorije (s petimi zvezdicami). O izboljšanju same turistične ponudbe v MONG bom govoril v nadaljevanju.

Nevarnost je, na primer, izgradnja podobnega igralniško - zabavišnega kompleksa v neposredni bližini Nove Gorice, ki sloni na delovanju HIT-a, saj bi se zaradi upada števila gostov celotna regija znašla v krizi. Na drugi strani pa bi zaradi povečanja ponudbe igralniškega turizma lahko prišlo do razmaha kriminalnih dejavnosti ali pa do še večjega nespoštovanja tradicionalnih in kulturnih vrednot ter posledičnega stagniranja. Tudi nekontrolirana raba prostora za turizem in druge dejavnosti, razvoj brezobzirnega podjetništva in kapitala, kjer je glavni cilj hiter zaslužek, sprememba v zakonodaji, odpor prebivalstva do tujih obiskovalcev in podobno predstavljajo potencialno grožnjo za novogoriški turizem.

6 Priporočila

Kot je lahko opaziti po izdelani SWOT analizi, ima Nova Gorica izjemne možnosti in velik potencial za napredek v dejavnosti turizma. Vendar pa je turistična ponudba močno nediverzificirana. Po podatkih Slovenske turistične organizacije je skoraj 90 odstotkov igralniškega prometa Slovenije realiziranega v zahodni Sloveniji, od tega približno 70 odstotkov v Novi Gorici. Več kot očitno so igre na srečo celovit proizvod v MONG, družba HIT pa s tem glavni nosilec in ponudnik turistične dejavnosti v občini. Čeprav je igralniški produkt popolnoma dominanten, obstajajo težnje s strani turističnih organov v občini, da se turistična ponudba preoblikuje. Prav dejstvo, da je Nova Gorica močno odvisna od poslovanja podjetja HIT in eksistenca tisočih v rokah enega ponudnika, navaja k razmišljanju o smiselnosti koncentracije celotne ponudbe v rokah ene institucije.

Rešitev turistične Nove Gorice vidim v **povezovanju turističnih ponudnikov v občini**, kar bi prineslo diverzifikacijo turističnih produktov, in **oblikovanju celostne identitete**, ki bi nedvomno povečala prepoznavnost destinacije. Da bi se to uresničilo, je ena svetlih točk v občini, ki skrbi za popestritev in razvoj prijaznih oblik preživljanja prostega časa, prav TIC Nova Gorica. S podporo Turistične zveze spodbuja nepovezane turistične ponudnike k medsebojnem sodelovanju, kajti na ta način postajajo vse močnejši in vedno bolj prepoznavni, to pa pozitivno vpliva na celotno destinacijo. Takih ponudnikov je v Novi Gorici in okolici kar nekaj, vendar pa jih je še veliko nepovezanih in razdrobljenih. Zato je to tudi glavni izziv MONG, ki bi z večjo podporo TIC-u rešila pereč problem današnje turistične Nove Gorice - kako zadržati turista več dni. Znano je namreč, da je Nova Gorica le postojanka popotnikov, ki so namenjeni v druge kraje. Razlog pa je prav omenjena nediverzificirana ponudba. Ker pa je treba začeti od temeljev, je prvi korak, po besedah sekretarke Turistične zveze Nova Gorica, vodje TIC-a ter mestne svetnice, Dejana Baše, ustanovitev **regijske turistične organizacije za trženje in promocijo**, v katero bi bile povezane lokalne organizacije. Prav ta krovna organizacija je več kot potrebna, da stvari v turizmu začnejo delovati kot bi morale. Po mnenju direktorja Regijske razvojne agencije severne Primorske in mestnega svetnika, Črtomirja Špacapana, se razcvet turizma na Goriškem skriva v povezovanju javnega in zasebnega kapitala, dodatno pa bo treba postoriti več tudi na področju kadrov. Slabost proučevane občine je namreč pomanjkanje strokovnih kadrov in primerne osebe v turističnem sektorju, vendar pa se bo to najbrž spremenilo z zagonom Univerze v Novi Gorici.

Da bi turistična dejavnost v Novi Gorici dobila pravi zagon, bi se občina morala usmeriti na drugačen tržni segment od obstoječega v vseh teh letih. To so obiskovalci, ki Novo Gorico obiščejo zaradi drugačnih namenov in ne zaradi igralniško - zabaviščne dejavnosti. Poraja se vprašanje, kaj ponuditi taki vrsti obiskovalcev glede na to, da je ostala turistična ponudba še nerazvita. Z regijsko turistično organizacijo, ki bi sodelovala s TIC-em, in na kateri bi temeljile vse aktivnosti v veji turizma, bi lahko ponudili veliko stvari. Ljudem je treba dati še druge prijazne oblike preživljanja prostega časa. Veliko se govori o razvoju tistih vrst turizma, ki so trenutno priljubljene: pohodništvo, kolesarjenje, jahanje, adrenalinski športi in ostale oblike športno rekreativne dejavnosti. To območje ima zaradi ugodnega podnebja, odličnega geografskega položaja in izjemnih naravnih dobrin nedvomno velik potencial za razvoj tovrstne ponudbe. Prav tako je ena od možnosti prepoznavnosti destinacije kmečki turizem, potrebno bi bilo le povečati namestitvene zmogljivosti in poskrbeti za boljšo povezanost med turističnimi kmetijami. Vedno več je prihodov v občino zaradi raznih prireditev tekom celega leta, zato turistični delavci v občini opažajo, da bi s popestritvijo ponudbe na tem področju privabili več gostov. Zaradi bližine Italije imajo slovenski turistični ponudniki in organizacije večjo možnost povezovanja in sodelovanja z italijanskimi. Obstaja tudi načrt oz. skupen projekt, da se ustvari evro regija, ki bi segala od Vidma in Tržiča v Italiji do Sežane in Tolmina v Sloveniji. Veliko prepoznavnost MONG vidim v razvoju ponudbe, ki so vezani na dogodke iz prve svetovne vojne. Pot miru na Sabotinu je lahko samo uvod v celovit projekt, ki bi z večjim vlaganjem in oglaševanjem postal prepoznaven in privlačen za obiskovalce iz celega sveta. Seveda pa mora biti projekt dobro strukturiran, investicijsko privlačen in nenazadnje zelo kvalitetno uresničen. Za vse našteje možnosti razvoja destinacije pa je potrebno sodelovanje s TIC-em, kot glavnim informatorjem v občini Nova Gorica.

Čeprav je bilo pred leti opazno nezadovoljstvo gostov z dostopnostjo turističnih informacij, pa se to spreminja. Tudi sam TIC iz leta v leto izboljšuje svoje storitve, to pa se kaže v večjem obisku in zadovoljstvu gostov. S svojim promocijskim materialom, informacijami ter udeleževanjem na raznih domačih in tujih sejmih, uspešno predstavlja Novo Gorico in njeno okolico. Mislim, da je ena od slabosti slaba označenost TIC-a, saj veliko obiskovalcev s težavo najde dostop do informacij, ki so v stavbi Kulturnega doma v centru Nove Gorice. Z večjim oglaševanjem in promoviranjem TIC-a, bi zagotovo povečali število gostov, kar bi posledično izboljšalo kvaliteto storitev in vplivalo na razvoj turistične dejavnosti v občini. Ljudje bi bili v stiku s turizmom, večja populacija pa pomeni večjo turistično ponudbo. Mislim, da bi ena od rešitev, s katero bi privabljali obiskovalce, večje sodelovanje s HIT-om. Čeprav velja mnenje, da igralniški gostje niso zainteresirani za ostale turistične produkte v občini, pa je vseeno vredno poskusiti, saj bi z učinkovito promocijo obstoječe turistične ponudbe marsikaterega gosta privabili k ogledu naravnih danosti, kulturno - zgodovinske dediščine in ostalih znamenitosti v MONG. Vendar pa je za temeljito izboljšanje turistične ponudbe sam TIC nemočen. To je naloga višjih organov v MONG, ki morajo na vsak način obiskovalcem ponuditi kvalitetne turistične produkte, s katerim bo občina postala prepoznavna. Mislim, da je res nesmiselno, če Nova Gorica ne izkoristi in iztrži svojih danosti, s katerimi razpolaga, saj so potenciali za razvoj veliki.

Sklep

V svoji diplomski nalogi sem ugotavljal vlogo Turistično informacijskega centra pri razvoju turizma v Mestni občini Nova Gorica. Le-ta posreduje informacije o celoviti ponudbi območja, osredotoča pa se predvsem na neigralniški produkt. Opisal sem ožje in širše okolje TIC-a in dejavnike, ki vplivajo nanj. Na ta način sem dobil jasno sliko o delovanju turističnega sistema v Mestni občini Nova Gorica.

Družba HIT d.d. s svojim igralniško - zabavišnim produktom dominira v občini, ostala ponudba pa je nekoliko zapostavljena in v senci največjega turističnega podjetja. Nova Gorica ima s svojimi naravnimi in kulturno - zgodovinskimi dobrinami velik potencial za razvoj ostalih turističnih proizvodov, do tega pa bi prišlo s povezovanjem turističnih ponudnikov v občini in posledično oblikovanjem celostne identitete turistične destinacije. Turistični proizvodi, s katerimi bi povečali prepoznavnost MONG, so ponudba novih športnih dejavnosti ter adrenalinskih športov, razvoj kmečkega turizma ali pa razne prireditve in dogodki. Priložnost je tudi sodelovanje z italijanskimi turističnimi delavci, glavna atrakcija pa bi bila celostna ponudba, v zvezi s prvo svetovno vojno.

Za vsako turistično aktivnostjo v občini pa stoji TIC Nova Gorica kot ključni informator in pobudnik razvoja turizma v MONG. S svojimi kvalitetnimi storitvami vsako leto privablja vedno več obiskovalcev, tako domačih kot tudi tujih, ki so s TIC-em zadovoljni. Z še večjim sodelovanjem s turističnimi ponudniki in boljšo predstavitvijo svojim občanom, bi TIC povečal kvaliteto storitev in razširil svoje delovanje, kar bi ugodno vplivalo na razvoj turizma v Novi Gorici.

Zaključim lahko, da ima TIC do neke mere, torej pri trženju obstoječe turistične ponudbe, ki se postavlja kot protiutež igralniško-zabaviščnem produktu, veliko vlogo, vendar pa bi za razvoj destinacije, ki bi se uvrščala pod enotno blagovno znamko in bi povezovala vse potencialne turistične ponudnike v občini, morale poskrbeti institucije na višjem nivoju s pomočjo občine in države.

LITERATURA IN VIRI

1. Brezovec, T., & Luin, D. (2001). *Strategija razvoja turizma v Mestni občini Nova Gorica*. Portorož: Visoka šola za turizem.
2. Prašnikar, J., Brenčič - Makovec, M. & Cvelbar Knežević, L. (2005). *Exploring the Challenge of Destination Management: Comparison of the Supply and Demand Characteristics in Four Destinations in North Adriatic and Gorica Region*. New York. Nova Science Publishers.
3. Mihalič, T. & Planina, J. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
4. Turizem. Ekonomsko področje. SI-STAT. *Podatkovni portal*. (2009). Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
5. Rebršak, G. (2006). Analiza kakovosti turistične ponudbe na igralniški destinaciji Nova Gorica in možnosti razvoja destinacije (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
6. Toman, T. (2009). Trženje mesta Nova Gorica (diplomsko delo). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
7. Pelengić, D. (2006). Širše zunanje okolje megazabavišča (specialistično delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
8. Mrak, J. (1996). Vpliv turizma na razvoj Nove Gorice in bližnje okolice (diplomsko delo). Ljubljana: Filozofska fakulteta.
9. Korošec, A. (2007). Primerjalna analiza med igralniško destinacijo Monte Carlo in Nova Gorica (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
10. Mihalič, T. (2006). *Trajnostni turizem*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Fabjan, M. (2007). Vpliv turizma in igralništva na civilno družbo v mestni občini Nova Gorica (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
12. Jeršič, M. (1990). *Osnove turizma*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
13. Hit d.d. (2008). Letno poročilo družbe HIT d.d. Nova Gorica: HIT d.d.
14. Hit d.d. Najdeno 10. septembra 2009 na spletnem naslovu <http://www.hit.si>
15. Turistična zveza – TIC Nova Gorica. Najdeno 15. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.novagorica-turizem.com>
16. Turistična zveza – TIC Nova Gorica. 2009. *Program turističnega vodenja po turističnem območju Mestne občine Nova Gorica*. Interno gradivo.

17. Mihalič, T. (2008). *Turizem. Ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
18. Miklavčič – Brezigar, I. (1998). *Vodnik po mestu: Nova Gorica*. Ljubljana: Institut za komunikacije in informatiko.
19. Ustni vir sekretarke Turistične zveze Nova Gorica, ga. Dejana Baša.
20. Mestna občina Nova Gorica. Najdeno 15 avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.nova-gorica.si>
21. Slovenska turistična organizacija. Najdeno 1. septembra 2009 na spletnem naslovu <http://www.slovenia.info>

PRILOGA

Priloga 1: Prenočitvene zmogljivosti po vrstah nastanitvenih objektov v MONG v obdobju 2003 - 2008

	2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	št. sob	stalna ležišča	št. sob	stalna ležišča	št. sob	stalna ležišča	št. sob	stalna ležišča	št. sob	stalna ležišča	št. sob	stalna ležišča
Hoteli	253	436	256	459	256	458	249	449	400	751	400	751
Penzioni	18	34	18	34	-	-	18	34	-	-	-	-
Gostišča	32	69	13	26	13	26	13	26	-	-	-	-
Prenočišča	12	23	12	23	12	23	11	25	5	9	5	9
Kampi	-	-	-	-	-	-	-	-	35	90	35	90
Tur. kmetije z nastanitvenimi zmogljivostmi	-	-	-	-	-	-	11	20	15	30	15	30
Sobodajalstvo	-	-	-	-	-	-	4	8	2	6	2	6
Delavski počitniški domovi	5	26	5	26	5	26	5	26	5	26	5	26
Drugi gostinski nastanitveni objekti	3	6	-	-	2	6	2	6	-	-	-	-
Skupaj	323	594	304	568	288	539	313	594	462	912	462	912

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SI - STAT podatkovni portal)