

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA RAZVOJA PODEŽELSKEGA TURIZMA
NA OZALJSKEM OBMOČJU**

Ljubljana, februar 2023

PETRA ZVONKOVIĆ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Petra Zvonković, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju, pripravljene v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Dašo Farčnik

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PODEŽELSKI TURIZEM	4
1.1 Opredelitev podeželskega območja	4
1.2 Opredelitev podeželskega turizma	5
1.3 Vloga in pomen trajnostnega razvoja v podeželskem turizmu.....	7
1.4 Povezanost in vloga deležnikov.....	9
1.5 Vplivi podeželskega turizma	10
1.5.1 Okoljski vplivi.....	10
1.5.2 Ekonomski vplivi	11
1.5.3 Družbeni vplivi.....	11
2 TRENDI V TURIZMU	12
2.1 Sodobni trendi in megatrendi v turizmu	13
2.2 Nov turistični profil in motivi turistov	14
2.3 Specifične oblike turizma	16
2.4 Pametni turizem	17
3 MODEL BUHALIS 6A	18
4 EMPIRIČNA RAZISKAVA O TURISTIČNIH PRILOŽNOSTIH NA OZALJSKEM OBMOČJU	20
4.1 Namen, cilji in raziskovalna vprašanja.....	20
4.2 Metodologija raziskave.....	21
4.3 Izvedba intervjujev	24
4.4 Omejitve raziskave	25
5 ANALIZA TURIZMA NA OZALJSKEM OBMOČJU	26
5.1 Turistična ponudba in povpraševanje	27
5.2 Model Buhalis 6A	31
5.2.1 Dostopnost.....	31
5.2.2 Storitve	34
5.2.3 Znamenitosti.....	34
5.2.4 Pomožne storitve	37
5.2.5 Aktivnosti	37
5.2.6 Razpoložljivi paketi.....	38
5.3 Spodbude in sofinanciranja	39
5.4 Analiza SWOT	40
5.5 Osnovne značilnosti turizma v Beli krajini	43
6 REZULTATI RAZISKAVE	47
6.1 Vzroki za omejeno razvitost turistične destinacije	47
6.2 Sodelovanje z deležniki in pobude za razvoj podeželskega turizma	52

6.3 Posledice razvoja podeželskega turizma	54
6.4 Razlika v ponudbi in povpraševanju ozaljskega območja in Bele krajine	56
6.5 Predlog razvoja turistične destinacije v smeri pametne turistične destinacije	59
SKLEP	60
LITERATURA IN VIRI	62
PRILOGE	71

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Pregled razlik med »starimi« in »novimi« turisti</i>	15
<i>Tabela 2: Podatki o vzorcu in izvedbi intervjujev</i>	25
<i>Tabela 3: Število registriranih družinskih kmetij na ozaljskem območju v letu 2021</i>	29
<i>Tabela 4: Prihodi in nočitev domačih in tujih turistov na ozaljskem območju v letu 2021</i>	30
<i>Tabela 5: Število prihodov in nočitev turistov v ozaljskem območju po mesecih za leto 2021</i>	31
<i>Tabela 6: Analiza SWOT ozaljskega območja</i>	40
<i>Tabela 6: Analiza SWOT ozaljskega območja (nad.)</i>	41
<i>Tabela 7: Število registriranih turističnih objektov in ležišč na ozaljskem območju in v Beli krajini za leto 2019 in 2021</i>	57

KAZALO SLIK

Slika 1: Model Buhalis 6A	19
---------------------------------	----

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Izhodišča za polstrukturirani intervju za lokalne samouprave in Turistično skupnost področja Kolpe	1
Priloga 2: Izhodišča za polstrukturirani intervju za predstavnico Razvojno informacijskega centra Bele krajine	2
Priloga 3: Strukturirani intervjuji z zasebniki na ozaljskem območju, ki se ukvarjajo s podeželskim turizmom	3
Priloga 4: Število prihodov in nočitev turistov za ozaljsko območje in Belo krajino za leti 2019 in 2021	12
Priloga 5: Stopnja zasedenosti ležišč ozaljskega območja in Bele krajine v letu 2021	13

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

DMC – (angl. Destination Management Companies); Destinacijski management družbe

DZS – (hrv. Državni zavod za statistiku); Statistični urad Republike Hrvaške

EU – Evropska unija

HTZ – (hrv. Hrvatska turistička zajednica); Hrvatska turistična skupnost

OECD – (angl. The Organisation for Economic Co-operation and Development); Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj

OPG – (hrv. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo); družinska kmetija

RIC – Razvojno informacijski center

SURS – Statistični urad Republike Slovenije

UNWTO – (angl. The World Tourism Organization); Svetovna turistična organizacija

UVOD

Podeželski turizem je sklop turističnih dejavnosti, ki se odvijajo na podeželju ter vključujejo lokalno kulturo, tradicijo in gospodarske dejavnosti, pa tudi dejavnosti na prostem, ki se odvijajo v nemotenem podeželskem okolju (Smith, MacLeod & Hart Robertson, 2010). Podeželski turizem, kot eden izmed novejših vrst turizma, ima pomembno družbeno in ekonomsko vlogo na Hrvaškem, ker spodbuja lokalna in majhna gospodarstva ter vpliva na zaposlenost na podeželskih območjih (Serdarušić & Tustonjić, 2017). Obenem preprečuje, da bi ljudje zapuščali podeželje ter pozitivno vpliva na različne vrste storitvenih dejavnosti, kot je npr. razvoj ekološke pridelave in je dodaten vir dohodka.

Pri proučevanju podeželskih območij na Hrvaškem Lukić (2012) predstavlja tipologijo podeželskih območij, ki kažejo na neenakost oziroma izjemno raznolikost med podeželskimi območji Hrvaške. Razlog za to so zagotovo številni zgodovinsko pogojeni problemi, kot so zelo majhne in razdrobljene družinske kmetije, ostarela gospodinjstva brez podjetniških izkušenj in slabo razvita komunalna in socialna infrastruktura. Tubić (2019) pravi, da je podeželski turizem na Hrvaškem preveč podrejen obmorskemu turizmu, čeprav se je z razvojem različnih specifičnih oblik turizma prav podeželski turizem začel vedno bolj razvijati.

Ozaljsko območje je podeželsko območje, ki se nahaja na celinski Hrvaški, natančneje v Karlovaški županiji. Ozaljsko območje leži ob spodnjem toku reke Kolpe, ki delno tvori naravno mejo z Republiko Slovenijo. Poleg reke Kolpe se v regiji nahajajo še druge atrakcije, kot so jama Vrlovka, staro mestno jedro Ozalj in Ribnik, vinogradi na območju Vivodine in Vrhovca, pohodniške in kolesarske poti, različni dogodki in manifestacije ter tudi bogata kulturna dediščina.

Ozaljsko območje spada med podeželska območja, ki s svojo turistično ponudbo temelji na naravnih in zgodovinskih znamenitostih. Število turističnih nočitev na ozaljskem območju se je od leta 2017 do 2019 povečalo za 30 % (DZS, brez datuma b), kar pomeni, da turistično povpraševanje po ozaljskem območju narašča. Zato je namen magistrskega dela analizirati ozaljsko območje kot turistično destinacijo. Predvsem se želim osredotočiti na analizo turističnega povpraševanja in ponudbe podeželskega turizma. Pri analizi se želim osredotočiti tudi na ustreznost trenutne turistične ponudbe za sodobnega turista, ki ga Poona (1993) opredeljuje kot neodvisnega, odgovornega, aktivnega in prilagodljivega potrošnika izdelkov in storitev.

V skladu z namenom sem zastavila pet ciljev magistrskega dela:

- analizirati turistično ponudbo na ozaljskem območju;

- analizirati trenutno razvitost podeželskega turizma na ozaljskem območju;
- identificirati prednosti in slabosti, ki zaznamujejo razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju;
- identificirati interese deležnikov za razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju;
- navesti prihodnje razvojne smernice za razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju.

Da bi ugotovila turistične zmožnosti ozaljskega območja in pogled deležnikov na njen turistični razvoj, sem zastavila štiri raziskovalna vprašanja, na katera bom odgovorila v magistrskem delu. Program razvoja podeželja (Ruralni razvoj, brez datuma) zagotavlja podporo, s pomočjo katere je ozaljsko območje mogoče spremeniti v turistično destinacijo. Obstajajo tudi spodbude in izobraževanja lokalnih skupnosti, občin in turističnih skupnosti za razvoj podeželskega turizma in zanima me, v kolikšni meri se podpore dejansko uporabljajo, zato je prvo raziskovalno vprašanje:

RV1: Zakaj je kljub spodbudam in sofinanciranju ter naravnim in kulturnim znamenitostim ozaljsko območje kot turistična regija še vedno premalo razvita oziroma zakaj turistična ponudba ni razvita v skladu s svojimi potenciali?

Razvoj turizma ima pozitivne in negativne posledice. Da bi negativne posledice odpravili ali ublažili, jih je treba identificirati in pravočasno ukrepati. Analiza posledic bo prikazala nadaljnji želeni razvoj turistične destinacije v ozaljskem območju. Drugo raziskovalno vprašanje je:

RV2: Kakšne so pozitivne in negativne posledice razvoja turizma na ozaljskem območju?

Razvoj turistične destinacije ni mogoče brez skupnega delovanja lokalnih in zasebnih deležnikov, zato želim raziskati stališča deležnikov o razvoju ozaljskega območja, ali imajo enaka stališča pri razvoju turizma ter če so pripravljeni sodelovati pri razvoju. Zato si v nadaljevanju zastavljam tretje raziskovalno vprašanje:

RV3: Kako deležniki ocenjujejo razvoj turizma na ozaljskem območju in kakšni so njihovi načrti v prihodnje?

Poleg analize razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju bom kot primer dobre prakse analizirala Belo krajino, območje v jugovzhodni Sloveniji ob meji s Hrvaško ter predstavila razliko v ponudbi in povpraševanju ozaljskega območja in Bele krajine. Belo krajino sem izbrala kot primer dobre prakse, ker je sosednja regija z ozaljskim območjem in jih deli reka Kolpa, zaradi bistveno boljših turističnih števil v primerjavi z ozaljskim območjem in ker je leta 2010 reka Kolpa v Sloveniji postala nosilka prestižnega naziva

Evropska destinacija odličnosti (RIC Bela krajina, brez datuma). Zato je četrto raziskovalno vprašanje:

RV4: Kakšne so razlike v ponudbi in povpraševanju med Belo krajino in ozaljskim območjem (primerjava razvoja destinacije)?

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh vsebinskih sklopov. V prvem sklopu sem z deduktivno metodo predstavila pregled razpoložljive ustrezne znanstvene in strokovne literature o razvoju in vplivih podeželskega turizma ter hkrati destinacijskega managementa, razvoja trajnostnega turizma in pametne turistične destinacije. V drugem delu sem se osredotočila na pregled dosedanjega razvoja podeželskega turizma v ozaljskem območju, za kar sem analizirala predvsem sekundarne podatke, ki so dostopni na Državnem zavodu za statistiko, Ministrstvu za turizem Republike Hrvaške in drugih. Uporabila sem deskriptivne metode analize podatkov.

Nadaljevala sem z empirično raziskavo. Z modelom Buhalis 6A (2000) sem analizirala ozaljsko območje skozi šest elementov – atrakcije, dostopnost, infrastruktura, razpoložljivi paketi, aktivnosti in pomožne storitve. Hkrati sem analizirala ozaljsko območje kot pametno turistično destinacijo, torej ocenila pametnost ozemlja in vidike, ki jih je treba izboljšati. Ugotovila sem priložnosti in nevarnosti razvoja podeželskega turizma ozaljskega območja in Bele krajine. Predstavila sem sedanji in prihodnji strateški načrt, programe razvoja podeželja, sodelovanje deležnikov, turistično ponudbo in povpraševanje. Na podlagi analize primarnih in sekundarnih podatkov sem izdelala analizo SWOT ozaljskega območja s pomočjo štirih dejavnikov za identifikacijo strategije regije. Predstavila sem prednosti in slabosti, ki predstavljajo notranje značilnosti regije, ter priložnosti in nevarnosti, ki jih prinaša okolje.

Primarne podatke sem zbrala s poglobljenimi intervjuji s ključni deležniki. S strani lokalnih oblasti sem opravila intervjuje z županjo Ozlja, župani Žakanja, Ribnika in Kamanja ter z direktorico Razvojno informacijskega centra Bele Krajine in predstavnikom Turistične skupnosti območja Kolpe. Poleg lokalne uprave sem opravila intervjuje s ponudniki turističnih proizvodov na ozaljskem območju. Vsega skupaj sem opravila 11 intervjujev. Za identifikacijo morebitnih priložnosti in nevarnosti sem analizirala tudi razvoj podeželskega turizma v Beli krajini in predstavila primere dobre prakse, tako na eni kot na drugi strani reke Kolpe.

V prvem poglavju je predstavljen podeželski turizem oziroma je opredeljeno podeželsko območje in podeželski turizem, predstavljen je pomen trajnostnega razvoja, povezanost in vloga deležnikov ter vplivi podeželskega turizma. V drugem poglavju so predstavljeni trendi v turizmu, opredeljeni so sodobni trendi in megatrendi v turizmu, predstavljene specifične oblike turizma, nov turistični profil in motivi turistov, nato je predstavljen tudi pametni turizem. V tretjem poglavju je predstavljen model Buhalis 6A, v naslednjem poglavju pa empirična

raziskava. V petem poglavju so predstavljene glavne značilnosti turizma na ozaljskem območju in v Beli krajini, ozaljsko območje je analizirano kot turistična destinacija, predstavljene so prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti ozaljskega območja, nato pa je ozaljsko območje predstavljeno tudi kot pametna turistična destinacija. V zadnjem poglavju so predstavljeni rezultati raziskave. Za tem so napisani viri in literatura, ki so uporabljeni v magistrski nalogi, nazadnje pa so dodane priloge.

1 PODEŽELSKI TURIZEM

V prvem poglavju je predstavljeno podeželsko območje, na podlagi katerega je opredeljen podeželski turizem. Potem je predstavljena vloga in pomen trajnostnega razvoja v podeželskem turizmu, povezanost in vloga deležnikov, na koncu pa so predstavljeni vplivi podeželskega turizma, ki se delijo na okoljske, ekonomske in družbene.

1.1 Opredelitev podeželskega območja

Za opredelitev podeželskega turizma in njegovih značilnosti je treba najprej opredeliti pojem podeželsko območje. Treba je poudariti dejstvo, da ni univerzalne definicije podeželja. Page in Conelle (2014) poudarjata, da je podeželsko območje težko opredeliti zaradi svoje večdimenzionalne ter kompleksne in dinamične narave. Lukić (2012) navaja, da problematičnost definicije podeželja izhaja iz njene odvisnosti od diskurza interpretacije in namena definicije, specifičnega geografskega prostora ter od opredelitve urbanega kot referenčne točke. Določitev podeželskega območja je težavna zaradi dejstva, da ni enotne definicije, ki bi bila skupna vsem državam, ker se sami kriteriji razlikujejo od države do države (Tubić, 2015).

Za določitev tipov naselij se uporablja eno ali več od petih osnovnih meril (Tubić, 2015):

- velikost naselja (število prebivalcev ali stanovanj);
- gostota prebivalstva (število prebivalcev na enoto površine);
- upravni status naselja;
- socialno-ekonomska struktura in mobilnost prebivalstva (delež kmetijskega prebivalstva, sestava prebivalstva po sektorjih dejavnosti, dnevno kroženje zaposlenih, dijakov, študentov ipd.);
- mestna infrastruktura in morfološke značilnosti naselij.

Številni državni organi za določanje in opredelitev podeželskih območij najpogosteje uporabljajo merilo gostote prebivalstva, vendar ni posebne točke, ki bi označila mejo med mestnim in podeželskim prebivalstvom (Bartoluci, Hendija & Petračić, 2015). Vsaka država

ima avtonomijo pri postavljanju meje med podeželjem in mestom, kjer so velike razlike pri opredelitvi podeželskih območij po državah (Gartner, 2014).

V svetu se za določanje podeželskih območij najpogosteje uporabljajo kriteriji OECD, v Evropi pa kriterij Evropske unije (v nadaljevanju EU), ki temelji na gostoti prebivalstva (Defilippis, 2005). OECD (2019) opredeljuje podeželska območja z dvema osnovnima pristopoma:

- lokalne enote (npr. občine) opredelijo podeželje, če je njihova gostota pod 150 prebivalcev na kvadratni kilometer;
- regije so razvrščene po stopnji podeželja v naslednjih kategorijah:
- pretežno podeželska regija (angl. Predominantly Rural Region), če več kot 50 % prebivalstva regije živi v podeželskih enotah (z manj kot 150 prebivalci/km²);
- srednja regija (angl. Intermediate Region), če 15 do 50 % prebivalstva regije živi v podeželskih lokalnih enotah;
- pretežno urbana regija (angl. Predominantly Urban Region), če manj kot 15 % prebivalstva regije živi v podeželskih lokalnih enotah.

Ružić (2011) definira podeželje kot območje zunaj urbanih območij z nizko koncentracijo prebivalcev, kjer prevladuje zanimanje za kmetijstvo in je značilna posebna družbena struktura – običaji in identiteta podeželja. Enako opredeljuje podeželje kot območje, katerega gospodarski razvoj temelji na tradicionalnem kmetijstvu, ki je zunaj vpliva večjih mest in krajev, ki neposredno vplivajo na njegov razvoj, in so po značaju nasprotni mestnemu.

1.2 Opredelitev podeželskega turizma

Podeželski turizem je v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja postal svetovno rastoča dejavnost in se je zaradi oblikovanja novih oblik turizma, ki temeljijo na hitro rastočih tržnih nišah, ter zaradi razvoja trajnostnega turizma izkazal za izjemno pomembnega v celotnem razvoju turizma (Lane, Kastenholz & Carneiro, 2022).

Ker ne obstaja univerzalna definicija podeželja, ki bi bila skupna vsem državam, tudi ne obstaja univerzalna definicija podeželskega turizma, Robinson in Jamal (2009) navajata, da je podeželski turizem turizem, ki se odvija na podeželju, vendar se to, kar sestavlja podeželsko območje, med državami in celo znotraj države močno razlikuje.

Ena od osnovnih opredelitev podeželskega turizma je opredelitev OECD (2019), ki pravi, da se podeželski turizem nahaja na podeželskih območjih in je predvsem v funkciji kmetijstva. Trdno temelji na kmetijstvu s posebnostmi odprtega prostora, stika z naravo, podeželsko dediščino in družbo. Podeželski turizem temelji na dogovoru z okoljem in skupnostjo, v kateri

se odvija, skupnost pa naj bi imela manj kot 10.000 prebivalcev in naj bi vključevala kmetije v tem območju dela. Poudarek podeželskega turizma je osredotočen na vrsto trajnostnih podjetij in skupnosti na podeželju. Cilj podeželskega turizma pa je zagotoviti dolgoročno trajnost življenja v regiji v razvoju.

Po Smithu, MacLeodu in Hart Robertsonu (2010) podeželski turizem opisuje oblike turističnih dejavnosti, ki se odvijajo na podeželju in vključujejo lokalno kulturo, tradicijo in gospodarske dejavnosti ter dejavnosti na prostem in doživetja, ki se izvajajo v nemotenem podeželskem okolju. Pri tem ima lokalna skupnost pomembno vlogo pri zagotavljanju podeželskih proizvodov.

Lane (2005) navaja, da je podeželski turizem kompleksen in vsebuje številne dejavnosti, zato ga zamenjujejo z nekaterimi pojmi, kot so ekoturizem, kmečki turizem, agroturizem, doživljajski turizem, konjeniški, gastronomski in vinski turizem. Omenjeni izrazi so pravzaprav podsklopi podeželskega turizma. Ekoturizem je ekološko odgovorno potovanje v nedotaknjena naravna območja z namenom uživanja v naravi ter doživljanja preteklih in sedanjih kulturnih značilnosti. Kmečki turizem pa vključuje delo na kmetiji za prenočevanje ali dnevni obisk kmetije s poudarkom na lokalni tradiciji, medtem ko je agroturizem, ko turist obišče kmetijo z namenom izobraževanja, doživljanja in vključevanja v kakršne koli kmetijske dejavnosti (Irshad, 2010). Tubić (2019) tudi navaja, da je podeželski turizem najširši pojem, ki zajema vse turistične dejavnosti in storitve, ki se odvijajo na podeželju, vključuje torej vrsto oblik turizma, kot so kmečki turizem, zdravstveni turizem, lovski in ribiški turizem, kulturni turizem, športni turizem, pustolovski turizem in druge oblike.

UNWTO (brez datuma a) poudarja štiri ključne elemente, ki označujejo podeželski turizem:

- naravni podeželski viri (reke, jezera, gore, gozdovi itd.);
- podeželski način življenja (obrti, lokalne prireditve, gastronomija, tradicionalna glasba itd.);
- dediščina podeželja (tradicionalna arhitektura, zgodovina, gradovi, cerkve itd.);
- aktivnosti na podeželju (jahanje, lov, ribolov, pohodništvo, kolesarjenje, vodni športi in številne aktivnosti na prostem).

Po UNWTO (brez datuma a) ima podeželski turizem zaradi komplementarnosti z drugimi dejavnostmi, prispevka k BDP, ustvarjanja novih delovnih mest in zmožnosti zmanjšanja sezonskosti velik potencial za spodbujanje lokalne gospodarske rasti in družbenih sprememb.

Dandanes se vse več obiskovalcev odpravlja na podeželske turistične destinacije, da bi tam preživeli prosti čas in pobegnili od urbanega načina življenja. Vas in dejavnosti, povezane s podeželskimi gospodinjstvi, začenjajo privabljati vse več mestnega prebivalstva, zato se podeželski turizem vse bolj razvija in raziskuje (Dashper, 2014, str. 1–16). Demonja (2012)

navaja, da je cilj podeželskega turizma vrniti ljudi k tradicionalnim vrednotam in naravnemu okolju. Ob tem ugotavlja, da turizem na podeželju ni nastal kot potreba po novih turističnih kapacitetah, temveč kot potreba po ohranjanju in revitalizaciji, torej oživljanju in dajanju nove dodane vrednosti podedovani dediščini ter pristni promociji tradicionalnih znanj in veščin skozi organizacijo aktivne in izvirne turistične ponudbe.

Posebna privlačnost podeželja so družinske kmetije, kjer se v specifičnem naravnem okolju prideluje in ponuja naravna ter zdrava hrana, ki jo gostitelji pripravljajo na tradicionalen način. Zato razvoj turizma na podeželju spodbuja ohranjanje življenjskega sloga, tradicije in običajev, pa tudi izboljšanje kakovosti kmetijske proizvodnje in življenja nasploh (Kantar, 2015). Turizem na ta način dopolnjuje osnovno dejavnost družinskih kmetij, ki so ekonomsko uspešnejše prav zaradi uspešne kombinacije kmetijstva in turizma. Obiskovalce pritegne občutek svobode in varnosti, ki jih ponuja takšno okolje, uživanje v naravnih lepotah ob bivanju v zdravem in čistem okolju (Pakurar & Olah, 2008). Ponudba podeželskega turizma je pripravljena za vsakega gosta posebej, torej za posameznika, z različnimi dejavnostmi pa se poskuša posredovati in predstaviti način življenja lokalnega prebivalstva. Vključuje številne objekte, v katerih se gost počuti kot doma, in mu omogoča, da v celoti zadovolji vse potrebe, želje in motive za prihod na podeželsko destinacijo.

Fang (2020, str. 103–129) navaja, da ohranjanje podeželskega sveta skupaj z vsem, kar je pomembno z ekonomskega, socialnega in kulturnega vidika, pomeni začetek ter razvoj podeželskega turizma. Kataya (2021) nadaljuje in poudarja, da lahko turizem aktivno sodeluje pri ohranjanju trajnosti in stabilnosti podeželskih krajev, glede na to, da je pojav depopulacije vse izrazitejši z odhodom mladih v urbana območja in opuščanjem starih gospodinjstev.

1.3 Vloga in pomen trajnostnega razvoja v podeželskem turizmu

Najbolj citirana definicija trajnostnega razvoja je tista iz Brundtlandovega poročila (WTO, 2004), ki navaja, da je trajnostni razvoj proces zadovoljevanja potreb sedanjih generacij brez ogrožanja sposobnosti prihodnjih generacij, da zadovoljujejo lastne potrebe. Turizem in trajnostni razvoj sta medsebojno odvisna in pogojena globalna pojava. Po Laneju (2005) je bil koncept trajnostnega razvoja razvit za preprečevanje groženj, ki jih predstavlja nenadzorovan razvoj turizma, torej za povečanje ravni znanja in skrbi za okolje, na katerega turizem ni ostal imun. Enako trdi Bartoluci (2011), in sicer da je turizem pomembno prispeval k spoznanju potrebe po trajnostnem razvoju, saj ga najbolj zanima ravno trajnost vseh virov, ki so osnova njegovega razvoja in trajnosti. WTO (2004) opredeljuje trajnostni turizem kot doseganje ustreznega ravnovesja med okoljskimi, družbenimi in gospodarskimi vidiki razvoja turizma oziroma vzporedno ohranjanje naravne dediščine in biotske raznovrstnosti, ohranjanje materialne in kulturne dediščine ter odgovorna raba virov za dobiček v korist vseh deležnikov.

UNWTO (brez datuma b) nadalje opredeljuje trajnostni razvoj turizma kot del, ki zadovoljuje potrebe današnjih turistov in hkrati varuje prostor ter povečuje možnost trajnosti za prihodnost. Trajnostni razvoj turizma je projekt, ki upravlja vse vire na način, ki spoštuje omejitve ekonomske, družbene in estetske združljivosti, hkrati pa ohranja kulturno celovitost, bistvene ekološke procese, biotsko raznovrstnost in sisteme, ki podpirajo življenje.

Trajnostni razvoj turizma temelji na naslednjih treh integriranih elementih (UNWTO, brez datuma b):

- gospodarska dimenzija – pomeni doseganje dolgoročne gospodarske rasti in učinkovitosti ter socialno-ekonomskih koristi vseh vključenih turističnih akterjev z enakomerno porazdelitvijo bogastva;
- socialno-kulturna razsežnost – spoštuje družbeno-kulturno raznolikost in pristnost lokalne skupnosti, varuje njihovo materialno in nematerialno kulturno dediščino, tradicionalne vrednote ter prispeva k intelektualnemu razumevanju in strpnosti;
- ekološka razsežnost – pomeni optimalno rabo ekoloških virov kot temeljnih elementov razvoja turizma in varovanja ekoloških procesov, vključno z naravno dediščino in biotsko raznovrstnostjo.

Da bi trajnostni razvoj deloval, je treba najti ravnotežje med gospodarsko, družbeno-kulturno in ekološko dimenzijo. Zato lahko vidimo, da je cilj trajnostnega razvoja trojni in se kaže v zmanjševanju okoljske in kulturne škode, optimizaciji zadovoljstva obiskovalcev in maksimiranju dolgoročne gospodarske rasti regije.

Razvoj turizma na podeželju, ki bo dolgoročno trajosten, je treba načrtovati na način, ki bo upošteval lokalne značilnosti območja, na katerem se razvija (Smolčić Jurdana, Soklič Frleta & Đedović, 2018, str. 220–229). To pomeni, da takšen razvoj zagotavlja optimalno rabo naravnih virov in njihovo ohranjanje, nato spoštuje družbeno-kulturno pristnost lokalne skupnosti, zagotavlja in spodbuja ohranjanje njihovih kulturnih, arhitekturnih in tradicionalnih vrednot ter zagotavlja dolgoročno gospodarsko trajnost z zagotavljanjem socialno-ekonomskih koristi vsem deležnikom. Trajnostni razvoj podeželskega turizma pomeni nenehno rast in razvoj brez negativnih posledic na tiste dejavnike, na katerih temelji. Mihalič (2016, str. 461–470) navaja, da je trajnost le koncept, ki za implementacijo v prakso zahteva aktivno in odgovorno ravnanje, sodelovanje in soglasje ter podporo vseh deležnikov v turizmu.

Po drugi strani pa je turizem lahko prekomeren in se nanaša na prekomeren obseg turizma, ki se pojavi ob istem času na istem mestu in je prostorsko ter časovno determiniran (Mihalič, 2019). Prviloma se pojavlja v turistični sezoni in ima lahko efekt protiturizma, torej deluje proti nadaljnjemu razvoju turizma. Prekomerni turizem negativno vpliva na kakovost življenja v skupnosti in na izkušnjo obiskovalcev, kar ogroža prihodnje turistično poslovanje destinacije

oziroma lahko ogrozi ekonomsko trajnost turizma. Lahko pride do preobremenitve lokalne infrastrukture, škode za naravno okolje, negativni vplivi pa lahko zlahka poslabšajo kulturo in dediščino (WTTC & McKinsey & Company, 2017).

Trajnostni podeželski turizem ima lahko pomembno vlogo pri odzivanju na različne izzive, s katerimi se srečujejo podeželska območja. An in Alarcon (2020) navajata, da trajnostni podeželski turizem vodi k revitalizaciji podeželja, na primer z varovanjem kakovosti življenja prebivalcev, ohranjanjem tradicionalne kulture, ohranjanjem ekološkega okolja ter ustvarjanjem novih delovnih mest in povečevanjem prihodkov.

1.4 Povezanost in vloga deležnikov

Glavni deležniki razvoja podeželskega turizma so javni, civilni in zasebni sektor. Celostni pristop vključuje tudi uporabo kulturnih, družbenih, gospodarskih in naravnih virov kot sredstev za delo (Cawley & Gillmor, 2007, str. 316–337). Javna vlaganja v turistično infrastrukturo so eden od predpogojev za razvoj podeželskega turizma. Javne naložbe na podeželju so odvisne od strateške zavezanosti države, vlade, regij, predvsem pa lokalne skupnosti ter njene pripravljenosti, da se usmeri v turizem in prevzame vodilno vlogo pri razvoju ter integraciji podeželskega turizma (Ying & Zhou, 2007, str. 96-107). Zasebne iniciative in podjetniški podvigi ter lokalne iniciative in združenja, kot so lokalne akcijske skupine, so tudi predpogoj za razvoj podeželskega turizma, saj povezujejo podjetniške ideje in projekte z interesi vseh deležnikov podeželskega turizma (Gavrila Paven, 2015, str. 111–115).

Ritchie in Crouch (2003) trdita, da je razvojna politika podeželskih turističnih destinacij odgovornost deležnikov javnega sektorja, katerih cilj mora biti ustvarjanje okolja, ki zagotavlja največjo korist drugim deležnikom v destinaciji, hkrati pa zmanjšuje negativne vplive. Najpomembnejšo vlogo pri razvoju destinacije imajo občine in mesta, saj strateške odločitve (prostorska dokumentacija in raba zemljišč) ter vlaganja v javno infrastrukturo ustvarjajo priložnosti za razvoj poslovanja podjetnikov. Poleg občin in mest so dodana odgovornost destinacijske organizacije, katerih primarna vloga bi morala biti usklajevanje interesov in aktivnosti javnih ter zasebnih deležnikov v turizmu (Kompula, 2014, str. 361-371). Sistem upravljanja podeželskih destinacij je izjemno kompleksen in ne more delovati, torej maksimirati zadovoljstva obiskovalcev, če ne deluje kot skupek številnih elementov, ki so sinergijsko povezani in odvisni drug od drugega (Tubić, 2015). Ravno na ta način bo imel sistem upravljanja podeželske destinacije privlačno moč za obiskovalce, kar bo prispevalo k vrednotam podeželske destinacije.

Promocija turistične destinacije je predpogoj za razvoj podeželskega turizma in je v veliki meri odvisna od pripravljenosti lokalnih turističnih organizacij prevzeti vlogo destinacijskega menedžmenta in trženja. Za doseganje vzajemne koristi ta vloga zahteva sodelovanje z vsemi

deležniki, torej skupno upravljanje turističnih virov, trženje in pozicioniranje destinacije na trgu, s katerim se gradi identiteta in občutek lojalnosti turistične destinacije (Adeyinka-Ojo, Khoo- Lattimore & Nair, 2014).

1.5 Vplivi podeželskega turizma

Podeželski turizem se v razvoju srečuje z vse več razvojnimi, trženjskimi, menedžerskimi in splošnimi gospodarskimi težavami, hkrati pa na strani turističnega povpraševanja narašča zanimanje za tovrstne oblike turizma (Krajnović, Čičin-Šain & Predovan, 2011, str. 30–45). Razvoj turizma in s tem podeželja je odvisen od gospodarskega in družbenega razvoja v nacionalnem in mednarodnem kontekstu. Ne glede na to, ali se turizem razvija na mestnem ali podeželskem območju, predvideva gospodarske in negospodarske učinke, ki so koristni za vse udeležence na trgu, natančneje za zasebni, javni in neprofitni sektor ter lokalno prebivalstvo (Tubić, 2015). Koristi, ki izhajajo iz razvoja turizma, morajo biti usmerjene v lokalno skupnost, torej lokalno prebivalstvo turistične destinacije, saj poleg gospodarskih koristi nosijo in trpijo tudi negativne posledice razvoja turizma (Kesar & Rimac, 2011, str. 107–134).

1.5.1 Okoljski vplivi

Turizem na podeželju ima velik vpliv na okolje, ki s seboj prinaša tako pozitivne kot negativne vplive. Pozitivni vplivi se nanašajo na ohranjanje naravnih območij, zgodovinskih in arheoloških najdišč, izboljšanje kakovosti okolja in izboljšanje infrastrukture (Smolčić Jurdana, Soldić Frleta & Đedović, 2018, str. 220–229).

Opozoriti je treba na negativne učinke, ki jih prinaša razvoj podeželskega turizma, kot so okoljska škoda, onesnaženje, motenje divjih živali in uničenje habitata (Chang, Chien, Cheng & Chen, 2018). OECD (1994) navaja, da lahko pritok velikega števila turistov poruši naravno okolje in družbeno harmonijo podeželja. Ekološka degradacija in opustošenje okolja sta med največjimi problemi in pomanjkljivostmi, ki se pojavljajo kot produkt nenadzorovanega razvoja turizma na podeželju. Turizem ima lahko tudi urbani vpliv na podeželje, saj lahko spodbuja kulturne in gospodarske spremembe ter novogradnjo, kar vodi v izgubo podeželja (Lane, 2005).

Tveganje teh negativnih posledic je mogoče nadzorovati s sprejetjem močnega sklopa pobud, namenjenih ohranjanju naravnih virov in podpiranju trajnostnega razvoja na podeželju (Lane & Kastenholz, 2015). V skladu s tem bi moral biti glavni cilj preoblikovanja podeželskih regij v turistične destinacije dobro načrtovan, ob upoštevanju ustreznega vzdrževanja in zaščite podeželskih dobrin, kot so kmetijski in naravni viri, ekosistemi in čudovite pokrajine (Fang, 2020, str. 103–129).

1.5.2 Ekonomski vplivi

Na podeželju je podeželski turizem eden od osnovnih instrumentov za spodbujanje razvoja kmetijstva in drugih sorodnih panog, saj omogoča znatno širitev trga. Gospodarska korist oziroma učinek podeželskega turizma je viden v povečanju proizvodnje in dohodka v ruralnem okolju, kar je v sinergiji z investicijami in zaposlovanjem delavcev (Tubić, 2015). Smolčić Jurdana, Soldić Frleta in Đedović (2018, str. 220–229) izpostavljajo naslednje pozitivne ekonomske vidike:

- povečanje števila zaposlenih;
- spodbujanje lokalne proizvodnje;
- spodbujanje razvoja različnih gospodarskih dejavnosti;
- generiranje potrošnje in multiplikacijski učinek turistične potrošnje;
- ustvarjanje dohodka;
- spodbujanje naložb.

Po drugi strani pa se negativni ekonomski učinki nanašajo na neenakomernost uresničevanja učinkov med letom oziroma sezonskost. Razvoj turizma lahko povzroči opuščanje tradicionalnih poklicev, kar lahko posledično povzroči preveliko ekonomsko odvisnost od turizma in izgubo avtohtonih proizvodov, dvig cen proizvodov in storitev v turistični sezoni, uvoz proizvodov in storitev (Smolčić Jurdana, Soldić Frleta & Đedović, 2018, str. 220–229). Page in Conneli (2014) se prav tako sklicujeta na življenjske stroške in navajata, da lahko razvoj turizma na podeželju povzroči ustvarjanje ekonomskih stroškov, kot je povišanje cen lokalnih zemljišč in nepremičnin ter stanovanjskih stroškov (Page & Conneli, 2014).

1.5.3 Družbeni vplivi

Prebivalstvo, ki živi na določenem območju, je ključni nosilec razvoja turizma na podeželju, vendar potrebuje partnerje pri oblikovanju infrastrukture in turistične ponudbe, kot so prevozna podjetja, potovalne agencije, lokalne oblasti in drugi, ki omogočajo razvoj turizma na podeželju (Smolčić Jurdana, Soldić Frleta & Đedović, 2018, str. 220–229).

Tubić (2019) izpostavlja več pozitivnih koristi razvoja podeželskega turizma. Podeželski turizem spodbuja lokalno kulturo, zgodovino in tradicijo. Hkrati podpira in ohranja lokalne in edinstvene obrti in veščine ter povečuje prodajo umetniških in rokodelskih izdelkov, značilnih za posamezno podeželje. Podeželski turizem prispeva k izboljšanju obstoječih infrastrukturnih razmer (npr. rekonstrukcija prometne infrastrukture in izboljšanje komunalne infrastrukture), torej k izboljšanju življenjskih in delovnih pogojev, kar lahko v končni fazi prispeva k

ohranjanju obstoječega in privabljanju novega prebivalstva na podeželje in novih podjetij (Tubić, 2019).

Petrić (2006, str. 134–170) navaja naslednje pozitivne družbene vidike razvoja turizma:

- podpira lokalno zaposlovanje;
- izboljša demografsko sliko;
- ohranja kulturno identiteto;
- izboljšuje kakovost življenja;
- povečuje dostopnost različnih vsebin tako lokalnemu prebivalstvu kot turistom;
- diverzificira ali širi poslovanje obstoječih subjektov (npr. kmečke kmetije);
- prispeva k stabilizaciji njihovih dohodkov;
- turizem s pridobivanjem finančnih sredstev vpliva na izboljšanje videza lokalnega okolja in infrastrukture, kar pomeni vzdrževanje in izboljšanje videza stavb in podeželskega naselja nasploh;
- podeželskemu prebivalstvu, ki se pogosto počuti marginalizirano, vrača občutek ponosa in samozavedanja.

Poleg pozitivnih vidikov obstajajo tudi negativni družbeni učinki podeželskega turizma (Smolčić Jurdana, 2015):

- neenakomerna naseljenost;
- depopulacija;
- šibkejša gospodarska moč podeželskih družin;
- pomanjkanje institucionalne podpore;
- pomanjkanje veščin in znanja o informacijsko-komunikacijski tehnologiji (v nadaljevanju IKT);
- neustrezna marketinška aktivnost;
- sprememba ali izguba lokalne identitete in vrednot.

2 TRENDI V TURIZMU

Da bi turistična destinacija postala konkurenčna, mora slediti tržnim trendom in svojo ponudbo prilagajati novim turistom, ki iščejo nove vsebine ali novo izkušnjo. V tem poglavju bodo predstavljeni sodobni trendi in megatrendi v turizmu, nov turistični profil in motivi turistov. Nato bodo predstavljene specifične oblike turizma in na koncu pametni turizem. Navedeno prikazuje področja, ki so pomembna za razvoj turizma in z značilnostmi podeželskega turizma predstavljajo osnovo za nadaljnjo analizo razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju.

2.1 Sodobni trendi in megatrendi v turizmu

Horwath HTL (2015) je opredelil deset megatrendov, ki bodo vplivali na razvoj turizma. Pet megatrendov bo močno vplivalo na povpraševanje v turističnem sektorju (sivolasi turisti, generacija Y&Z, rastoči srednji razred, nastajajoče destinacije, politična vprašanja in terorizem), ostalih pet pa na ponudbo na turističnem trgu (tehnološka revolucija, digitalni kanali, zvestoba, zdravje in zdrav način življenja, trajnost). Tubić (2019) pravi, da so tehnološka revolucija, digitalni kanali in zvestoba medsebojno povezani in so prispevali k izboljšanju pogojev za turistična potovanja in doživetja. Povedano drugače, hiter razvoj tehnologije in dosežen vpliv v različnih sektorjih sta povzročila vse večjo in močnejšo prisotnost v turizmu ter potrebo po hitrem prilagajanju.

Poleg tehnološke revolucije, digitalnih kanalov, zvestobe, zdravja in zdravega načina življenja je megatrend tudi trajnost (Mihalič, 2019). Trajnost pravi, da morajo biti gospodarske, družbeno-kulturne in okoljske razsežnosti uravnotežene in morajo vključevati vse pomembne deležnike, pa tudi močno politično vodstvo, da bi zagotovili trajnostni razvoj turizma na dolgi rok. Po drugi strani pa je treba ohranjati tudi visoko raven zadovoljstva turistov. Podjetja, ki želijo povečati svojo konkurenčnost, bodo morala svoje poslovanje integrirati z informacijskimi sistemi. Takšen pristop bo zagotovil večjo interakcijo s skupinami potrošnikov in na koncu razvoj novih, inovativnejših tipov programov zvestobe, ki temeljijo na natančnih vpogledih v velike količine turističnih podatkov. Uporaba tehnik in kanalov Big Data zagotavlja globlje in ustrežnejše vpogleda, ki odpirajo celo vrsto novih priložnosti pri optimizaciji trenutne ponudbe, pa tudi inovativnosti (Horwath HTL, 2015).

Digitalno gospodarstvo močno vpliva na turistični sektor – preoblikuje proces komuniciranja s turisti in trženja turističnih storitev, odpira nove in kreativne načine zagotavljanja turističnih storitev ter izboljšuje izkušnjo obiskovalcev. Vendar pa se z rastjo turistične industrije povečuje pritisk na infrastrukturo, okolje, lokalne skupnosti in druge gospodarske sektorje. Hitra in nenačrtovana rast turizma lahko povzroči negativne posledice, kot so degradacija naravnih in zgodovinskih znamenitosti, spomenikov, javnih površin, prenatrpanost in preobremenjenost turistične infrastrukture in podobno. Vpliva tudi na vsakdanje življenje lokalnih prebivalcev (OECD, 2019). Zato OECD (2019) opozarja na razumevanje učinkov turizma, ki vplivajo na okolje in lokalno skupnost. Pravi, da je treba še pogosteje sprejeti konkretne ukrepe za vzpostavitev ravnovesja med gospodarskimi, okoljskimi in družbenimi učinki.

Vzpon digitalnih platform je povečal raznolikost in obseg turističnih produktov, storitev in doživetij, s funkcionalnostjo na zahtevo, ki pospešuje hitrost gospodarskih transakcij, tržno ozaveščenost in povratne informacije. Ti premiki so ustvarili nove priložnosti in izzive za mala ter srednja podjetja v turizmu, saj si prizadevajo izpolniti zahteve potrošnikov in doseči

nove trge (Dredge, Mahadevan, Meehan & Popescu, 2018). Od leta 2010 so napredki, kot so računalništvo v oblaku, mobilna in nosljiva tehnologija, obogatena in navidezna resničnost, GPS ter večja integracija in interoperabilnost digitalnih sistemov, olajšali medsebojne povezave med digitalnim in fizičnim svetom. V kombinaciji s sodelovalnimi platformami družbenih medijev in spletom, ki omogoča vsebino, ki jo ustvarijo uporabniki, so ti premiki odprli nove in inovativne priložnosti za razvoj izdelkov, ki so pospešile globalni doseg turističnih podjetij (Dredge, Mahadevan, Meehan & Popescu, 2018).

Pestek in Sarvan (2021, str. 245–250) poudarjata, da je eden najpomembnejših dosežkov na področju IKT, ki naj bi močno vplival na turistično industrijo, virtualna resničnost (v nadaljevanju VR). Razlog za to so številne možnosti, ki jih danes ponuja tehnologija VR, ki omogoča predvsem virtualne obiske resničnih turističnih destinacij. Tehnologija VR se občasno predstavlja kot nadomestek za realna potovanja, saj simulira situacije in kontekste iz resničnega življenja, zaradi česar je zelo močno orodje za zadovoljevanje potreb turistov. Tehnologija VR se razvija kot del pametnega turizma za zagotavljanje informacij o destinacijah in zanimivostih, hkrati pa kaže svoj potencial, da postane nova turistična storitev.

2.2 Nov turistični profil in motivi turistov

Sodoben turist je samostojen, odgovoren, aktiven in fleksibilen potrošnik, ki išče nove vsebine ali novo izkušnjo, ki je izven domene tradicionalnih turističnih produktov in storitev. Sodobni turisti potujejo, da bi zadovoljili eno ali več potreb, ki jih v kraju stalnega prebivališča ne morejo zadovoljiti, ali pa je zadovoljevanje teh potreb v turistični destinaciji privlačnejše ali ugodnejše (HTZ, 2014). Sodobni turistični potrošnik je izobražen, tehnološko naravnani, okoljsko ozaveščen in dinamičen turist, ki je zahteven pri razmerju med ceno in kakovostjo, pa tudi vrednosti za čas. Potuje vedno pogosteje, vendar krajše, je dobro obveščen in zaznamuje ga prefinjen občutek, ki je tesno povezan s tradicionalno idejo o »dobrih starih časih«. Zaradi vse večjega pomanjkanja prostega časa novi turisti svoj čas porabljajo skrbno in premišljeno (Hendija, 2011). Čavlek (2011) navaja, da je za današnjega turista značilna naraščajoča ozaveščenost o zdravem življenju in predvsem skrb za zdravo prehrano. Za potovanje porabijo več, ostanejo dlje časa, sodelujejo v različnih kulturnih ali naravnih aktivnostih, na enem potovanju združijo dve ali več destinacij in si prizadevajo za večjo varnost pri organizaciji potovanja.

Za boljše razumevanje vedenja novih potrošnikov oziroma novih turistov so naslednje glavne značilnosti vedenja novih potrošnikov, ki so razvrščene po naslednjih vidikih (Batat, 2011):

- izkustveno in hedonistično – potrošnik je čustvena oseba, ki išče občutljive izkušnje, interakcijo z izdelki in storitvami;

- odgovorno in etično – premišljen pristop k svojemu vedenju, potrošnik se zaveda svoje ekonomske moči in ravna po lastnem sistemu vrednot;
- postmoderno in paradoksalno – neodločno vedenje znotraj racionalnega ekonomskega sistema, ki zagotavlja manj čustev, simbolike in duha;
- kompetenten in opolnomočen – ima različne vrste znanja, zna izbrati, organizirati, kombinirati in integrirati nabor znanja v okolje;
- koprodukcija in participacija – aktivni pri ustvarjanju lastne kulture, vplivnejši in pogosto veljajo za resen vir informacij.

Po Dujmoviću (2014) je novi turist spontan, nepredvidljiv in išče neposreden stik s ponudnikom turističnih storitev. Strokovnim poročilom, brošuram in drugim oblikam oglaševanja ne zaupa, temveč svoje podatke zbira neposredno, večinoma po spletnem medmrežju in prek družbenih omrežij, kjer se povezuje z drugimi turisti in spoznava njihove turistične izkušnje.

Potujoči potrošniki se danes zelo razlikujejo od vseh drugih časov v zgodovini in v prihodnosti bodo razlike še izrazitejše. Razlike v vzorcih potovanj v naslednjem stoletju bodo bolj povezane s tem, kaj potrošniki iščejo v potovalni izkušnji kot pa z načinom potovanja (Stanciulescu, Molnar & Molnar, 2011, str. 245 – 249). V tabeli 1 je prikazan pregled razlik med starimi in novimi turisti, torej so prikazane spremembe v obnašanju in vrednotah turistov.

Tabela 1: Pregled razlik med »starimi« in »novimi« turisti

STARI TURISTI	NOVI TURISTI
Iščejo sonce.	Doživijo nekaj drugačnega.
Sledijo množici.	Želijo biti individualni in odgovorni.
Danes so tukaj, ne jutri.	Opazujejo in uživajo, nič ne škodijo.
Samo da pokažejo, da so bili.	Čisti užitek
Imeti	Biti
Superiornost	Razumevanje
Radi imajo atrakcije.	Obožujejo dejavnosti.
Predvidni	Pustolovski
Jedo v hotelu.	Poskušajo lokalno hrano.
Homogeni	Hibridni

Vir: Krivošejev & Rabasović (2020) po navedbah Poona (1993).

2.3 Specifične oblike turizma

Za množični turizem je značilna velika prostorska koncentracija ljudi iz vseh družbenih slojev med počitnicami, večinoma v poletnih mesecih. Tako lahko sklepamo, da osnova množičnega turističnega produkta temelji na formuli 3S – »sonce, morje in pesek«, ki je izrazito sezonske narave in simbolizira pasivno preživljanje časa turistov (Szuster, Lesar, Needham & Chen, 2021). Mihalič (2019) navaja, kako je nenehna rast turizma, ki jih poganja kapitalizem, privedla do množičnega turizma. Množični turizem je imel pozitivne učinke na samem začetku svojega razvoja, vendar je njegova pretirana in nenadzorovana rast povzročila neugodne posledice, predvsem v okolju (onesnaževanje okolja, opustošenje okolja). Delovanje turizma je bilo usmerjeno v ustvarjanje dobička, merilo se je izključno z ekonomskimi kazalniki in niso bili upoštevani vidiki trajnosti. Razvoj množičnega turizma je vplival na kakovost življenja lokalnega prebivalstva. Večina lokalnega prebivalstva je relativno malo oziroma skoraj ni aktivno sodelovala pri razvoju in ponudbi destinacij, zato niso prejeli ugodnosti, ki bi bila vzajemna s škodo, ki so jo utrpeli zaradi sprememb življenjskega sloga (Krivošejev & Rabasović, 2020).

Za alternativni turizem so značilna individualna potovanja in potovanja v manjših skupinah. Turisti so bolj odprti za aktivne počitnice in obiskujejo različne dejavnosti ter se z učenjem in zabavo udeležujejo lokalnega življenja gostitelja. Zaradi različnih interesov turistov in tudi možnosti turistične ponudbe alternativni turizem ni trdno vezan na sezono. Za razliko od množičnega turizma alternativni turizem ni usmerjen izključno v korist in zadovoljstvo turistov, temveč tudi v korist lokalnega prebivalstva, ki je aktivno prisotno pri razvoju in ponudbi destinacij. Prednost za lokalno prebivalstvo je dejstvo, da turizem lokalnemu prebivalstvu prinaša dodaten dohodek, izboljšuje kakovost življenja, ne da bi bistveno kršil tradicionalne vrednote okolja (Krivošejev & Rabasović, 2020).

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja so bile analizirane specifične motivacije turistov za prihod na določeno destinacijo, zato se je vse pogosteje začel uporabljati izraz specifične oblike turizma (Čavlek, 2011). Čavlek (2011) opredeljuje specifične oblike turizma kot ločeno skupino turističnih potovanj, ki so motivirana z glavnim, specifičnim motivom, s katerim turista kot potrošnika spodbuja k potovanju na destinacijo, ki ponuja natanko tisto, kar ga zanima (Krivošejev & Rabasović, 2020). Triarchi in Karamanis (2016) v svojem prispevku navajata razdelitev alternativnega turizma po naslednjih oblikah – ekoturizem, trajnostni turizem, pravična trgovina, skupnostni turizem, prostovoljski turizem, mirovni turizem in sejmski turizem. Navajata (Triarchi & Karamanis, 2016) tudi klasifikacijo alternativnega turizma po španskem inštitutu za napredne tehnološke raziskave iz leta 2001, po kateri so glavne oblike alternativnega turizma kulturni in zgodovinski turizem, zdravstveni turizem, konferenčno-kongresni turizem, športni turizem, ekoturizem in zabavni turizem.

Specifične oblike turizma ustvarjajo novo kakovost in dodano vrednost turističnega produkta ter zagotavljajo nadzorovan in dolgoročen razvoj destinacije, vendar ne morejo v celoti nadomestiti vloge množičnega turizma (Tubić, 2019). Hkrati pa specifične oblike turizma nudijo večjo možnost za udejanjanje (implementacijo) trajnostnega razvoja turistične destinacije kot pa množični turizem.

2.4 Pametni turizem

Sodobne tehnologije so pustile globok pečat na vseh področjih človekovega delovanja, eno izmed področij, kjer so te spremembe izrazito izrazite, pa je prav turizem. V turizmu se odražajo v intenzivni uporabi IKT v vseh fazah turističnega potovanja in postajajo sestavni del turistične izkušnje (Grzunov, 2020). Pametni turizem se je v zadnjih desetih letih pojavil kot posledica vpliva tehnologije na turizem in se nanaša na razumevanje turizma v novem kontekstu, v katerem je IKT že preoblikovala celotno panogo in transformiral obnašanje turistov (Femenia Serra, Baidal & Neuhofer, 2019). Z drugimi besedami, IKT so preoblikovale komunikacijo znotraj turističnih destinacij, načine, kako turisti organizirajo in načrtujejo svoja potovanja, in celo turistično izkušnjo (Gretzel, Xiang, Koo & Sigala, 2015).

Po mnenju Buhalisa in Amaranggana (2013) pametni turizem uporablja IKT za izboljšanje turistične izkušnje in izboljšanje lokalne kakovosti življenja. Povezuje se s konceptom pametne destinacije, ki uporablja IKT za podporo turistom pri načrtovanju potovanja in izbiri destinacije na udoben in trajnosten način. Pametna destinacija je destinacija, kjer so podjetja, uprave in turisti v nenehni interakciji z namenom neprekinjenega in interaktivnega izvajanja treh dejavnosti (Bulchand Gidumal, 2015):

1. Zbiranje podatkov o aktivnostih, ki potekajo na destinaciji, zbranih iz vseh možnih podatkovnih virov (nekateri so že na voljo, drugi se bodo izvajali posebej za ta namen).
2. Analiza širokega nabora podatkov, zbranih z različnimi inteligentnimi algoritmi za zaznavanje vzorcev obnašanja in poslovanja turistov v destinaciji za omogočanje predlaganja ukrepov za izboljšanje upravljanja destinacije in zadovoljstva turistov.
3. Izvedba ukrepov, ki so podvrženi analizi ekonomske, tehnične in finančne izvedljivosti za poboljšanje destinacije, jo naredijo trajnostnejšo in prilagodljivo potrebam in okusom turistov, ki lahko celo prilagodijo svoja doživetja – posledično dobijo turisti zadovoljivo bivanje, hkrati pa destinacija izboljša učinkovitost in uspešnost.

Lopez de Avila Munoz (2015) je pametno turistično destinacijo opredelil kot inovativen, vsem dostopen prostor, ki temelji na infrastrukturi naj sodobnejše tehnologije, ki zagotavlja trajnostni razvoj območja, omogoča obiskovalcu interakcijo in vpetost v okolje, povečuje kakovost njegove izkušnje v destinaciji in kakovost življenja lokalnega prebivalstva. Naštel je tudi številne strateške ukrepe, ki naredijo destinacijo pametno:

- spodbujanje javno-zasebnega partnerstva in določanje ciljev za izboljšanje pričakovanih rezultatov (z vidika konkurenčnosti, kakovosti, zadovoljstva itd.);
- usklajevanje javnih in zasebnih dejavnosti z različnimi stopnjami življenjskega cikla turistične destinacije in produktov;
- vzpostavitev celovitih sistemov zbiranja, analiziranja in distribucije informacij med vse udeležence turistične mreže, tako da se (z uvedbo novih kazalnikov) lahko odloča v realnem času;
- spodbujanje inovativnosti poslovnih modelov z izkoriščanjem prednosti novih IKT (v smislu nižje cene informacij, večjega povpraševanja, dinamike sodelovalnega dela v omrežjih ipd.);
- intenziviranje uporabe novih tehnologij za optimalen prispevek k različnim fazam turističnega potovanja in doseganje konkurenčnih ravni učinkovitosti pri trajnostnem upravljanju destinacije.

Destinacijski management družbe (v nadaljevanju DMC) ima pomembno vlogo pri destinacijskem upravljanju. DMC je turistično podjetje, ki je lahko na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni, ki uporablja svoje obsežno poznavanje lokalnih turističnih virov, ima strokovno osebje in razpoložljive druge potrebne vire za oblikovanje ter izvajanje storitev, povezanih s potovanji, bivanjem in različne aktivnosti v turistični destinaciji. Poleg tega da sami ustvarjajo nove turistične produkte, spodbujajo neposredne ponudnike posameznih storitev, da se hitreje prilagajajo potrebam povpraševanja (HTZ, 2014). Gretzel, Ham & Koo (2018) trdijo, da pametne turistične destinacije zahtevajo močno upravljavsko strukturo. Vlogo »pametnih« DMO opredeljujejo dejavnosti, kot so lobiranje in delno sponzoriranje razvoja pametne turistične infrastrukture, upravljanje podatkov o pametnem turizmu, spodbujanje razvoja in uporabe aplikacij, povezanih s pametnim turizmom v digitalnem poslovnem ekosistemu, zagotavljanje podpore turistom pri konzumiranju pametnih turističnih izkušenj in povezovanje pametnega turizma s splošno kakovostjo življenja in cilji trajnostnega razvoja.

3 MODEL BUHALIS 6A

Razvoj okvira za analizo uspešnosti turističnih destinacij je delo Buhalisa iz leta 2000, ki je z analizo komponent v razvoju destinacij opredelil šest dimenzij, ki opisujejo uspešne turistične destinacije. Turistična destinacija je sestavljena iz niza lastnosti, ki so specifične za destinacijo in jo delajo drugačno od drugih destinacij, torej ji dajejo edinstvenost, identiteto in osebnost. Buhalis (2000, str. 97-116) v svojih delih na kratko imenuje ta okvir 6A, katerega dimenzije so dostopnost, storitve, znamenitosti, pomožne storitve, aktivnosti in razpoložljivi paketi (angl. Accesibility, Amenities, Attractions, Ancillary services, Activities and Available packages):

- dostopnost se nanaša na celoten prometni sistem znotraj destinacije, ki ga sestavljajo razpoložljive poti, obstoječi terminali in ustrezen javni prevoz;
- storitve zaznamujejo vse storitve, ki omogočajo udobno bivanje, in sicer namestitvene, gastronomske in druge turistične storitve;
- znamenitosti so lahko naravne, umetne, kulturne, zgodovinske ali posebne prireditve;
- pomožne storitve so tiste vsakdanje storitve, ki niso prvenstveno namenjene turistom, kot so banke, pošte in bolnišnice;
- aktivnosti se nanašajo na vse razpoložljive dejavnosti v destinaciji, ki turiste predvsem spodbujajo k obisku destinacije, kot so vodni športi, pohodništvo, kolesarjenje in podobno;
- razpoložljivi paketi se nanašajo na razpoložljivost paketa storitev s strani posrednika za usmerjanje pozornosti turistov na določene edinstvene značilnosti zadevne destinacije.

Po Buhalisu (2000, str. 97-116) je turistična destinacija kombinacija vseh produktov, storitev in doživetij, ki se ponujajo na lokalni ravni, omogoča oceno vpliva turizma ter upravljanje povpraševanja in ponudbe z namenom maksimiranja koristi za vse deležnike. Slika 1 prikazuje model Buhalis 6A s svojimi dimenzijami. Za destinacije je pomembno, da pravilno vzdržujejo vsakega od svojih 6A, da bi bile zelo konkurenčne v panogi. Vendar pa morajo destinacije v procesu soustvarjanja razumeti, da je nujno med seboj povezati vse svoje deležnike, da se omogoči dinamičen proces soustvarjanja, ki bo povečal konkurenčnost destinacije (Neuhofer, Buhalis & Ladkin, 2012). Analiza turistične destinacije se uporablja za sprejemanje odločitev in zastavljanje ciljev za doseganje glavnega cilja – zadovoljstva turistov.

Slika 1: Model Buhalis 6A



Vir: lastno delo.

Po Buhalisejevi definiciji modela 6A so številni avtorji model 6A uporabljali pri svojih raziskavah v turizmu. Konkretnjšo in podrobnejšo elaboracijo Buhalisovega modela so

opredelili Tran, Huertas in Moreno (2017, str. 190 – 214), ki so opisali kategorije razvoja pametne turistične destinacije, ki so po Buhalisu povezane z omenjenimi dimenzijami uspešne destinacije, in pametne razvojne komponente za vsako od naštetih kategorij, skupaj 57 indikatorjev.

Za analizo modela Buhalis 6A sem uporabila podatke s spletnih strani občin, lokalnih portalov, spletnih strani podjetij javnega prevoza, uradnih spletnih strani zasebnikov in Turistične skupnosti območja Kolpe. Poleg naštetega je pomagalo osebno poznavanje ozaljskega območja.

4 EMPIRIČNA RAZISKAVA O TURISTIČNIH PRILOŽNOSTIH NA OZALJSKEM OBMOČJU

4.1 Namen, cilji in raziskovalna vprašanja

Ozaljsko območje spada med podeželska območja, ki s svojo turistično ponudbo temelji na naravnih in zgodovinskih znamenitostih. Po OECD (2019) se podeželski turizem nahaja na podeželskih območjih in trdno temelji na kmetijstvu s posebnostmi odprtega prostora, stika z naravo, podeželsko dediščino in družbo. Namen magistrskega dela je analizirati ozaljsko območje kot turistično destinacijo. Predvsem se želim osredotočiti na analizo turističnega povpraševanja in ponudbe različnih vrst turizma, med drugim predvsem podeželskega turizma. Pri analizi se želim osredotočiti tudi na ustreznost trenutne turistične ponudbe za sodobnega turista, torej analizirati pametnost turistične destinacije. Zhu, Zhang in Li (2014) definirata pametne turistične destinacije kot destinacije, ki uporabljajo razpoložljivo tehnologijo za soustvarjanje vrednosti, užitka in izkušenj za turiste. Pri tem bi morale pametne turistične destinacije konstruktivno sodelovati z lokalnimi deležniki, da bi zagotovile sodelovanje skupnosti.

V skladu z namenom magistrske naloge sem zastavila pet ciljev magistrskega dela. Prvi cilj se nanaša na analizo turistične ponudbe na ozaljskem območju za razvoj pametne turistične destinacije. Naslednji cilj je analizirati trenutno razvitost podeželskega turizma na ozaljskem območju. Tretji cilj se nanaša na identifikacijo prednosti in slabosti, ki zaznamujejo razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju, medtem ko je četrti cilj identifikacija interesov deležnikov za razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju. Peti cilj se nanaša na prihodnje razvojne smernice za razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju.

Da bi ugotovila turistične zmožnosti ozaljskega območja in pogled deležnikov na njen turistični razvoj, sem zastavila štiri raziskovalna vprašanja, na katera bom odgovorila v magistrskem delu, in sicer:

RV1: Zakaj je kljub spodbudam in sofinanciranju ter naravnim in kulturnim znamenitostim ozaljsko območje kot turistična regija še vedno premalo razvito oziroma zakaj turistična ponudba ni razvita v skladu s svojimi potenciali?

RV2: Kakšne so pozitivne in negativne posledice razvoja turizma na ozaljskem območju?

RV3: Kako deležniki ocenjujejo razvoj turizma na ozaljskem območju in kakšni so njihovi načrti v prihodnje?

RV4: Kakšne so razlike v ponudbi in povpraševanju med Belo krajino in ozaljskim območjem (primerjava razvoja destinacije)?

4.2 Metodologija raziskave

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh vsebinskih sklopov. V prvem sklopu sem z deduktivno metodo predstavila pregled razpoložljive ustrezne znanstvene in strokovne literature o razvoju in vplivih podeželskega turizma ter hkrati destinacijskega menedžmenta, razvoja trajnostnega turizma in pametne turistične destinacije. V drugem delu sem se osredotočila na pregled dosedanjega razvoja podeželskega turizma v ozaljskem območju in Beli krajini, za kar sem analizirala predvsem sekundarne podatke, ki so dostopni na Državnem zavodu za statistiko, SURS-u, Ministrstvu za turizem Republike Hrvaške in drugih.

Da bi odgovorila na raziskovalna vprašanja, sem uporabila nekaj metod. Pri prvem raziskovalnem vprašanju, zakaj je kljub spodbudam in sofinanciranju ter naravnim in kulturnim znamenitostim ozaljsko območje kot turistična regija še vedno premalo razvito oziroma zakaj turistična ponudba ni razvita v skladu s svojimi potenciali, sem uporabila primarne podatke, ki sem jih zbrala s polstrukturiranimi in strukturiranimi intervjuji ter s pomočjo analize SWOT. Na drugo raziskovalno vprašanje, kakšne so pozitivne in negativne posledice razvoja turizma na ozaljskem območju, sem odgovorila s polstrukturiranimi in strukturiranimi intervjuji. Na naslednje raziskovalno vprašanje, kako deležniki ocenjujejo razvoj turizma na ozaljskem območju in kakšni so njihovi načrti v prihodnje, sem odgovorila s polstrukturiranimi in strukturiranimi intervjuji ter z analizo SWOT. Na zadnje raziskovalno vprašanje, kakšne so razlike v ponudbi in povpraševanju med Belo krajino in ozaljskim območjem (primerjava razvoja destinacije), sem odgovorila z uporabo sekundarnih podatkov (DZS in SURS) in z uporabo polstrukturiranih in strukturiranih intervjujev.

Z metodo kompilacije sem izpostavila najpomembnejše turistične atrakcije ozaljskega območja. Metoda kompilacije je postopek prevzemanja tujih rezultatov znanstvenoraziskovalnega dela oziroma opažanj, stališč, zaključkov in spoznanj (Kothari, 2004). Nadaljevala sem z empirično raziskavo. Z modelom Buhalis 6A sem analizirala

ozaljsko območje, da bi prikazala konkretno sliko turistične destinacije, ki bo konkurenčna na turističnem trgu. Model Buhalis 6A je podrobneje razložen v poglavju 3. Za analizo modela Buhalis 6A sem uporabila podatke s spletnih strani občin, lokalnih portalov, spletnih strani podjetij javnega prevoza, uradnih spletnih strani zasebnikov in Turistične skupnosti območja Kolpe. Poleg naštetega je pomagalo osebno poznavanje ozaljskega območja.

Na podlagi analize primarnih podatkov iz intervjujev in opazovanjem ter sekundarnimi podatki – podatki statističnega urada in Strategije razvoja turizma Občine Žakanje od 2019 do 2024 sem izdelala analizo SWOT ozaljskega območja s pomočjo štirih dejavnikov za identifikacijo strategije regije. Analiza SWOT raziskuje prednosti (angl. Strengths) in slabosti (angl. Weaknesses) notranjega okolja ter priložnosti (angl. Opportunities) in nevarnosti (angl. Threats) zunanjega okolja, da odločevalcem omogoči, da najdejo najboljšo strategijo (Sammut Bonnici & Galea, 2015). Analiza SWOT te raziskave bo razdeljena v dve glavni kategoriji:

- Analiza notranjih dejavnikov – je analiza prednosti in slabosti znotraj sistema, ki ovirajo organizacijo pri doseganju ciljev. Najpomembnejši notranji dejavniki se nanašajo na cilje in strategije, tehnologijo in naloge, kadre, življenjski cikel turistične destinacije, produkte in lokacijo.
- Analiza zunanjih dejavnikov – je analiza ustreznih priložnosti in nevarnosti, ki jih predstavlja zunanje okolje. Priložnosti in nevarnosti veljajo za eksogene dejavnike, ki olajšajo in omejujejo sistem pri doseganju njegovih ciljev. Upoštevajo se različni dejavniki – ekonomski, socialni, politično-pravni, tehnološki, okoljski, etični in drugi.

Na podlagi analize SWOT sem naredila matriko TOWS oziroma oblikovala strategije ozaljskega območja. Matrika TOWS pomaga pri prepoznavanju povezav med prednostmi, slabostmi, priložnostmi in nevarnostmi ter zagotavlja osnovo za oblikovanje strategij o teh odnosih. Prikazuje, kako je mogoče zunanje priložnosti in grožnje, s katerimi se sooča določeno podjetje, primerjati z notranjimi močmi in slabostmi, kar povzroči štiri sklope alternativnih strategij (Wehrich, 1982):

- S – O strategija, uporabi prednosti za uresničevanje zunanjih priložnosti;
- W – O strategija, z manjšanjem notranjih slabosti izkorišča zunanje priložnosti;
- S – T strategija, notranje moči uporabi za zmanjšanje zunanjih nevarnosti;
- W – T strategija, z manjšanjem notranjih slabosti se izogne zunanjim grožnjam.

Primarne podatke sem zbrala s polstrukturiranimi in strukturiranimi intervjuji, ki sem jih razdelila v tri kategorije. Prva kategorija se nanaša na lokalne samouprave in skupnost na ozaljskem območju, druga kategorija na predstavnico Razvojno informacijskega centra Bele krajine in tretja na zasebnike na ozaljskem območju, ki se ukvarjajo s turizmom. S pomočjo prve in tretje kategorije intervjuvancev sem želela dobiti odgovore na prva tri raziskovalna

vprašanja, ki se nanašajo na poglede anketirancev na razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju, spodbude in sodelovanje med deležniki, načrte za prihodnost in razvoj turistične ponudbe ter stališča intervjuvancev o posledicah, ki bi jih imel razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju.

Na četrto raziskovalno vprašanje, ki se nanaša na razliko med ponudbo in povpraševanjem med Belo krajino in ozaljskim območjem, sem odgovarjala z uporabo vseh treh kategorij intervjuvancev. Z drugo kategorijo intervjuvancev pa sem želela dobiti celovito sliko Bele krajine, torej raziskati ponudbo Bele krajine kot turistične destinacije, povpraševanje po turistični destinaciji, vključenost organizacij in prebivalstva v izvajanje dejavnosti in oblikovanje ponudbe. Za odgovor na četrto raziskovalno vprašanje sem uporabila tudi sekundarne podatke, ki so dostopni na Državnem zavodu za statistiko za ozaljsko območje in za Belo krajino na SURS-u.

Da bi zbrane podatke lahko predstavila na razumljiv in jasen način, sem uporabila deskriptivno metodo analize podatkov. Deskriptivna metoda je raziskovalna metoda, ki se uporablja pri raziskovanju, da bi ocenili nekatere značilnosti določenega pojava ali problema; z drugimi besedami povedano – cilj je opisati stanje ali obnašanje niza spremenljivk (Nassaji, 2015, str. 129-132).

Deskriptivno metodo sem razdelila na naslednjih pet faz:

1. Identifikacija in razmejitev problemov – nanaša se na prej omenjena raziskovalna vprašanja
2. Razvoj in konstrukcija instrumentov – izbor intervjuja kot orodja za zbiranje podatkov
3. Opazovanje in beleženje podatkov
4. Dekodiranje in kategorizacija informacij – prepis podatkov v pisno obliko in organizacija pridobljenih podatkov po pomembnosti
5. Analiza – interpretacija in analiza glede na predmet raziskovanja

Za jasnejšo sliko o ponudbi in povpraševanju turističnih destinacij ozaljskega območja in Bele krajine je primerjava prikazana s sekundarnimi podatki v tabelah. Z uporabo koeficienta zasedenosti ležišč (1) sem izračunala zmogljivosti v nastanitvenih obratih na letni ravni za obe regiji. Koeficient zasedenosti ležišč pa se izračuna po naslednji formuli:

$$\text{Koeficient zasedenosti ležišč v \%} = \frac{\text{število prenočitev v določenem časovnem obdobju} \times 100}{\text{število ležišč} \times \text{določeno časovno obdobje (365 dni)}} \quad (1)$$

4.3 Izvedba intervjujev

Kvalitativne raziskave vključujejo zbiranje, analizo in interpretacijo podatkov, ki jih ni mogoče enostavno predstaviti s številkami. Ti podatki se nanašajo na družbeni svet ter koncepte in vedenja ljudi v njem (Anderson, 2010). Namen kvalitativne raziskave je povzeti izkušnje in občutke intervjuvancev, izraženih z lastnimi besedami, in s pomočjo njihovih odgovorov odgovoriti na raziskovalna vprašanja.

Z namenom boljšega vpogleda v problematiko razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju so bili izvedeni poglobljeni intervjuji. Za poglobljeni intervju je bil izbran polstrukturirani tip intervjuja, ki je vseboval niz odprtih vprašanj, ki so bila vnaprej določena. Polstrukturirani tip intervjuja sem imela s prvo in drugo kategorijo intervjuvancev, za tretjo pa sem naredila strukturirani intervju. Vsega skupaj je bilo opravljenih enajst intervjujev. Vprašanja za intervju so bila razdeljena v tri kategorije:

- Prva kategorija se je nanašala na lokalne samouprave in skupnost – županjo Ozlja, župane Kamanja, Žakanja in Ribnika ter predstavnika Turistične skupnosti področja Kolpe (priloga 1).
- Druga kategorija se je nanašala na vprašanja za predstavnico Razvojno informacijskega centra Bele krajine (priloga 2).
- Tretja kategorija je bila namenjen zasebnikom na ozaljskem območju, ki se ukvarjajo s turizmom (priloga 3).

Podatki o intervjuvancih so podani v tabeli 2. Za sodelovanje v intervjujih v prvi kategoriji smo prosili pet oseb in odzvali so se vsi. Pogovori z ozaljsko županjo, župani Kamanja, Žakanja in Ribnika so bili opravljeni v živo junija 2021, intervju s predstavnikom Turistične skupnosti področja Kolpe pa marca 2022, tudi v živo. Intervjuji so trajali od 45 minut do ure in pol. Vsi intervjuji so bili s privolitvijo udeležencev posneti in nato prepisani. Intervju za drugo kategorijo je bil s predstavnico Razvojno informacijskega centra Bela krajina izveden aprila 2022 s pomočjo aplikacije Google Meets. Intervju je trajal uro in 15 minut in je bil s privolitvijo udeleženke posnet ter nato pretvorjen v pisno obliko.

V tretji kategoriji intervjuvancev oziroma zasebnikov, ki se ukvarjajo z dejavnostjo, povezano s podeželskim turizmom, je bilo vprašanih 22 oseb. Zahteva z vprašanji je bila poslana po elektronski pošti v začetku marca 2022 in do začetka aprila 2022 je na vprašanja odgovorilo pet oseb. Zasebne kontakte sem pridobila na spletni strani Turistične skupnosti področja Kolpe. Štiri osebe so odgovorile po elektronski pošti, medtem ko sem z eno osebo naredila intervju prek telefonskega klica.

Tabela 2: Podatki o vzorcu in izvedbi intervjujev

	PODATKI O INTERVJUVANCU	PODATKI O INTERVJUJU
Intervjuvanec 1	župan občine Kamanje	Intervju opravljen 15. 6. 2021, v živo, trajanje: 1h 25 min.
Intervjuvanec 2	župan Občine Žakanje	Intervju opravljen 19. 6. 2021, v živo, trajanje: 45 min.
Intervjuvanec 3	županja mesta Ozalj	Intervju opravljen 21. 6. 2021 v živo, trajanje: 1h 5 min.
Intervjuvanec 4	župan Občine Ribnik	Intervju opravljen 22. 6. 2021 v živo, trajanje: 50 min.
Intervjuvanec 5	predstavniki Turistične skupnosti področja Kolpa	Intervju opravljen 15. 3. 2022 v živo, trajanje: 45 min.
Intervjuvanec 6	lastnica apartmaja Arcadia	Intervju opravljen 16. 3. 2022 prek el. pošte.
Intervjuvanec 7	lastnica Beert&ja Beach Bara	Intervju opravljen 16. 3. 2022 prek el. pošte.
Intervjuvanec 8	solastnik restavracije Doris	Intervju opravljen 17. 3. 2022 prek el. pošte.
Intervjuvanec 9	solastnica vinske kleti Leščanec	Intervju opravljen 19. 3. 2022 prek el. pošte.
Intervjuvanec 10	vodja Srca prirode Srakovčič	Intervju opravljen 25. 3. 2022 prek telefonskega klica, trajanje: 20 min.
Intervjuvanec 11	Oddelek za razvoj in promocijo turizma Bele krajine – RIC Bela krajina	Intervju opravljen 8. 4. 2022 prek aplikacije Google Meets, trajanje: 1h 15 min.

Vir: lastno delo.

4.4 Omejitve raziskave

Problem, s katerim sem se srečala pri opravljanju intervjujev, se nanaša na opravljanje intervjujev pri drugi kategoriji intervjuvancev. Od 22 oddanih prošenj za sodelovanje se je odzvalo le pet oseb, zato vzorci raziskave predstavljajo le del možnih odgovorov oziroma mnenj, dobljeni rezultati pa niso posplošeni.

Vprašanja za intervju so bila intervjuvancem poslana po elektronski pošti in le-ti so imeli možnost, da sami odločijo, kako želijo opraviti intervju – odgovoriti po elektronski pošti, telefonu, video klicu ali v živo. Štirje intervjuvanci so se odločili odgovoriti na vprašanja po elektronski pošti in en intervjuvanec se je odločil za telefonski intervju. Večji odziv bi bil, če bi se z vsako osebo posebej po telefonu dogovorila, kako bo intervju opravljen. Tudi z izvajanjem intervjujev v živo bi dobili jasnejše in širše informacije, morebitne nejasnosti v temah pa bi bile takoj odpravljene.

Kljub težavi, na katero sem naletela pri analizi, sem prejela poglede intervjuvancev na razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju.

5 ANALIZA TURIZMA NA OZALJSKEM OBMOČJU

Ozaljsko območje se nahaja na celinski Hrvaški, natančneje v Karlovški županiji. Za ozaljsko območje štejemo občine, ki so v času Jugoslavije pripadale občini Ozalj, ki je danes razdeljena na mesto Ozalj ter občine Kamanje, Žakanje in Ribnik. Ozaljsko območje leži ob spodnjem toku reke Kolpe, ki delno tvori naravno mejo z Republiko Slovenijo. Poleg Kolpe se v regiji nahajajo še druge atrakcije, kot so jama Vrlovka, staro mestno jedro Ozalj in Ribnik, vinogradi na območju Vivodine in Vrhovca, pohodniške in kolesarske poti ter tudi bogata kulturna dediščina (Općina Žakanje, 2019).

Glede na popis prebivalcev iz leta 2021 je imelo mesto Ozalj 5.836 prebivalcev, občina Kamanje 825 prebivalcev, občina Žakanje 1.734 prebivalcev in občina Ribnik 361 prebivalcev. Skupno je imelo leta 2021 ozaljsko območje 8.756 prebivalcev, kar je približno 8 % v Karlovški županiji. Po drugi strani pa je v letu 2011 ozaljsko območje imelo skupaj 10.072 prebivalcev, pri tem pa lahko opazimo zmanjšanje celotnega prebivalstva v letu 2021 glede na leto 2011 za približno 15 % (DZS, brez datuma a).

Relief območja je gričevnat z zmerno blagimi in zmerno strmimi pobočji, manjšimi planotami s številnimi vrtačami, kar otežuje uporabo kmetijske mehanizacije. Ravni teren in položna pobočja se uporabljajo za obdelavo zemlje (koruza, žita, krompir in drugo). Ob ugodni lokalni klimi in na položnih pobočjih brez vrtač so ugodni pogoji za sadjarstvo. Območja jugozahodnih krakov žumberško-samoborskega hribovja, torej blagih hribov vivodinsko-vrhovaškega vinograda, pa so pokrita z 80 ha vinogradov (Općina Žakanje, 2019).

Z globalnim načinom življenja, migracijami, odpiranjem cest in železnic so postali ljudje postopoma bolj odprti za nove ljudi, ideje in inovacije. Lokalno prebivalstvo zdaj začne razumeti, da je kombinacija kmetijstva in turizma dobra kombinacija in da so koristi možne. Lokalno prebivalstvo na ozaljskem območju je za razvoj podeželskega turizma spodbudil tudi primer dobre prakse – Bele krajine v Sloveniji. Bela krajina je območje v jugovzhodni Sloveniji in sosednje območje ozaljskega območja, ki ju deloma deli naravna meja – reka Kolpa. Slovenska obala ob reki Kolpi je veliko razvitejša kot hrvaška obala. Razvoja turizma v Beli krajini se bomo dotaknili v poglavju Osnovne značilnosti turizma v Beli krajini.

Deležniki na ozaljskem območju so županji občin Kamanje, Žakanje, Ribnik in mesta Ozalj. Poleg župani, aktivna je Turistična skupnost področja Kolpe in LAS Vallis Colapis ter ostali ponudniki, ki se ukvarjajo s turistično dejavnostjo na ozaljskem območju.

5.1 Turistična ponudba in povpraševanje

Ozaljsko območje ima veliko prostora za razvoj podeželskega turizma. Najpomembnejše turistične atrakcije ozaljskega območja so reka Kolpa, jama Vrlovka ter stari mestni jedri Ozalj in Ribnik. Omenjene turistične atrakcije so največkrat omenjene zanimivosti, ki so pridobljene z metodo kompilacije. Omenjene turistične atrakcije delajo ozaljsko območje najprepoznavnejšo in privabljajo največ turistov, hkrati pa so tudi najbolj medijsko pokriti. Tudi Turistična skupnost območja Kolpe (intervjuvanec 5) najbolj promovira omenjene atrakcije.

Reka Kolpa je najdaljša reka, katere izvir in ustje se nahajata znotraj administrativnih meja Hrvaške. Dolga je 294 kilometrov, zaradi česar je tretja reka z najdaljšim vodotokom na Hrvaškem. Kolpa ima kraški izvir, ki je od leta 1963 zaščiten kot naravni spomenik in se nahaja v Gorskem kotarju v Narodnem parku Risnjak (Crorivers, brez datuma). Tretjina njenega vodotoka predstavlja naravno mejo s Slovenijo. Reka Kolpa je primerna za vožnjo s kanujem, kajakaštvo in v zadnjem času za supanje. V poletnih mesecih je reka Kolpa primerna za kopanje, vzdolž hrvaške in slovenske obale pa se nahajajo številne plaže. V zadnjih letih je bilo na slovenski obali reke Kolpe zgrajenih več kampov in počitniških domov v turistične namene (SURS, 2022 a). Trenutno na ozaljskem območju ob reki Kolpi ni kampov, ampak je predvidena izgradnja s strani več zasebnikov.

Poleg plavanja in vodnih športov je Kolpa bogata z ribami in je primerna tudi za športni ribolov. V reki najdemo številne vrste rib, kot so postrvi, krapci, somi, mreje in kleni. Na ozaljskem območju deluje Športno ribiško društvo Ozalj, ki organizira ribiška druženja in tekmovanja. Kolpa je bila včasih bogatejša z ribami, katerih število se je z gradnjo hidroelektrarn zmanjšalo. Na ozaljskem območju sta dve hidroelektrarni. Ob tem je treba izpostaviti hidroelektrarno Munjara, ki je ena najstarejših na Hrvaškem. Zgrajena je bila leta 1908 in prav Munjara je prvič z elektriko osvetlila mesto Karlovac. Munjara je bila zgrajena na naravnem rečnem slapu in tako ne moti nadaljnjega toka reke (Crorivers, brez datuma).

Na reki Kolpi je zgrajenih več čistilnih naprav, s katerimi se vse odpadne vode iz kanalizacijskega sistema očistijo in obdelajo po zakonsko predpisanih parametrih. Reka Kolpa je s časom postala čistejša, na kar poleg čistilnikov vpliva tudi vedno manj tovarn, tiste, ki pa so se obdržale, pa so bile prisiljene spremeniti svoj neekološki način odlaganja odpadnih snovi (Udruga gradova, brez datuma; Ministrstvo za naravne vire in prostor, 2011).

Jama Vrlovka se nahaja v občini Kamanje ob reki Kolpi in je bila leta 1962 zaščiten kot geomorfološki spomenik narave. Raziskana je v dolžini 380 m², 330 m² pa je urejenih v turistične namene. Jama je pomembno arheološko najdišče od obdobja eneolitika, prek antike do srednjega veka. Najbolj znana arheološka najdba je steklenica iz Vrlovke, ki je ena

najrepresntativnejših keramičnih najdb lasinjske kulture. Jama Vrlovka je ena najstarejših znanih jam na Hrvaškem, ki že več kot 150 let pritegne pozornost zgodovinarjev, arheologov in naravoslovcev ter izletnikov, planincev in ljubiteljev narave (Općina Kamanje, brez datuma).

Staro mestno jedro Ozlja se nahaja na apnenčasti skali in jo omejuje reka Kolpa. Prvi zgodovinski zapisi o mestu segajo v leto 1244 in kot lastniki so se izmenjevale najmočnejše fevdalne družine, kot so Zrinski in Frankopani (Grad Ozalj, brez datuma). V 17. stoletju je Ozalj doživel svoje najsvetlejše obdobje in postal neuradno hrvaška prestolnica. V Ozlju je takrat vladal ban Petar Zrinski, kulturno življenje pa je zaznamoval ozaljski knjižni in jezikovni krog. S tragično smrtjo bana Petra Zrinskega in grofa Frana Krste Frankopana leta 1671 je bil razcvet mesta na silo prekinjen. V 18. stoletju sta ga nova lastnika Perlas in Batthyani temeljito obnovila ter za seboj pustila današnji baročni videz mesta. Danes je staro mestno jedro Ozalj lepa izletniška točka, kjer se združita naravna in kulturna dediščina. V prostorih mestnega jedra se nahaja Zavičajni muzej (pokrajinski muzej), ki je bil ustanovljen leta 1971. V muzeju so dragoceni eksponati iz časa Zrinskih in Frankopanov, zbirka hladnega in strelnega orožja, cerkveni in sakralni eksponati, artefakti in dela slavne slikarke Slave Raškaj.

Drugo staro mestno jedro poleg Ozlja je staro mestno jedro Ribnik, edina ohranjena nižinska trdnjava na Hrvaškem. Ob mestnem jedru Ribnik izvira potok Obrh, ki je služil za oskrbo z vodo v primeru nevarnosti. Če bi sovražnik prišel v mesto, bi zaprli strugo potoka in potem bi nastal ribnik, grad pa bi postal otok. Staro mestno jedro Ribnik so v 13. in 14. stoletju imeli knezi Babonići in ban Mikac, konec 14. stoletja pa knezi Frankopani, ki so zaslužni za današnjo podobo mesta. Konec 16. stoletja je bilo mesto v lasti Zrinskih, pozneje pa se je zamenjalo več lastnikov. Med lastniki je bila tudi občina Ribnik, ki je leta 2002 mesto prodala družini, ki je lažno trdila, da pripada plemiški krvi Frankopanov (Dvorci i stari gradovi, 2019). Sedanje vodstvo občine Ribnik si prizadeva, da bi staro mestno jedro Ribnik vrnilo v vodenje občini Ribnik, da bi grad lahko obnovili in odprli za javnost.

Nastanitvene zmogljivosti igrajo pomembno vlogo pri zadrževanju gostov. Na ozaljskem območju se je v letu 2021 v primerjavi z letom 2019 povečalo število turističnih objektov za najem in število ležišč.

Po statističnih podatkih Državnega urada za statistiko je bilo na ozaljskem območju v letu 2019 registriranih 34 turističnih objektov za najem s skupno 314 ležišči, v letu 2021 pa je bilo registriranih 47 turističnih objektov s skupno 391 ležišči, kar je približno 20 % več ležišč v primerjavi z letom 2019. Največje število registriranih ležišč v letu 2021 beležijo v mestu Ozalj s skupno 196 ležišči, sledi Občina Ribnik s 164 ležišči, Kamanje s 23 ležišči in najmanj Žakanje z 8 ležišči. V mestu Ozalj ter občinah Kamanje in Ribnik je bil v letu 2021 pozitiven

trend povečevanja ležišč v primerjavi z letom 2019, medtem ko je le Občina Žakanje zabeležila negativen trend, torej zmanjšanje števila ležišč s 15 postelj v letu 2019 na 8 postelj v letu 2021.

Najbolj zastopane kmetijske dejavnosti na ozaljskem območju so poljedelstvo, govedoreja, sadjarstvo in vinogradništvo. Kmetijska proizvodnja temelji na družinskih kmetijah, ki večinoma obdelujejo zemljo za lastne potrebe. V tabeli 3 je prikazano število registriranih kmetijskih gospodarstev posamično za mesto Ozalj ter občine Kamanje, Žakanje in Ribnik.

Na podlagi tabele 3 je razvidno, da imata največ registriranih kmetijskih gospodarstev mesto Ozalj 373 in občina Žakanje 183, najmanjše pa občini Kamanje 36 in Ribnik 42 družinskih kmetij. Gledano po registriranih dejavnostih je na ozaljskem območju skupno registriranih 16 družinskih kmetij, ki opravljajo gostinsko-turistične storitve na družinskih kmetijah. Ozalj ima registriranih 15 družinskih kmetij in Kamanje eno družinsko kmetijo, v Ribniku in Žakanju pa ni registriranih družinskih kmetij, ki bi se ukvarjale z omenjeno dejavnostjo.

Tabela 3: Število registriranih družinskih kmetij na ozaljskem območju v letu 2021

Organizacijska oblika	Status	Število organizacijskih oblik kmetijskih gospodarstev po mestih in občinah				
		Ozalj	Kamanje	Žakanje	Ribnik	Ozaljsko območje skupaj
družinska kmetija		373	36	183	42	634
družinska kmetija	izvajanje gostinske in turistične storitve	15	1			16

Vir: APPRRR (2021).

Skupno število prihodov turistov v ozaljsko območje v letu 2019 znašalo je 4.843 turistov in je bilo realiziranih skupno 10.984 prenočitev (DZS, brez datuma b). V letu 2021 je bilo na ozaljskem območju skupno 3.884 prihodov turistov z 8.955 prenočitvami. Po teh podatkih ozaljsko območje beleži v letu 2021 padec števila prihodov v primerjavi z letom 2019 za 20 %, število prenočitev pa za 18 %. Največje število prihodov beležijo v Ozlju, ki je v letu 2019 predstavljalo 53 % vseh prihodov na ozaljskem območju in 50 % vseh prenočitev, v letu 2021 pa 66 % prihodov turistov in 60 % vseh nočitev na ozaljskem območju. Največja povprečna doba bivanja je zabeležena v Kamanju v letih 2019 in 2021 – v letu 2019 je bilo 3,6, v letu 2021 pa se je povečalo za 4,9. Na ozaljskem območju je število prenočitev ob prihodu v letu 2021 ostalo enako kot v letu 2019, in sicer 2,3.

Tabela 4 prikazuje število prihodov in nočitev domačih ter tujih turistov na ozaljskem območju po občinah v letu 2021. Največ prihodov in prenočitev turistov na ozaljskem območju so v letu 2021 ustvarili tuji turisti. Po podatkih lahko ugotovimo, da so tuji turisti v letu 2021 na ozaljskem območju zabeležili večje število prihodov kot domači turisti. Tujih turistov je bilo 74 %, domačih pa 26 %. Večje je bilo tudi število prenočitev tujih turistov v primerjavi z domačimi, tujih turistov je bilo 77 %, domačih pa 23 %. Večje število prihodov in prenočitev tujih turistov je bilo zabeleženo v vseh občinah na ozaljskem območju.

Tabela 4: Prihodi in nočitev domačih in tujih turistov na ozaljskem območju v letu 2021

Mesto/Občina	PRIHODI TURISTOV		NOČITEV TURISTOV	
	DOMAČI	TUJI	DOMAČI	TUJI
Ozalj	646	1.902	1.262	3.835
Kamanje	66	93	131	651
Žakanje	z	z	z	z
Ribnik	306	871	672	2.404
OZALJSKO OBMOČJE	1.018	2.866	2.065	6.890

Opomba: z – podatki niso objavljeni zaradi zaupnosti.

Vir: DZS (brez datuma b).

V ozaljskem območju je prisotna sezonskost, predvsem v juliju, avgustu in septembru. V nadaljevanju bom predstavila podatke o številu prihodov in prenočitev turistov za leto 2021 po mesecih.

Iz tabele 5 lahko razberemo, da je bilo na ozaljskem območju največ prihodov turistov v mesecu avgustu, skupaj 1.385, s skupno 3.422 prenočitvami. Poleg avgusta izstopata še julij s skupno 968 prihodi turistov in 1.929 prenočitvami ter september s 492 prihodi turistov in 1.091 prenočitvami. Najmanj prihodov in prenočitev turistov pa beležijo januar, februar in marec. Januarja je bilo 9 prihodov turistov s skupno 29 prenočitvami, februarja 35 prihodov turistov s 76 prenočitvami, marca pa 33 prihodov z 51 prenočitvami. Glede na podane podatke vidimo, da je v ozaljskem območju prisotna sezonskost.

Tabela 5: Število prihodov in nočitev turistov v ozaljskem območju po mesecih za leto 2021

Mesec	OZALJ		KAMANJE		ŽAKANJE		RIBNIK		OZALJSKO OBMOČJE	
	Število prihodov	Število nočitev	Število prihodov	Število nočitev	Število prihodov	Število nočitev	Število prihodov	Število nočitev	Število prihodov	Število nočitev
januar	9	29	z	z	-	-	-	-	9	29
februar	35	76	z	z	-	-	-	-	35	76
marec	33	51	z	z	-	-	-	-	33	51
april	97	231	z	z	-	-	41	77	138	308
maj	102	231	z	z	-	-	z	z	102	231
junij	198	459	13	37	z	z	51	140	262	636
julij	587	984	28	192	z	z	353	753	968	1.929
avgust	893	1.725	37	353	z	z	455	1.355	1.385	3.433
september	328	709	19	80	-	-	145	302	492	1.091
oktober	127	317	z	z	z	z	93	306	220	623
november	81	181	z	z	z	z	z	z	81	181
december	58	104	12	28	-	-	-	-	70	132

Opomba: z – podatki niso objavljeni zaradi zaupnosti; - - ni pojava.

Vir: DZS (brez datuma b).

5.2 Model Buhalis 6A

V tem poglavju bom z uporabo modela Buhalis 6A analizirala dostopnost, storitve, znamenitosti, pomožne storitve, aktivnosti in razpoložljive pakete ozaljskega območja.

5.2.1 Dostopnost

Ozaljsko območje se nahaja v severozahodnem delu Karlovške županije ob spodnjem toku reke Kolpe in njenega desnega pritoka Dobre. Reka Kolpa predstavlja delno naravno mejo z Republiko Slovenijo. Položaj ozaljskega območja je pomemben, ker se nahaja na križišču najpomembnejših prometnih vozlišč. Državna cesta povezuje občini Žakanje in Ribnik z mestom Karlovac in mejo z Bosno in Hercegovino. Državna cesta je za to območje posebnega pomena od leta 2012, ko je bil odprt razcep Novigrad na Dobri, ki se povezuje z avtocesto A1 (Zagreb–Split) in A6 (Zagreb–Reka). Državna cesta je z odprtjem priključka Novigrad na Dobri postala najkrajša povezava med srednjo Evropo in obalnim območjem južno od Reke.

Druga pomembna cesta je državna cesta, ki povezuje občino Žakanje z občino Kamanje, mestom Ozalj in županijskim središčem, mestom Karlovcem (Općina Žakanje, 2019).

Poleg državnih in županijskih cest obstaja na ozaljskem območju veliko število nerazvrščenih lokalnih cest, ki večinoma zadovoljujejo potrebe lokalnega prebivalstva. Obstajajo pa nekateri odseki neuvrščenih cest, ki niso dovolj široki, pločnik je poškodovan in ne obstaja oziroma je nezadostna prometna signalizacija. Neuvrščene ceste so večinoma prisotne na dostopu do kopališč.

Na ozaljskem območju obstaja šest mejnih prehodov, od katerih je eden stalni mednarodni mejni prehod za mednarodni potniški in tovorni promet v cestnem prometu, štirje prehodi so stalni mejni prehodi za obmejni promet in eden je stalni mednarodni železniški prehod.

Ozaljsko območje prečka železniška proga (Karlovac – Ozalj – Kamanje – Bubnjarci – državna meja), ki se nadaljuje na slovensko omrežje železnice Metlika–Ljubljana. V letu 2021 sta bila ob sobotah dva vlaka na relaciji Karlovac–Bubnjarci in dva na relaciji Bubnjarci–Karlovac, ob nedeljah pa je vozil le en vlak na relaciji Karlovac–Bubnjarci in Bubnjarci–Karlovac. Med šolskim letom je med tednom na teh progah od pet do šest vlakov, v poletnih mesecih oziroma šolskih počitnicah pa se število vlakov zmanjša.

Tako kot železniški promet tudi javni avtobusni promet ni v dobrem položaju. Avtobusni promet ob koncih tedna in v poletnih mesecih sploh ne obratuje. Med šolskim letom sta dve liniji v delovnih dneh tedna, in sicer na relacijah Jurovski Brod–Karlovac in Ozalj–Karlovac ter tri linije Karlovac–Jurovski Brod in Karlovac–Ozalj.

Mesto Karlovac ima dobro železniško in avtobusno povezavo z mestom Zagreb. Na navedeni progi dnevno vozi več kot 20 avtobusov in 17 vlakov. Na drugi strani pa je slabša železniška povezava z Reko, z le enim vlakom na dan in približno 20 avtobusi (Putovanica.net, brez datuma). Da se pride do ozaljskega kraja z vlakom ali avtobusom, je treba prestopiti v mestu Karlovac, od koder vozijo zgoraj omenjeni lokalni vlaki in avtobusi na ozaljsko območje (HŽPP, brez datuma). Povezava med ozaljskim območjem in najbližjima letališčema, letališčem Franjo Tuđman Zagreb in letališčem Rijeka/Krk I, nima direktne povezave, ampak je treba prestopiti, torej z avtobusom do Zagreba in Reke ter nato z drugimi vlaki ali avtobusi, da se pride do ozaljskega območja. Enako velja za letališče Jožeta Pučnika Ljubljana.

V večjih mestih je večja koncentracija ljudi, ki iščejo oddih od mesta ob koncih tedna. Glede na prostorsko lego ozaljskega območja je prednost bližina večjih mest. Mesto Zagreb in Ozalj si delita 27 km zračne razdalje in 64 km cestne razdalje, Reko in Ozalj loči 55 km zračne razdalje in 126 km cestne razdalje, Ljubljano in Ozalj loči 55 km zračne in 115 km cestne razdalje. Iz Zagreba do ozaljskega območja je vožnja z avtobusom in vlakom uro in pol, z Reke z avtobusom dve uri in 15 minut, z vlakom pa štiri ure (HŽPP, brez datuma). Iz

Ljubljane do ozaljskega območja se vozi tri ure z vlakom, medtem ko iz Ljubljane ni mogoče priti z avtobusom zaradi nepovezanosti Metlike s Hrvaško. Zgornji izračuni ne prikazujejo čakalne dobe pri prestopih, ampak aktivno vožnjo (Putovnica.net, brez datuma). Po drugi strani pa se do ozaljskega območja najhitreje pride z avtomobilom. Ozaljski kraj z mestom Zagreb je oddaljen uro vožnje z avtomobilom, Reka in Ljubljana pa približno uro in pol.

Če pogledamo povezavo z atrakcijami na ozaljskem območju, jih je mogoče obiskati le z avtomobilom. Trenutno ni lokalnih avtobusov ali vlakov, ki bi bili primerni za obisk turističnih atrakcij na ozaljskem območju.

V okviru projekta Karlovske županije *Srečanje z reko* (hrv. *Susret s rijekom*) so bila združena tri mesta – Karlovac, Ozalj in Ogulin ter območja ob njihovih rekah. Cilj projekta je bil povečati turistično privlačnost tega območja s predstavitvijo izobraževalnih vsebin, z uporabo sodobnih tehnologij in multimedijskih vsebin, da bi uporabniki in turisti na edinstven način doživljali reke in njihovo biotsko raznovrstnost. S tem projektom je v središču Ozlja postavljena multimedijska informacijska tabla, ki vsebuje osnovne informacije o mestu, turistični ponudbi kraja, fotografije, različne igre in aplikacijo za pošiljanje razglednic. Poleg multimedijske table je na ozaljskih sprehajališčih postavljenih še dodatnih pet informativnih tabel (Pandipad, brez datuma).

WiFi4EU je pobuda Evropske komisije, ki spodbuja brezplačen dostop do spleta za državljane in obiskovalce v notranjih in zunanjih javnih prostorih, kot so parki, trgi, javne zgradbe, knjižnice, zdravstveni domovi in muzeji (European Commission, brez datuma). Mesto Ozalj je s projektom zagotovilo skupno 14 dostopnih točk Wi-Fi na 11 lokacijah. Pet dostopnih točk pokriva notranje prostore, devet pa zunanje javne površine. V občini Kamanje je brezplačen spletni dostop na voljo na sedmih lokacijah, v Žakanju na desetih, v občini Ribnik pa na štirih lokacijah.

Družbena omrežja igrajo vse pomembnejšo vlogo na področju spletnega iskanja informacij. Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, je večina informacij o atrakcijah, vsebini, znamenitostih, dogodkih in podobno na ozaljskem območju dostopna na spletni strani in družbenih omrežjih Turistične skupnosti področja Kolpe. V okviru Turistične skupnosti področja Kolpe deluje družbeno omrežje Visit Kupa (https://web.facebook.com/visitkupa/?_rdc=1&_rdr; <https://www.instagram.com/visitkupa/?Hl=hr>), kjer so na voljo informacije o aktualnih dogodkih, izdelkih in storitvah ob reki Kolpi ter druge zanimive vsebine. Za dogodke in manifestacije, ki se organizirajo na ozaljskem območju, obstaja tudi profil na družbenih omrežjih, prek katerega potencialne obiskovalce obveščajo o sami vsebini.

5.2.2 Storitve

Ozaljsko območje ponuja namestitev v počitniških hišah, hotelih, hostlih, apartmajih, eko vilah, sobah, kampih in motelih. Namestitev je mogoče rezervirati neposredno pri gostitelju ali prek turistične agencije za oddajo rezervacije. Turistična skupnost območja Kolpe se ukvarja tudi s promocijo turističnih objektov za najem. Na ozaljskem območju je bilo v letu 2021 registriranih 47 turističnih objektov za najem s skupno 391 ležišči. Ozalj je imel 30 turističnih objektov za najem s skupno 196 ležišči, Kamanje 6 objektov s skupno 23 ležišči, Žakanje 3 objekte s skupno 8 ležišči in Ribnik 8 objektov s skupno 164 ležišči.

Na ozaljskem območju je skupno 15 lokalov, ki se delijo na restavracije, bistroje, zastavljalnice in domače kmetije. Domače kmetije in restavracije se med seboj razlikujejo po tem, da restavracije ponujajo hitro prehrano, kot so pice, mesne jedi, hamburgerji in podobno, domače kmetije pa so usmerjene izključno v domačo in tradicionalno hrano, pridelano iz lastnih kmetij in vrtov.

5.2.3 Znamenitosti

V prejšnjem poglavju sem predstavila turistične potenciale, reko Kolpo, jamo Vrlovko in staro mestno jedro Ozlja in Ribnika, po katerih je ozaljsko območje najprepoznavnejše. Turistična skupnost območja Kolpe tako kot turistične potenciale promovira tudi dodatne zanimivosti in dogodke z namenom predstavitve ponudbe ozaljskega območja potencialnim turistom in obiskovalcem. V tem delu bom predstavila dodatne zanimivosti in dogodke, ki dopolnjujejo turistično destinacijo.

Ozaljsko območje je bogato z naravnimi lepotami, gozdovi, potoki, reko, vinogradi na območju Vivodine in Vrhovca ter gričevji. Na istem območju živijo različne živali, izpostaviti je treba volkove, rise in medvede, ki so strogo zaščitene živalske vrste in jih najdemo na ozaljskem območju (Općina Žakanje, 2019).

Poleg jame Vrlovke so na ozaljskem območju še druga jamska najdišča, jamsko najdišče Grabrak med Žakanjem in Breznikom ter Metlička jama pri Lipniku, skupaj tri jame, s tem da je v turistične namene odprta le jama Vrlovka. Na ozaljskem območju obstajata dve vzdrževani mestni jedri – staro mestno jedro Ozalj, ki je odprto za turistične namene, ter staro mestno jedro Ribnik. Obstajajo tudi redki ostanki drugih treh zgradb – grad in posestvo Bubnjarci, gradova Jurovo in Šimunec, kar priča o tem, da je ozaljsko območje bilo nekoč dom hrvaških plemiških družin, med katerimi sta najbolj znani Zrinski in Frankopan (Općina Žakanje, 2019).

Nad jamo Vrlovka se nahaja multimedijijski center Arheološki park Vrlovka, ki je nastal v okviru projekta čezmejnega sodelovanja med Hrvaško in Slovenijo, Misterion – »Doživetje skrivnosti vode«. Cilj projekta je bil izkoristiti kulturno-zgodovinsko dediščino jamskega najdišča Vrlovka in njegov arheološki pomen, ki presega lokalne in državne meje, ki bo temeljil na najnovejših odkritjih in bo dal dodano vrednost samemu jamskemu objektu kot pomembnemu lokalnemu turističnemu potencialu (Općina Kamanje, brez datuma). Projekt je trenutno delno izveden in v parku je možno skozi sprehod s filmi 3D pokukati v preteklost jame in izvedeti zanimivosti o zgodovini najdenih predmetov v njej. Osnova projekta arheološkega parka je oblikovanje interaktivne in sodobne predstavitve arheološke dediščine, v kateri bodo obiskovalci s pomočjo multimedijijske aplikacije za razširjeno resničnost (AR) doživeli najmanj 20 arheoloških najdb. Hkrati je predvidena interaktivna aplikacija za pametne telefone in spletne aplikacije, ki bi obiskovalcem omogočala izobraževanje in informiranje o arheološki dediščini na najdišču prek spletnih platform in pametnih telefonov, kot tudi s pomočjo tablic, ki bodo na voljo na samem kraju.

Kot je navedeno v poglavju Predstavitev turističnih potencialov, se v starem mestnem jedru Ozlja nahaja Zavičajni muzej, v središču mesta Ozlja pa hidroelektrarna Munjara. Obe znamenitosti sta odprti za obiskovalce. Poleg omenjenih znamenitosti je v Ozlju tudi Etno park Ozalj, muzej, kjer je predstavljena tradicionalna arhitektura in uporabni predmeti predindustrijskega vsakdana. Muzej vsebuje zbirko stanovanjskih in gospodarskih poslopij, notranjščine nizkih kmečkih sob, kuhinj in shramb z avtentičnim inventarjem, ki pričajo o vse redkejših primerih tradicionalne podeželske gradnje (Travel Croatia Live, brez datuma).

Na ozaljskem območju je veliko cerkva in kapelic, ki so še danes ohranjene in so najlepši primeri stavb iz zgodovine. Cerkev sv. Vida se nahaja v Ozlju in na cerkvenem pokopališču je zadnje počivališče slikarke Slave Raškaj in hrvaškega bana Nikole Tomašića, rojenega pri Ozlju. Izpostaviti je treba kapelo sv. Franje v Loviću Prekrškem, ki je najlepši primer baročne zgradbe na Hrvaškem, župnijsko cerkev Marijinega imena v Kamanju, ki se nahaja v središču vasi in je bila zgrajena v duhu neoromanike in neogotike. Glede na vire Sinode Zagrebške nadškofije je na ozaljskem območju trenutno šest župnijskih cerkva, ena je tudi pavlinski samostan, in 52 kapel (Zagrebačka nadbiskupija, brez datuma).

Po drugi strani pa se na ozaljskem območju številni dogodki odvijajo večinoma v poletnih mesecih. V nadaljevanju bom predstavila nekatere izmed njih. Eden od dogodkov, ki se odvija na ozaljskem območju, je Štrudlafest. Gre za dogodek, ki je prvič potekal leta 2016, vsako naslednje leto pa je širil svoj program in privabljal vse več obiskovalcev. Leta 2015 so v Jaškovem pri Ozlju izdelali najdaljši jabolčni zavitek na svetu. Zavitek je bil dolg 1.479,38 m in se je vpisal v Guinnessovo knjigo rekordov. Jabolčni zavitek oziroma štrudelj je tako postal prepoznavna blagovna znamka te regije, Štrudlafest pa se je razvil v enega najpomembnejših gastronomskih dogodkov v Karlovški županiji. Štrudlafest spremljajo različne aktivnosti, kot

so Štrudla by Bike, Teden štrudljev Karlovške županije, Art apetit z domačim štrudljem, Štrudlafest Piknik, Štrudlafest by Boat in delavnice gastro štrudljev (Štrudlafest, brez datuma).

Festival DOK (Dnevi občine Kamanje) je tridnevni festival, ki poteka vsako leto že od leta 2015, in sicer v začetku septembra v mestu Kamanja. Cilj festivala je s pomočjo različnih dogodkov (glasbenih, likovnih, naravoslovnih in zabavnih) napolniti občino Kamanje z odličnim vzdušjem. V letu 2021 je festival vključeval nordijsko hojo, kolesarjenje, zip-line, sejem družinskih kmetij, čarovniško predstavo, umetniško delavnico, koncerte, obisk Arheoparka in ostale zanimivosti. Festival je napolnjen s programom za vse generacije, slogan festivala pa je »Festival dobre volje za ljudi dobre volje« (Laić, 2021).

Vivodinski dnevi vina so tradicionalna večdnevna prireditev, ki je v letu 2022 potekala že 30-krat. Ob dnevu vina se v Vivodini zberejo vinarji iz ozaljsko-vivodinskega, vrhovaško-krašiškega področja vinogradov ter iz Slovenije. Vinska razstava ocenjuje vina, večinoma mlada do treh let, vedno več pa je tudi starejših vin. Vinski del spremljajo gastronomska ponudba in zabavne vsebine (KA portal, 2021b).

Leta 2021 je v Karlovški županiji na pobočjih Vivodine v Krajinskem parku Žumberško-Samoborsko gorje prvič potekala turistična enogastronomska prireditev Wine and Walk. V sklopu dogodka sta se ob sprehodu predstavila vinogradniško območje in lokalna enogastronomija. Cilj dogodka je bil uživati ob degustaciji številnih kakovostnih vin in domačih dobrot (Karlovački, 2022).

Kestenijada Via Ribnik je zabavna in poučna, hkrati pa najmlajša prireditev na ozaljskem območju, ki se odvija v starem mestnem jedru Ribnika. Via Ribnik poleg kostanja spremlja celodnevni program, posvečen zgodovini, kulturi, športu in gastronomiji. Dogodek vključuje stare športne igre, lokostrelski turnir in treking z baklami. Lokalne družinske kmetije predstavljajo svoje izdelke, kar jim poleg prodaje lastnih izdelkov, torej zaslužka, omogoča dodatno oglaševanje. Program spremlja izobraževalna plat, lokalna akcijska skupina predstavlja družinskim kmetijam aktualne natečaje in možnosti sofinanciranja ter spodbud projektov (Turističke priče, 2021).

V poletnih mesecih poteka Spust po Kolpi, ki je enodnevni rafting po reki Kolpi. Športno društvo Pravutina vsako leto zbere prek 400 udeležencev, katerih cilj so rekreacija, druženje in počitek. Spust po Kolpi je namenjen vsem starostnim skupinam, ljubiteljem narave, zabave in rekreativcem. Spust je dolg približno 17 kilometrov in traja približno 7 ur. Gre za največjo tovrstno rečno manifestacijo na celinski Hrvaški, spremlja pa ga tudi najvišja stopnja varnosti (Spust po Kupi, brez datuma).

Na ozaljskem območju obstajata dva tekaška dogodka. Ozalj & Vrhovac Trail je športna prireditev, ki poteka vsako poletje sredi julija in na kateri se tekmuje v treh kategorijah – na 25

km, 15,5 km in rekreativno na 6 km. Dirka poteka po gričevju vrhovaških vinogradov, gozdnatih predelih Naravnega parka Žumberk–Samoborsko gorje, skozi Lović Prekrši, dolino reke Kolpe, po starem mestnem jedru Ozlja in se konča v Vrhovcu. Drugi dogodek je Run of Heart, ki ga obeležuje dan pred Štrudlafestom v Jaškovem. Tek ima poseben značaj z vključevanjem invalidnih otrok in odraslih invalidov v skupnost ter oblikuje odnos skupnosti do njih kot do enakopravnih članov družbe. Run of Heart je dogodek, organiziran po konceptu tekaškega dogodka Run of Spirit, ki že leta poteka v Berlinu (Štrudlafest, brez datuma).

5.2.4 Pomožne storitve

Pomožne storitve so storitve, ki podpirajo primarne vsebine v turizmu. V turistični destinaciji so zelo pomembne, saj poskrbijo za varnejšo in udobnejšo turistično izkušnjo. Pomožne storitve vključujejo banke, pošne storitve, zdravstvene storitve, trgovino in drugo.

Na ozaljskem območju deluje banka z dvema poslovalnicama v Ozlju in Žakanju, kjer je možno kupovati in prodajati denar v domači ter tuji valuti. Poleg banke so bankomati za dvig gotovine v domači valuti, natančneje v Žakanju, Jurovskem Brodu, Kamanju in Ozlju. Občina Ribnik ni pokrita z bančnimi storitvami, vsekakor pa ima prednost bližina poslovalnice v Žakanju. Poleg bank so na ozaljskem območju tudi štiri pošte, in sicer v Ozlju, Kamanju, Žakanju in Ribniku.

Z zdravstveno oskrbo ozaljsko območje pokriva Zdravstveni dom Ozalj, ki je za nujne primere odprt 24 ur na dan. Za druge primere skrbijo družinski zdravniki v Ozlju, Kamanju in Žakanju. Zdravila so na voljo v lekarnah Žakanje in Ozalj po delovnem času.

Ozaljska regija je dobro pokrita z živili in vrsto izdelkov za gospodinjstvo, ki turistom omogoča dostop do najosnovnejših izdelkov. Na ozaljskem območju je za dodatne informacije o turistični destinaciji, dogodkih in drugih programih zadolžena Turistična skupnost področja Kolpe. Razpoložljivost pomožnih storitev na ozaljskem območju pa so vidne prek platforme Google Maps.

5.2.5 Aktivnosti

Turiste pritegne možnost izvajanja različnih dejavnosti, ki jih turistična destinacija omogoča. Obala reke Kolpe je urejena in na kopališčih je poleg kopanja in plavanja možno preživeti aktiven oddih z drugimi vodnimi aktivnostmi. Kot ene izmed najbolj iskanih dejavnosti na Kolpi je treba izpostaviti ribolov, kanuing, kajak, rafting in sup. Na ozaljskem območju je možno najeti opremo za vodne športe le na dveh mestih. V občini Žakanje je aktivno

družinsko podjetje, ki se ukvarja z najemom kanujev in čolnov za rafting, v središču Ozlja ob reki Kolpi pa je možen najem kajakov.

Ozaljsko območje je posejano s številnimi vasmi, zelenimi dolinami, griči, vinogradi in gozdovi, kar je odlično izhodišče za kolesarski turizem. Na ozaljskem območju je sedem kolesarskih poti, ki se nahajajo ali delno potekajo skozi ozaljsko območje, s pomočjo dogajanja Študla by Bike pa so bile razvite še tri dodatne kolesarske poti – v Jaškovem, Vrhovcu in Žakanju (Cycling Adventure, brez datuma).

Poleg vodnih aktivnosti in kolesarskih poti obstajajo na ozaljskem območju tudi pohodniške poti. Pohodniške poti ponujajo priložnost za rekreacijo v naravi in privabljajo pohodnike, rekreativce, ljubitelje narave in nordijske pohodnike. Poti potekajo skozi hribovite pokrajine vinogradov, travnikov in gozdnih gričev, na katerem je tudi gastronomska ponudba domačih kmetij.

Sredi maja 2015 je bilo v Kamanju odprto športno plezališče s šestimi plezalnimi smermi, različnih težavnostnih ocen od 4a do 7b. Odprtje plezališča daje priložnost za razvoj športnega plezanja na območju Kamanja in Karlovške županije (KA portal, 2015). Pri Ribniku že leta obstaja motokros proga, ki privablja domače in tuje obiskovalce, med letom pa so organizirana tekmovanja v več kategorijah.

Adrenalinski park Ozalj je bil odprt maja 2021, da bi dopolnil ponudbo širšega ozaljskega območja. Adrenalinski park je idealen za ljubitelje adrenalinskega turizma in za tiste, ki želijo poskusiti pri premagovanju različnih ovir. Park omogoča tudi razvoj novih telesnih sposobnosti obiskovalcev, sestavljen pa je iz različnih na višini postavljenih ovir (KA portal, 2021a). V večjih mestih na ozaljskem območju obstajajo igrišča za nogomet, odbojko, košarko, tenis in balinišče.

5.2.6 Razpoložljivi paketi

Na ozaljskem območju je možnost sprejemanja turističnih paketov izjemno nerazvita. Informacije o aktualnih dogodkih, aktivnih počitnicah, restavracijah in drugem so na voljo, kot je že navedeno na spletni strani in družbenih omrežjih Turistične skupnosti področja Kolpe. Ista stran ne zagotavlja možnosti spletne rezervacije storitve, ampak usmerja na kontakt posrednika.

Srce prirode Srakovčić kot edino s storitvijo namestitve in gastronomije ponuja različne druge možnosti, povezane z enodnevnimi izleti in aktivnimi počitnicami. Za posrednika je najeta turistična agencija iz Karlovca. Srce prirode Srakovčić v svoji ponudbi dnevnih izletov vključuje obisk starega mestnega jedra Ozlja, degustacijo vin v Vivodini, šolo jahanja, rafting

na Mrežnici, vožnjo z ladjo, obisk sladkovodnega akvarija Aquatika in druge storitve. Drugi najemniki prenočišč na ozaljskem območju nimajo vključene možnosti rezervacije dodatnih paketov, v katere bi se lahko vključili potencialni turisti, da bi doživeli destinacijo.

5.3 Spodbude in sofinanciranja

Po drugi strani pa je tisto, kar lokalne skupnosti, občine in turistična skupnost zagotavljajo lokalnemu prebivalstvu za razvoj podeželskega turizma, spodbujanje in izobraževanje. Za leto 2022 je bilo po Programu podpore turizmu na območju mesta Ozlja zagotovljenih 50.000 kun oziroma približno 6.600 EUR za podporo razvoju podeželskega turizma. Sofinanciranje je bilo namenjeno naslednjim dejavnostim (TZP Kupa, 2022): investicije v nove nastanitvene kapacitete, promocijske aktivnosti, vlaganje in opremljanje turističnih objektov, adaptacija tradicionalnih objektov, izobraževanje, najem avtomobilov in podpora za izboljšanje pogojev obstoječe kategorizacije. Podpora je bila namenjena registriranim turističnim objektom na območju mesta Ozalj.

Z namenom krepitev evropske politike razvoja podeželja, izboljšanja življenjskih razmer na podeželju in poenostavitve njenega izvajanja je bil ustanovljen Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja (EUR – Lex, 2022).

Države članice EU financiranje EPFR izvajajo prek programov razvoja podeželja. Program razvoja podeželja je sestavljen iz 19 ukrepov, namenjenih zmanjševanju gospodarskih razlik med podeželskimi območji v EU. Ukrepi M6 – »Razvoj kmetijskih gospodarstev in poslovanja«, glavni cilji so spodbujanje mladih, da ostanejo na podeželju ali se vrnejo iz mest, da jim zagotovijo ustrezne življenjske in delovne pogoje ter mladim omogočijo zaposlitev izven kmetijskih poklicev (Ruralni razvoj, brez datuma). V okviru ukrepa M6 sta dva podukrepa, ki se nanašata na razvoj podeželskega turizma na podeželju – podukrep 6.2 »Podpora naložbam v nekmetijske dejavnosti na podeželju« in podukrep 6.4 »Vlaganje v razvoj nekmetijskih dejavnosti na podeželju«. Poleg omenjenega sofinanciranja so tu še nepovratna sredstva Karlovske županije, Hrvaške turistične zveze in drugih.

Lokalna akcijska skupina Vallis Colapis deluje na ozaljskem območju in je bila ustanovljena leta 2009 z namenom spodbujanja podeželskih skupnosti v Karlovske in Zagrebške županiji k izvajanju ukrepov LEADER – CLLD. LAG Vallis Colapis na ozaljskem območju izvaja različna izobraževanja in delavnice, kot so delavnice pisanja projektov, delavnice za brezposelne, predstavitve razpisov za kmete in podobno. Eden od projektov, pri katerih so bili partner, je Misterion – »Doživetje skrivnosti vode« ter pri projektih Družbeni center Ozalj in Partnerstvo za družbeni center Žakanje. Družbeni center Ozalj in Partnerstvo za družbeni center Žakanje sta projekta, v okviru katerih se izvajajo delavnice za predšolske otroke,

mladostnike in starejše za namene razvijanja novih veščin in spretnosti ter izobraževanja (LAG Vallis Colapis, brez datuma).

5.4 Analiza SWOT

V nadaljevanju bo s pomočjo analize SWOT predstavljena analiza vseh najpomembnejših značilnosti zunanega in notranjega okolja ozaljskega območja kot turistične destinacije. V tabeli 6 so predstavljene prednosti in slabosti, na katere lahko ozaljsko območje deluje, pa tudi zunanje priložnosti in nevarnosti, na katere ozaljsko območje nima vpliva.

Analiza SWOT ozaljskega območja je izdelana na podlagi analize primarnih podatkov z intervjuji in opazovanjem ter sekundarnimi podatki – podatki statističnega urada in Strategije razvoja turizma Občine Žakanje od 2019 do 2024.

Ena največjih prednosti ozaljskega območja je njena ugodna geografska lega, saj se nahaja na križišču najpomembnejših prometnih vozlišč celinske Hrvaške. K temu pripomore tudi bližina večjih mest, kot so Zagreb, Reka in Ljubljana. Prednost je tudi kmetijska tradicija, raznolikost in ohranjanje naravnih virov ter raznolikost in bogastvo kulturne dediščine. Po drugi strani pa obstajajo slabosti, na katere lahko vpliva ozaljsko območje in se nanašajo na nerazvito turistično infrastrukturo, še zlasti na nekatere turistične zmogljivosti, nezadostna izobrazba lokalnega prebivalstva in omejena turistična ponudba.

Morebitne priložnosti ozaljskega območja zagotovo izhajajo iz lokalnega prebivalstva, ki ga je treba izobraževati in predstaviti s programi ter spodbudami za sofinanciranje turistične dejavnosti. Priložnost za ozaljsko območje je vse večje zanimanje za neraziskane, manjše in pristne destinacije, po katerih ima ozaljsko območje dovolj potenciala, da bi bil turistom privlačen. Nevarnost za ozaljsko območje je izseljevanje mladih in izobraženih domačinov v tujino in v večja mesta. Nevarnost je tudi pomanjkanje dodatnih zmogljivosti, torej nerazvitost turističnih potencialov za namen turizma, kar prinaša neprepoznavno turistično destinacijo.

Tabela 6: Analiza SWOT ozaljskega območja

PREDNOSTI (S):	SLABOSTI (W):
<ul style="list-style-type: none"> – ugodna geografska lega – bližina večjih mest, Zagreb, Reka, Ljubljana; – raznolikost in ohranjanje naravnih virov; – raznolikost in bogastvo kulturne dediščine; – kmetijska tradicija; – raznovrstni turistični potenciali; – dostopnost kakovostne in ekološke hrane; 	<ul style="list-style-type: none"> – nerazvita turistična infrastruktura; – pomanjkanje nastanitvenih zmogljivosti; – neizobraženo lokalno prebivalstvo o turizmu; – negativna demografska slika; – neurejenost turističnih virov; – veliko število neobdelanih kmetijskih zemljišč; – omejena turistična ponudba;

se nadaljuje

Tabela 76: Analiza SWOT ozaljskega območja (nad.)

PREDNOSTI (S):	SLABOSTI (W):
<ul style="list-style-type: none"> – cenovna dostopnost; – gostoljubnost lokalnega prebivalstva; – veliko število družinskih kmetij. 	<ul style="list-style-type: none"> – slab javni prevoz; – pomanjkanje urejenih sprehajališč; – neprepoznavna turistična destinacija (Općina Žakanje, 2019); – sezonska omejitev na poletne mesece; – nezadostna uporaba finančnih spodbud in nepovratnih sredstev; – pomanjkanje dodatnih zmogljivosti, ki privabljajo turiste.
PRILOŽNOSTI (O):	NEVARNOSTI (T):
<ul style="list-style-type: none"> – povečanje povpraševanja o ekoloških proizvodih; – povečanje povpraševanja po kakovostnih nastanitvah; – povpraševanje po dodatnih turističnih zmogljivostih; – izobraženo lokalno prebivalstvo; – povečanje privlačnosti manjših in pristnih turističnih destinacij; – razvoj turistične destinacije z ustanovitvijo Turistične skupnosti področja Kolpe; – uporaba sredstev EU; – povečanje povpraševanja številnih oblik podeželskega turizma; – povpraševanje po manjših turističnih destinacijah; – razvoj kolesarskega turizma; – Schengen - hitrejši prehod meje, večja dostopnost območja; – razvoj infrastrukture in izboljšanje dostopnosti destinacije (tretja razvojna os v Sloveniji). 	<ul style="list-style-type: none"> – izseljevanje izobraženega in mladega prebivalstva; – deruralizacija in deagrarizacija; – zmanjšanje turističnega povpraševanja – gospodarska kriza; – izumiranje starih obrti; – razvoj konkurenčnih destinacij; – zmanjšanje sofinanciranja in spodbud za razvoj podeželskega turizma; – zapletena zakonodaja; – nenadzorovan razvoj podeželskega turizma;

Vir: DZS (brez datuma b) in Općina Žakanje (2019).

Analiza SWOT ne kaže povezav med prednostmi, slabostmi, priložnostmi in nevarnostmi, ampak se z dodajanjem strategij in idej, ki si prizadevajo za izboljšanje tržnega položaja, ustvari matrika TOWS, ki povezuje zunanje in notranje okolje. Matrika TOWS služi prepoznavanju in analizi nevarnosti in priložnosti v zunanjem okolju ter oceni organizacijskih

slabosti in prednosti v notranjem okolju, na podlagi katerih se oblikujejo strategije (Gonan Božac, 2007).

V nadaljevanju je prikazana matrika TOWS ozaljskega območja, ki je nastala na podlagi prejšnje analize SWOT.

Predlog S – O strategije, ki uporabi prednosti za uresničevanje zunanjih priložnosti:

1. razvoj podeželskega turizma in pristnih destinacij;
2. izkoriščanje prostorske lokacije za privabljanje domačih turistov iz bližnjih večjih mest in ustavitve tranzitnih turistov v destinaciji;
3. spodbujanje lokalne skupnosti k razvoju privlačnih turističnih vsebin;
4. razvoj turizma, ki temelji na trajnostnem razvoju.

Predlog W – O strategije, ki z zmanjšanjem notranjih slabosti, izkorišča zunanje priložnosti:

1. izobraževanje lokalnega prebivalstva, seznanjanje s spodbudami in programi za sofinanciranje v turizmu;
2. urejanje obale reke Kolpe in zagotavljanje dodatnih vsebin (izposoja opreme za vodne športe, gastronomska ponudba, organizacija dogodkov ob reki ...);
3. razvoj marketinške strategije za oblikovanje prepoznavne turistične destinacije;
4. podaljšanje turistične sezone na celo leto z dodatnimi vsebinami.

Predlog S – T strategije, ki notranje moči uporabi za zmanjšanje zunanjih nevarnosti:

1. izobraževanje in ozaveščanje mlade populacije o prednostih razvoja turizma;
2. ohranjanje kmetijske tradicije, avtohtonih vrednot v prostoru, gastronomiji in načinu življenja;
3. sodelovanje z lokalnimi skupnostmi in izvajanje skupnih projektov.

Predlog W – T strategije, ki se z zmanjšanjem notranjih slabosti izogne zunanjim grožnjam:

1. razvoj turistične infrastrukture – cest, nastanitvenih zmogljivosti, storitev in drugo;
2. spodbujanje inovativnosti in zasebnih podjetniških pobud;
3. sinergijski razvoj kmetijstva in turizma;
4. uvedba dodatnih linij javnega prevoza med vikendi in poletnimi meseci.

Matrica TOWS ozaljskega območja predstavlja različne strategije. Z izvajanjem strategij je položaj turistične destinacije mogoče izboljšati, z njo pa bo poleg lokalne skupnosti to pozitivno vplivalo tudi na lokalno prebivalstvo.

5.5 Osnovne značilnosti turizma v Beli krajini

Bela krajina je območje v jugovzhodni Sloveniji ob meji s Hrvaško. Nahaja se med reko Kolpo na jugu in vzhodu ter Gorjanci na severu. Najpomembnejša naselja in občine so Črnomelj, Metlika in Semič. Po podatkih SURS-a je bilo v Beli krajini leta 2020 skupno 26.670 prebivalcev. Največ jih je imela občina Črnomelj, in sicer 14.320 prebivalcev, sledila je občina Metlika s 8.460 prebivalci in nato Semič s 3.890 prebivalci (SURS, 2022b).

Bela krajina je bogata s kulturno dediščino, naravo in reko Kolpo z njenimi pritoki, specifično kulinarko, razvito tradicijo vinarstva in kulturno krajino (steljniki, lan in ostalo) (RIC Bela krajina, brez datuma). Bela krajina je polna različnih zanimivosti. Med naravnimi znamenitostmi je treba izpostaviti reke Kolpo, Lahinjo in Krupo, nato stelje in vrtače na Vrhovcih. Poleg naravnih znamenitosti je treba izpostaviti kulturno dediščino, ki je zelo bogata. V Beli krajini obstaja vrsta muzejev in sakralnih umetnosti (RIC Bela krajina, brez datuma). Bela krajina je tudi destinacija za aktivne počitnice. Obstaja veliko urejenih kopališč, kjer je mogoče uživati v vodnih športih, kot so plavanje, rafting, vožnja s kanuji, supanje in ribolov. Trenutno je na voljo devet lokacij, kjer je mogoče najeti kanuje, raft in sup. Poleg vodnih športov sta zelo razvita kolesarjenje in pohodništvo. Trenutno je v regiji 13 kolesarskih in 17 pohodniških poti. Najvišji vrh Bele krajine (1.047 m) se nahaja na pohodni poti ob Mirni gori, izposoja koles pa je možna na 11 lokacijah v regiji. Bela krajina ima svoje smučišče, natančneje Smučarski center Gače, ki se nahaja na nadmorski višini od 700 do 965 metrov. Poleg smučišča so na voljo tudi tekaške proge in vadbeni poligon. V Damlju se nahaja plezalna skala Damelj, na kateri je sedem smeri do 15 metrov. V Beli krajini sta aktualna tudi padalstvo in letalstvo, v Stranski vasi pa je motokros steza, kjer so tekmovanja organizirana večkrat na leto (Bela krajina, brez datuma a).

Bela krajina izstopa s svojo kulinariko. Obstaja vrsta tradicionalnih belokranjskih jedi, med katerimi je najbolj znana belokranjska pogača, ki je prav tako zaščitena z oznako tradicionalnega ugleda in ima certifikat EU kot jed z zaščiteno označbo porekla. Druge tradicionalne jedi so belokranjski žlinkrofi, odojek ali mali jagenjček na ražnju, belokranjska povitica in drugo. Pohvalno je, da v belokranjskih restavracijah ponujajo tudi tradicionalne jedi. Izpostaviti je treba tudi vinske kleti v Beli krajini. Vinogradnikov je več kot 400, nekateri med njimi pa so prejeli številne nagrade na slovenskih in mednarodnih ocenjevanjih (Bela krajina, brez datuma b).

Reka Kolpa je atrakcija, ki v poletnih mesecih v Belo krajino privabi največ turistov in je eden od razlogov za razvoj podeželskega turizma v Beli krajini (Bela Krajina, brez datuma a). K razvoju podeželskega turizma v Beli krajini so zagotovo pripomogle tudi prireditve z dolgoletno tradicijo, natančneje Vinska vigred, torej vinski festival v Metliki, ki poteka maja, Jurjevanje v Črnomlju kot najstarejši slovenski folklorni festival, na katerem sodelujejo

folklorne skupine z vsega sveta, in Semiška ohcet (Bela krajina, brez datuma c). Leta 2006 je Bela krajina sodelovala pri projektu razvoja kolesarskih in pohodniških poti, znotraj katerega so vse poti enake in urejene. V projekt so bili vključeni tudi ponudniki, ki so bili ob cesti in zato lahko rečemo, da je ta projekt tudi eden od razlogov za razvoj podeželskega turizma v Beli krajini.

Z namenom razvoja in promocije turizma v Beli krajini delujejo tri organizacije, ki se ukvarjajo s promocijo turizma, in sicer Zavod za turizem, kulturo, šport in mladino Metlika, Kulturni dom Semič – Turistično informacijski center Semič in Razvojno informacijski center Bela krajina kot vodilna organizacija. Organizacije izvajajo ločene dejavnosti za razvoj občin, sodelujejo pa tudi v skupnih aktivnostih. Obstajajo številni projekti, ki so jih te organizacije skupaj z lokalno samoupravo in drugimi partnerji izvajale z namenom razvoja turizma v Beli krajini. V nadaljevanju bom predstavila nekaj projektov in programov, ki kažejo, v katero smer se Bela krajina razvija, pri čemer so nekateri projekti zaključeni, nekateri pa so v zaključni fazi ali šele na začetku izvajanja (intervjuvanec 11).

1. Odprta vrata Bele krajine je projekt, ki so ga razvile vse tri organizacije z belokranjskimi ponudniki. Projekt združuje belokranjske ponudnike, ki svojo ponudbo prilagajajo individualnim obiskom v določenih terminih (dan in uro). Med ponudniki so belokranjske vinske kleti, turistične kmetije in domačije, čebelarji, galerije, muzeji, oljarne in ostali. Potencialni obiskovalci dobijo potrebne informacije za prihod na degustacijo, cilj projekta pa je ponuditi boljšo in pristno izkušnjo posameznih obiskovalcev Bele krajine (intervjuvanec 11).
2. Okusi Bele krajine je projekt, ki je nastal z namenom ustvarjanja kulinarično-turističnega produkta in obiskovalcem na sodoben način predstaviti tradicionalne belokranjske jedi. Projekt izvajajo z organizacijo lastnih dogodkov, vključeni pa so tudi v druge dogodke v okolici, in sicer v Ljubljani in na Hrvaškem. Projekt vključuje več belokranjskih gostiln oziroma restavracij, ki predstavljajo deset tipičnih belokranjskih jedi (intervjuvanec 11).
3. Hiša dobrot Bela krajina je ustanovljena z namenom promocije in prodaje lokalnih proizvodov, pridelkov in izdelkov. Ponudba temelji na izdelkih lokalnih vinarjev, sadjarskih, vrtnarskih, čebelarskih, oljnih, zeliščnih, mlečnih in drugih izdelkih iz lokalnega okolja. Poleg fizične trgovine obstaja tudi spletna trgovina (Hiša dobrot Bele krajine, brez datuma).
4. Kolektivna blagovna znamka destinacije Bela krajina je projekt, ki je trenutno na samem začetku izvedbe. Cilj projekta je vzpostaviti sistem kolektivne blagovne znamke (certificiranje, celostna grafična podoba) ter povezati belokranjske ponudnike v enoten sistem in s tem zagotoviti kakovost izdelkov. S tem bi odprli nove tržne poti s pomočjo prodajno-promocijskih centrov, spleta in logističnega centra. Ponudniki bodo svoje pridelke in izdelke predstavili komisiji, po opravljenem ocenjevanju pa bodo na

- certificiranih izdelkih uporabili celostno grafično podobo kolektivne blagovne znamke Bela krajina (Bela krajina, brez datuma d).
5. Projekt kulTura je bil izveden s čezmejnim sodelovanjem med hrvaškim mestom Jastrebarsko in občino Črnomelj z namenom dviga kakovosti turistične ponudbe z organiziranim ogledom atraktivnih objektov, ki jih spremljajo lokalne zgodbe o zgodovini, kulturi in tradiciji. V okviru projekta je bila oblikovana turistična tura s podporo mobilne aplikacije in bonitetne kartice, prek katere lahko obiskovalci z obiskom ogleda zbirajo točke na bonitetni kartici in jih zamenjajo za popuste pri lokalnih ponudnikih (Kultura, brez datuma).
 6. Kolpa E-bike je trajnostni projekt, ki predstavlja alternativno mobilnost ob reki Kolpi. Na več mestih od Metlike do Starega trga ob Kolpi je vzpostavljeno električno kolesarsko omrežje, ki vključuje postaje z električnimi kolesi, električne polnilnice za kolesa in avtomobile, atraktivne e-kolesarske poti, po katerih poteka posebna mobilna aplikacija Kolpa e-bike (KP Kolpa, brez datuma).
 7. WiFi4EU je projekt Evropske komisije, ki so se mu pridružile občine Črnomelj, Metlika in Semič, in je omogočil postavitev točk za brezplačno uporabo interneta na javnih mestih. V Črnomlju je bilo postavljenih 15 točk, v Metliki 11 in v Semiču 12 točk. Oznake WiFi4EU so na voljo tudi na vseh lokacijah, kjer so postavljene točke (intervjuvanec 11).
 8. Zelena destinacija – Bela krajina se je v letu 2019 vključila v Zeleno shemo slovenskega turizma, kar pomeni, da je Bela krajina na slovenskem, evropskem in svetovnem trgu pozicionirana kot okoljsko in družbeno sprejemljiva destinacija. Ocena za vključitev v Zeleno shemo je bila narejena z uporabo mednarodnega orodja Green Destinations Standard, ki omogoča nacionalno in mednarodno primerljivost ter prepoznavnost. Da bi ohranili to oznako, mora Bela krajina izvajati različne aktivnosti v zvezi s trajnostnim razvojem turistične destinacije in ozaveščati lokalno prebivalstvo, podjetja, obiskovalce in druge deležnike o pomenu trajnostnega turizma (Bela krajina, brez datuma e).
 9. Razvoj turističnih produktov in digitalizacija kulturne dediščine v Beli krajini je operacija, ki je nastala z namenom razvoja turističnih produktov, natančneje digitalizacije določenih enot nepremične kulturne dediščine in ki so bile v turistične produkte vpeljane z inovativnimi načini interpretacije. V okviru projekta sta bila razvita dva 5-zvezdična produkta, digitalizirane so bile tri enote nepremične kulturne dediščine, izdelani so bili animirani predstavitveni filmi o kulturni dediščini in aplikacija 3D, izdelan je bil tudi digitalni zemljevid turistične ponudbe Bele krajine in razviti so bili štirje novi integralni turistični produkti (intervjuvanec 11).

Infrastruktura Bele krajine je dobra in jo iz leta v leto izboljšujejo. Do znamenitosti Bele krajine in tudi do plaž so lepo urejene ceste. Urejenih je veliko kolesarskih in pohodniških

poti, vendar je pobuda Razvojno informacijskega centra Bele krajine, da se naredi kolesarska povezava, ki bi povezala večji del Bele krajine.

Ob pogledu na navedene projekte in programe je razvidno, kako belokranjske organizacije vlagajo v razvoj in promocijo turizma, sam razvoj pa ne bi bil mogoč brez vključevanja lokalne samouprave in prebivalstva. Da gredo v pravo smer, se vidi tako po vse večji vključenosti lokalnega prebivalstva v projekte kot tudi po povečanju števila ponudnikov. Belokranjske organizacije spodbujajo deležnike s projektnimi aktivnostmi, nato s promocijskimi aktivnostmi, organizacijo različnih izobraževalnih delavnic, predstavitevijo dobrih praks in drugo. Poleg lokalnega prebivalstva aktivno sodelujejo z občinami, neprofitnimi organizacijami, civilnim sektorjem in obiskovalci ter si prizadevajo za skupen razvoj trajnostnega turizma.

Tako kot ozaljsko območje je tudi Bela krajina v letu 2021 v primerjavi z letom 2019 zabeležila porast števila turističnih objektov za najem in števila ležišč. Glede namestitvenih kapacitet je imela Bela krajina leta 2021 v oddaji registrirane 103 turistične nastanitvene objekt s skupno 2.309 ležišči. Največ postelj v letu 2021 so zabeležili v občini Črnomelj s skupno 1.229 posteljami, sledi Metlika z 807 posteljami in najmanj v Semiču z 270 ležišči. Gledano na leto 2019 je Bela krajina v letu 2021 zabeležila porast registriranih turističnih objektov za 63 % in porast ležišč za 62 %. Nastanitvene kapacitete se nanašajo na apartmaje in sobe, kampe, turistične kmetije, hotele, gostišča in penzione, hostle in v zadnjem času vse več na t. i. glampinge.

Bela krajina v letu 2021 beleži povečanje števila prihodov in prenočitev turistov ter povečanje povprečnega števila nočitev ob prihodu v primerjavi z letom 2019. Bela krajina je v letu 2019 realizirala 39.646 turističnih prihodov in 94.492 prenočitev, v letu 2021 pa 47.978 prihodov turistov in 133.275 prenočitev. Po podatkih je imela Bela krajina v letu 2021 za 17 % več prihodov in za 20 % več prenočitev turistov v primerjavi z letom 2019, prav tako pa se je povečalo povprečno število prenočitev ob prihodu z 2,4 v letu 2019 na 2,8 v letu 2021. Gledano po občinah je Črnomelj zabeležil največ prihodov in nočitev v Beli krajini – v letu 2019 je imel 47 % vseh prihodov turistov in 47 % vseh nočitev v Beli krajini, leta 2021 pa 49 % vseh prihodov in 48 % vseh nočitev v Beli krajini. Občina Semič je imela v letu 2021 negativen trend oziroma zmanjšanje števila prihodov in nočitev v primerjavi z letom 2019 – število prihodov turistov se je zmanjšalo za 20 %, število nočitev pa na 10 %.

Bela krajina je destinacija, kjer je razvita sezonskost, kar kažejo podatki iz leta 2019, ko je bilo v poletnih mesecih zabeleženih 74 % obiskovalcev (SURS, 2022c). Reka Kolpa je glavna atrakcija in razlog za prihod v regijo, a da bi zmanjšali sezonskost, v Razvojno informacijskem centru Bela krajina pravijo, da potrebujejo privlačnejši produkt, ki bi bil turistom privlačen tudi izven poletnih mesecev. Poudarjajo tudi, da vidijo prostor in možnosti za nadaljnji razvoj.

6 REZULTATI RAZISKAVE

V nadaljevanju bodo predstavljeni rezultati raziskave na temo Analiza razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju. V prvem poglavju bodo predstavljene turistične znamenitosti in potenciali, ki jih intervjuvanci ocenjujejo kot pomembne za razvoj turizma na ozaljskem območju. Nato bo predstavljen razvoj turizma na ozaljskem območju in dejavniki, ki vplivajo na sam razvoj. V prvem poglavju bom odgovorila na prvo raziskovalno vprašanje, zakaj je kljub spodbudam in sofinanciranjem ter naravnim in kulturnim znamenitostim ozaljsko območje kot turistična regija še vedno premalo razvita oziroma zakaj turistična ponudba ni razvita v skladu s svojimi potenciali. Nato bom odgovorila na prvi del tretjega raziskovalnega vprašanja, kako deležniki ocenjujejo razvoj turizma na ozaljskem območju. V drugem poglavju bo predstavljeno sodelovanje z deležniki, načrti deležnikov za prihodnje naložbe, v katero smer se želijo občine razvijati in ali imajo povpraševanje posameznikov za vstop v podeželski turizem. Pri tem bom odgovorila na drugi del tretjega raziskovalnega vprašanja, kakšni so načrti deležnikov za prihodnost. V tretjem delu bom predstavila mnenja intervjuvancev o posledicah razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju in odgovorila na drugo raziskovalno vprašanje, kakšne so pozitivne in negativne posledice razvoja turizma na ozaljskem območju. V četrtem delu bo prikazana razlika v ponudbi in povpraševanju ozaljskega območja in Bele krajine ter odgovor na četrto raziskovalno vprašanje, kakšne so razlike v ponudbi in povpraševanju med Belo krajino ter ozaljskim območjem (primerjava poslovnih modelov). Na koncu bo predstavljen predlog razvoja turistične destinacije v smeri pametne turistične destinacije.

Za boljšo preglednost bodo odgovori intervjuvancev označeni s številkami od 1 do 11, ki so dodeljene v tabeli 2 (Podatki o vzorcu in izvedbi intervjujev). Odgovori intervjuvancev bodo povezani s strokovno literaturo, opisano v teoretičnem delu magistrskega dela.

6.1 Vzroki za omejeno razvitost turistične destinacije

Ozaljsko območje ima vse predpogoje za razvoj številnih oblik turizma. Podeželski turizem, lovski in ribiški turizem, kulturni turizem, športni turizem, pustolovski turizem, enološki in gastronomski turizem in kolesarski turizem so nekatere od nastajajočih oblik turizma, ki se že leta razvijajo na ozaljskem območju. Enako navajajo intervjuvanci in poudarjajo, da so reka Kolpa, naravne lepote in kulturne znamenitosti največji potencial ozaljskega območja. Intervjuvanec 1 poudarja naslednje: »Čista narava, urejenost, način življenja, reka Kolpa, vse to so turistični potenciali, ki jih je treba ponuditi. Celotno območje naj diha kot celovita ponudba. Obstajajo pohodniške, kolesarske poti, možnosti za razvoj vodnih športov, ki postajajo vse privlačnejši za turiste in ki dajejo priložnost za razvoj avanturističnega turizma.« Razvoju avanturističnega turizma sledi intervjuvanec 5, ki poudarja, da se trudijo še naprej razvijati kolesarski turizem. Vidiijo velike možnosti za njegov razvoj, saj je ozaljsko območje

obdano s čudovito naravo. Prav tako se trudijo še naprej razvijati dogodke, kot sta Štrudla by Bike in Bike & Bed.

Intervjuvanec 7 navaja, da je prednost ozaljskega območja zagotovo v njegovi dobri prometno-geografski legi. Navaja še, da reka Kolpa ponuja veliko možnosti za razvoj turizma, od sprostitve in plavanja do raftinga, vožnje s kanujem, supanja, ribolova in podobno. Poudarja tudi, da ima območje poleg naravnih danosti bogato zgodovino, o čemer pričajo ohranjene kulturne znamenitosti, ki jih je treba bolj vključiti v razvoj turizma. Intervjuvanka 8 poleg omenjenih potencialov, kot so reka Kolpa in zgodovinske znamenitosti, poudarja, da bi se v ozaljskem območju morali več ukvarjati z gastronomijo, ki temelji na domačih vinih in hrani.

Intervjuvanec 9 pravi: »Ponosni smo lahko na naše naravne lepote, ki jih premalo uporabljamo. Od čudovitih hribov do reke Kolpe. Mislim, da je najboljši način, da nekdo nekaj doživi, da to dobesedno doživi. Primer bi bil lovski turizem. Naši gozdovi so čudoviti in mislim, da bi lahko pritegnili ljubitelje. Seveda je to en del populacije. Ob sprehodu po naši pokrajini skušamo vinarje na Vivodinsko-ozaljski cesti predstaviti ljudem s širšega območja Hrvaške in prejeli smo le pozitivne odzive, saj so poleg naših vin udeleženci lahko spoznali pokrajino, ljudi, običaje in gostoljubnost gostiteljev.«

Tubić (2019) navaja, da je primarni gonilnik in motiv za prihod turistov na podeželje pestrost elementov aktivnih počitnic ter želja po učenju in stik s podeželskim načinom življenja. Intervjuvanec 8 pravi: »Imamo čudovite gozdove in Quad ture, MTB proge, paintball igrišča bi bili odlični za razvoj avanturističnega turizma. Mislim pa, da bi se morali najprej lotiti urejanja kopališč, ki jih je treba nenehno vzdrževati in jih urediti z dodatnimi vsebinami, kot so igrišča za odbojko, otroška igrišča in gastronomska ponudba.« Po drugi strani pa intervjuvanec 1 meni, da na kopališča ne želijo vsiljevati veliko vsebine, ampak želijo, da ostanejo naravna. Dostop z avtomobilom in kolesom je zagotovljen, a meni, da bi s pretirano infrastrukturo na kopališčih lepoto le uničili. Zato so usmerjeni k vzdrževanju kopališč in da se na njih nahaja le najosnovnejša infrastruktura.

Intervjuvanec 6 pravi: »Da bi pritegnili turiste, ni dovolj samo, da najemniki delajo, preostalo prebivalstvo in institucije pa so pasivni. V prvi vrsti bi izpostavila, da bi bilo treba več narediti za ureditev prometne infrastrukture. Poleg tega menim, da primanjkuje dodatnih zmogljivosti, ki bi turistom omogočale daljše bivanje na ozaljskem območju, kar bi se seveda odražalo na njihovi povečani porabi, kar je seveda bolje za vse.« Intervjuvanec 10 se je dotaknil razpoložljivih paketov: »Razpoložljivi paketi so nam omogočili daljše bivanje gostov, ki zdaj bivajo vsaj štiri noči, medtem ko drugi najemodajalci menijo, da to ni potrebno. To je razvidno iz našega primera, kako imajo razpoložljivi paketi pozitiven učinek.«

Glede razvoja nastanitvenih zmogljivosti intervjuvanec 1 navaja: »Prebivalstva je vse manj, nastanitvenih objektov pa vedno več. Na koncu je veliko število hiš, ki so zaradi izseljevanja večinoma prazne in jih je mogoče preurediti za dajanje v najem. Da bi se to zgodilo, je treba prebivalstvo izobraževati o turizmu, jim predstaviti programe podpore in sofinanciranja ter jih motivirati za takšne podvige.«

Na ozaljskem območju se vsako leto organizira vse več dogodkov. Določene dogodke poleg osnovne ideje spremljajo številne dodatne vsebine, kot so izobraževalne delavnice, gastronomski del, športne in zabavne vsebine, ampak takih dogodkov in manifestacij ni veliko. Intervjuvanec 5 poudarja: »Ozaljsko območje potrebuje dogodke, kot je Štrudlafest. Ker Štrudlafest vsako leto privabi vse več obiskovalcev, se je v lokalnem prebivalstvu vzbudilo zanimanje za organizacijo dogodkov. [...] Primer je dogodek Wine and Walk, ki ima odličen koncept, a je sama prireditev premalo pospremljena z gastronomskim delom in ima velik potencial za dodajanje posebnega značaja. Teško je tekmovati z istrskimi in dalmatinskimi vinarji, a z dodajanjem gastronomskega dela ponudbi bi zagotovo razvili boljšo ponudbo.«

Tubić (2019) poudarja, da morajo turistične destinacije, ki želijo biti konkurenčne, ponujati pristne produkte in da bi morali turistične produkte ustvarjati na visoki ravni personalizacije turistične izkušnje. Enako trdi intervjuvanec 3, ki pravi: »Razvijati je treba individualni in ne masovni turizem, da se osredotočimo na goste, ki cenijo našo ponudbo in jim omogočiti popolno izkušnjo v destinaciji. Turisti iščejo doživetje v turistični destinaciji, naša skrb pa je, da s skupnim delovanjem in združevanjem občin turistom ponujamo pristno ponudbo, da lahko doživijo naš kraj in kulturo regije.«

Ozaljsko območje je podeželsko območje, kjer je razvoj podeželskega turizma šele na začetku razvoja. Kar se tega tiče, so vsi intervjuvanci enakega mnenja. Intervjuvanec 5 je povedal naslednje: »Ozaljsko območje je zelo nerazvito, pravzaprav se razvoj podeželskega turizma šele začne. Razvoj podeželskega turizma je dolgoročen proces in za ustvarjanje prave klime bo zagotovo potrebnih vsaj deset let. Nenazadnje primanjkuje nastanitvenih kapacitet, gostinskih storitev in spremljajočih objektov.« Podobne pripombe so imeli tudi drugi intervjuvanci. Vidijo tudi možnosti za nadaljnji razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju. Intervjuvanec 6 pravi: »Glede sedanjega razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju menim, da ni dovolj razvit in da je še prostora za nadaljnji razvoj.«

Intervjuvanec 8 je dodal: »Podeželski turizem na ozaljskem območju je razvitejši kot v preteklih letih, ampak nikakor dovolj. Vidim prostor in potencial za nadaljnji napredek.« Podobno poudarja intervjuvanec 7, ki se dotika same sezone: »[...] ozaljsko območje ima vse možnosti, da podeželski turizem traja celo leto in ne le določeno obdobje, torej poleti.«

Intervjuvanec 3 je podal širšo sliko o razvoju podeželskega turizma na ozaljskem območju. Navaja, da je razvoj podeželskega turizma proces, ozaljsko območje pa je polno raznolikosti, bogato s kulturno dediščino in naravnimi lepotami, vse to pa daje možnosti za nadaljnji razvoj. Navaja tudi, da na ozaljskem območju obstaja visoka kategorija namestitvenih kapacitet, ki jih je treba še dodatno razvijati, saj pritegnejo višji in srednji sloj, ki zahtevajo kakovostnejše vsebine. Poudarja, da ozaljsko območje ni več neznana destinacija, je pa treba delati na dodatnih vsebinah in manifestacijah. Kot primer navede Štrudlafest, in sicer kot dogodek, ki je poleg osnovne ideje uživanja v jabočnem zavitku svoj program dopolnil z različnimi drugimi aktivnostmi, kot so Štrudla by Bike, umetniška delavnica Art Appetite, jahanje, gastro delavnice in drugi programi. Intervjuvanec 3 je omenil tudi lokalne družinske kmetije: »Obstaja zanimanje lokalnega prebivalstva za razvoj turizma, največ zanimanja vidim pri družinskih kmetijah. [...] Začenjajo razumeti, da je kombinacija kmetijstva in turizma dobra kombinacija.«

Družinske kmetije sta komentirala tudi intervjuvanca 2 in 4. Intervjuvanec 2 pravi: »Družinske kmetije svoje izdelke večinoma prodajajo na pragu. V občini Žakanje je okoli deset družinskih kmetij, ki so bolj razvite in več vlagajo v svoje poslovanje. Svoje izdelke prodajajo tudi na tržnicah in imajo svoje stalne kupce, torej večja naročila za restavracije ali nastanitvene objekte.« Podobno navaja intervjuvanec 4 za občino Ribnik. Dodaja, da si nameravajo prizadevati za združitev vseh družinskih kmetij, da bi bili izdelki in pridelki na voljo na enem mestu, upa pa, da bo s sodelovanjem drugih občin na koncu to tudi uspelo.

Po drugi strani ima intervjuvanec 5 drugačen pogled na družinske kmetije in pravi: »Težave so lokalne družinske kmetije, ker so večinoma osredotočene na socialno kmetijstvo. Spodbude uporabljajo le toliko, da ohranijo svojo proizvodnjo, brez strateških naložb.«

Na podlagi pridobljenih podatkov lahko odgovorimo na prvi del raziskovalnega vprašanja 3, ki se glasi: »Kako deležniki ocenjujejo razvoj turizma na ozaljskem območju?« Vsi intervjuvanci trdijo, da je podeželski turizem na ozaljskem območju nerazvit, torej da je šele na začetku razvoja. Hkrati menijo, da ima ozaljsko območje veliko potenciala in možnosti za nadaljnji razvoj.

Pr vprašanju, zakaj je razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju še vedno premalo razvit, intervjuvanci navajajo, da je problem miselnost prebivalstva, odseljevanje mladih, pomanjkanje marketinških aktivnosti in dodatnih vsebin, neizobraženost prebivalstva in razdrobljenost parcel. Intervjuvanec 4 pravi: »Soočamo se s problemom mentalitete prebivalstva, so zaprti, premalo so izobraženi in niso pripravljeni na spremembe. Tudi mlado izobraženo prebivalstvo odhaja v večja mesta. Problem nam predstavljajo tudi pravno neurejena zemljišča in razdrobljenost parcel. Osredotočiti se želimo na mlado populacijo, ki jo

želimo zadržati v občini. A da bi ostali, jim moramo ponuditi dodatno vsebino.« Intervjuvanec 1 pa navaja, da je potrebnih več generacij, da se turizem uveljavi kot dobičkonosna dejavnost.

Na ozaljskem območju obstajajo elementi za preživljanje aktivnega dopusta, vendar so premalo razviti. Intervjuvanec 7 navaja: »Ozaljsko območje nima dodatnih turističnih zmogljivosti, gastronomije s tradicionalno hrano, premalo je vsebin v turističnih objektih, vse to pa je povezano z nezadostno izobrazbo prebivalstva in nezadostnimi marketinškimi aktivnostmi.« Intervjuvanec 8 nadaljuje: »[...] Na splošno manjkajo nastanitvene zmogljivosti, zlasti kampi ob reki Kolpi, manjka pa tudi dodatna vsebina.«

Glede financiranja dejavnosti podeželskega turizma je le en intervjuvanec od petih uporabljal sofinanciranja Programa razvoja podeželja za nakup opreme. Ostali intervjuvanci so za začetek ali dopolnitev dejavnosti financirali z lastnim kapitalom, bančnim kreditom, sofinanciranju iz lokalne samouprave in enega intervjuvanca je delno sofinanciralo Ministrstvo za turizem. Intervjuvanec 10 pravi, da so bili sofinancirani iz bančnega kredita, vendar je Ministrstvo za turizem na samem začetku poslovanja krilo le prve obroke kredita. Intervjuvanka 6 pravi takole: »Za začetek poslovanja moram najprej poudariti prijaznost mesta Ozalj, ki je sodelovalo pri sofinanciranju, kot tudi vse druge oblike pomoči pri odločanju o ustanovitvi podjetja. Mesto Ozalj mi je še vedno velika podpora v vseh pogledih, pa naj gre za finančno podporo ali druge oblike pomoči. [...]« Po drugi strani pa intervjuvanec 7 poudarja, da ob ustanovitvi podjetja niso imeli možnosti koriščenja sofinanciranja iz Programa razvoja podeželja, vendar je bilo to posledica premajhne informiranosti o tem in prekratek rok za pripravo potrebne dokumentacije. Poudarjajo še, da je Turistična skupnost področja Kolpe območja v sodelovanju z občino Žakanje sofinancirala del dogodkov, ki so jih organizirali.

To nas pripelje do odgovora na prvo raziskovalno vprašanje: »Zakaj je kljub spodbudam in sofinanciranju ter naravnim in kulturnim znamenitostim ozaljsko območje kot turistična regija še vedno premalo razvita oziroma zakaj turistična ponudba ni razvita v skladu s svojimi potenciali?« Ob pogledu na odgovore intervjuvancev opazimo, da navajajo, da je največja težava nerazvitega turizma na ozaljskem območju neizobraženost in neinformiranost prebivalstva o morebitnih subvencijah in sofinanciranju ter odseljevanje prebivalstva in odhod mladih v večja mesta; nato pomanjkanje dodatnih vsebin in nastanitvenih vsebin, nezadostna promocija območja ali pomanjkanje trženjskih aktivnosti, zakonodaja, razdrobljenost parcel, neuporaba naravnih in kulturnih znamenitosti za razvoj trajnostnega turizma ter nezadostna vlaganja v infrastrukturo. Razlog za vse naštetu je zagotovo nezadostna sinergija vseh vpletenih – od lokalne samouprave in skupnosti do zasebnikov in lokalnega prebivalstva.

6.2 Sodelovanje z deležniki in pobude za razvoj podeželskega turizma

Kar zadeva lokalno samoupravo ozaljskega območja in Turistično skupnost področja Kolpe, intervjuvanci z njimi sodelujejo, a tudi menijo, da bi se lahko še bolj vključili in bili aktivnejši pri razvoju podeželskega turizma. Le intervjuvanec 6 meni, da sta lokalna in turistična skupnost dovolj vključeni in da sta zelo aktivni. Intervjuvanec 7 navaja: »Menim, da sta občina Žakanje in Turistična skupnost področja premalo vključeni v razvoj podeželskega turizma.« Podobno pravi intervjuvanec 10: »Občina Ribnik je bolj osredotočena na lokalna društva, ki jih skušajo aktivirati za izvedbo nekaterih dogodkov. Težava je v tem, da nimajo strateških načrtov in zadostnih finančnih sredstev za razvoj podeželskega turizma.« Intervjuvanka 9 meni, da lahko vsak ponudi veliko več in se aktivneje vključi v razvoj turizma na ozaljskem območju.

Intervjuvanci so s Turistično skupnostjo področja Kolpa sodelovali pri organizaciji dogodkov, izobraževanju, promociji in svetovanju, upajo pa tudi, da bo njihovo sodelovanje v prihodnje še veliko večje. Intervjuvanec 6 pravi: »S Turistično skupnostjo področja Kolpe zelo uspešno sodelujem. Sodelovanje je zelo dobro, pravočasno sem obveščena o vseh dogodkih in dogajanjih na našem območju, posvetovanjih in še kaj.« Po drugi strani pa intervjuvanci 7, 8 in 9 navajajo, da bi morala biti Turistična skupnost področja Kolpe aktivnejša in izvajati projekte, ki se nanašajo na celotno območje. Intervjuvanec 10 navaja, da sredstva, ki jih ima na voljo turistična skupnost, niso dovolj za nekatere večje podvige in bi se morali bolj osredotočiti na konkretne predloge in komunikacijo med deležniki, da bi šli vsi v isto smer.

Komentar Turistične skupnosti področja Kolpe, torej intervjuvanca 5, je naslednji: »Naloga turistične skupnosti je, da turistično destinacijo naredi zanimivo in poveže vse zainteresirane v turizmu. Nimamo možnosti prodaje nobenih storitev ali izdelkov. Naša skrb je, da pomagamo pri ustanovitvi podjetja, pokažemo, da je mogoče, podpremo pobude, informiramo in izobražujemo. [...] Bolj smo osredotočeni na usmerjanje javnega denarja v vlaganje v infrastrukturo, tako da ima od tega koristi celotna skupnost. Medtem ko so povpraševanja, ki jih prejmemo, bolj usmerjena v podporo pri organizaciji dogodkov, financiranju glasbenega programa in podobno.« Turistična skupnost področja Kolpe prek svojih družbenih omrežij promovira različne dogodke, zasebnike, znamenitosti in druge turistične potenciale na območju Ozalja. Intervjuvanci uporabljajo tudi lastna družbena omrežja za oglaševanje.

Dodatno kakovost sami turistični destinaciji daje tudi sodelovanje z drugimi zasebniki. To se lahko nanaša na uporabo izdelkov ali storitev drugih zasebnikov v destinaciji. Če pogledamo na ozaljskem območju, zasebniki uporabljajo izdelke in storitve domačih proizvajalcev, menijo pa tudi, da bi lahko bilo sodelovanje veliko večje. Intervjuvanec 10 navaja: »Z lokalnimi zasebniki sodelujemo na način, da imamo v ponudbi lokalno hrano. Domače klobase, šunko, jajca, piščance, race, jajca, sir in vino vzamemo od lokalnih zasebnikov.«

Intervjuvanec 9 pravi naslednje: »Sodelujemo z drugimi vinarji iz Društva vinarjev, vinogradnikov in sadjarjev Ozalj, vendar bi radi pri prihodnjih dejavnostih uporabili izdelke drugih zasebnih podjetij, da bi našim gostom dali širšo sliko tega področja. Mislim tudi, da smo vsi premajhni in da se moramo bolj združevati, si pomagati in da bomo na ta način gostom omogočili bogatejšo ponudbo in večja doživetja.« Intervjuvanec 6 poudarja, da je njihovo sodelovanje z drugimi zasebniki na ozaljskem območju v tem, da svoje goste napotijo k uporabi storitev drugih zasebnikov na območju.

Intervjuvanec 1 navaja, da je potrebno, da so vsi v sinergiji in da se je za ustvarjanje kakovostne turistične destinacije treba združiti in delati skupaj premike v razvoju – od lokalne skupnosti, neprofitnih organizacij, turistične skupnosti do prebivalcev tega območja.

Nekateri intervjuvanci ob pogledu na prihodnje naložbe poudarjajo, da na tem že delajo, drugi pa se nameravajo v prihodnje lotiti novih naložb. Intervjuvanec 6 poudarja: »Ko gre za nove poslovne naložbe, je vse odvisno od številnih dejavnikov. [...] Vsekakor si želim in imam nekaj načrtov, da če ne razširim, pa vsaj izboljšam bivalne pogoje.« Intervjuvanec 7 ima v načrtu tudi nove naložbe: »Načrtujem nove naložbe, ker verjamem, da sem zgradila ogromne temelje in da je z malo podpore skupnosti mogoče še veliko izboljšati.« Intervjuvanec 9 pa že dela na novih projektih, ki so v zaključni fazi. Končujejo izdelavo dveh apartmajev in počitniške hiše. Intervjuvanec 10 izpostavlja tudi konkretne načrte. Najprej želijo razširiti športno ponudbo, kot sta teniško in nogometno igrišče, v dolgoročnem načrtu pa nameravajo, če bodo zmožni, zgraditi wellness center.

Župani in Turistična skupnost področja Kolpe prejemajo povpraševanja posameznikov, ki jih zanima razvoj turizma. Večina povpraševanj se nanaša na naložbe v nastanitvene zmogljivosti. Intervjuvanec 5 pravi: »Vse več imamo povpraševanj o vlaganju v nastanitvene zmogljivosti, pa tudi v turizem nasploh. Trenutno imamo tri aktivne pobude, ki bi lahko imele velik potencial. Ena zadeva je ranč s konji, ki bi vključeval šolo jahanja, terapevtsko jahanje in individualne ure jahanja.« Intervjuvanec 1 in 2 poudarjata tudi, da imata največ povpraševanj glede nastanitvenih zmogljivosti. Intervjuvanec 2 navaja problem, s katerim se soočajo: »Poizvedbe so večinoma osredotočene na gradnjo kampov. [...] Toda velik problem zanje je pridobivanje potrebne dokumentacije, kar je zapleteno in traja predolgo.« Intervjuvanec 1 izpostavlja naslednje: »Imamo povpraševanja za razvoj turizma, ki so večinoma usmerjena v nakup zemljišč ali gradnjo počitniških hiš. Iz leta v leto se povečuje število ležišč, in ko gledamo za nekaj let nazaj, potem jih sploh ni bilo. Mislim, da bi bilo treba ustvariti mrežo najemnikov, da bi najemniki lahko izmenjevali izkušnje. Pridobivanje gradbenih dovoljenj in spremljanje vseh zakonskih predpisov v državi je precej zapleteno.«

Po drugi strani pa si občine prizadevajo ohraniti in urediti trenutne turistične potenciale ter jih dopolniti z dodatnimi vsebinami. Intervjuvanec 2 poudarja: »Trenutno imamo dva prijavljena

projekta v zvezi z izgradnjo razgledišča in ureditvijo učne poti. Delamo tudi na infrastrukturi kopališč, želimo urediti dovozne poti in da imajo kopališča javno razsvetljavo in električno. Načrtovan imamo tudi projekt sprehajališča ob reki Kolpi.« Komentar intervjuvanca 4 o načrtih za prihodnost je bil: »Smo majhna občina, kateri ne preostane veliko finančnih sredstev za vlaganje v turizem. Ker je občino prevzelo novo vodstvo, se bomo najprej osredotočili na zagon in ureditev obstoječega, nato pa bomo prešli na druge projekte. Rešiti želimo problem starega mestnega jedra Ribnik, ki je v zasebni lasti in ki je lahko glavni adut za razvoj turizma v občini. Obstajajo tudi pohodniške poti, ki niso bili vzdrževane in jih želimo ponovno urediti.«

Glede na navedeno lahko odgovorimo na drugi del raziskovalnega vprašanja 3, ki se glasi: »Kakšni so načrti deležnikov za prihodnost?« Kar zadeva ponudnike, so nekateri že začeli razvijati dodatne dejavnosti v podeželskem turizmu, povezane z gradnjo nastanitvenih objektov, in sicer apartmajev in počitniških hiš. Drugi ponudniki pa se nameravajo lotiti prihodnjih investicij, ki bi se nanašale na širitev in ureditev obstoječih objektov ter razvoj ponudbe. Po drugi strani želijo lokalne oblasti ohraniti obstoječe in temu primerno razviti nove vsebine in infrastrukturo, kot so pohodniške in kolesarske poti. Turistična skupnost področja Kolpe želi še naprej spodbujati zasebnike ter jih izobraževati in informirati o razvoju turizma in možnostih sofinanciranja, spodbujati dogodke in manifestacije na ozaljskem območju. Hkrati pa želijo s ponudnikom sodelovati pri razvoju in promociji turizma na ozaljskem območju. Kot pravi tudi Tubić (2015), sistem upravljanja podeželskih destinacij ne more delovati, če ne deluje kot skupek številnih elementov, ki so sinergijsko povezani in odvisni drug od drugega.

6.3 Posledice razvoja podeželskega turizma

Razvoj podeželskega turizma ima lahko pozitivne ali negativne posledice. Tubić (2015) navaja, da je treba koristiti, ki izhajajo iz razvoja podeželskega turizma, usmeriti v lokalno prebivalstvo, saj poleg gospodarskih koristi nosijo in trpijo tudi negativne posledice razvoja turizma.

Po mnenju intervjuvancev in posledic, za katere menijo, da bi lahko imel razvoj podeželskega turizma v ozaljskem območju, se večinoma nanašajo na pozitivne posledice. Tako intervjuvanec 8 pravi: »Pozitivne posledice bi bile ustvarjanje novih delovnih mest in zaposlovanje lokalnega prebivalstva, lažje plasiranje lokalnih izdelkov in storitev na trg, priliv denarja in promocija regije. [...]« Poleg naštetega intervjuvanec 7 opozarja na pozitivne posledice na demografsko sliko regije oziroma ustavitve izseljevanja, spodbujanje kmetijske proizvodnje lokalnih proizvodov, zmanjševanje uvoza in aktiven odnos do narave.

Intervjuvanca 6 in 9 nadgrajujeta intervjuvanca 8, tako intervjuvanec 6 pravi: »Moj pogled na posledice razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju je vsekakor pozitiven ter v skupno korist za celotno prebivalstvo – od zasebnih najemnikov do družinskih kmetij in drugih zasebnikov.« Intervjuvanec 9 pravi: »Verjamem, da nam lahko dobra organizacija vsem prinese le dobro, da z vsako novo izkušnjo, tudi slabo, lahko delamo na sebi in popravimo kakšne napake ali pomanjkljivosti. Ozaljsko območje je na velikem območju. Doslej je bil trend izseljevanja predvsem mladih v večja mesta. Verjamem, da bi bilo z razvojem podeželskega turizma mogoče dvigniti vse to na višjo raven, ustvariti nova delovna mesta, povečati domačo proizvodnjo in turizem, to pa bi mladim dalo pogum, da ostanejo tukaj ter svoje otroke naučijo nekaj tradicionalnih poklicev, spretnosti in znanj.«

Po drugi strani pa intervjuvanec 7 edini opozarja na negativne posledice podeželskega turizma: »Menim, da bi imel lahko razvoj turizma tudi negativne posledice, in sicer degradacijo ter devastacijo okolja ter morebitna nesoglasja med lokalnimi skupnostmi in prebivalci.« Medtem ko je komentar intervjuvanca 6 o negativnih posledicah naslednji: »Ne vidim nobenih negativnih posledic. Nasprotno, vsi združeni, vsak na svojem področju, vsem bo boljše.«

Če pogledamo zgoraj navedeno, lahko odgovorimo na drugo raziskovalno vprašanje, ki se glasi: »Kakšne so pozitivne in negativne posledice razvoja turizma na ozaljskem območju?« Po mnenju sogovornikov bi pozitivne posledice razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju vplivale na odpiranje novih delovnih mest, zmanjševanje odseljevanja prebivalstva, spodbudo domače proizvodnje, olajšalo bi trženje lokalnih proizvodov in storitev, zmanjšalo uvoz, povečala bi se denarni tok in promocija regije, vzpostavil bi se pozitiven in aktiven odnos do narave in bi turistična ponudba bila večja ter kakovostnejša. Tubić (2015) poudarja tudi ohranjanje in spodbujanje lokalne kulture in narave, ohranjanje domačih obrti in obrtnih veščin, izboljšanje infrastrukture in izboljšanje življenjskih razmer lokalnega prebivalstva. Obstajajo tudi negativne posledice razvoja podeželskega turizma, ki vključujejo motnje naravnega okolja in družbene harmonije podeželja zaradi velikega števila turistov, ekološko degradacijo in uničenje okolja, izgubo podeželja zaradi nenadzorovanega razvoja in rast cen lokalnih zemljišč, stroške nepremičnin in stanovanj.

Težko je opredeliti, kakšen vpliv bo imel razvoj podeželskega turizma na neko območje, vendar pa ustrezno strateško načrtovanje in vključevanje vseh deležnikov v načrtovanje poudarja pozitivne posledice razvoja podeželskega turizma, hkrati pa zmanjšuje negativne posledice.

6.4 Razlika v ponudbi in povpraševanju ozaljskega območja in Bele krajine

Ozaljsko območje in Bela krajina sta podeželski območji, ki jih deli reka Kolpa, ki predstavlja tudi glavne turistične potenciale obeh območij. Bela krajina reko Kolpo kot turistični potencial veliko bolj izkorišča v razvoju turizma, hkrati pa v smeri trajnostnega razvoja glede na ozaljsko območje. O tem pričajo veliko bolj urejene plaže in pristopi k plažam, niz dodatnih vsebin na Kolpi, številni kampi ob reki in odličje, ki ga je reka Kolpa prejela leta 2010, ko je postala Evropska destinacija odličnosti.

Poleg reke Kolpe imata obe območji še druge naravne potenciale. Poudariti je treba, da sta obe območji pokriti z zelenjem in naravnimi lepotami, hribi, vinogradi, potoki in gozdi, ki so med drugim dejavniki podeželskega območja. Poleg naravnih lepot sta obe območji bogati s kulturnimi znamenitostmi in nekatera so urejena oziroma dostopna obiskovalcem.

Za razvoj turizma na ozaljskem območju z lokalnimi samoupravami je aktivna le ena lokalna organizacija, in sicer Turistična skupnost področja Kolpe, medtem ko v Beli krajini delujejo tri organizacije – Zavod za turizem, kulturo, šport in mladino Metlika, nato Kulturni dom Semič – Turistično informacijski center Semič in Razvojno informacijski center Bela krajina, ki delujejo ločeno za svojo občino, izvajajo pa tudi skupne aktivnosti, usmerjene v razvoj in promocijo turizma.

V kolikšni meri Bela krajina odstopa v razvoju turizma glede na ozaljsko območje, je razvidno iz tabel 7. V tabeli 7 lahko vidimo, da je imela Bela krajina v letu 2019 štiri registrirane turistične objekte za najem več kot ozaljsko območje, medtem ko je bilo število registriranih ležišč v Beli krajini v istem letu za 64 % večje kot na ozaljskem območju. Ozaljsko območje in Bela krajina v letu 2021 v primerjavi z letom 2019 beležita pozitiven trend povečevanja števila registriranih turističnih objektov za najem – ozaljsko območje za 18 %, Bela krajina pa za 63 %.

Pozitiven trend v letu 2021 glede na leto 2019 je bil zabeležen tudi pri registriranih ležišč na ozaljskem območju in Beli krajini. Na ozaljskem območju se je število ležišč povečalo za 20 %, v Beli krajini pa za 62 %, medtem ko je le občina Žakanje zabeležila negativni trend števila ležišč v letu 2021 glede na leto 2019 za 47 %. V letu 2021 je Bela krajina zabeležila 51 % več registriranih turističnih objektov za najem glede na ozaljsko območje in 83 % več registriranih ležišč.

Iz navedenega lahko vidimo, da si Bela krajina aktivneje prizadeva za povečanje števila turističnih objektov za najem v primerjavi z ozaljskim območjem.

Tabela 87: Število registriranih turističnih objektov in ležišč na ozaljskem območju in v Beli krajini za leto 2019 in 2021

Mesto/občina	2019		2021	
	Število turističnih objektov za najem	Število ležišč	Število turističnih objektov za najem	Število ležišč
Ozalj	21	119	30	196
Kamanje	5	21	6	23
Žakanje	3	15	3	8
Ribnik	5	159	8	164
OZALJSKO OBMOČJE	34	314	47	391
Črnomelj	23	633	55	1.229
Metlika	10	83	33	807
Semič	5	155	15	270
BELA KRAJINA	38	871	103	2.306

Vir: DZS (brez datuma b) in SURS (2022a).

V Prilogi 4 (Število prihodov in nočitev turistov za ozaljsko območje in Belo krajino za leti 2019 in 2021) lahko vidimo, da je Bela krajina v letu 2021 v primerjavi z letom 2019 zabeležila porast števila prihodov turistov in števila prenočitev v primerjavi z ozaljskim območjem, ki je imelo negativen trend (DZS, brez datuma b; SURS, 2022c). Bela krajina je v letu 2019 imela 88 % več prihodov turistov kot ozaljsko območje, v letu 2021 pa 92 % več prihodov turistov.

Število prenočitev v Beli krajini je bilo v letu 2019 za 88 % višje kot na ozaljskem območju, v letu 2021 pa za 93 %. Povprečno število prenočitev ob prihodu v Belo krajino se je pozitivno povečalo z 2,4 v letu 2019 na 2,8 v letu 2021, medtem ko je bilo v letih 2019 in 2021 na ozaljskem območju 2,3.

Povprečno število nočitev ob prihodu v letu 2021 je na ozaljskem območju znašalo enako kot v letu 2019, medtem ko je Bela krajina beležila povečanje za 0,4. Na ozaljskem območju se je povprečno število nočitev ob prihodu v letu 2021 v primerjavi z letom 2019 najbolj povečalo v občini Kamanje, in sicer za 1,4. V občini Ribnik se je povečalo za 0,3, v Ozlju pa znižalo za 0,1, medtem ko za občino Žakanje ni evidentiranih podatkov. V Beli krajini se je povprečno število nočitev ob prihodu najbolj povečalo v Metliki, za 0,5, v Semiču za 0,4 in v Črnomlju za 0,3.

Izraba zmogljivosti v nastanitvenih obratih na ozaljskem območju in Beli krajini je izmerjena s koeficientom zasedenosti ležišč na letni ravni oziroma za leto 2021 in je prikazana v Prilogi 5.

Na ozaljskem območju je bilo v letu 2021 registriranih 391 ležišč in doseženih 8.955 nočitev, medtem ko je istega leta v Beli krajini registrirano 2.306 ležišč in je doseženo 133.275 nočitev (DZS, brez datuma b; SURS, 2022a; SURS, 2022c). Iz navedenega lahko izračunamo koeficient zasedenosti ležišč, ki prikazuje da je le-ta v Beli krajini v letu 2021 bistveno višji kot na ozaljskem območju, in sicer za 9,5 %. Koeficient zasedenosti ležišč na ozaljskem območju je 6,3 %, v Beli krajini pa 15,8 %. Gledano posamično po krajih in občinah na ozaljskem območju je bil najvišji koeficient v Kamanju – 9,3 %, najnižji pa v Ribniku – 5,1 %. V Ozlju znaša 7,1 %, za občino Žakanje pa ga zaradi pomanjkanja podatkov ni mogoče izračunati. Po drugi strani pa ima v Beli krajini najvišji koeficient Metlika s skupno 19,9 %, nekoliko manj Črnomelj, in sicer 14,2 %, najnižji pa Semič, natančneje 11,1 %. Iz navedenega lahko razberemo, da so nastanitvene zmogljivosti bistveno bolj izkoriščene v Beli krajini kot na ozaljskem območju.

Na podlagi podatkov lahko odgovorimo na četrto raziskovalno vprašanje: »Kakšne so razlike v ponudbi in povpraševanju med Belo krajino in ozaljskim območjem (primerjava poslovnih modelov). Podatki kažejo, da je Bela krajina v primerjavi z ozaljskim območjem turistično bistveno razvitejša. V 2021 letu je Bela krajina zabeležila 51 % več registriranih turističnih objektov za oddajanje v primerjavi z ozaljskim območjem in 83 % več registriranih ležišč. Koliko razvitejša je Bela krajina kot ozaljsko območje, kažejo podatki o prihodih in prenočitvah turistov. V letu 2021 je Bela krajina zabeležila 92 % več prihodov turistov v primerjavi z ozaljskim območjem in 93 % več prenočitev turistov. Tudi koeficient zasedenosti ležišč je v Beli krajini višji kot na ozaljskem območju, natančneje za 9,5 %.

Bela krajina aktivneje sodeluje pri izvajanju projektov glede ozaljskega območja, ki so usmerjeni v razvoj turizma, in se nanašajo na razvoj turistične infrastrukture, dodatne vsebine, razvoj pridelkov in izdelkov lokalnih ponudnikov, razvoj tradicionalnih jedi, oživitev kulturne dediščine z digitalizacijo in različnimi drugimi projekti, ki vključujejo vse deležnike. Tudi na ozaljskem območju potekajo te aktivnosti za razvoj turizma, vendar precej počasneje, kar je posledica nezadostnega strateškega načrtovanja ter nezadostne vključenosti in sodelovanja vseh deležnikov.

Poleg občin pri razvoju turizma v Beli krajini aktivno sodelujejo tri organizacije – Razvojno informacijski center Črnomelj, Zavod za turizem, kulturo, šport in mladino Metlika in Kulturni dom Semič – Turistično informacijski center Semič, ki izvajajo različne projekte za razvoj turizma, medtem ko je na ozaljskem območju poleg občin aktivna le ena organizacija – Turistična skupnost področja Kolpe. Turistična skupnost področja Kolpe ni dovolj usmerjena v izvajanje projektov za razvoj turistične infrastrukture in dodatnih vsebin, na katerih Bela

krajina aktivno deluje, temveč služi promociji, izobraževanju in informiranju posameznikov o razvoju turizma in možnostih sofinanciranja, spodbuja posameznike ter dogodke in manifestacije na ozaljskem območju.

Aktivnejše sodelovanje vseh zainteresiranih, urejena turistična infrastruktura, več dodatnih turističnih vsebin, digitalizacija turističnih potencialov in vsebin, razvoj aktivnega turizma, predvsem dejavnosti v zvezi z reko Kolpo, zagotavljanje lokalne hrane in promocija pridelkov in izdelkov družinskih kmetij, so nekateri razlogi, ki so naredili Belo krajino kot veliko bolj turistično privlačnejšo destinacijo v primerjavi z ozaljskim območjem.

Ker imata Bela krajina in ozaljsko območje podobne naravne potenciale, lahko Bela krajina zagotovo služi kot primer dobre prakse na ozaljskem območju in nakazuje, v katero smer naj se razvijata kot turistični destinaciji.

6.5 Predlog razvoja turistične destinacije v smeri pametne turistične destinacije

V preteklih letih so bili mesto Ozalj, občine Kamanje, Žakanje in Ribnik usmerjeni v rekonstrukcijo in posodobitev nerazvrščenih cest, rekonstrukcijo javne razsvetljave in vodovoda, sanacijo divjih odlagališč, izgradnjo reciklažnega dvorišča, urejanje pohodniških in kolesarskih poti, zagotavljanje dostopnih točk WiFi-ja, ki so na voljo na 32 lokacijah na ozaljskem območju. Načrtujejo tudi sodelovanje pri projektih, ki bi izboljšali infrastrukturo ozaljskega območja.

Na ozaljskem območju so se izvajali projekti, kot sta Misterion – Doživetje skrivnosti voda (hrv. Iskustvo tajne voda) in Srečanje z reko (hrv. Susret s rijekom), ki sta omenjeni tudi v analizi Buhalis 6A. Skozi projekt Doživetje skrivnosti vode je nastal multimedijski center Arheološki park Vrlovka. Izpostaviti je treba projekt „PoBeri, uporabi, očisti!“ (hrv. PoKupi, iskoristi, očisti; gre za besedno igro. PoKupi po hrvaško namreč pomni »poberi« in »po Kolpi«), katerega cilj je bil informirati in izobraževati prebivalstvo o razvrščanju odpadkov in novih načinih ravnanja z odpadki ter graditi zavest in razumevanje pomena ravnanja z odpadki. Turistična skupnost področja Kolpe se želi poleg razvoja kolesarskega turizma usmeriti v razvoj aktivnih počitnic na rekah. Načrtujejo tudi snemanje promocijskih videov o ljudeh, ki živijo ob reki Kolpi. Na ta način želijo promovirati destinacijo in pritegniti potencialne obiskovalce. Poleg naštetega si vsekakor želijo razvijati in promovirati obstoječe dogodke in manifestacije, izobraževati in informirati zasebnike in lokalno prebivalstvo.

V analizi Buhalis 6A je omenjena možnost izdelave spletne strani in mobilne aplikacije, ki bi vključevala dostopne produkte in storitve turistične destinacije. Spletna stran in aplikacija lahko vsebujeta možnost spletne rezervacije namestitvenih kapacitet, razpoložljivih paketov, nato zemljevid, na katerem so označene turistične znamenitosti z dodatnimi informacijami in

pomožnimi storitvami, nato informacije o javnem prevozu in aktualnih dogodkih. Razvoj tovrstnih aplikacij omogoča razvoj pametne turistične destinacije in turistom zagotavlja najnovejše informacije v realnem času. Ustanovitev DMC-a na ozaljskem območju bi omogočilo večjo izrabo turistične destinacije in prijetnejše bivanje turistov ter veliko jasnejšo vsebino možnosti, ki jih turistična destinacija ponuja turistom.

Bela krajina je za ozaljsko območje lahko primer dobre prakse razvoja podeželskega turizma, ki z aktivnim izvajanjem projektov aktivno vključuje lokalne ponudnike. Hiša dobrot Bele krajine je dober primer, kako bi lahko ozaljsko območje združilo izdelke lokalnih ponudnikov, ki bi tako promovirali in prodajali lokalne izdelke. Projekt, ki ga trenutno izvajajo, Kolektivna blagovna znamka destinacije Bela krajina, je tudi dober primer, s katerim lahko ponudnike ozaljskega območja povežemo v enoten sistem in tako zagotovimo kakovost izdelkov. Arheološki park Vrlovka je dober primer digitalizacije, a na ozaljskem območju je kar nekaj znamenitosti, ki bi jih še lahko digitalizirali. S tem obiskovalcem na inovativen način približamo zgodovino, sami turistični destinaciji pa so na voljo nove vsebine, ki bi dopolnile ponudbo turistične destinacije. S postavitvijo postaj za izposajo koles in opreme za vodne športe ter ureditvijo pohodniških in kolesarskih poti bi ozaljsko območje zagotovo prispevalo k dodatni kakovosti razvoja podeželskega turizma. Restavracije na ozaljskem območju vključujejo izdelke lokalnih proizvajalcev, vendar bi si morali prizadevati za ustvarjanje ali promocijo tradicionalnih jedi, po katerih bi bilo ozaljsko območje prepoznavno.

Da bi turistična destinacija postala pametnejša in dostopnejša za turiste, je na ozaljskem območju potrebnega še veliko dela za ustvarjanje konkurenčne turistične destinacije. Enako je mogoče doseči le s skupnim sodelovanjem lokalne samouprave, turistične skupnosti, neprofitnih društev, lokalnih ponudnikov in vse do lokalnega prebivalstva, ki ga je treba poučiti o možnostih in prednostih razvoja podeželskega turizma.

SKLEP

Ozaljsko območje se nahaja na celinski Hrvaški, natančneje v Karlovški županiji. Za ozaljsko območje štejemo občine, ki so v času Jugoslavije pripadale občini Ozalj, ki je danes razdeljena na mesto Ozalj ter občine Kamanje, Žakanje in Ribnik. Ozaljsko območje je podeželsko območje, bogato s kulturno dediščino in naravnimi lepotami, gozdovi, rekami, vinogradi in griči. Vse to mu daje predpogoj za razvoj podeželskega turizma. UNWTO (brez datuma a) navaja, da ima podeželski turizem veliko prednosti za lokalno prebivalstvo, spodbuja lokalno gospodarsko rast in družbene spremembe zaradi dopolnjevanja z drugimi gospodarskimi dejavnostmi, ustvarja nova delovna mesta, ima pozitiven prispevek k BDP-u in zmanjšuje sezonskost.

V magistrski nalogi sem analizirala ozaljsko območje kot turistično destinacijo in se osredotočila na analizo turističnega povpraševanja in ponudbe, predvsem podeželskega turizma. Pri analizi sem se osredotočila tudi na ustreznost trenutne turistične ponudbe za sodobnega turista, torej analizirala pametnost turistične destinacije. V smeri razvoja pametne turistične destinacije je digitalizacija na ozaljskem območju premalo izkoriščena za oživljanje kulturne dediščine, naravne lepote so minimalno izkoriščene in vanje je premalo vloženo, tradicionalna hrana je premalo dostopna turistom, manjkajo pa tudi dodatne vsebine, ki bi bile večinoma povezane z reko Kolpo.

S pomočjo znanstvene in strokovne literature sem predstavila sodobne oblike turizma ter sodobnega turista in podeželski turizem. Nato sem s sekundarnimi podatki predstavila trenutni razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju in v Beli krajini. Z metodo kompilacije sem predstavila najpomembnejše atrakcije ozaljskega območja in nato naredila analizo modela Buhalis 6A, torej analizo uspešnosti turistične destinacije. Na podlagi analize primarnih podatkov z intervjujimi in opazovanjem ter sekundarnimi podatki sem izdelala analizo SWOT ozaljskega območja in matriko TOWS. Primarne podatke sem zbrala s polstrukturiranimi in strukturiranimi intervjuji, na podlagi katerih sem odgovorila na raziskovalna vprašanja. Raziskovalna vprašanja so bila povezana s trenutnim razvojem podeželskega turizma na ozaljskem območju in kako deležniki ocenjujejo razvoj turizma ter kakšni so njihovi načrti v prihodnosti. Raziskovalno vprašanje je bilo identificirati prednosti in slabosti, ki zaznamujejo razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju, ter analizirati razlike v ponudbi in povpraševanju med Belo krajino in ozaljskim območjem.

Podeželski turizem na ozaljskem območju je premalo razvit, torej je šele na začetku razvoja, s čimer se strinjajo tudi deležniki ozaljskega območja. Največja težava nerazvitega turizma na ozaljskem območju je neizobraženost in neinformiranost prebivalstva o morebitnih subvencijah in sofinanciranju ter odseljevanje prebivalstva in odhod mladih v večja mesta. Nato pomanjkanje dodatnih vsebin in nastanitvenih vsebin, nezadostna promocija območja ali pomanjkanje trženjskih aktivnosti, zakonodaja, razdrobljenost parcel, neuporaba naravnih in kulturnih znamenitosti za razvoj trajnostnega turizma ter nezadostna vlaganja v infrastrukturo. Prostora za nadaljnji razvoj je veliko, a da bi ozaljsko območje postalo konkurenčna podeželska destinacija, bo potrebovalo strateško načrtovanje na ravni celotnega območja in sinergijo vseh deležnikov. Kar zadeva prihodnje pobude, si ponudniki na ozaljskem območju želijo in bodo še naprej vlagali v svoj turistični razvoj. Lokalne samouprave in skupnost pa želijo ohraniti obstoječe stanje ter razvijati nove vsebine in infrastrukturo ter še naprej spodbujati zasebnike, jih izobraževati in informirati o razvoju turizma ter možnostih sofinanciranja, spodbujati dogodke in manifestacije.

Razvoj podeželskega turizma prinaša pozitivne in negativne posledice. Nekatere prednosti, ki bi jih imelo ozaljsko območje z razvojem podeželskega turizma, so povezane s spodbujanjem

domače proizvodnje, ustvarjanjem delovnih mest, zmanjševanjem odseljavanja, izboljšanjem infrastrukture in izboljšanjem življenjskih pogojev lokalnega prebivalstva. Po drugi strani pa se negativne posledice nanašajo na motnje naravnega okolja in družbene harmonije podeželja, ekološko degradacijo in uničenje okolja, izgubo podeželja zaradi nenadzorovanega razvoja in dvig cen lokalnih zemljišč.

Bela krajina je v primerjavi z ozaljskim območjem turistično bistveno razvitejša, o čemer pričajo podatki o skupnem številu registriranih turističnih objektov ter številu prihodov in prenočitev turistov, ki so prikazani v analizi obeh območij. Poleg naštetega Bela krajina v primerjavi z ozaljskim območjem izstopa glede dodatne ponudbe, saj je aktivnejša pri izkoriščanju naravnih in kulturnih atrakcij za ustvarjanje turističnega produkta. Bela krajina ima razvitejšo dodatno vsebino, možnosti najema opreme, razpoložljivost lokalnih izdelkov in lokalne hrane, s pomočjo digitalizacije pa razvija kulturno dediščino, da bi le-ta postala interaktivna in dostopnejša obiskovalcem. Bela krajina je aktivnejša pri razvoju podeželskega turizma z izvajanjem različnih projektov, po drugi strani pa tudi ozaljsko območje dela na tem, a precej počasneje.

Na ozaljskem območju obstajajo številne razvojne možnosti za razvoj podeželskega turizma. Najprej je treba izhajati iz prebivalstva in ponudnikov, ki potrebujejo dodatno izobraževanje o razvoju podeželskega turizma in jim predstaviti možnosti sofinanciranja in podpore. Nato je treba delati na razvoju dodatnih vsebin, digitalizirati kulturno dediščino in vključevati dodatne vsebine v dogodke, razviti domačo gastronomijo, urediti kopališča in razviti prometno infrastrukturo, razviti številne oblike turizma (na primer športni, kulturni, enogastronomski in avanturistični turizem), razviti nastanitvene zmogljivosti in povečati marketinške aktivnosti. Poleg vsega naštetega je pomembna, kot že rečeno, sinergija vseh deležnikov.

LITERATURA IN VIRI

1. Adeyinka-Ojo, S. F., Khoo-Lattimore, C. & Nair, V. (2014). *A framework for rural tourism destination management and marketing organisations*. Malaysia: Taylor's University.
2. An, W. & Alarcon, S. (2020). How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review. *Sustainability*, 12(18), 7758.
3. Anderson, C. (2010). Presenting and Evaluating Qualitative Research. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 74(8), 141.
4. APPRRR. (2021). *Sumarni podaci iz Upisnika poljoprivrednika*. Zagreb.
5. Bartoluci, M., Hendija, Z. & Petračić, M. (2015). *Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
6. Bartoluci, M. (2011). *Planiranje i održivi razvoj turizma*. Zagreb: Školska knjiga.

7. Batat, W. (2011). *The coming out of the "new consumer"*. France: University of Lyon 2.
8. Bela krajina. (brez datuma a). *Športne aktivnosti*. Pridobljeno 12. februarja 2022 iz <https://www.belakrajina.si/sl/obiscite/sportne-aktivnosti/>
9. Bela krajina. (brez datuma b). *Tradicionalne jedi*. Pridobljeno 12. februarja 2022 iz <https://www.belakrajina.si/sl/okusite/tradicionalne-jedi/>
10. Bela krajina. (brez datuma c). *Doživetja*. Pridobljeno 12. februarja 2022 iz <https://www.belakrajina.si/sl/dozivetja/>
11. Bela krajina. (brez datuma d). *Kolektivna blagovna znamka destinacije Bela krajina*. Pridobljeno 13. februarja 2022 iz <https://www.belakrajina.si/sl/informacije/novice/kolektivna-blaovna-znamka/>
12. Bela krajina. (brez datuma e). *Zelena destinacija*. Pridobljeno 13. februarja 2022 iz <https://www.belakrajina.si/sl/informacije/zelena-destinacija/>
13. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
14. Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2013). Smart Tourism Destinations. V Z. Xiang & I. Tussyadiah (ur.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (str. 553–564). Cham: Springer.
15. Bulchand Gidumal, J. (2015). *Definition of Smart Tourism Destination*. Pridobljeno 1. oktobra 2022 iz <https://jbulchand.com/en/2015/01/definition-of-smart-tourism-destination/>
16. Cawley, M. & Gillmor, D. A. (2007). *Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice*. Dublin: Trinity College, 35(2), 316–337.
17. Chang, K. G., Chien, H., Cheng, H. & Chen, H. (2018). *The Impacts of Tourism Development in Rural Indigenous Destinations: An Investigation of the Local Residents' Perception Using Choice Modeling*. Taiwan, 10(12).
18. Crorivers. (brez datuma). *KUPA – rijeka dubokog tirkiznog vrela, brzaka i meandara*. Pridobljeno 25. septembra 2021 iz <https://crorivers.com/kupa/>
19. Cycling Adventure. (brez datuma). *Biciklističke staze Ozalj & Žumberak*. Pridobljeno 3. septembra 2022 iz <https://cyclingadventure.net/ozalj-zumberak/>
20. Dashper, K. (2014). *Rural Tourism: Opportunities and Challenges, in Rural Tourism: An International Perspective*. Cambridge Scholars Publishing, 1–16.
21. Defilippis, J. (2005). *Poljoprivreda i razvoj*. Zagreb: Školska knjiga.
22. Dujmović, M. (2014). *Kultura turizma*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
23. Demonja, D. (2012). *Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske*. Zagreb: Institut za međunarodne odnose.
24. Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. & Popescu, E. S. (2018) Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. *Tourism Research Unit – TRU*. Copenhagen: Aalborg University.

25. Dvorci i stari gradovi. (2019). *Stari grad Ribinik*. Pridobljeno 30. septembra 2022 iz <https://dvorcistarigradovi.weebly.com/>
26. DZS. (brez datuma a). *Popis '21*. Pridobljeno 8. januarja 2022 iz <https://popis2021.hr/>
27. DZS. (brez datuma b). *Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista, Republika Hrvatska, NKPJS 2012. - 2. razina, županije, gradovi i općine po mjesecima*. Pridobljeno 25. septembra 2022 iz https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam__Dolasci%20i%20no%c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%c5%a1tajnim%20objektima&px_tableid=BS_TU16.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=13e41e79-6ad0-4e7c-8038-cb3df75d5c92
28. Čavlek, N. (2011). *Turističko tržište – potražnja, ponuda i trendovi*. Zagreb: Školska knjiga.
29. EUR – Lex. (2022). *Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj*. Pridobljeno 20. februarja iz <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/LSU/?uri=celex:32013R1305>
30. European Commission. (brez datuma). *Free Wi-Fi for Europeans*. Pridobljeno 15. januarja 2022 iz <https://wifi4eu.ec.europa.eu/#/home>
31. Fang, W. T. (2020). *Tourism in Emerging Economies: The Way We Green, Sustainable, and Healthy*. Singapore, 103–129.
32. Femenia Serra, F., Baidal, J. I. & Neuhofer, B. (2019). Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *Service industries Journal*, 39(2).
33. Gartner, W. C. (2014). *Brand equity in a tourism destination*. University of Minnesota.
34. Gavrilă Paven, I. (2015). *Tourism Opportunities for Valorising the Authentic Traditional Rural Space – Study Case: Ampoi and Mures Valleys microregion*. Romania: Procedia – Social and Behavioral Sciences, 188, 111–115.
35. Grad Ozalj. (brez datuma). *O gradu*. Pridobljeno 25. septembra 2021 iz <https://ozalj.hr/grad/o-gradu/>.
36. Gretzel, U., Ham, J. & Koo, C. (2018). *Creating the City Destination of the Future: The Case of Smart Seoul*. Managing Asian Destinations.
37. Gretzel, U., Xiang, Z., Koo, C. & Sigala, M. (2015). *Smart tourism: foundations and developments*. *Electronic Markets*, 25(3).
38. Grzunov, J. (2020). *Model informacijskog sustava za podršku pametnim turističkim destinacijama*. (doktorska disertacija). University of Zadar.
39. Gonan Božac, M. (2007). SWOT analiza i TOWS matrica – sličnosti i razlike. *Ekonomika istraživanja*, 21(1).
40. Hendija, Z. (2011). *Organizacijska struktura turizma*. Zagreb: Školska knjiga.
41. Hiša dobrot Bele krajine. (brez datuma). *O nas*. Pridobljeno 3. oktobra 2022 iz <https://hisadobrot-belekrajine.si/o-nas/>

42. Horwath HTL. (2015). *Tourism Megatrends – 10 things you need to know about the future of Tourism*. Pridobljeno 25. julija 2021 iz <http://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf>
43. HTZ. (2014). *Destinacijski menadžment kompanije DMK – priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa*. Zagreb.
44. HŽPP. (brez datuma). *Vozni red*. Pridobljeno 17. julija 2022 iz <https://prodaja.hzpp.hr/hr/Ticket/Journey?StartId=75560&DestId=75060&DepartureDate=2022-0713&DirectTrains=True&Class=2&ReturnTrip=False&Passenger1Count=1&Passenger2Count=0&Benefit1Id=11>
45. Inštitut za turizam. (2004). *Planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom naslijeđu*. Pridobljeno 20. septembra 2021 iz <http://www.iztzg.hr/images/uploaded/knjige/Odrzivi-turizam-u-deset-koraka-Small-File-Size.pdf>
46. Inštitut za turizam. (2019). *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS 2019*. Zagreb: Institut za turizam.
47. Irshad, H. (2010). *Rural Tourism – An Overview. Government of Alberta, Agriculture and Rural Development Retrieved*. Pridobljeno 15. julija 2022 iz [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/\\$FILE/RuralTourism.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/$FILE/RuralTourism.pdf)
48. KA portal. (2015). *U Kamanju otvoreno penjalište za alpiniste – uredili ga volonteri vlastitim i donatorskim sredstvima*. Pridobljeno 3. septembra 2022 iz <https://kaportal.net.hr/nekategorizirano/3735411/u-kamanju-otvoreno-penjaliste-za-alpiniste-uredili-ga-volonteri-vlastitim-i-donatorskim-sredstvima/>
49. KA portal. (2021a). *Otvoren Adrenalinski park u Ozlju – jedini takav sadržaj u ovom dijelu Hrvatske, gradonačelnica Lipšinić uvjerena – odlična dopuna ostalim sadržajima u gradu*. Pridobljeno 3. septembra 2022 iz <https://kaportal.net.hr/zupanija/ozalj/4034002/otvoren-adrenalinski-park-u-ozlju-jedini-takav-sadrzaj-u-ovom-dijelu-hrvatske-gradonacelnica-lipsinic-uvjerena-odlicna-dopunu-ostalim-sadrzajima-u-gradu/>
50. KA portal. (2021b). *Za vikend svi putevi vode u Vivodinu – započinje dvodnevna tradicionalna manifestacija Dani vina Vivodina 2021*. Pridobljeno 17. julija 2022 iz <https://kaportal.net.hr/zupanija/ozalj/4065628/za-vikend-svi-putove-vode-u-vivodinu-zapocinje-dvodnevna-tradicionalna-manifestacija-dani-vina-vivodina-2021/>
51. Karlovački. (2022). *Ove i sljedeće subote održava se Vivodina Wine and Walk – devet vinarija, devet kilometara duga ruta*. Pridobljeno 18. julija 2022 iz <https://karlovacki.hr/ove-i-sljedece-subote-odrzava-se-vivodina-wine-and-walk-devet-vinarija-devet-kilometara-duga-ruta/>

52. Kantar, S. (2015). *Razvoj održivoga ruralnoga turizma: potencijali koprivničko-križevačke županije*. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb.
53. Kataya, A. (2021). *The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities*. Romania, Bucharest: Bucharest University of Economic Studies.
54. Kesar, O. & Rimac, K. (2011). Medical Tourism Development in Croatia. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 14(2), 107–134.
55. Komppula, R. (2014). *The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – A case study*. University of Eastern Finland, 361-371.
56. Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology – Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International Publishers.
57. KP Kolpa. (brez datuma). *Projekt KOLPA E-BIKE – Alternativna mobilnost ob reki Kolpi*. Pridobljeno 3. oktobra 2022 iz <https://www.kp-kolpa.si/projekti-izobrazevanja-publikacije/projekti-clld-2018-2019/projekt-kolpa-e-bike-alternativna-mobilnost-ob-reki-kolpi/>
58. Krivošejev, V. & Rabasović, B. (2020). *Uvod u turizam s osnovama ruralnog turizma*. Valjevo: Udruženje domaćina Valjevo.
59. Krajnović, A., Čičin Šain, D. & Predovan, M. (2011). *Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice*. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekomiju, 1(1), 30–45.
60. Kultura. (brez datuma). *O projektu*. Pridobljeno 3. oktobra 2022 iz <https://kul-tura.hr/o-projektu/>
61. LAG Vallis Colapis. (brez datuma). *O LAG-u*. Pridobljeno 30. februarja 2022 iz <https://leader.vallis-colapis.hr/o-lag-u/o-nama>
62. Laić, S. (2021). *Bogati sadržaji u sklopu Festivala DOK od 10. do 12. rujna u Kamanju*. Karlovački, Karlovac. Pridobljeno 15. februara 2022 iz <https://karlovacki.hr/bogati-sadrzaji-u-sklopu-festivala-dok-od-10-do-12-rujna-u-kamanju/>
63. Lane, B. (2005). Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development and Conservation. *RIAT Interamerican Journal of Environment and Tourism*, 2(1).
64. Lane, B. & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches—towards a new generation concept? *Journal od Sustainable Tourism*, 23(1), 8–19.
65. Lane, B., Kastenholz, E. & Carneiro, M. J. (2022). Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, *Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century*. MDPI, 14(10).
66. Lopez de Avila Munoz, A. (2015). *Smart Destinations Report: building the future*. SEGITTUR, Madrid.
67. Lukić, A. (2012). *Mozaik izvan grada: tipologija ruralnih i urbaniziranih naselja Hrvatske*. Samobor: Merdijani.

68. Mihalič, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, Part B, 461–470.
69. Mihalič, T. (2019). Prekomeren ali podmeren turizem – primerjalna analiza ekonomske ekonomske trajnosti slo ajnosti slovenskega turizma. *Economic and Business Review*, 4(21).
70. Ministrstvo za naravne vire in prostor. (2011). *Profil kopalne vode Kopalno območje Kolpa, Podzemelj*. Pridobljeno 30. septembra 2022 iz https://www.gov.si/assets/ministrstva/MOP/Dokumenti/Voda/profili_kopalnih_voda/profil_KV_16_kolpa_podzemelj.pdf
71. Nassaji, H. (2015). *Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis*. Language Teaching Research. 19(2), str. 129-132.
72. Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing and Management*, 1(1), 36–46.
73. OECD. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development Organisation – General Distribution*. Paris. Prodiobljeno 18. septembra 2021 iz <http://www.oecd.org/redirect/dataoecd/31/27/2755218.pdf>
74. OECD. (2019). *Rural 3.0: People centred rural policy - Policy highlights*. Pridobljeno 20. septembra iz <https://www.oecd.org/rural/rural-development-conference/documents/Rural-3.0-Policy-Highlights.pdf>
75. Općina Kamanje. (brez datuma). *Vrlovka*. Pridobljeno 20. septembra 2021 iz <https://www.kamanje.hr/7/58/Vrlovka>
76. Općina Žakanje. (2019). *Strategija razvoja turizma Općine Žakanje za razdoblje od 2015. do 2019*. Pridobljeno 20. septembra 2021 iz <https://www.opcina-zakanje.hr/1/190/Strateski-plan-razvoja-turizma>
77. Page, S. J. & Connell, J. (2014). *Tourism: A Modern Synthesis*. London: Thomson Learning.
78. Pakurar, M. & Olah, J. (2008). Definition of rural tourism and its characteristics in the Northern Great Plain region. *Analele Universitatii din Oradea, Fascicula: Ecotoxicologie, Zootehnie si Tehnologii de Industrie Alimentara*, 7(7).
79. Pestek, A. & Sarvan, M. (2021). *Virtual reality and modern tourism*. Sarajevo, 7(2), 245–250.
80. Petrić, L. (2006). Izazovi razvoja ruralnog turizma: Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku. *Acta Turistica*, 2, 134–170.
81. Petračić, M. (2018). *Poduzetnički projekti u održivom razvoju ruralnog turizma*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci.
82. Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallinglord: CAB International.

83. Ruralni razvoj. (brez datuma). *Program ruralnog razvoja 2014. – 2020. godine*. Pridobljeno 22. januarja 2022 iz <https://ruralnirazvoj.hr/program/>
84. Putovnica.net. (brez datuma). *Bus Karlovac – Rijeka*. Pridobljeno 18. julija 2022 iz <https://www.putovnica.net/prijevoz/autobus/karlovac-hr/rijeka-hr/autobus-karlovac-hr-rijeka-hr-vozni-red-cijena>
85. RIC Bela krajina. (brez datuma). *Razvoj turizma*. Pridobljeno 10. februarja 2022 iz <https://ric-belakrajina.si/sl/razvoj-turizma/>
86. Ritchie, J. R. B. & Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. UK: CABI publishing.
87. Robinson, M. & Jamal, T. (2009). *The SAGE handbook of tourism studies*. Sage Publications Ltd.
88. Ružić, P. (2011). *Ruralni turizam Istre*. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam.
89. Sammut Bonnici, T. & Galea, D. (2015). *SWOT Analysis*. University of Malta.
90. Serdarušić, M. & Tustonjić, M. (2017). *Sustainable Development of Rural Tourism in the Lika Region*. Vienna: Modul University Vienna.
91. SURS. (2022a). *Nastanitve turistov*. Pridobljeno 5. septembra 2022 iz <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/24/66>
92. SURS. (2022b). *Osnovne skupine prebivalstva po spolu, Slovenija, četrtletno*. Pridobljeno 4. septembra iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/05A1002S.px>
93. SURS. (2022c). *Prihodi in prenočitve domaih in tujih turistov, občine, Slovenija, letno*. Pridobljeno 10. marca 2022 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164525S.px>.
94. Smith, M., MacLeod, N. & Hart Robertson, M. (2010). *Key Concept in Tourist Studies*. SAGE.
95. Smolčić Jurdana, D. (2015). Ekonomska obilježja poslovanja u ruralnom turizmu – usporedba Hrvatske i Slovenije. V G. Sedmak, D. Smolčić Jurdana, T. Kopicer & T. Planinc (ur.), *Spodbujanje ruralnega turizma* (str. 159–168). Koper: Založba Univerze na Primorskem.
96. Smolčić Jurdana, D., Soklić Frleta, D. & Đedović, L. (2018). *Obilježja turizma u ruralnom prostoru*. 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu, Zbornik radova, 220–229.
97. Spust po Kupi. (brez datuma). *O spustu*. Pridobljeno 15. februarja 2022 iz <https://spustpokupi.eu/o-spustu/>
98. Stanciulescu, G. E., Molnar, E. & Molnar, E. (2011). *Tourism's changing face: New age tourism versus old tourism*. University of Oradea.
99. Szuster, B., Lesar, L., Needham, M.D. & Chen, Q. (2021). From a drone's eye view: indicators of overtourism in a sea, sun, and sand destination. *Journal of Sustainable Tourism*. DOI: 10.1080/09669582.2020.1866586

100. Štrudlafest. (brez datuma). *O štrudlafestu*. Pridobljeno 15. februarja 2022 iz <https://strudlafest.com/o-strudlafestu/>
101. Tran, H. M., Huertas, A. & Moreno, A. (2017). A new framework for the analysis of smart tourism destinations - A comparative case study of two spanish destinations. V *Congresos - Seminario Destinos Turisticos Inteligentes 2017 - Libro de Actas* (str. 190-214). Universidad de Alicante.
102. Travel Croatia Live. (brez datuma). *Etno park Ozalj*. Pridobljeno 3. septembra 2022 iz <https://travelcroatia.live/listing/etno-park-ozalj/>
103. Triarchi, E. & Karamanis, K. (2016). *The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background*. University of Ioannina.
104. Tubić, D. (2015). *Model razvoja ruralnog turizma kontinentalne Hrvatske*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
105. Tubić, D. (2019). *Ruralni turizam: od teorije do empirije*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
106. Turističke priče. (2021). *Prva kestenijada Via Ribnik u Starom gradu Ribnik*. Pridobljeno 16. februarja 2022 iz <https://www.turistickeprice.hr/prva-kestenijada-via-ribnik-u-starom-gradu-ribniku/>
107. TZP Kupa. (2022). *Potpore turizmu grada Ozlja*. Pridobljeno 8. februarja 2022 iz <https://tzip-kupa.hr/2022/02/07/potpore-turizmu-grada-ozlja-2022/>
108. Udruga gradova. (brez datuma). *Ozalj – pročistač otpadnih voda*. Pridobljeno 30. septembra 2022 iz <https://www.udruga-gradova.hr/inpuls/ozalj-procistac-otpadnih-voda/>
109. UNWTO. (brez datuma a). *Rural Tourism*. Pridobljeno 3. maja 2022 iz <https://www.unwto.org/rural-tourism>
110. UNWTO. (brez datuma b). *Sustainable development*. Pridobljeno 10. maja 2022 iz <https://www.unwto.org/sustainable-development>
111. Zagrebačka nadbiskupija. (brez datuma). *Župe*. Pridobljeno 20. junija iz <https://www.zg-nadbiskupija.hr/nadbiskupija/zupe?zupeid=100>
112. Zhu, W., Zhang, L. & Li, N. (2014). *Challenges, function changing of government and enterprises in Chinese smart tourism*. Enter.
113. Wehrich, H. (1982). *The TOWS Matrix - A Tool for Situational Analysis*. Long Range Planning.
114. WTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. Madrid.
115. WTTC & McKinsey & Company. (2017). *Coping with success. Managing Overcrowding in Tourism Destinations*. Pridobljeno 21. julija 2021 iz <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations>
116. Ying, T. & Zhou, Y. (2007). Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages. *Tourism Management*, 28(1), 96–107.

PRILOGE

Priloga 1: Izhodišča za polstrukturirani intervju za lokalne samouprave in Turistično skupnost področja Kolpe

1. DEL – Razvoj turizma na ozaljskem območju in sodelovanje

- Kako razvit je po vašem mnenju trenutno podeželski turizem na ozaljskem območju? Ali vidite prostora za nadaljnji razvoj?
- Katere so po vašem mnenju težave za razvoj podeželskega turizma?
- Katere projekte ste izvedli na vašem območju za razvoj podeželskega turizma?
- Ali imate zanimanje lokalnega prebivalstva za razvoj turizma in če jih zanima ukvarjanje s turistično dejavnostjo? Ali družinska kmetija vpliva na ukvarjanje s podeželskim turizmom?
- Ali sodelujete z ostalimi lokalnimi samoupravami in lokalnimi skupnostmi z ozaljskega območja (na primer v skupnih projektih ali pri izmenjavi znanj in izkušenj)?

2. DEL – Turistični potenciali

- Katere so največje turistične atrakcije na vašem območju? Ali delate na uvajanju dodatnih vsebin?
- Katere vse dejavnosti je mogoče početi na vašem območju oziroma kako lahko obiskovalci preživijo svoj čas na vaši destinaciji?
- Kaj po vašem mnenju manjka, da bi privabili več turistov?

3. DEL – Pametna turistična destinacija

- Kako razvita je infrastruktura na vašem območju? Ali delate na izboljšanju infrastrukture?
- Kako oglašujete destinacijo?
- Koliko kot občina vlagate v inovacije? Ste že izvedli kakšne projekte in ali imate načrte za prihodnost?
- Kaj lahko izboljšate, da postanete pametna podeželska destinacija?

4. DEL – Prihodnji načrti in posledice razvoja podeželskega turizma

- Katere pozitivne ali negativne posledice bi po vašem mnenju povzročil razvoj podeželskega turizma?
- Kakšni so vaši načrti za prihodnji razvoj turizma?

Priloga 2: Izhodišča za polstrukturirani intervju za predstavnico Razvojno informacijskega centra Bele krajine

1. DEL – Razvoj turizma v Beli krajini in sodelovanje

- Kdaj se je začel razvijati podeželski turizem v Beli krajini?
- Katere projekte, ki so vplivali na razvoj turizma v Beli krajini, lahko izpostavite?
- Ali vidite prostor/možnosti za nadaljnji razvoj podeželskega turizma v Beli krajini?
- Ali lokalno prebivalstvo kaže zanimanje za podeželski turizem?
- Ali RIC in TIC v turizmu sodeluje z deležniki in na kakšen način?
- Ali zasebniki za ustanovitev podjetja uporabljajo sofinanciranje iz EU, turističnih skupnosti ali mesta oz. kakšno drugo obliko sofinanciranja?
- Imate trenutno aktivne projekte za razvoj podeželskega turizma ali kakšne načrte za prihodnost?

2. DEL – Turistični potenciali

- Kateri so po vašem mnenju največji turistični potenciali Bele krajine?
- Ali imate razpoložljive pakete, ki združujejo več zanimivosti?
- Kaj po vašem mnenju manjka, da bi privabilo več turistov v turistično destinacijo?

3. DEL – Pametna turistična destinacija

- Kakšna je infrastruktura Bele krajine? Ali se dela na izboljšanju stanja?
- Koliko Bela krajina vlaga v inovacije v turizmu (inovativni turistični proizvodi in če obstajajo zanimivosti, ki so bile digitalizirane)? Imate kakšne projekte za prihodnost?
- Kaj lahko izboljšate, da postanete pametna podeželska destinacija?
- Kako promovirate destinacijo?

Priloga 3: Strukturirani intervjuji z zasebniki na ozaljskem območju, ki se ukvarjajo s podeželskim turizmom

Intervjuvanec 6:

- 1. Kako ocenjujete sedanji razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju? Ali menite, da je dovolj razvit ali vidite prostor za njegov nadaljnji razvoj?*

Glede sedanjega razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju menim, da je še prostor za nadaljnji razvoj in da podeželski turizem ni dovolj razvit.

- 2. Kateri so po vašem mnenju glavni turistični potenciali ozaljskega območja?*

Kot glavne turistične potenciale ozaljskega območja vidim predvsem lepo naravo, nato pa znamenitosti.

- 3. Ali ste za ustanovitev podjetja uporabili sofinanciranje ali spodbude, na primer iz Programa za razvoj podeželja, Turistične skupnosti področja Kolpa, županije ali kakšno drugo obliko sofinanciranja? Če je tako, kakšne izkušnje ste imeli, in če ne, kaj je razlog za to?*

Glede začetka poslovanja moram v prvi vrsti poudariti prijaznost Mestne občine Ozalj, ki je sodelovala pri sofinanciranju, pa tudi glede vseh drugih oblik pomoči pri odločitvi za začetek poslovanja. Zelo pomembno je poudariti, da mi je Mestna občina Ozalj še vedno velika opora v vseh pogledih, pa najsi gre za finančno podporo ali pa druge oblike pomoči. Resnično vredno vsake pohvale, ena zelo pozitivna izkušnja.

- 4. Načrtujete nove naložbe v razvoj poslovanja?*

Ko gre za nove poslovne naložbe, je vse odvisno od številnih dejavnikov, na katere osebno nimam velikega vpliva. Vsekakor si želim in imam nekaj načrtov, da če ne razširim, kako vsaj izboljšati bivalne pogoje, če jih že ne gre razširiti.

- 5. Kako se oglašujete?*

Oglašujem prek agencij in družbenih omrežij.

- 6. Ali sodelujete z lokalno skupnostjo in s Turistično skupnostjo področja Kolpa ter na kakšen način? Če ne sodelujete, zakaj ne?*

S Turistično skupnostjo področja Kolpe sodelujem zelo uspešno. Sodelovanje je zelo dobro, pravočasno sem obveščena o vseh dogodkih in dogajanjih na našem območju, posvetovanjih in še o čem.

7. *Se vam zdi, da sta lokalna skupnost in Turistična skupnost področja Kolpe dovolj vključeni v razvoj podeželskega turizma?*

Glede vključevanja lokalne skupnosti in Turistične skupnosti področja Kolpe v razvoj podeželskega turizma menim, da so dovolj vključeni in zelo aktivni.

8. *Ali kakor koli sodelujete z drugimi zasebniki na ozaljskem območju ali če nameravate sodelovati?*

Moje sodelovanje z drugimi zasebniki na ozaljskem območju poteka tako, da svoje goste napotim k uporabi storitev teh zasebnikov.

9. *Kakšne so po vašem mnenju pozitivne in negativne posledice, ki jih lahko prinese razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju?*

Moj pogled na posledice razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju je vsekakor pozitiven, skupna korist za celotno prebivalstvo, in sicer od zasebnih najemnikov do družinskih kmetij in drugih zasebnikov.

10. *Kaj po vašem mnenju manjka ozaljskemu območju za privabljanje turistov (na primer dodatne vsebine, ureditev prometne infrastrukture in kopališč, promocija območja in podobno)?*

Da bi pritegnili turiste, ni dovolj samo, da najemniki delajo, preostalo prebivalstvo in institucije pa so pasivni. V prvi vrsti bi izpostavila, da bi bilo treba več narediti za ureditev prometne infrastrukture. Poleg tega menim, da primanjkuje dodatnih zmogljivosti, ki bi turistom omogočale daljše bivanje na ozaljskem območju, kar bi se seveda odražalo tudi na njihovi povečani porabi sredstev in seveda bolje za vse.

Intervjuvanec 7:

1. *Kako ocenjujete sedanji razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju? Ali menite, da je dovolj razvit ali vidite prostor za njegov nadaljnji razvoj?*

Menim, da je podeželski turizem tako na ozaljskem območju kot v večjem delu Hrvaške zanemarjen del gospodarstva, brez strategije in interesa. Ozaljsko območje ima vse možnosti, da se podeželski turizem izvaja skozi celo leto in ne le določeno obdobje, torej poleti.

2. *Kateri so po vašem mnenju glavni turistični potenciali ozaljskega območja?*

Med glavne turistične potencialne ozaljskega območja štejem dobro prometno-geografsko lego, nato reko Kolpo, ki ponuja veliko možnosti za razvoj turizma (avanturistični, športnorekreacijski, rafting in podobno). Poleg naravnih virov je območje bogato s preteklostjo (stara mestna jedra) in dejavnostmi, kot sta lov in ribolov.

3. *Ali ste za ustanovitev podjetja uporabili sofinanciranje ali spodbude, na primer iz Programa za razvoj podeželja, Turistične skupnosti področja Kolpa, županije ali kakšno drugo obliko sofinanciranja? Če je tako, kakšne izkušnje ste imeli, in če ne, kaj je razlog za to?*

Žal ob začetku poslovanja nisem imela možnosti koriščenja sofinanciranja iz Programa podeželskega razvoja, razlog pa je bila nezadostna informacija o le-tem in prekratek rok za pripravo potrebne dokumentacije. Turistična skupnost področja Kolpe v sodelovanju z občino Žakanje je sofinancirala del prireditev v obliki glasbe in podobno.

4. *Načrtujete nove naložbe v razvoj poslovanja?*

Nove naložbe načrtujem, ker verjamem, da sem zgradila močne temelje in da je z malo podpore skupnosti mogoče to še veliko izboljšati.

5. *Kako se oglašujete?*

Oglaševanje je bilo prek družbenih omrežij, in sicer na Instagramu in Facebooku.

6. *Ali sodelujete z lokalno skupnostjo in s Turistično skupnostjo področja Kolpa ter na kakšen način? Če ne sodelujete, zakaj ne?*

Sodelovala sem s Turistično skupnostjo področja Kolpe pri organizaciji prireditev in z občino Žakanje. Organizirali smo dogodke, kot so pub kviz, ribiški dogodek in rafting.

7. *Se vam zdi, da sta lokalna skupnost in Turistična skupnost področja Kolpe dovolj vključeni v razvoj podeželskega turizma?*

Menim, da sta Občina Žakanje in Turistična skupnost področja Kolpe premalo vključeni v razvoj podeželskega turizma.

8. *Ali kakor koli sodelujete z drugimi zasebniki na ozaljskem območju ali če nameravate sodelovati?*

Sem, vendar bi v prihodnje rada še več sodelovala.

9. *Kakšne so po vašem mnenju pozitivne in negativne posledice, ki jih lahko prinese razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju?*

Pozitivne posledice bi bile na demografijo prebivalstva, zaposlovanje, ustavitev izseljevanja, spodbujanje kmetijske proizvodnje domačih proizvodov, zmanjšanje uvoza tujih proizvodov. Pozitiven je tudi aktiven odnos do narave. Negativne posledice bi bile uničevanje okolja, onesnaženost vode in zraka, problem z lokalno samoupravo, vendar menim, da je vse to mogoče preprečiti z odgovornim poslovanjem.

10. *Kaj po vašem mnenju manjka ozaljskemu območju za privabljanje turistov (na primer dodatne vsebine, ureditev prometne infrastrukture in kopališč, promocija območja in podobno)?*

Ozaljsko območje nima dodatnih turističnih zmogljivosti, gastronomije s tradicionalno hrano, premalo je vsebin v turističnih objektih, vse to pa je povezano z nezadostno izobrazbo prebivalstva in nezadostnimi marketinškimi aktivnostmi.

Intervjuvanec 8:

1. *Kako ocenjujete sedanji razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju? Ali menite, da je dovolj razvit, ali vidite prostor za njegov nadaljnji razvoj?*

Podeželski turizem na ozaljskem območju je bolj razvit kot v preteklih letih, vendar še vedno premalo. Vidim prostor in potencial za nadaljnji napredek.

2. *Kateri so po vašem mnenju glavni turistični potenciali ozaljskega območja?*

Reka Kolpa, gastronomija, ki temelji na lokalnih vinih in hrani, kulturna dediščina, aktivni turizem, lov in ribolov.

3. *Ali ste za ustanovitev podjetja uporabili sofinanciranje ali spodbude, na primer iz Programa za razvoj podeželja, Turistične skupnosti področja Kolpa, županije ali kakšno drugo obliko sofinanciranja? Če je tako, kakšne izkušnje ste imeli, in če ne, kaj je razlog za to?*

Ne, še nismo prišli do faze naložb.

4. *Načrtujete nove naložbe v razvoj poslovanja?*

Ja, imamo v planu.

5. *Kako se oglašujete?*

Prek družbenih omrežij.

6. *Ali sodelujete z lokalno skupnostjo in s Turistično skupnostjo področja Kolpa ter na kakšen način? Če ne sodelujete, zakaj ne?*

Da, sodelujemo, in sicer z načrtovanjem dogodkov in snovanjem novih vsebin.

7. *Se vam zdi, da sta lokalna skupnost in Turistična skupnost področja Kolpe dovolj vključeni v razvoj podeželskega turizma?*

Nista dovolj vključeni.

8. *Ali kakor koli sodelujete z drugimi zasebniki na ozaljskem območju ali če nameravate sodelovati?*

Da, z uporabo storitev in izdelkov – sveža hrana za kuhinjo in vino.

9. *Kakšne so po vašem mnenju pozitivne in negativne posledice, ki jih lahko prinese razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju?*

Pozitivne posledice bi bile ustvarjanje novih delovnih mest in zaposlovanje lokalnega prebivalstva, lažje plasiranje lokalnih izdelkov in storitev na trg, priliv denarja in promocija regije. Negativnih posledic ni.

10. *Kaj po vašem mnenju manjka ozaljskemu območju za privabljanje turistov (na primer dodatne vsebine, ureditev prometne infrastrukture in kopališč, promocija območja in podobno)?*

Imamo čudovite gozdove in Quad ture, MTB proge, paintball igrišča, zato bi bili odlični za razvoj pustolovskega turizma. Mislim pa, da bi se morali najprej lotiti urejanja kopališč, ki jih je treba nenehno vzdrževati in jih urediti z dodatnimi vsebinami, kot so igrišča za odbojko, otroška igrišča in gastronomsko ponudbo.

Intervjuvanec 9:

1. *Kako ocenjujete sedanji razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju? Ali menite, da je dovolj razvit ali vidite prostor za njegov nadaljnji razvoj?*

Verjamem, da se razvoj podeželskega turizma v naši regiji šele začne in da je še veliko prostora za izboljšave, tako da lahko gostje dobijo boljši vpogled v to, kar imamo.

2. *Kateri so po vašem mnenju glavni turistični potenciali ozaljskega območja?*

Ponosni smo lahko na naše naravne lepote, ki jih premalo uporabljamo – od čudovitih hribov do reke Kolpe. Mislim, da je najboljši način promoviranja, da posameznik to dobesedno doživi. Primer bi bil lovski turizem. Naši gozdovi so čudoviti in mislim, da bi lahko pritegnili ljubitelje gozdov. Seveda je to en del populacije. Ob sprehodu po naši pokrajini skušamo vinarje na Vivodinsko-ozaljski cesti predstaviti ljudem s širšega območja Hrvaške in prejeli smo le pozitivne odzive, saj so poleg naših vin udeleženci lahko spoznali pokrajino, ljudi, običaje in gostoljubnost gostiteljev.

3. *Ali ste za ustanovitev podjetja uporabili sofinanciranje ali spodbude, na primer iz Programa za razvoj podeželja, Turistične skupnosti področja Kolpa, županije ali kakšno drugo obliko sofinanciranja? Če je tako, kakšne izkušnje ste imeli, in če ne, kaj je razlog za to?*

Z nepovratnimi sredstvi smo kupili opremo in smo s tem zadovoljni.

4. *Načrtujete nove naložbe v razvoj poslovanja?*

Trenutno zaključujemo prenavo dveh apartmajev in počitniške hiše. Naslednji teden nameravamo oddati zahtevo za kategorizacijo in hišo oddati v najem, da izkoristimo začetek lepega vremena v prid gostom.

5. *Kako se oglašujete?*

Za zdaj za oglaševanje uporabljamo samo družbena omrežja, razmišljamo pa o drugih možnostih.

6. *Ali sodelujete z lokalno skupnostjo in s Turistično skupnostjo področja Kolpa ter na kakšen način? Če ne sodelujete, zakaj ne?*

Prek Društva vinarjev, vinogradnikov in sadjarjev Ozalj smo povezani pri dogodkih, ki jih organiziramo, vendar upam, da bo sodelovanje s Turistično skupnostjo Kolpe v prihodnje močnejše in večje.

7. *Se vam zdi, da sta lokalna skupnost in Turistična skupnost področja Kolpe dovolj vključeni v razvoj podeželskega turizma?*

Verjamem, da lahko vsak od nas ponudi še veliko več in se še veliko bolj aktivno vključi.

8. *Ali kakor koli sodelujete z drugimi zasebniki na ozaljskem območju ali če nameravate sodelovati?*

Sodelujemo z drugimi vinarji iz Društva vinarjev, vinogradnikov in sadjarjev Ozalj, vendar bi radi pri prihodnjih dejavnostih uporabili izdelke drugih zasebnih podjetij, da bi našim gostom dali širšo sliko tega področja. Mislim tudi, da smo vsi premajhni kot posamezniki, zato se moramo bolj združevati, si pomagati in bomo na ta način gostom omogočili bogatejšo ponudbo in večja doživetja.

9. Kakšne so po vašem mnenju pozitivne in negativne posledice, ki jih lahko prinese razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju?

Verjamem, da nam lahko dobra organizacija vsem prinese le dobro, da z vsako novo izkušnjo, tudi slabo, lahko delamo na sebi in popravimo kakšne napake ali pomanjkljivosti. Ozaljsko območje je na velikem območju. Doslej je bil trend izseljevanja predvsem mladih v večja mesta. Verjamem, da bi bilo z razvojem podeželskega turizma mogoče dvigniti zadevo na višjo raven, ustvariti nova delovna mesta, povečati domačo proizvodnjo in turizem, to pa bi mladim dalo pogum, da ostanejo tukaj in svoje otroke naučijo nekaj tradicionalnih poklicev, spretnosti in znanj.

10. Kaj po vašem mnenju manjka ozaljskemu območju manjka za privabljanje turistov (na primer dodatne vsebine, ureditev prometne infrastrukture in kopališč, promocija območja in podobno)?

Moje stališče je, da je to »delovni konec«. Prebivalstvo podeželskih območij se je naučilo delati. Stopnja brezposelnosti je nizka, nasprotno, vsak se poleg glavne službe ukvarja s kmetijstvom ali s kako drugo dejavnosti. Mislim, da na primer nikomur ni problem izdelati izdelka, od začetka do konca. Večja težava je prodaja tega izdelka. Mislim, da bi morala biti večja pomoč Turistične skupnosti področja Kolpe in drugih institucij glede marketinga. In na splošno, da si ljudje bolj pomagamo, podpiramo in da skupaj pridemo do tistega višjega cilja. Obstajajo elementi, ki jih vsi ne znajo uporabljati enako, zato bi tehnologija in promocija ter mreženje lahko v celotno območje privabila več turistov. Samo če vsi skupaj sodelujemo pri tem projektu in si pomagamo v skupno korist, lahko zasijemo.

Intervjuvanec 10:

1. Kako ocenjujete sedanji razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju? Ali menite, da je dovolj razvit, ali vidite prostor za njegov nadaljnji razvoj?

Podeželski turizem na ozaljskem območju je nerazvit, enako pa velja tudi za celo Karlovško županijo. Razvoj sam po sebi bo težko izvesti brez državne podpore. Potrebno bi bilo nacionalno brendiranje.

2. *Kateri so po vašem mnenju glavni turistični potenciali ozaljskega območja?*

Največji poudarek je treba dati na reko Kolpo in naravo ter tudi na območje, ki ni razvito in daje drugačno perspektivo, hrano in vino, čeprav so vina razširjena po vsej Hrvaški in je težko konkurirati istrskim in dalmatinskim vinarjem.

3. *Ali ste za ustanovitev podjetja uporabili sofinanciranje ali spodbude, na primer iz Programa za razvoj podeželja, Turistične skupnosti področja Kolpa, županije ali kakšno drugo obliko sofinanciranja? Če je tako, kakšne izkušnje ste imeli, in če ne, kaj je razlog za to?*

Vse je financirano iz naslova posojila, pri čemer je le prve obroke posojila sofinanciralo Ministrstvo za turizem že na samem začetku poslovanja.

4. *Načrtujete nove naložbe v razvoj poslovanja?*

Vsekakor načrtujemo nove naložbe v poslovanje. Najprej želimo razširiti športno ponudbo, kot so teniška in nogometna igrišča. In če bo mogoče, imamo za pozneje zastavljen dolgoročni načrt vzpostavitve wellness centra.

5. *Kako se oglašujete?*

Oglašujemo se prek družbenih omrežij. Menim, da bi morala biti oglaševanje in brendiranje na ravni Turistične skupnosti Karlovca in Hrvaške, ki bi na enak način promovirala vse zasebnike v turizmu.

6. *Ali sodelujete z lokalno skupnostjo in s Turistično skupnostjo področja Kolpe ter na kakšen način? Če ne sodelujete, zakaj ne?*

Sodelujemo, a sredstva, s katerimi razpolagamo, ne zadoščajo za nekatere večje podvige. Sredstva se večinoma porabijo za določene dogodke in za njihovo promocijo. Turistična skupnost področja Kolpe bi morala biti bolj osredotočena na konkretne predloge in komunikacijo med dejavniki, da bi šli zasebniki v isto smer.

7. *Se vam zdi, da sta lokalna skupnost in Turistična skupnost področja Kolpe dovolj vključeni v razvoj podeželskega turizma?*

Občina Ribnik je bolj osredotočena na lokalna društva, ki jih skušajo aktivirati za izvedbo nekaterih dogodkov. Težava je v tem, da nimajo strateških načrtov in zadostnih finančnih sredstev za razvoj podeželskega turizma.

8. *Ali kakor koli sodelujete z drugimi zasebniki na ozaljskem območju ali če nameravate sodelovati?*

Z lokalnimi zasebniki sodelujemo na način, da imamo v ponudbi lokalno hrano. Domače klobase, šunko, jajca, piščanca, race, jajca, sir in vino jemljemo pri lokalnih zasebnikih.

9. *Kakšne so po vašem mnenju pozitivne in negativne posledice, ki jih lahko prinese razvoj podeželskega turizma na ozaljskem območju?*

Posledice razvoja podeželskega turizma na ozaljskem območju so odvisne od strateškega načrtovanja. Na Hrvaškem ni brendiranih in pozicioniranih zelenih destinacij, zato ima ozaljsko območje odlično priložnost postati prva zelena destinacija na Hrvaškem.

10. *Kaj po vašem mnenju manjka ozaljskemu območju manjka za privabljanje turistov (na primer dodatne vsebine, ureditev prometne infrastrukture in kopališč, promocija območja in podobno)?*

Ozaljsko območje ima odlično priložnost za razvoj dodatnih zmogljivosti skozi vse leto. Treba je združiti lokalne proizvajalce na način, da se odpre prostor, v katerem se bodo prodajali izdelki lokalnih proizvajalcev. Razpoložljivi paketi so tudi ena od možnosti, saj so nam omogočili daljše bivanje gostov, ki zdaj bivajo vsaj po štiri noči, čeprav se nekaterim zdi to morda nepomembno. Iz našega primera je razvidno, da imajo razpoložljivi paketi pač pozitiven učinek.

Priloga 4: Število prihodov in nočitev turistov za ozaljsko območje in Belo krajino za leti 2019 in 2021.

Mesto/občina	2019			2021		
	Število prihodov	Število nočitev	Povprečno število nočitev ob prihodu	Število prihodov	Število nočitev	Povprečno število nočitev ob prihodu
Ozalj	2.566	5.490	2,1	2.548	5.097	2,0
Kamanje	247	879	3,6	159	782	4,9
Žakanje	234	569	2,4	z	z	z
Ribnik	1.796	4.046	2,3	1.177	3.076	2,6
OZALJSKO OBMOČJE	4.843	10.984	2,3	3.884	8.955	2,3
Črnomelj	18.465	44.105	2,4	23.378	63.770	2,7
Metlika	15.938	38.167	2,4	20.455	58.521	2,9
Semič	5.243	12.220	2,3	4.145	10.984	2,7
BELA KRAJINA	39.646	94.492	2,4	47.978	133.275	2,8

Opomba: z – podatki niso objavljeni zaradi zaupnosti.

Vir: DZS (brez datuma b); SURS (2022c).

Priloga 5: Stopnja zasedenosti ležišč ozaljskega območja in Bele krajine v letu 2021.

Mesto/občina	2021		
	Število ležišč	Število nočitev	Koeficient zasedenosti ležišč (letno)
Ozalj	196	5.097	7,1 %
Kamanje	23	782	9,3 %
Žakanje	8	z	z
Ribnik	164	3.076	5,1 %
OZALJSKO OBMOČJE	391	8.955	6,3 %
Črnomelj	1.229	63.770	14,2 %
Metlika	807	58.521	19,9 %
Semič	270	10.984	11,1 %
BELA KRAJINA	2.306	133.275	15,8 %

Opomba: z – podatki niso objavljeni zaradi zaupnosti.

Vir: DZS (brez datuma b); SURS (2022a); SURS (2022c).