

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

SPECIALISTIČNO DELO

RAZVOJ TURIZMA NA TRNOVSKI PLANOTI

Ljubljana, september 2005

Boštjan Skok

IZJAVA

Študent Boštjan Skok izjavljam, da sem avtor tega specialističnega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom prof. dr. Marka Jakliča in skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo specialističnega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 1. septembra 2005

Podpis: _____

KAZALO

1 UVOD	1
1.1 Opredelitev problema, namena in ciljev dela	1
1.2 Metode preučevanja in zasnova dela	2
2 TEORETSKA RAZLAGA POJMOV	2
2.1 Turizem	3
2.2 Turistični kraj	4
2.3 Turistični proizvod	5
2.4 Turistično povpraševanje	6
2.5 Turistična ponudba	7
2.6 Učinki turizma	8
2.6.1 Pozitivni učinki turizma	8
2.6.2 Negativni učinki turizma	8
3 PREDSTAVITEV TRNOVSKE PLANOTE	9
3.1 Zgodovina.....	9
3.2 Lega in geološka sestava	10
3.3 Infrastruktura	11
3.4 Podnebje	12
3.5 Naravne vrednote	13
3.5.1 Velika ledena jama v Paradani	14
3.5.2 Smrekova draga	15
3.5.3 Golaki	16
3.5.4 Ostale naravne vrednote	17
3.6 Kulturna pokrajina	18
3.6.1 Spomeniki	18
3.6.2 Vodnjaki	20
3.7 Gostinska in turistična ponudba	21
3.8 Institucije, ki podpirajo razvoj turizma	23
4 ANALIZA TURIZMA NA TRNOVSKI PLANOTI	26
4.1 SWOT analiza	27
4.1.1 Prednosti	28
4.1.2 Slabosti	29
4.1.3 Priložnosti	31
4.1.4 Nevarnosti	32
5 RAZISKAVA O TURISTIČNEM OBISKU TRNOVSKE PLANOTE	34
5.1 Opredelitev raziskovalnega problema in ciljev raziskave	34
5.2 Načrt raziskave	34
5.2.1 Viri podatkov	34
5.2.2 Raziskovalna metoda	34
5.2.3 Raziskovalni instrument	35
5.2.4 Načrt vzorčenja	35
5.2.5 Oblike komuniciranja	35

5.2.6 Omejitve in možne napake pri raziskavi	36
5.3 Predstavitev rezultatov raziskave	36
5.3.1 Opis vzorca	36
5.3.2 Statistika odgovorov po posameznih vprašanjih	38
6 PREDLOGI ZA USPEŠNEJŠO TURISTIČNO PONUDBO NA TRNOVSKI PLANOTI	41
6.1 Organiziranost turistične ponudbe	41
6.1.1 Povezovanje v obliki grozda	42
6.2 Bodoča turistična ponudba	43
6.2.1 Vizija razvoja turizma	43
6.2.2 Možne turistične dejavnosti	44
6.3 Promocija turistične ponudbe	46
6.4 Predlogi uspešnih turističnih aranžmajev za Trnovsko planoto	46
6.4.1 Načrtovanje poletnega tabora	47
6.4.2 Načrtovanje enodnevnih ekskurzije za dijake srednjih šol	48
6.4.3 Načrtovanje enodnevnega planinskega pohoda	49
7 SKLEP	50
8 LITERATURA	52
9 VIRI	53
10 PRILOGA	

KAZALO TABEL

Tabela 1: SWOT analiza	28
Tabela 2: Število prebivalcev po vaseh Trnovske planote v obdobju 1971-2002	30

KAZALO SLIK

Slika 1: Sestavljenost turističnega proizvoda	6
Slika 2: Vas Lokve	10
Slika 3: Vhod v Veliko ledeno jamo	14
Slika 4: Slap v Veliki ledeni jami	15
Slika 5: Smrekova draga	16
Slika 6: Pogled z Malega Golaka	16
Slika 7: Javor nad Mojsko drago	17
Slika 8: Spomenik na Kobilniku	19
Slika 9: Osrednji spominski prostor na Kobilniku	19
Slika 10: Primer vodnjaka	20
Slika 11: Restavracija Paradis	22
Slika 12: Hoteli Winkler	22
Slika 13: Dom na Lazni	23
Slika 14: Delitev anketirancev po spolu	36
Slika 15: Starostna struktura anketirancev	37
Slika 16: Delitev anketirancev po narodni pripadnost	37
Slika 17: Časovni obisk Trnovske planote	38
Slika 18: Turistična ponudba, ki bi jo turisti dopolnili	39
Slika 19: Urejenost vasi na Trnovski planoti	40
Slika 20: Pripravljenost preživljanja počitnic na turistični kmetiji	40
Slika 21: Strateški koncept izvedbe grozda	43
Slika 22: Temeljne zahteve ekoturizma	44

1 UVOD

1.1 Opredelitev problema, namena in ciljev dela

Turizem je storitvena dejavnost, v katero se vključuje zelo širok krog drugih dejavnosti. Razvoj turizma predstavlja izjemno možnost za gospodarski, socialni in kulturni napredek krajev, regij in države. Pozitivno vpliva na območja, ki razvijajo turizem in jih bogati v materialnem in duhovnem smislu. Pomen turizma je vsak dan večji, na kar vpliva predvsem današnji način življenja, ki se odraža tudi v spremembi nekaterih vrednot (uvrščanje turizma med nujne življenjske potrebe, spremenjen način izrabe prostega časa, čustven vidik kot pomembna sestavina počitnic, večje zanimanje za aktivne počitnice itd.).

Svetovni trendi dokazujejo, da je turizem zelo dinamična dejavnost sodobnega gospodarstva in celotne družbe, ki dosega visoko stopnjo rasti. Turizem v današnjem času doživlja tak razmah, da nastopa tudi na območjih, ki so bila še pred nekaj leti turistično nezanimiva, ter tako odpira vedno nove turistične destinacije, ki močno povečujejo konkurenco. Tudi Slovenija pri tem ni izjema. Z geografsko lego in z bogato naravno in kulturno dediščino postaja vedno bolj zanimiva in turistično privlačna država, ki s svojo raznolikostjo privablja mnoge turiste.

Nedvomno ima Trnovska planota s svojimi posebnostmi in značilnostmi, predvsem naravnimi, izjemne možnosti za razvoj turizma. Pri turističnem razvoju kraja oz. območja je nujno potrebno upoštevati identiteto in ugled območja ter stalno skrbeti za povečanje njegove prepoznavnosti. Poleg tega je pri načrtovanju razvoja potrebno paziti, da turizma ne reduciramo zgolj na ekonomijo. Tu je potrebno upoštevati tudi družbeni vidik, ki je prav tako pomemben. Predvsem je potrebno posvetiti več pozornosti prebivalcem tega območja, ki imajo v veliki večini še vedno odklonilen odnos do turistov in turizma nasploh.

V nalogi so predstavljene in opisane naravne in kulturne vrednote Trnovske planote, katere bi se lahko izkoriščalo v turistične namene. Predstavljeni so tudi vsi poslovni subjekti ter vse institucije, ki skrbijo za razvoj turizma na planoti. Namen tega specialističnega dela je ugotoviti, kakšne so možnosti za razvoj, da Trnovska planota ponovno oživi turizem, kakšne vrste turizma je smiselno razvijati ter kako pristopiti k razvoju, da postane priljubljena turistična destinacija.

1.2 Metode preučevanja in zasnova dela

Metode dela, ki so uporabljene pri izdelavi specialističnega dela, temeljijo na teoretični prečitvi literature (deduktivno in induktivno sklepanje) in analitičnemu pristopu (induktivno sklepanje). Uporabljena so tudi spoznanja, ki so bila pridobljena v drugih okoljih, delovne izkušnje na področju turizma, ter znanje pridobljeno med študijem managementa.

Specialistično delo je razdeljeno na sedem poglavij oziroma na dva vsebinska sklopa. Prvi vsebinski sklop zajema prva tri poglavja. Prvo poglavje je uvodno. Drugo poglavje je namenjeno predstavitvi temeljnih teoretičnih pojmov s področja turizma. Tretje poglavje zajema opis Trnovske planote. Zaradi velikega območja, ki ga zajema Trnovska planota sem se omejil zgolj na območje planote, ki spada pod Mestno občino Nova Gorica. Planoto sem predstavil z zgodovinskega in geografskega vidika ter še posebej opisal najznamenitejšo naravno in kulturno dediščino, ki je velikega pomena za razvoj turizma. V tem poglavju sem opisal tudi poslovne subjekte, ki se neposredno ukvarjajo s turizmom na Trnovski planoti, in institucije, ki skrbijo za razvoj in promocijo turizma na obravnavanem območju.

Drugi vsebinski sklop zajema zadnja štiri poglavja, ki temeljijo na specifični ravni. Četrto poglavje je namenjeno Swot analizi, s katero sem želel analizirati, kakšne so prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti Trnovske planote kot turistične destinacije. V petem poglavju sem predstavil rezultate ankete, ki sem jo izvedel in katera ponazarja strukturo obiska turistov, njihov čas obiska, želje, predloge in kritike. V šestem poglavju navajam predloge za uspešnejšo turistično ponudbo na Trnovski planoti. Ti predlogi zajemajo bodočo organiziranost turistične ponudbe, ki jo jaz vidim v povezovanju v interesno združenje, bodisi v obliki konzorcija ali grozda. V tem poglavju se dotaknem tudi promocije, navedem investicije, ki so po mojem mnenju prioritete narave, ter podam tri konkretne itinerarije. V zadnjem, zaključnem poglavju podajam osebne ugotovitve.

2 TEORETSKA RAZLAGA POJMOV

Človek se je že od nekdaj selil in s tem menjaval svoje bivališče. Razlogi selitev in migracij so bili vezani predvsem na iskanje boljših pogojev za življenje, vojskovanje, željo po novih doživljajih in širjenju obzorja. Nedvomno lahko trdimo, da je bil nekdanji potnik do neke mere predhodnik sodobnega turista. Turizem je sprva veljal za luksuzno dobrino, ki so se jo lahko posluževali le dohodkovno višji sloji družbe. Z razvojem življenjskih in delovnih pogojev so postale tudi turistične

dobrine vse bolj intenzivne, tako da danes lahko govorimo, da je turizem dobrina široke potrošnje, ki pa prehaja med nujne življenjske dobrine.

Za lažje razumevanje in boljši pregled bom na začetku opredelil temeljne in ključne pojme, ki jih obravnavam v specialističnem delu, ter tudi učinke, ki jih prinaša razvoj turizma.

2.1 Turizem

Turizem je danes masovni družbeni pojav z ekonomskimi učinki in je posledica prostega časa, gospodarskega razvoja in naraščajočih človekovih potreb. Pojem turizem ima več opredelitev, ki so si med seboj podobne, se pa tudi razlikujejo in dopolnjujejo. Naj navedem le nekaj najbolj uporabljenih in citiranih opredelitev:

»Turizem je skupen pojem za odnose in pojave, ki nastanejo zaradi bivanja tujcev v nekem kraju, v kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo« (Hunziker, Krapf, 1942, str. 21).

E. Guyer-Freuler je opredelil turizem kot pojav novega časa, ki temelji na povečani potrebi po oddihu in spremembi zraka, na povečanem gojenem smislu za pokrajinske lepote, veselje in užitek v prosti naravi, posebno pa je pogojen s povečano mešanico narodov in slojev človeške družbe kot posledico razvoja trgovine, industrije in obrti ter izpolnitve prevoznih sredstev (Planina, 1997, str. 13).

Svetovna turistična organizacija (WTO¹), katere članica je tudi Slovenija, je sprejela naslednjo osnovno definicijo turizma. »Turizem je splet dejavnosti in oseb, ki potujejo in bivajo najmanj en dan v kraju zunaj njihovega običajnega okolja (z najmanj eno prenočitvijo), vendar ne več kot eno leto (365 dni) brez presledka, in sicer zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov« (Statistične informacije, 2004, str. 29).

Turizem se pojavlja v različnih oblikah, delitev na vrste turizma pa ni enostavna, saj oblike turizma niso vedno čiste, temveč sestavljene. Naj navedem le nekaj vrst (Planina, 1997, str. 25):

1. glede na izvor in stalno bivališče turistov ločimo:

- **Domači turizem:** državljani neke države nastopajo kot turisti znotraj meja svoje države.
- **Meddržavni turizem:** v državi gostiteljici nastopajo kot turisti tuji državljani s stalnim bivališčem v tujini.

¹ WTO – World Tourism Organisation. WTO je bila ustanovljena 2. 1. 1975 in ima sedež v Madridu. V WTO je včlanjenih 146 držav in ima prek 300 pridruženih članov. Med članicami te organizacije je tudi Slovenija, in sicer od leta 1993 (URL: <http://www.world-tourism.org/states/eng.html>).

2. glede na vpliv na devizno bilanco ločimo:

- **Aktivni turizem** povzroča dotok tujih plačilnih sredstev v državo zaradi potrošnje tujih državljanov v naši državi in s tem se povečuje aktiva v devizni bilanci.
- **Pasivni turizem** povzroča odtok plačilnih sredstev iz našega narodnega gospodarstva v tujino zaradi potrošnje naših državljanov v tujini, kar se pokaže na pasivni strani devizne bilance.

3. glede na smer gibanja turistov ločimo:

- **Emitivni turizem:** prebivalci nekega kraja odhajajo iz kraja stalnega bivanja v drugi kraj s turističnimi nameni.
- **Receptivni turizem:** ljudje prihajajo v turistični kraj, regijo ali državo z namenom, da bi bili turisti.

4. glede na število turistov ločimo:

- **Posamični turizem:** pomeni, da je število udeležencev majhno (ne nujno en sam), vendar je značilno, da za turiste ne obstaja posebna organizacija, ki že vnaprej določi program potovanja in bivanja.
- **Skupinski turizem:** pomeni, da je število udeležencev veliko. Je najbolj pogosta oblika masovnega turizma, za katerega je tudi značilno, da je s strani organizatorja potovanj program potovanja in bivanja v podrobnostih vnaprej določen.

5. glede na dolžino bivanja v enem kraju ločimo:

- **Stacionarni turizem:** turisti bivajo v turističnem kraju več časa.
- **Mobilni turizem:** turisti pretežno potujejo, v posameznem kraju se zadržujejo le kratek čas.

V okviru teh skupin pa se pojavlja še več značilnih skupin. **Počitniški** turizem se nanaša na dolgotrajno bivanje v določenem kraju ter na koriščenje penzijskih storitev, v kolikor so turisti nastanjeni v gostinskih obratih. Naslednja oblika, ki postaja vse pomembnejša, je **prehodni turizem**, za katerega je značilna kratka doba bivanja v enem kraju. Pomembna sta tudi **week-end turizem**, to je turizem ob koncu tedna, in **izletniški turizem**, ki je omejen na pol dneva ali en dan, ampak brez prenočevanja (Planina, 1997, str. 26).

2.2 Turistični kraj

Turistični kraj je nosilec turistične ponudbe, ker turisti najprej povprašujejo po turističnem kraju kot celoti in šele nato izberejo določeno dejavnost ali podjetje, kamor bo pretežno usmerjena njihova potrošnja (Planina, 1997, str. 171).

»Turistični kraj je naseljen kraj, ki ima naravne, kulturne in zgodovinske ali druge znamenitosti, pomembne za turizem, razvito turistično infrastrukturo ter druge vsebine, pomembne za oblikovanje turistične ponudbe« (Mihalič, 1999, str. 79).

Poznamo več vrst turističnih krajev (Planina, 1993, str. 31):

- politični centri: vsa pomembna glavna mesta,
- zdraviliški kraji: s termalnimi in mineralnimi vreli ter klimatski zdraviliški kraji,
- prometni centri: vodnega, cestnega, železniškega in zračnega prometa,
- rekreacijski kraji: letovišča ter zimskošportni kraji,
- gospodarski centri: velesejemska mesta,
- kulturna središča: kraji s prireditvami, kraji s kulturno-zgodovinskimi spomeniki, centri izobraževanja, kraji z znamenitimi muzeji ali verskimi centri.

Turistični kraji, ki temeljijo samo na eni vrsti ponudbe, izgubljajo svojo konkurenčno prednost, saj enolična ponudba ne zadovoljuje želja vse bolj zahtevnih turistov. Zato danes poskušajo turistični kraji prepletati in razvijati več vrst zgoraj omenjene ponudbe.

2.3 Turistični proizvod

Turistični proizvod lahko opredelimo s treh vidikov, in sicer (Mihalič, 1997, str. 69):

- Z vidika turista govorimo o celotnem turističnem proizvodu in je skupek več različnih storitev, je »celotno doživetje od trenutka, ko zapusti kraj stalnega bivališča, do trenutka, ko se vrne vanj«.
- Turistični proizvod z vidika proizvajalca je poimenovan kot delni turistični proizvod in zajema posamezno storitev ali skupek več storitev, ki jih proizvaja oz. prodaja.
- Z vidika turističnih agencij in touroperatorjev pa je turistični proizvod celota najmanj dveh v paket povezanih turističnih storitev. Imenujemo ga tudi pavšalni turistični proizvod.

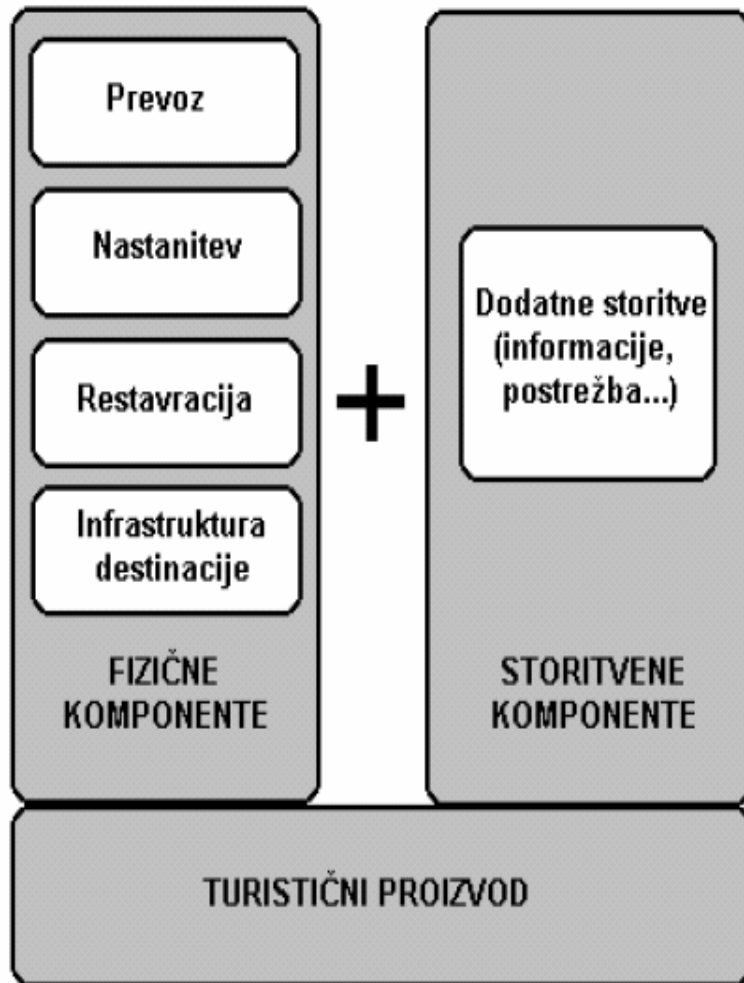
Iz zgornjih opredelitev vidimo, da ima turistični proizvod naravo storitve, ki ima tudi vse njene značilnosti, kot so: neločljivost proizvodnje in potrošnje, minljivost, neotipljivost ter spremenljivost. Poleg teh značilnosti ima turistični proizvod še nekaj posebnosti, ki jih poznajo le turistične storitve (Morrison, 1998, str. 33):

- večji vpliv čustvenih in iracionalnih dejavnikov pri nakupnih odločitvah,
- večji pomen vidnih elementov,
- različne možnosti posrednikov,
- večji poudarek na imidžu,

- lažje posnemanje storitev,
- komplementarnost delnih turističnih proizvodov,
- večji poudarek na promociji izven sezone.

Kot vsak proizvod ima tudi turistični proizvod svoje sestavine. Te sestavine ponazarja slika 1.

Slika 1: Sestavljenost turističnega proizvoda



Vir: Werthner, Klein, 1999, str. 51.

2.4 Turistično povpraševanje

»Turistično povpraševanje označuje tista količina turističnih dobrin, ki jih turist želi potrošiti pri dani ravni cen in/ali pri danem stanju deviznih tečajev« (Hunziker, Krapf, 1942, str. 248).

Glavne značilnosti turističnega povpraševanja so (Planina, 1993, str. 77):

- velika odvisnost povpraševanja od cene (turistično povpraševanje je visoko elastično glede na ceno),

- velika odvisnost povpraševanja od dohodka,
- odločilen vpliv prostega časa (prosti čas neposredno vpliva na velikost povpraševanja. Če se prosti čas podaljša, se količina turističnega povpraševanja poveča),
- velika možnost nadomestitve in časovnega odloga (ker turizem ni življenjsko nujna potreba², se lahko ta oblika rekreacije nadomesti z nujnejšimi potrebami, z drugimi vrstami rekreacije ali s trajnimi dobrinami iste stopnje),
- pomembnost iracionalnih ali subjektivnih dejavnikov (pri potrošnji nujnih dobrin ti dejavniki niso pomembni, ker pa turizem to ni, so ti dejavniki odločilni. Ti dejavniki so moda, navada ali tradicija, želja po uveljavitvi ...).

Trendi turističnega povpraševanja so (Sirše, 1993, str. 39):

- turisti zahtevajo vedno več individualnosti,
- vse več zahtev je po izvirnem in neobičajnem preživljanju prostega časa,
- povpraševanje postaja vedno bolj specializirano, turisti zahtevajo tako imenovano »tematsko« ponudbo (arheološke ture, vinske ceste, gastronomske ture, kultura, tečaji tujih jezikov ...),
- povečuje se povpraševanje po turizmu v čistem in neokrnjenem okolju,
- narašča povpraševanje po krajših in bolj raznolikih počitnicah,
- dviguje se starostna meja turistov,
- vse pomembnejša je skrb za zdravje in zato narašča povpraševanje po aktivnih počitnicah s šolo zdravega načina življenja.

2.5 Turistična ponudba

Turistična ponudba je količina turističnih dobrin, storitev in blaga, ki so turistom ponujene in jih privlačijo ter omogočajo zadovoljevanje njihovih turističnih potreb in motivov. Dejavniki turističnega povpraševanja pa omogočajo in spodbujajo ljudi, da odhajajo na turistično potovanje (Jeršič, 1990, str. 34).

Bunc (1986, str. 26) razlikuje med primarno in sekundarno turistično ponudbo. Primarna ponudba je sestavljena iz naravnih (gore, jezera, jame, podnebje, živalstvo, vegetacija, rastlinstvo, zdravilni vreli ipd.) in antropogenih (kulturno-zgodovinski spomeniki, politični in gospodarski sistemi, muzeji in drugi dejavniki okolja) delov. Sekundarna ponudba pa je rezultat človekove proizvodnje blaga in storitev. Med dobrine sekundarne turistične ponudbe prištevamo splošne infrastrukturne objekte in naprave, turistične infrastrukturne objekte in naprave, prometne zmogljivosti, prenočitvene in prehrabene zmogljivosti ter zmogljivosti vseh drugih dejavnosti. Sekundarna ponudba sama po sebi ne privablja gostov, vendar pa odločilno vpliva na atraktivnost primarne ponudbe.

² Nekateri strokovnjaki s področja turizma pa že uvrščajo turizem med nujne življenjske potrebe.

2.6 Učinki turizma³

Preden se odločimo za razvijanje turizma, je zelo pomembno, da poznamo tudi učinke turizma, ki jih lahko razdelimo na pozitivne in negativne.

2.6.1 Pozitivni učinki turizma

Večino pozitivnih učinkov turizma je mogoče izmeriti, dokazati in ekonomsko ovrednotiti (ekonomski učinki turizma). Nekateri učinki turizma pa niso neposredno izmerljivi, vendar imajo lahko posredno tudi ekonomske posledice (neekonomski učinki turizma).

Ekonomski učinki turizma so:

- vpliv turizma na bruto domači proizvod,
- devizni učinek turizma v plačilni bilanci,
- vpliv turizma na hitrejši razvoj manj razvitih območij in na dejavnosti, ki sooblikujejo turistično ponudbo,
- vpliv turizma na povečan obseg naložb,
- vpliv turizma na zaposlovanje in dvig življenjskega standarda,
- multiplikacijski učinek turizma.

Neekonomski učinki turizma so:

- kulturna vloga turizma,
- rekreacijska vloga turizma,
- socialna vloga turizma,
- zdravstvena vloga turizma,
- politična vloga turizma.

2.6.2 Negativni učinki turizma

Ob nenačrtovanem in nekontroliranem razvoju turizma pa se lahko pojavijo negativni učinki, ki so moteči. Vsaka pozitivna funkcija ima vsaj še eno negativno, med katere sodijo uničevanje okolja in razvrednotenje naravnih dobrin, ogrožanje kulturnih dobrin, prometne nevšečnosti, razprodaja prostora, kriminal, sezonski značaj turizma ter opuščanje osnovnih dejavnosti.

³ Povzeto iz: Zorko, 1999, str. 130–135.

3 PREDSTAVITEV TRNOVSKE PLANOTE

Trnovska planota je v večji meri pokrita z mešanim gozdom, kateri je bil glavni vzrok, da so se ljudje začeli naseljevati na to območje. Prvi naseljenci gozda so bili namreč gozdarji, lovci in pastirji. Njihova stalna naselitev sega v prvo polovico 17. stoletja. Gozd je domačinom nudil možnost zaposlitve in preživetja. Poleg dela v gozdu so se preživljali še s kmetijstvom, zlasti živinorejo, pozimi pa so opravljali razna obrtniška dela, npr. izdelovanje škafov, pinij itd.

Na poselitev Trnovske planote je odločilno vplivalo tudi steklarstvo in oglarjenje. Za kraje, kjer so bile postavljene steklarske peči, se je med ljudstvom oprijelo ime glažuta. Ta izraz je še danes v rabi, pa tudi ostanki glažut so še vidni. Na planoti sta delovali dve glažuti. Prva je delovala od leta 1771 do 1794 v Mrzli dragi, druga pa od leta 1794 do 1830 v Mojski dragi. Glažute so za svoje obratovanje potrebovale velike količine lesa, zato so glažuto iz Gorenje Trebuše, ki je bila predhodnica omenjenih in je delovala od leta 1722 do 1771, preselili v osrčje gozda. Osnovno surovino (kremenčev pesek) pa so delavci na hrbtih prinašali iz doline Trebuše (Kozorog, 1998, str. 6).

Z oglarjenjem pa so se ukvarjali predvsem mali kmetje, katerim je bil to dodaten vir zaslužka. Oglarske kope so postavljali v bližini glažut in frnaž, saj so oglje uporabljali za delovanje frnaž. Frnažar ali apneničar je tisti, ki kuha ali žge apno. Na Trnovem, natančneje pod Kobilnikom, kjer so ostanki frnaže vidni še danes, so začeli žgati apno leta 1920 (Hvala, 2004, str. 23). Tudi na Lokvah in Lazni so delovale frnaže, ki so večinoma služile za potrebe obnove požganih vasi.

Pomembna gospodarska dejavnost, ki je bila po svoje zanimiva za ta prostor, je bilo lomljenje ledu v ledenih jamah Trnovskega gozda konec 19. in v začetku 20. stoletja. Led so potrebovala večja mesta, kot so Trst in Gorica, za hlajenje hrane in pijače v poletnih mesecih (Kozorog, 1998, str. 6).

3.1 Zgodovina

Trnovska planota ima pestro in burno zgodovino. To nam dokazuje že samo podatek, da je imel Trnovski gozd pomembno vlogo v obeh svetovnih vojnah. Med prvo svetovno vojno je bil širše zaledje Soške fronte, med drugo svetovno vojno pa ena izmed glavnih baz partizanstva na Primorskem in izhodišče za operacije IX. Korpusa. Prav zaradi tega je bilo območje planote tarča sovražnikovih operacij z bombardiranjem ter s požigi vasi. Najbolj prizadeta vas so bile Lokve, kjer so Nemci leta 1944 požgali vse hiše v vasi razen ene, katere niso videli, saj je še

danes dobro skrita v osrčju dreves. Po vojni, leta 1946 je bila ustanovljena zadruga »OBNOVA«, ki je imela nalogo obnoviti pogorele domove. Ta dela je zadruga s pomočjo udarniškega dela domačinov dokončala leta 1952.

Slika 2: Vas Lokve



Vir: <http://www.lokve.net/slovenska/naravne-znac/lokve.htm>, 11. 1. 2005.

Leta 1959 se je ponovno začel oživljati turizem, saj so na Lokvah postavili prvo smučarsko vlečnico. V naslednjih letih je bil obnovljen hotel, zgrajena nova restavracija, bencinska črpalka ter ostala infrastruktura, ki je služila v turistične namene. Vse to se je poznalo tudi po turističnem obisku, ki je skokovito naraščal. Za Trnovsko planoto in še posebej za Lokve kot največjo turistično vas na planoti lahko trdimo, da so bila sedemdeseta leta prejšnjega stoletja zlata leta. Skratka, takrat je turizem dobesedno cvetel. Danes pa na planoti ni niti sence takratnega turizma.

3.2 Lega in geološka sestava

Trnovska planota je del Krasa in ima v geografskem pogledu nasploh značilnosti visokih kraških planot zahodnega dela Slovenije. Te značilnosti se kažejo v višinski legi oziroma v višinskih razlikah do okoliških dolin, razgibanem reliefu, klimatskih razmerah in prisotnosti kraških pojavov, kot so brezna, jame in vrtače (Nemec, 1999, str. 7). Nastajanje krasa ali zakrasovanje je bilo najbolj učinkovito v osrednjem delu Trnovskega gozda, kjer lahko vidimo preko sto metrov globoke vrtače, ki jih z drugim imenom imenujemo konte. Konte se nahajajo na najvišjih predelih planote, kjer srečamo tudi največje in najgloblje uvale, ki jim domačini pravimo drage (Mojska, Mrzla, Smrekova draga).

Nadmorska višina planote je med 700 in 1495 m nadmorske višine, kar je tudi

višina Malega Golaka, ki je najvišji vrh planote. Meja planote poteka tik nad Vipavsko dolino od Nove Gorice do Ajdovščine, kjer se po grebenu Javornika spusti proti Mrzlemu Logu in nato poteka nad dolino Bele do Čepovanske doline, na Lazni pa se obrne proti Lokvam in konča na Trnovem nad Novo Gorico.

Ključne značilnosti Trnovske planote so ohranjenost narave, redka in razpršena poselitev ter kraško površje, ki je skalnato in močno razjedeno; z velikimi vrtačami, uvalami, suhimi dolinami in vmesnimi kopastimi vrhovi, kraškimi jamami in brezni, pa tudi ledenimi jamami, v katerih se stalno nabira in ohranja led. Nastanek kraških pojavov omogoča apnenčasta, za vodo prepustna podlaga. Za celotno območje so značilni še kraški izviri, ki se nahajajo ob vznožju in pobočju planote. Na celotni planoti pa ni nobenega vodnega vira, čeprav so za to območje značilne obilne letne padavine.

Pretežni del planote je poraščen z gozdom, ki je v prevladujoči meri v državni lasti in z njimi gospodari Zavod za gozdove Republike Slovenije. Gozd na tem območju pa ne služi samo gozdnogospodarskim namenom, pač pa opravlja skupaj z drugimi naravnimi značilnostmi območja tudi rekreativno funkcijo. Zato je obisk planote v veliki meri pogojen prav z obiskom gozda.

3.3 Infrastruktura

1. Cestno omrežje: Območje Trnovske planote ima izredno razvejeno cestno omrežje, ki ga sestavljajo regionalne, lokalne in gozdne ceste ter vlake. Najprometnejša je regionalna cesta, ki poteka od Solkana preko Trnovega do Lokvi. Ta je asfaltirana, vendar v precej slabem stanju, še posebej na odseku Lokve–Trnovo. Cesta je ozka in polna udarnih jam. Druga regionalna cesta pa poteka od Ajdovščine preko Predmeje do Lokvi in naprej v Čepovan. Cesta Predmeja–Lokve in Lokve–Čepovan je še vedno makadamska in večina turistov se je ne rada poslužuje. Lokalna cesta poteka na relaciji Trnovo–Rijavci–Kopitnik ter relaciji Lokve–Lazna.

Omrežje gozdnih cest in vlak pa je zelo razvejeno in je prvenstveno namenjeno gospodarjenju z gozdovi. Večina teh cest je tudi odprta za javni promet, čeprav je gozdno gospodarstvo Trnovo zaprlo za javni promet vse vlake in 57,21 km gozdnih cest (Nemec, 1999, str. 26). Namen te zapore je bil v zmanjševanju stroškov vzdrževanja teh cest, zmanjševanju onesnaženosti ter preprečevanju vznemirjenosti divjadi.

2. Vodovodna oskrba: Do sedaj na Trnovski planoti niso našli večjih vodnih virov za ureditev lokalne oskrbe, zato je precejšnji del tega območja oskrbovan z

vodo iz čepovanskega vodovoda. V letošnjem letu končujejo gradnjo vodovoda tudi v vasi Voglarji, tako da sta edini vasi, ki se ne oskrbujeta iz vodovodnega sistema, vasi Lazna in zaselek Zavrh. Ker pa je bilo vodovodno omrežje relativno pozno zgrajeno, začetek gradnje je bil v drugi polovici 80-ih let prejšnjega stoletja, imajo vse hiše, ki so bile zgrajene pred tem letom, tudi lastne vodnjake.

3. Ostala oskrba: Elektroenergija prihaja na planoto iz razklopne postaje Grgar po dveh daljnovodnih vejah. Ena veja oskrbuje vasi Lokve, Lazno, Nemce in Zavrh, druga veja pa vasi Trnovo, Voglarje in Podgozd (Nemec, 1999, str. 27).

Naročniška telekomunikacijska mreža je razvejena po celotnem območju, samo vasi Lazna je iz tega izključena. V zadnjem času se izboljšuje tudi pokritost s signalom mobilnih telefonskih operaterjev, tako da je mogoče uporabljati mobilni telefon skoraj na celotnem poseljenem območju Trnovske planote.

Precej zaskrbljujoča pa je komunalna oskrba, saj planota nima urejene kanalizacije razen v novem naselju enostanovanjskih hiš na Trnovem. Planota nima tudi nobene čistilne naprave, ampak potrebno bo razmišljati tudi v to smer, saj je obravnavano območje prav zaradi sestave zemlje na onesnaževanje izredno občutljivo.

3.4 Podnebje

Podnebje določata nadmorska višina in lega planote. V klimatskem pogledu predstavlja Visoki kras značilno prehodno območje med mediteranskimi klimatskimi vplivi Jadrana, torej sredozemskim in kontinentalnim ali celinskim podnebjem.

Visoki kraški hrbet oblikuje pregrado pogostim jugozahodnim vetrovom, ki prinašajo vlago nad Sredozemlje. Ob dviganju vlažnega zraka preko prve gorske pregrade prihaja do hitrega ohlajanja in izcejanja vlage. Osrednji del Trnovskega gozda prejme tako na leto preko 3000 mm padavin. Največ padavin pade novembra, maja in septembra. Za poletja so značilne nevihte, ki so precej pogoste in so pretežno v obliki nalivov. Ob največjih nalivih lahko pade v enem dnevu tudi več kot 300 mm dežja. Pozimi so padavine večinoma v obliki snega, ki razmeroma zgodaj pobeli vrhove planote.

V osrednjem delu Trnovskega gozda je povprečna letna temperatura od 7 do 9 stopinj Celzija. Povprečna januarska temperatura se giblje okrog 2 stopinji pod ničlo, julijska pa je približno 16 stopinj Celzija. Zgornja gozdna meja se pojavlja na Golakih, na višini nad 1400 m, in tu znaša povprečna julijska temperatura okrog 12 stopinj Celzija (Janež et al., 1997, str. 12).

Značilen vremenski pojav na območju Trnovske planote je burja, hladen in suh veter, ki se s planote spušča proti morju. Sunki burje presežejo tudi hitrost 130 km/h, pri kateri lahko povzročajo škodo v samih naseljih, ko odkrivajo hiše, ter v gozdu. To je vidno predvsem po skrivenčenih drevesih, kar znižuje kvaliteto lesa, ter po nekaj letno izrutih drevesih. Zadnja večja polomija, ko je burja izrula veliko dreves in s tem povzročila ogromno škodo, je bila leta 1993.

3.5 Naravne vrednote

Med naravne vrednote štejemo naravne pojave, ki jih želimo ohraniti kot priče naravnih dogajanj in družbenega razvoja. Naravne vrednote so del naravnega okolja, v katerem živimo in se gibljemo. Dele narave, ki se jih posebej zavedamo zaradi nenavadne oblike, velikosti, izjemnosti, ekološkega ali kulturnega pomena, imenujemo naravne znamenitosti. Pestrost in raznolikost naravnih vrednot je posledica različnih tipov podnebja, raznolike geološke zgradbe in razgibanega reliefa (Hvala, 2004, str. 25).

Naravne prvine postanejo turistično pomembne naravne vrednote šele takrat, ko jih ljudje prepoznajo in ko se smotrno uporabi njihov razvojni potencial (Uršič, Poniž, 2002, str. 18).

Pri izkoriščanju naravnih vrednot pa moramo paziti, da jih ne uničimo oziroma kakorkoli poškodujemo, saj v nasprotnem primeru niso več tako privlačne. Med najbolj pomembnimi mehanizmi oz. instrumenti varovanja naravnih vrednot so (Janež et al., 1997, str. 145):

- zakonodaja (zavarovanje naravnih znamenitosti),
- planske odredbe (predlogi za zavarovanje naravnih znamenitosti),
- varovanje z ustrezno rabo (biotopi, krajina), ki pomeni vključevanje varstva narave v druga strokovna področja in izobraževanje različnih ciljnih skupin (prebivalcev, turističnih in vodstvenih delavcev).

Nekateri objekti in območja naravnih vrednot na Trnovski planoti so že razglašeni za naravne rezervate⁴ (npr. Paradana) in naravne spomenike⁵ (npr. Velika ledena jama), mnogi pa so predlagani za zavarovanje. Večja območja, vključno z nekaterimi zavarovanimi in predlaganimi naravnimi rezervati oz. spomeniki, pokrivata dva krajinska parka. Leta 1987 je tedanja občina Ajdovščina zavarovala krajinski park Južni obronki Trnovskega gozda. Leta 1994 se je zaradi izjemnih

⁴ Naravni rezervat je območje geotipov, življenjskih prostorov, ogroženih, redkih ali značilnih rastlinskih ali živalskih vrst ali območje, pomembno za ohranjanje biotske raznovrstnosti, ki se z uravnoteženim delovanjem človeka v naravi tudi vzdržuje.

⁵ Naravni spomenik je območje, ki vsebuje eno ali več naravnih vrednot, ki imajo izjemno obliko, velikost, vsebino ali lego ali so redki primer naravne vrednote (URL: http://216.239.59.104/search?q=cache:p_v0iAf1Y8kJ:www.arso.gov.si/podro~cja/narava/podatki/ht ml+naravni+rezervat&hl=sl).

vrednosti izoblikoval tudi predlog o zavarovanju preostalih območij Visokega krasa, in sicer regijskega parka Trnovski gozd, prav zaradi občutljivosti kraškega značaja in izjemnih naravnih vrednot.

K znamenitostim Trnovskega gozda uvrščamo naravno ohranjenost gozdnih površin in celotnega prostora, ki je predpogoj za obstoj in nadaljnji nemoten razvoj redkih ogroženih rastlinskih ter živalskih vrst. Veliko teh znamenitosti je znanih tudi v svetovnem merilu in jih v nadaljevanju tudi opisujem.

3.5.1 Velika ledena jama v Paradani

Med kraškimi pojavi so posebej pomembne jame z večnim ledom in snegom. Najznamenitejša taka jama je nedvomno Velika ledena jama v Paradani. Velika ledena jama je udorna dolina s toplotnim in rastlinskim obratom, kjer se nahaja večni led. Paradana pa je botanični in gozdni rezervat z naravnimi spomeniki, in sicer ledeniško, kraško globeljo ter Veliko in Malo ledeno jamo. Ta rezervat zajema izredno bogate naravne vrednote, redke tudi v svetovnem merilu.

Slika 3: Vhod v Veliko ledeno jamo



Vir: <http://www2.arnes.si/~sopmnago/paradana/album/index.html>, 5. 4. 2005.

Jamski splet Paradane sestavljajo tri jame:

- Velika ledena jama, ki je globoka 385 m in dolga 1550 m. Skupna dolžina brezen znaša kar 650 m.
- Mala ledena jama je globoka 40 m in dolga 60 m.
- Jama pri Mali ledeni jami, ki je globoka 29 m in dolga 125 m.

V teh jamah je zanimivo prepletanje zaledenelih in kopnih dvoran, brezen, ozkih predorov in ostro zavitih rovov.

Slika 4: Slap v Veliki ledeni jami



Vir: <http://www2.arnes.si/~sopmnago/paradana/album/index.html>, 5. 4. 2005.

Velika ledena jama je bila v drugi polovici 19. stoletja zlata jama, saj je imela važen gospodarski pomen pri preskrbovanju bližnjih in daljnih krajev z ledom. Iz podzemeljskih ledenikov so spretni domačini z iznajdljivo urejenimi tehničnimi pripravami izsekovali 10 do 30 kg težke kose ledu, ki so jih iz jame prenašali v koših po lesenih lestvah. Nato so te kose ledu spravljali v sode in jih nato v nočnih urah prevažali do bližnjih mest (Gorica, Trst). Nekdaj so led vozili celo v Egipt in služil je za hlajenje pijač na ladjah ter za hlajenje v izvoz namenjenega goriškega sadja, saj takrat hladilne naprave še niso obstajale. Delo je bilo naporno, ker so ga na začetku opravljali ročno, šele kasneje pa so uporabljali žičnico, ki je delovala še v petdesetih letih prejšnjega stoletja in njeni ostanki so še danes vidni. Danes pa je Paradana zavarovana kot naravni rezervat.

3.5.2 Smrekova draga

Smrekova draga je ena izmed največjih kraških globeli na Trnovski planoti. Zaradi usedanja hladnih zračnih mas v dno zaprtih dolin temperatura narašča z višino, kar je ravno obratno kot v gorah. Odraz tega pojava je tudi obrnjeno zaporedje vegetacijskih pasov. Na okoli 200 metrih višinske razlike se zvrstijo na robu mrazišča najprej visokogorski bukovi gozdovi, nato dinarski gozd jelke in bukve, nekoliko nižje je hladnejši smrekov gozd, v dnu mrazišča pa raste le rušje, ki ga sicer najdemo visoko v Alpah (Kozorog, 1998, str. 22).

Dolina je ovalne oblike, dolga približno 1300 m, široka od 600 do 800 m in globoka 140 m. Najnižja točka kotanje je v njenem severnem delu, kjer znaša nadmorska višina 1135 m in kjer je najizrazitejši del mrazišča z rušjem. Tudi območje Smrekove drage in dela Golakov je razglašeno kot gozdni in naravni rezervat.

Slika 5: Smrekova draga



Vir: <http://www2.arnes.si/~sopmnago/paradana/album/index.html>, 5. 4. 2005.

3.5.3 Golaki

Golaki so s svojimi 1495 metri najvišji vrh Trnovske planote in priljubljeni cilj planincev, saj jih letno obiše preko 3000 ljubiteljev narave. Greben Golakov je sestavljen iz najvišjega Malega Golaka, Srednjega in Velikega Golaka. Njihovo ime izhaja iz ogolelosti vrha, od koder je prečudovit razgled na celoten Trnovski gozd, Vipavsko dolino, pa vse do Jadranskega morja. Območje Golakov je med najbolj ohranjenimi v Sloveniji in je zaščiten kot naravni in gozdni rezervat. Območje je tudi zatočišče za divje živali, med katerimi so nekatere tudi ogrožene (npr. divji petelin).

Slika 6: Pogled z Malega Golaka



Vir: <http://www2.arnes.si/~sopmnago/paradana/album/index.html>, 5. 4. 2005.

3.5.4 Ostale naravne vrednote

Poleg zgoraj omenjenih najbolj prepoznavnih naravnih vrednot Trnovske planote obstaja še veliko drugih znamenitosti, ki jih bom v nadaljevanju opisal. Te so malo manj poznane, a zato nič manj čudovite, da se jih ne bi moglo vključiti v turistično ponudbo in razkazati obiskovalcem planote.

Smrečje je kraška globel nepravilne oblike v osrednjem delu Trnovskega gozda, poznana kot specifičen primer mrazišča. Njeno ime izhaja iz dejstva, da celotno dolino porašča smreka. V dolini je bilo že več katastrofalnih vetrolomov, nazadnje leta 1988 in leta 1993. Po tem letu je bil z namenom preučevanja vegetacije po naravni ujmi gozdni rezervat razširjen na celotno območje. Danes je celotno območje Smrečja razglašeno za naravni spomenik.

Nad Lijakom, prav na prepadnem robu Trnovskega gozda, predira skalni pomol naravni most **Skozno**, isto ime pa označuje tudi spodmol oziroma kratko jamo. Približno 15 m dolg in okoli 10 m visok naravni most je nastal hkrati s spodmolom, saj je most le podaljšek oboka nad jamo. Le-ta je dolga okoli 15 m in ima zasigano dno. S skalnega pomola je izreden razgled na Vipavsko dolino in Furlanijo. Domačini pripovedujejo, da je general Borojevič, avstrijski komandant Soške fronte, s Skoznega opazoval goriški del bojišča.

Slika 7: Javor nad Mojsko drago



Vir: <http://www.bf.uni-lj.si/jbozic/Entomol/TrnovG/JavorStar.jpg>, 5. 4. 2005.

Javor nad Mojsko drago je najdebelejše drevo v Trnovskem gozdu in zato tudi imenovan kralj Trnovskega gozda. Javor raste sredi neizrazite vrtače, med Malim in Velikim Bukovcem, na nadmorski višini 1150 metrov. Njegov premer je 145 cm,

visok pa je preko 30 m. Predvidevajo, da njegova starost presega 300 let, saj je iz votlega debla nemogoče ugotoviti njegovo pravo starost.

Kopitnik je razgledišče in priljubljeno odskočišče za zmajarje in jadralne padalce. Z njega se odpira čudovit razgled po celotni Vipavski dolini in Krasu, v lepem vremenu pa čez vse Slovensko primorje, vse tja do Jadranskega morja in Istre (Kozorog, 1998, str. 26).

Nato je na Trnovski planoti še nekaj vrhov, kot so Poldanovec (1299 m), Mrzovec (1406 m), Čaven (1190 m), Kucelj (1239 m) itd., ki omogočajo ob lepem vremenu prečudovit razgled na okoliške kraje, Julijske Alpe ter vse do Jadranskega morja.

3.6 Kulturna pokrajina

Glede na prisotnost pokrajinskih sestavin ločimo naravno pokrajino, ki jo sestavljajo le naravne pokrajinske sestavine, in kulturno pokrajino, ki jo poleg naravnih pokrajinskih sestavin sestavljajo tudi družbene pokrajinske sestavine. Kulturna pokrajina ima dva podtipa, in sicer podeželsko ali ruralno in mestno ali urbano pokrajino. Kulturna pokrajina je torej vsaka pokrajina, kjer je človek s svojim delovanjem spremenil naravne pokrajinske sestavine in jim dodal družbene pokrajinske sestavine (Perko in Orožen, 1998, str. 14).

Celotno območje Trnovskega gozda sodi v skupino primorskih arhitekturnih regij, kar je vidno v obliki in načinu povezovanja stavb, njihovem odnosu do reliefa in uporabi materialov s prehodnim značajem med sredozemsko in alpsko ljudsko arhitekturo. To je pogojevalo k oblikovanju samostojnega, tako imenovanega trnovskega stavbnega tipa, za katerega je značilno, da so samotne kmetije ali zaselki združeni v male gruče, lahko pa so tudi razpršeni (Prem et al., 1999, str. 11).

Zazidava, ki služi naselitvi Trnovske planote, je sestavljena iz dveh gruč ali dveh jeder vasi. Zazidavo na vzhodu predstavljajo posamezne, po gmajni raztresene hiše, kot je to vidno pri Voglarjih, Zavrhu in Lazni, lahko pa so hiše sredi ograjenih gozdnih jas kot v Cvetrežu. Podoben značaj ima tudi zazidava pri Nemcih in prvotna zazidava na Lokvah, medtem ko novejša zazidava naselja na Trnovem spominja na predmestni vzorec (Hvala, 2004, str. 43).

3.6.1 Spomeniki

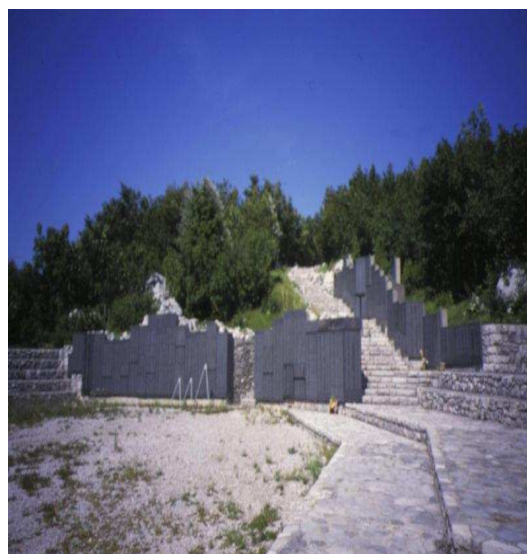
Kulturna dediščina obsega tudi spomenike in plošče, ki so posvečeni padlim borcem prve in druge svetovne vojne. Teh je na Trnovski planoti kar nekaj, navedel

pa bom le tiste, ki so v bližini vasi in katere bi lahko vključili v turistične programe. Največji spomenik in grobnica na planoti (glej sliko 8 in 9), ki sta bila postavljena leta 1958, stojita na griču Kobilnik v bližini Trnovega. Posvečena sta padlim borcem IX. Korpusa. Grobnica je urejena kot razgledna ploščad, na kateri so napisne plošče z imeni padlih borcev IX. Korpusa. Ob vznožju Kobilnika je osrednji spominski prostor, zgrajen v obliki amfiteatra. Tu je vpisano več kot 2300 imen padlih borcev in žrtev narodnoosvobodilnega boja. Avtor spomenika in grobnice je arhitekt prof. Edvard Ravnikar. Celoten kompleks s svojo lokacijo ter še pomembnejšo poučno, zgodovinsko ter turistično vlogo je vključen v učno-vzgojne namene in turistične programe (Hvala, 2004, str. 45).

Slika 8: Spomenik na Kobilniku



Slika 9: Osrednji spominski prostor na Kobilniku



Vir: <http://community.webshots.com/photo/98943663/98944902tAwJgt>, 19. 8. 2005.

Na začetku vasi Lokve stoji spomenik posvečen komandantu XXX. Divizije IX. Korpusa, polkovniku Ivanu Turšiču – Iztoku, ki je bil leta 1951 razglašen za narodnega heroja. Komandant je padel med nemško ofenzivo na Lokvah ravno tam, kjer stoji danes spomenik v njegov spomin. Na Lokvah stojita še dva spomenika. Spomenik na koncu vasi je posvečen devetnajstim talcem slovenske in italijanske narodnosti, ki so bili pripeljani iz goriških zaporov leta 1945 in tam ustreljeni. Drugi spomenik pa je v bližini centra, na mestu, kjer je 19. 1. 1944 padel kulturnik IX. Korpusa Drašček Stojan.

Poleg teh spomenikov sta v samem centru Lokvi tudi dve spominski plošči. Ena ponazarja, da je bil na Lokvah sedež IX. Korpusa, druga pa je posvečena padlim borcem NOV od leta 1943 do 1945 in žrtvam fašističnega nasilja iz Lokvi in Lazne.

Nato je še en spomenik NOB na Lazni, ki stoji 500 metrov stran od tamkajšnjega gostinskega obrata. Spomenik je zgrajen na temeljih takratne lesene barake, kjer je bil septembra 1944 izvoljen Pokrajinski narodni osvobodilni odbor za Slovensko primorje in sprejet sklep o priključitvi Primorske k matični domovini.

3.6.2 Vodnjaki

Prava posebnost na tem področju so vodnjaki ali v domačem narečju šterne, ki ponekod še vedno služijo kot zbiralniki vode. Ti vodnjaki so se skozi zgodovino spreminjali, vendar so ves čas ostajali simbol moči, izobilja in vira življenja. Danes predstavljajo za nekatere ljudi posebno vrsto javnih spomenikov, za druge pa so prava zapuščina umetne obrti in ostanek pozabljenega načina življenja (Hvala, 2004, str. 44).

Večina vodnjakov na območju planote izhaja iz 19. stoletja, za katere je značilna okroglasta oblika. Po letu 1920 pa prevladujejo četverkotni in osmerokotni vodnjaki.

Slika 10: Primer vodnjaka



Vir: Avtor, junij 2005.

Poznamo naslednje vrste vodnjakov (Hvala, 2004, str. 44):

- vodnjaki z vrsnaki iz prve polovice 19. stoletja,
- vodnjaki z osmerokotno glavo, ki so lahko z ali brez vitla,
- vodnjaki z glavo iz enega kosa kamna, ki so lahko z ali brez železnega vitla,
- cementni vodnjaki s štirikotno glavo,
- komunske šterne, katere so začeli graditi v drugi polovici 20. stoletja,
- gozdne šterne. Vsaka gozdna hiša je namreč imela svojo šterno. Te vrste

štern lahko danes srečamo še na Vitovskem vrhu v Krnici, na Poncali ter na Lokvah,

- naravni vodnjaki, ki so kot prvotni vodnjaki služili za zbiralnike vode. Vodo iz naravnih štern so uporabljali za kuhanje, pranje in za napajanje živine. Te vrste vodnjakov so naredili tako, da so na kraški vrtači izkopal široko jamo, jo obdali z ilovico in obzidali z obdelanimi kamni. Sem se je stekala deževnica, ki je bila vir vode predvsem v sušnih obdobjih in za tiste ljudi, ki doma niso imeli vodnjakov. Vodo so iz naravnih vodnjakov zajemali še po letu 1950.

Vodnjake so gradili ročno. Navadno so bili tlakovani z ilovnato zemljo in zidani s kraškim kamnom, saj je bil le-ta glavni gradbeni material, ki so ga uporabljali za gradnjo hiš.

S kamni so postavljali tudi kamnit zid ali mejnik, ki je ločeval državno posest od zasebne. Zidovje še danes obkroža celotno posest državnih gozdov in predstavlja določeno kulturno znamenitost.

3.7 Gostinska in turistična ponudba

Gostinska ponudba na Trnovski planoti je v današnjem času precej oslabela v primerjavi s preteklostjo, kar tudi kaže, da se razmere za turizem in gostinstvo na planoti še vedno slabšajo. Leta 1991 je bilo na planoti sedem ponudnikov gostinskih in turističnih storitev, od tega dva na Trnovem, eden v vasi Nemci, trije na Lokvah ter eden na Lazni. Danes jih je le še pet. Najbolj koncentrirana tovrstna ponudba je na Lokvah ter bližnji Lazni, kjer še vedno poslujejo trije turistični subjekti. Ostale vasi pa nimajo nobenega, razen v zaselku Rijavci pri Trnovem, kjer zakonca Figelj ponujata le možnost prenočevanja, ter na Mali Lazni, kjer je prav tako možno prenočiti.

Ponudniki turističnih storitev:

- Restavracija Paradis s prenočišči, ki lahko sprejme 130 gostov v sami restavraciji ter 50 gostov na letnem vrtu. Poleg tega imajo sedem sob s skupno 17 posteljami. Gostom ponujajo tudi možnost uporabe mini golfa ter organiziranega ogleda damjakov v ogradi, ki je v njihovi lasti.

Slika 11: Restavracija Paradis



Vir: <http://restavracijaparadis.com/zunanjost%20restavracija.jpg>, 25. 4. 2005.

- Hoteli Winkler poleg sob in restavracije s 150 sedeži ponujajo svojim gostom še savno, vodno masažo, trim kabinet in piano bar, ki se lahko preuredi v konferenčno dvorano. Pred restavracijo se nahaja terasa s 40 sedeži, tenis igrišče na umetni travi, ki se lahko preoblikuje v večnamensko igrišče za odbojko ali mali nogomet.

Slika 12: Hoteli Winkler



Vir: Avtor, maj 2005.

- V okrepčevalnici Dom na Lazni se lahko okrepča in odpočije 50 gostov v notranjosti Doma ter ravno toliko na zunanjem letnem vrtu. Okrepčevalnica je poznana predvsem po domači kuhinji (domač kruh, kuhani štruklji, divjačina ...).

Slika 13: Dom na Lazni



Vir: Avtor, februar 2005.

Ti ponudniki turističnih storitev se nahajajo le na Lokvah in pet kilometrov oddaljeni Lazni, kar pa je za večji turistični razvoj Trnovske planote očitno premalo.

3.8 Institucije, ki podpirajo razvoj turizma

Institucije, ki podpirajo razvoj turizma na Trnovski planoti so naslednje:

- **Društvo ljubiteljev narave PLANOTA** je prostovoljno, samostojno, nepridobitno združenje fizičnih oseb, ki ljubiteljsko, strokovno ali profesionalno delujejo pri ohranjanju, varovanju, raziskovanju in promoviranju naravnih lepote, zlasti Trnovsko – Banjške planote, ter njene kulturne, etnološke, sociološke in zgodovinske dediščine ter ljudskih šeg in običajev na področju rekreacijskih, športnih in turističnih dejavnosti.

Član društva je lahko vsaka fizična oseba, ki je pripravljena s svojim znanjem in možnostmi prispevati k uspešnemu delu društva in oživitvi življenja na planoti, ne glede na bivališče ali sedež.

Namen društva je uveljavljanje vrednot in lepote narave, kulturno udejstvovanje in udejstvovanje na področju športnih dejavnosti, ki ga dosega na način, da:

- sodeluje z ustanovami in organizacijami, ki se strokovno in znanstveno

ukvarjajo s to problematiko,

- si prizadeva za visoko strokovno raven delovanja društva,
- se zavzema za spoštovanje etičnih in moralnih načel pri delovanju društva,
- seznanja člane in javnost o problemih in uspehih s področja delovanja društva,
- spodbuja strokovno izpopolnjevanje in izobraževanje članstva,
- sodeluje na natečajih državnih in drugih organov za dodelitev sredstev pri naravovarstvenih, demografskih, kulturnih, športnih, turističnih in drugih programih,
- sodeluje pri pripravi in oblikovanju propagandnega gradiva turističnih organizacij in drugih ustanov v Sloveniji ter sodeluje pri programih turističnih agencij,
- sodeluje pri zbiranju in raziskovanju etnološkega gradiva na planoti,
- sodeluje pri izdaji knjižnih del povezanih s planoto,
- goji rekreativne in športne aktivnosti ter
- se povezuje s šolami oziroma krožki pri anketah, razstavah in raziskovalnih projektih.

- Turistično društvo Lokve in turistično društvo Trnovo. Društvi sta prostovoljni organizaciji, v katerih se združujejo občani z namenom in ciljem pospeševanja turizma. Član društva lahko postane vsak polnoletni državljan, ki podpiše pristopno izjavo in sprejme pravila društva. Člani so pri delu samostojni, upoštevati pa morajo odločitve in sklepe, ki jih sprejmejo organi društva.

Statut o delu in organizaciji turističnega društva opredeljuje naslednje naloge:

- pospeševanje splošne turistične propagande in informacijske dejavnosti ter raziskav,
- turistična vzgoja prebivalstva,
- organizacijsko utrjevanje in razvijanje delovnih odnosov v društvu in zvezah,
- sodelovanje z organizacijami v krajevnih skupnostih, občinskim svetom ter drugimi organizacijami pri ustvarjanju in zboljšanju materialnih in drugih pogojev za sprejem in bivanje turistov,
- opravljanje nalog, ki jih društvu poverijo skupnosti, organizacije in drugi,
- vse ostale naloge, ki jih terja razvoj turizma in so v skladu z značajem in vlogo turističnih društev.

Za izvrševanje nalog iz prejšnjih točk turistično društvo:

1. skrbi za vključevanje zainteresiranih delovnih ljudi in občanov ter zlasti mladine v članstvo društva,

2. se zavzema za varstvo naravnih in kulturno-zgodovinskih spomenikov in celotne krajine,
3. samostojno ali z drugimi organizacijami se loteva akcij, sodeluje ali daje pobude za turistično urejanje svojih krajev,
4. se zavzema za vključevanje zasebne turistične iniciative s turistično ponudbo,
5. daje pobude za vključevanje prirodnih in drugih za turizem pomembnih objektov v turistično ponudbo, kakor tudi za izgradnjo potrebnih turističnih objektov,
6. se povezuje z drugimi društvenimi organizacijami, ki s svojo dejavnostjo prispevajo k izboljšanju turistične ponudbe,
7. pospešuje, sodeluje, organizira in tudi lahko opravlja splošno turistično propagando in informacijsko dejavnost v interesu svojega turističnega območja,
8. spremlja in proučuje vprašanja turizma in njegovega razvoja ter predlaga pristojnim krajevnim skupnostim, mestnemu občinskemu svetu, podjetjem in drugim ustrezne ukrepe za izboljšanje in razvoj turizma,
9. sodeluje v razpravah o razvojnih in urbanističnih programih ter zazidalnih načrtih, zlasti pa pri programih turističnega razvoja svojih krajev in območja.

Poleg teh društev tudi Mestna občina Nova Gorica skrbi za razvoj turizma z raznimi svetovanji, s soudeležbo pri posameznih projektih, ki se odvijajo na planoti, ter tudi tako, da neposredno vlaga v infrastrukturo na planoti. Zadnji večji investiciji Mestne občine sta gradnja nogometnega igrišča in otroškega smučarskega poligona na Lokvah. Na Trnovski planoti pa obstajajo še dve društvi, ki organizirajo razne prireditve in s tem pripomorejo k živahnejši ponudbi planote. Eno takih društev je jamarski klub »Bojan Krivec«, ki meseca junija organizira nočni pohod z baklami od Lokvi do Lazne, ter Športno društvo Trnovo, ki letno organizira tek po Trnovskem gozdu.

Te navedene institucije si najbolj prizadevajo za razvoj turizma, čeprav moram biti do obeh turističnih društev in Mestne občine Nova Gorica tudi kritičen. Tako turističnemu društvu Lokve kot turističnemu društvu Trnovo v zadnjem času zmanjkuje moči in novih idej, kar se kaže v opuščanju organiziranja prireditev ter njihovi manjši aktivnosti. Pripomba Mestni občini Nova Gorica pa gre pri gradnji smučarskega poligona na Lokvah. Kot vsi vemo, se ozračje segreva, znanstveniki napovedujejo, da se bo temperatura ozračja v prihodnjih 25 letih dvignila za 3 stopinje Celzija in prav v tem se mi poraja vprašanje o racionalnosti te naložbe, saj je že nekaj let na Lokvah precej manj snežnih padavin kot včasih. Ta smučarski poligon se gradi v centru vasi Lokve v bližini restavracije Paradis, na višini 965 metrov nadmorske višine, ki je za smučišče precej prenizka. Njegova lega pa je tudi na prisojni strani, tako da je cel dan podvržen sončnim žarkom, ki topijo sneg. Mnenja sem, da bi lahko Mestna občina Nova Gorica namenila denar za druge naložbe na planoti, ki so racionalnejše oz. prioritetejše narave.

4 ANALIZA TURIZMA NA TRNOVSKI PLANOTI

Začetki turizma na Trnovski planoti segajo v konec 19. stoletja, ko se je zaradi ugodne klime tega območja začel na zgornjem delu planote pojavljati obisk Goričanov in Tržačanov. Kot odziv na ta obisk je bil na Lokvah zgrajen penzion (Albergo Winkler), na Lazni pa urejeno smučišče z gostiščem (Kafehaus nad Mrzlo drago). Te spodbudne začetke, ki so se ponujali za razvoj turizma, sta prekinili obe svetovni vojni (Nemec, 1999, str. 33).

Šele v 60-ih letih so se začeli ponovno kazati znaki za razvoj turizma, ko je bila zgrajena prva smučarska vlečnica in asfaltirana cesta iz Nove Gorice na Lokve. Nato se je na Lokvah kmalu zgradilo hotel Poldanovec, ki je danes v propadajočem stanju, ter restavracijo, ki je predhodnica današnje restavracije Paradis. Proti koncu 60-ih let sta bili postavljeni še dve novi vlečnici, urejeno je bilo igrišče za mini golf, na koncu Lokvi pa je začelo rasti naselje počitniških hiš. V 70-ih in začetku 80-ih let je Trnovska planota in še posebej vas Lokve začela postajati pravi turistični biser Goriške, kjer so se tedensko dogajala razna tekmovanja in prireditve. V turistično ponudbo je začela vstopati tudi zasebna ponudba s turističnimi sobami in obrati, na Lazni se je uredilo novo smučišče in zgradilo planinski dom na mestu, kjer še danes obratuje okrepčevalnica Dom na Lazni.

Konec 80-ih let se je po vsej takratni državi začela pojavljati kriza, ki se je odražala v upadu obiska turistov na planoti. Posledica tega je bila, da je podjetje Avtopromet, ki je upravljalo hotel Poldanovec in vlečnice, restavracijo zaprlo, vlečnice pa dalo v najem. Nato so svoje podjetniške sposobnosti preizkušali zasebniki, ki pa so kmalu obupali, še posebej nad zimami brez snežne odeje, in zaprli turistično dejavnost. Sledila so leta upadanja turizma z rahlimi vzponi, kot so odprtje okrepčevalnice Dom na Lazni leta 1989 ter restavracije Paradis leta 1991. Trend padanja se še nadaljuje, kljub prizadevanjem določenih posameznikov s planote ter Mestne občine Nova Gorica, ki skuša ponovno oživeti turizem na planoti z vlaganji v infrastrukturo, ki bo služila v turistične namene. Da pa trend padanja ni tako hiter, gre nedvomno zahvala tudi zasebnim podjetjem, ki se na planoti ukvarjajo s turizmom.

Če pa analiziramo turistični obisk planote danes, ugotovimo naslednje (Nemec, 1999, str. 40):

- Največji obisk doživlja planota poleti, predvsem julija in avgusta. Od tega je največ enodnevnih obiskovalcev, predvsem ob koncih tedna, ki se izognejo obremenitvam, ki jih povzroča vročina v dolini. Turistov, ki bi prihajali na nekajdnevne ali tedenske počitnice pa je v zadnjem času le za vzorec, kar je

zgovoren dokaz, da na planoti primanjkuje inovativnosti in drugih aktivnosti, ki bi jih turisti potrebovali poleg svežega zraka.

- Velik obisk doživi planota tudi pozimi, ko je pokrita s snegom. Tudi tu prevladujejo samo enodnevni izletniki, saj некоč poznano smučišče ne obratuje več, pa tudi otroški smučarski poligon, ki je v izgradnji že nekaj let, še ni dokončan. Zelo dobrodošla je (letošnja) otvoritev nove tekaške proge, ki privablja ljubitelje teka na smučeh tudi med tednom.
- V jeseni in pomladi pa je obisk precej majhen v primerjavi s poletjem in zimo, saj na planoti ni večjih prireditev, ki bi privabljele turiste. V tem času prihajajo izključno ljubitelji narave, katerim za obisk Trnovske planote zadošča zgolj neokrnjena narava.
- Po starosti obiskovalcev planote, ki nanjo prihajajo kot posamezniki, je največ starejših ljudi z lastnimi otroki in vnuki, po socialnem statusu pa ljudi z ne visokim družbenim statusom in zato tudi nimajo velikih zahtev glede načina preživljanja obiska. Organiziranih skupin izletnikov pa skorajda ni več.

4.1 SWOT⁶ analiza

Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti je analitičen pristop (angleška kratica SWOT), je koncept, prenesen iz strateškega managementa podjetij in se v razvitih državah uporablja tudi pri regionalnem in lokalnem načrtovanju. Gre za analizo notranjih močnih in šibkih točk obravnavanega subjekta (podjetja, regije, lokalne skupnosti) in analizo dejavnikov njegovega okolja (tržnega, tehnološkega, pravno-institucionalnega), ki so opredeljeni kot priložnosti in nevarnosti (Pučko, 2001, str. 91).

⁶ SWOT: prednosti – Strengths (S), slabosti – Weaknesses (W), priložnosti – Opportunities (O), nevarnosti – Threats.

Tabela 1: Swot analiza turistične destinacije Trnovska planota

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • ugodna geografska lega • kulturno-zgodovinska dediščina • naravne privlačnosti in neokrnjena narava • poznavanje italijanske kulture, jezika in vrednot 	<ul style="list-style-type: none"> • slabe prometne povezave • starostna struktura in upadanje prebivalstva • prenizka oz. neustrezna izobrazbena raven • nepovezanost turističnih ponudnikov • neurejenost vasi • nenaklonjenost domačinov za turizem • neustrezna infrastruktura
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • povezovanje podjetij • razvoj univerze • rast ekološke zavesti • rast deleža krajših dopustov • rast deleža aktivnih počitnic • povezovanje kmetijstva in turizma 	<ul style="list-style-type: none"> • nasprotovanje lokalnega prebivalstva • visoka konkurenčnost trga • razglasitev naravnega parka • pomanjkanje investitorjev • odselitev lokalnega prebivalstva • onesnaževanje okolja

Vir: Lastno mnenje.

4.1.1 Prednosti

Prednosti Trnovske planote, da se razvije v zanimivo turistično destinacijo, so naslednje:

1. Ugodna geografska lega: Trnovska planota ima ugodno geografsko lego, saj je oddaljena od Nove Gorice in od sosednje Italije le 20 km. Ta bližina predstavlja planoti velik potencialni obisk prebivalcev mesta Nove Gorice ter sosednjih mest v Italiji. Območje je tudi v neposredni bližini treh vinarskih območij s priznanimi vini in tipično kulinariko – Goriških Brd, Vipavske doline in Krasa. Poleg tega je planota povezana s Soško dolino preko ceste Lokve–Čepovan–Most na Soči ter z Vipavsko dolino preko ceste Lokve–Predmeja–Ajdovščina. Nadmorska višina planote pa predstavlja tudi temperaturno razliko v primerjavi z omenjenimi mesti v dolini. Na planoti je do 15 stopinj Celzija nižja temperatura, kar poleti pomeni vir osvežitve, pozimi pa to območje prekrije sneg in s tem nudi možnosti določene vrste zimskega turizma.

2. Kulturno-zgodovinska dediščina: Tudi pri dejavniku kulturno-zgodovinske dediščine ima planota kar pestro ponudbo. Poleg tega, da je v smeri iz Nove Gorice proti Lokvam zelo priljubljena in poznana romarska točka Sveta gora, pa je na planoti najbolj zastopana zgodovinska dediščina iz prve in druge svetovne vojne. Največji tak objekt je spomenik in grobnica padlim v drugi svetovni vojni, ki sta postavljena na Kobilniku. Nato je nekaj spominskih brezen, v katere so med drugo svetovno vojno zmetali žrtve, ki so ostale neznane, ne da bi jih dostojno pokopali. Na planoti ima tudi lesna obrt bogato tradicijo, ki je še danes zastopana. Poleg tega ima korenine na zgornjem delu planote tudi steklarstvo, kjer so še danes ostanki glažut.

3. Naravne privlačnosti in neokrnjena narava: Trnovska planota ima v geografskem oziru značilnosti visokih kraških planot, ki nastopajo tudi kot naravne privlačnosti. Najdemo veliko brezen, snežnih jam in ledenih jam, od katerih je najbolj poznana Velika ledena jama v Paradani. Planota ima tudi izrazito floro in favno, še posebej na določenih območjih, ki so že zaščiteni kot naravni rezervati. Trnovska planota je v večjem delu porasla z gozdom, ki je že sam po sebi vreden obiska zaradi mikroklimatskih razmer, ki jih ustvarja, zaradi gozdnih sadežev, ki jih ponuja, ter zaradi slikovitosti, ki jih daje krajini. V gozdu so še posebej zanimiva posamezna rastišča in gozdni sestoji oz. posamezna mogočna drevesa, ki izstopajo iz povprečja zaradi svoje višine, starosti, debeline debla ali drugih posebnosti (npr. Javor nad Mojsko drago). Tudi divjad je pestro zastopana, saj ji Trnovski gozd nudi dobro zavetje, v katerem najdemo tudi različne ogrožene živalske vrste (divji petelin, mala uharica, planinski orel ...).

4. Poznavanje italijanske kulture, jezika in vrednot: Dolga tradicija turizma, povezanega z italijanskimi turisti, neposredna bližina Italije ter petindvajsetletna okupacija primorskega ozemlja s strani Italijanov, v katero je bila vključena tudi Trnovska planota med prvo in drugo svetovno vojno, je omogočilo, da se je lokalno prebivalstvo naučilo njihovega jezika ter spoznalo njihovo kulturo in vrednote.

4.1.2 Slabosti

Poleg prednosti ima Trnovska planota tudi veliko slabosti, ki zavirajo njen turistični razvoj. Med te slabosti prištevamo:

1. Slabe prometne povezave: Čeprav je na obravnavanem območju precej razgibano in razvejano cestno omrežje, še posebej gozdnih cest, so ostale republiške ceste, ki omogočajo povezavo s planoto, v dotrajanem oz. katastrofalnem stanju. Cesta Nova Gorica–Lokve je bila sicer asfaltirana v celoti v

60-ih letih prejšnjega stoletja, vendar je preozka za tekočo vožnjo, še posebej avtobusov. Odsek Trnovo–Lokve pa je zelo problematičen, saj je poln tudi udarnih jam, kar onemogoča udobno in varno vožnjo, ki jo turisti potrebujejo. Ostali dve cestni povezavi s Predmejo in Mostom na Soči pa sta še vedno neasfaltirani. Povezava z Mostom na Soči je še posebej neugodna, saj je cesta za turistične avtobuse neprevozna in nezavarovana.

2. Starostna struktura in upadanje prebivalstva: Iz spodnje tabele je razvidno, da se število prebivalcev na Trnovski planoti zmanjšuje, saj se je število prebivalstva leta 2001 v primerjavi z letom 1971 zmanjšalo za 31,80 %. To je tudi eden izmed razlogov, da planota stagnira, saj ji primanjkuje človeškega potenciala.

Tabela 2: Število prebivalcev po vaseh Trnovske planote v obdobju 1971–2002

Naselje/leto	1971	1981	1991	2002
Trnovo	376	361	313	305
Lokve	205	165	137	122
Voglarji	192	182	133	113
Nemci	35	29	31	29
Lazna	38	28	14	8
SKUPAJ	846	765	628	577

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj, 1971, 1981, 1991, 2002.

Tudi starostna struktura je zaskrbljujoča, saj ima starostna skupina prebivalstva Trnovske planote do 14 let 10% delež, starostna skupina med 16-im in 64-im letom ima 65% delež, starostna skupina nad 65 let pa ima 25% delež v celotnem prebivalstvu Trnovske planote. Iz tega vidimo, da je prebivalstvo močno postarano ter da se bo trend upadanja nadaljeval, razen v primeru, ko bi se začelo priseljevanje na planoto. To pa se bo zgodilo samo takrat, ko bo na Trnovski planoti dovolj delovnih mest (Nemec, 1999, str. 31).

3. Prenizka oz. neustrezna izobrazbena raven: Trnovska planota spada med demografsko ogrožena območja in tako kot skoraj za vsa velja, da ima njeno prebivalstvo v povprečju nizko stopnjo izobrazbe. Nizka stopnja izobrazbe,

predvsem pa ne turistično usmerjena, bistveno vpliva na hitrost razvoja turizma in na uveljavljanje novih turističnih programov na območju Trnovske planote.

4. Nepovezanost turističnih ponudnikov: Čeprav na planoti deluje le pet majhnih ponudnikov turističnih storitev, so ti med seboj premalo povezani oz. sploh niso. Vzrok temu je verjetno v njihovi nezainteresiranosti, da bi se turistični obisk ob koncih tedna povečal tudi na obisk med tednom in izven sezone. Za ta prehod pa ni nobene druge možnosti, kot da se ti majhni ponudniki med seboj povežejo in skupno delujejo na trgu. Povezali bi se lahko v obliki konzorcija ali grozdenja, saj bodo le tako razvijali turizem v pravem pomenu besede in lahko prešli iz enostavnega, kjer ponujajo samo hrano, pijačo in nočitve, na zahtevnejše ravni turizma, tako da bodo turistom ponudili danes vedno bolj iskani aktivni turizem.

5. Neurejenost vasi: Ena od slabosti na Trnovski planoti je tudi neurejenost vasi, kar ni mogoče šteti v prednost turizmu, ki od pokrajine zahteva urejene hiše, pokošene travnike itd. V vaseh je veliko zapuščenih hiš, ki propadajo prav zaradi razpršenosti in prevelikega števila dedičev ter tudi pomanjkanja njihovega interesa za prodajo. Na drugi strani pa so domačini, ki nimajo možnosti urejanja hiš zaradi pomanjkanja sredstev ali zaradi pomanjkanja moči, saj je dobršen del prebivalcev že precej v letih.

6. Nenaklonjenost domačinov za turizem: Ker le štiri družine na planoti živijo od tukajšnjega turizma, je prebivalstvo pretežno turizmu nenaklonjeno. Turiste vidijo kot ljudi, ki jim zavzemajo svoj prostor, ki prinašajo le smeti na planoto, ki jih motijo pri svojem počitku ter kateri povzročajo gnečo na cestah še posebno ob poletnih vikendih.

7. Neustrezna infrastruktura: Skoraj vsa infrastruktura za potrebe turizma, ki je bila na planoti zgrajena v 60-ih ter 70-ih letih prejšnjega stoletja, je za današnje razmere skoraj neuporabna. V zadnjih letih skuša Mestna občina Nova Gorica izboljševati turizem tako, da vlaga v turistično infrastrukturo, in sicer v izgradnjo otroškega zimskega poligona na Lokvah. Ta vlaganja so zelo dobrodošla, a po mojem mnenju v nepravilnem vrstnem redu, saj menim, da bi bile določene investicije prednostne narave.

4.1.3 Priložnosti

Če hočemo, da Trnovska planota postane turistična destinacija, je po mojem mnenju potrebno izkoristiti priložnosti, in sicer:

1. Povezovanje podjetij: Ena izmed priložnosti, ki se na planoti ponujajo, je gotovo

ta, da se podjetja med seboj povežejo. Prednostno bi te povezave morale nastajati na sami planoti, tako med podjetji, ki se ukvarjajo neposredno s turizmom, kot z ostalimi, saj vemo, da je turizem zelo širok pojem. Pomembno pa bi bilo, da se ta podjetja oz. ponudniki turističnih storitev povezujejo tudi z ostalimi slovenskimi in tujimi turističnimi podjetji ter tako skupno nastopajo na svetovnem trgu.

2. Razvoj univerze: Razvoj univerzitetnega središča (Politehnika) v Novi Gorici predstavlja priložnost za razvoj izobraževalnega turizma v raznih oblikah, kot so kongresi, seminarji, poletne šole itd. Ta vrsta turizma pa privablja predvsem ljudi z višjo izobrazbo in posledično večjo kupno močjo.

3. Rast ekološke zavesti: Ekologija je vsak dan pomembnejša in ljudem se ekološka zavest povečuje, zato je vedno več povpraševanja po čistem in neokrnjenem naravnem okolju. Kot že omenjeno, se na Trnovski planoti ni veliko posegalo v naravo in če bomo znali odgovorno upravljati te naravne vire, ki so nam na razpolago, so lahko izjemen turistični potencial.

4. Rast deleža krajših dopustov: Počitniške navade ljudi se spreminjajo in s tem se povečuje število krajših dopustov. Tu imamo priložnost oblikovati privlačno in dostopno turistično destinacijo ter izrabiti ponudbo dobro obiskanih bližnjih turističnih centrov, kot so Postonjska jama, Lipica, Portorož in Benetke.

5. Rast deleža aktivnih počitnic: To je tudi eden izmed splošnih turističnih trendov, na katerega lahko Trnovska planota računa. Na celotnem območju obstajajo čudovite možnosti za razne oblike športov v naravi. Že sedaj je zelo priljubljeno kolesarjenje, planinstvo ter padalstvo. Seveda pa je potrebno razne oblike teh dejavnosti ponuditi na primeren, odgovoren in profesionalen način.

6. Povezovanje kmetijstva in turizma: Tudi tu je priložnost za razvoj turizma na podeželju v obliki turističnih kmetij, ki s svojo posebno ponudbo združujejo oddih, rekreacijo, družabnost in naravno pridelano hrano, ki je zmeraj bolj cenjena in iskana. Urejena in raznolika podeželska pokrajina je namreč bistveni element privlačnosti nekega območja za turizem.

4.1.4 Nevarnosti

Za prelevitev Trnovske planote v turistično destinacijo obstaja kar nekaj nevarnosti, ki niso zanemarljive:

1. Razglasitev naravnega parka: Primarna nevarnost je morebitna razglasitev celotnega območja ali samo dela kot naravni park, za katero je že bilo nekaj

predlogov in pobud. To pa bi pomenilo za Trnovsko planoto prehud udarec, saj bi se verjetno še tisti redki mladi domačini, ki še vztrajajo na planoti, izselili drugam, kjer bi imeli več možnosti za razvoj in obstoj. Poleg tega pa bi bila zelo otežena ali celo onemogočena izgradnja turistične infrastrukture, ki je za razvoj turizma na planoti še kako potrebna.

2. Nasprotovanje lokalnega prebivalstva: Velika nevarnost bi nastala, ko ne bi dovolj lokalnega prebivalstva imelo takšnih ali drugačnih koristi. S tem bi jim turizem oz. turisti postali v napoto ter bi tako začeli nasprotovati turizmu. Za turistični razvoj pa je zelo pomembno, da je lokalno prebivalstvo v to vključeno in da podpira turizem.

3. Visoka konkurenčnost trga: Ko smo postali enakovredni člani Evropske unije, se nam je pojavila tudi grožnja, da smo še bolj izpostavljeni konkurenci na mednarodnem trgu. Pri tem se morajo turistična območja in podjetja prilagajati mednarodnim standardom in zagotavljati kvalitetne turistične storitve. Če tega ne bodo sposobna, ne bodo preživela. Pri tem obstaja nevarnost, da bomo zaradi nepripravljenosti in nesposobnosti skozi ekonomske poteze izgubili pomemben del svoje identitete.

4. Pomanjkanje investitorjev: Zelo velika nevarnost je tudi pomanjkanje investitorjev, ki bi svoj kapital vlagali na to območje. Lokalno prebivalstvo nima dovolj potrebnega kapitala, ki bi ga investiralo v turizem, zato planota nujno potrebuje druge investitorje. Tu se pojavlja drugi problem, ali so oz. bi bili potencialni investitorji sploh pripravljeni investirati na to območje. V takšnem stanju, kot je planota danes, mislim, da ne, saj ni niti ostala infrastruktura, ki bi jo mogla zagotoviti država oz. lokalna skupnost, dobro zagotovljena (ceste, telefonija, voda ...).

5. Odselitev lokalnega prebivalstva: Dokler na planoti ne bo zagotovljenih ustreznih delovnih mest, se bo prebivalstvo odseljevalo v druge kraje, še posebno velja to za perspektiven kader. Posledica tega bo primanjkovalje šolanega kadra ter zapiranje hiš na vaseh, kar bo povzročalo propadanje vasi in s tem slabšo urejenost celotnega območja.

6. Onesnaževanje okolja: Zelo veliko nevarnost predstavlja industrija s področja nižinskega dela Goriške, posebej pa iz Italije, ki postopno onesnažuje okolje. Pri tem se nam pojavlja skrb, da bodo popolnoma izginile določene rastlinske in živalske vrste. Tudi masovni turizem in njegova nekontrolirana raba prostora lahko resno ogrožata floro gozda in lahko privedeta do degradacije okolja.

5 RAZISKAVA O TURISTIČNEM OBISKU TRNOVSKE PLANOTE

To poglavje je namenjeno ugotavljanju zadovoljstva obiskovalcev s turistično ponudbo Trnovske planote. Poleg tega me je zanimal tudi motiv njihovega obiska ter kakšna je naklonjenost obiskovalcev za preživljanje počitnic na turistični kmetiji.

5.1 Opredelitev raziskovalnega problema in ciljev raziskave

Trnovska planota je nekoč veljala za zelo priljubljeno turistično točko. Oblegana je bila tako z domačimi kot tudi s turisti onstran meje, ki so se zadrževali na planoti po več dni. Danes planota med tednom sameva, turisti jo obiščejo le ob koncih tedna oziroma zmeraj bolj samo ob nedeljah.

Prav zaradi tega me je zanimalo, kako današnji turisti sploh gledajo na Trnovsko planoto, kdaj jo obiskujejo in kako so zadovoljni s turistično ponudbo. Želel sem tudi preveriti, ali poslovni subjekti sploh dovolj promovirajo turizem na planoti ter kaj današnji obiskovalci pogrešajo.

5.2 Načrt raziskave

Zasnovano raziskavo sestavljajo naslednje postavke: viri podatkov, raziskovalni inštrumenti, načrt vzorčenja in oblike komuniciranja (Churchill, 1991, str. 70–75, Kotler, 1998, str. 133).

5.2.1 Viri podatkov

Za raziskavo sem zbral primarne podatke, ki so zbrani s posebnim pomenom za potrebe raziskave. Osrednji vir primarnih podatkov torej predstavlja anketiranje 100 naključnih obiskovalcev Trnovske planote.

5.2.2 Raziskovalna metoda

Ker Trnovsko planoto obiskuje veliko tujih turistov, predvsem italijanskih, sem se odločil za metodo osebnega spraševanja, saj sem tako z njimi lažje navezal stik in jih povabil k sodelovanju. Metoda spraševanja omogoča pridobiti dokaj natančne podatke, saj lahko pridobimo dodatne koristne informacije, ki nam pomagajo pri razlagi dobljenih rezultatov opravljene raziskave. Poleg tega osebno spraševanje dopušča uporabo katere koli vrste vprašanj, omogoča sprotno usmerjanje z odprtimi vprašanji ter daje možnost pojasnjevanja dvoumnih vprašanj. Seveda ima

ta metoda tudi svoje slabe lastnosti, ki se kažejo v visokih stroških, razmeroma ozki distribuciji vzorčnih enot ter možni pristranskosti anketarja.

5.2.3 Raziskovalni inštrument

Kot raziskovalni inštrument sem uporabil kratek in jedrnat vprašalnik, ki je najpogostejši inštrument za zbiranje primarnih podatkov. Vprašalnik je sestavljen iz 11 vprašanj (glej prilogo). Za večino vprašanj sem uporabil vprašanja zaprtega tipa, razen za zadnje vprašanje, ki se nanaša na državo in občino stalnega bivališča.

Prvo vprašanje je tako imenovano uvodno vprašanje, ki anketirance sprašuje, ali je to njihov prvi obisk Trnovske planote. Pri drugem vprašanju me je zanimalo, kakšen je motiv njihovega obiska. Tretje in četrto vprašanje se nanašata na čas obiska planote. Pri petem vprašanju me je zanimalo, kaj menijo o turistični ponudbi na planoti. Šesto vprašanje zahteva od anketirancev oceno o urejenosti samih vasi na planoti. Sedmo vprašanje pa sprašuje, ali je sploh dovolj poskrbljeno za promocijo Trnovske planote kot turističnega kraja. Pri osmem vprašanju pa me je zanimalo, ali bi se anketiranci udeležili počitnic na turistični kmetiji.

Na koncu vprašalnika sem postavil še tri demografska vprašanja: spol, starost ter državo in občino stalnega bivališča.

5.2.4 Načrt vzorčenja

V vzorec sem zajel 100 obiskovalcev Trnovske planote. Pri izbiri enot sem izbral priložnostni vzorec. Enote vzorčenja sem izbral naključno, tako da so mi bile čim bolj pri roki.

Anketiranje sem izvedel v gostinskem obratu Dom na Lazni ter v samem centru vasi Lokve med 1. 4. 2005 in med 31. 5. 2005. Stopnja odziva je bila 89%. Navedeni razlogi za zavrnitev sodelovanja so bili predvsem: »Ne da se mi« ali »Me ne zanima« in pa tudi »Nima smisla, saj tako ali tako nič ne pomaga«.

5.2.5 Oblike komuniciranja

Izbral sem osebni stik, in sicer sem anketirane osebno spraševal. Tako sem odgovore beležil sam in se na ta način izognil težavam, ki bi lahko nastale, če bi anketo izpolnili turisti sami. Vprašanim sem bil tako ves čas na razpolago, tako da sem jim lahko nudil tudi dodatna pojasnila.

5.2.6 Omejitve in možne napake pri raziskavi

Omejitve: Pri celotni raziskavi sem se omejil samo na obiskovalce Trnovske planote med 1. 4. 2005 in 31. 5. 2005. Tu se pojavlja dvom v verodostojnost rezultatov, saj ne vem, kakšne rezultate bi dobil, če bi anketiranje izvedel na drugih lokacijah in v drugem časovnem obdobju.

Možne napake: Med celotno raziskavo sem poskušal zmanjšati možne napake. Žal pa se nisem mogel izogniti napaki neodziva (stopnja odziva je bila 89%) in pa tudi napakam, ki so posledica merjenja pojava, saj lahko le predvidevam, da so anketiranci odgovarjali pošteno.

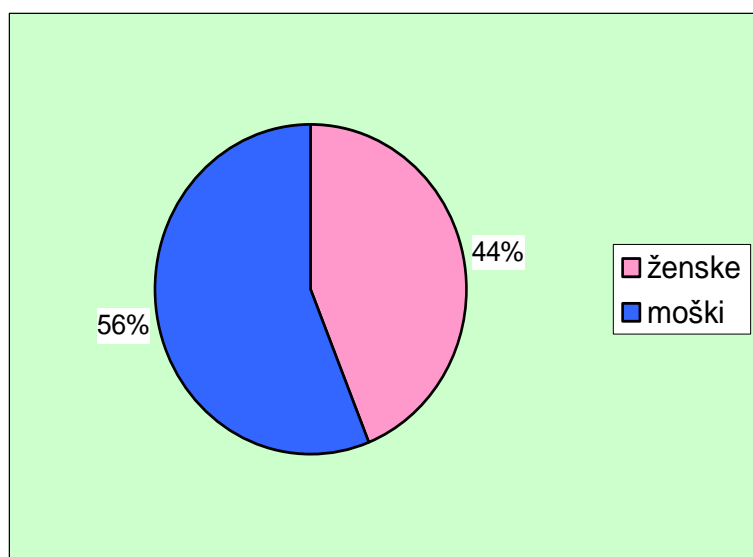
5.3 Predstavitev rezultatov raziskave

5.3.1 Opis vzorca

Kot že omenjeno, sem v vzorec zajel 100 oseb, naključno izbranih obiskovalcev Trnovske planote, in sicer sem v gostinskem obratu Dom na Lazni anketiral 85 gostov tamkajšnjega lokala ter 15 oseb v vasi Lokve. Anketiranci se razlikujejo po spolu, starosti in narodni pripadnosti.

Vzorec je sestavljal 56 % moških in 44 % žensk, od katerih jih je bilo 66 % italijanskih državljanov.

Slika 14: Delitev anketirancev po spolu

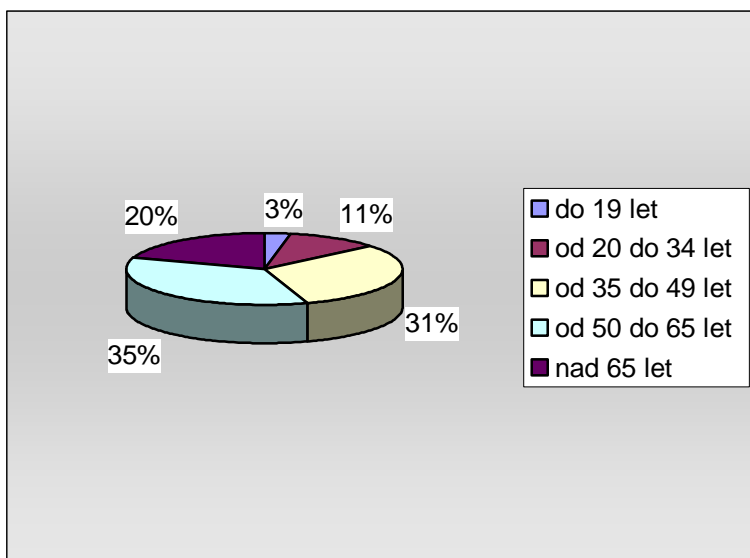


Vir: Anketa, april–maj 2005.

V vzorcu so zastopane vse starostne skupine (glej sliko 15). V vzorec sem zajel

največ ljudi, starih od 50 do 65 let, kar obsega 35 %, sledi starostna skupina od 35 do 49 let, ki obsega 31 %. V najstarejšo skupino, nad 65 let, se je uvrstilo 20 %, sledi ji starostna skupina od 20 do 34 let z 11 %. Najslabše zastopana skupina je najmlajša, do 19 let, ki ima 3 % predstavnikov.

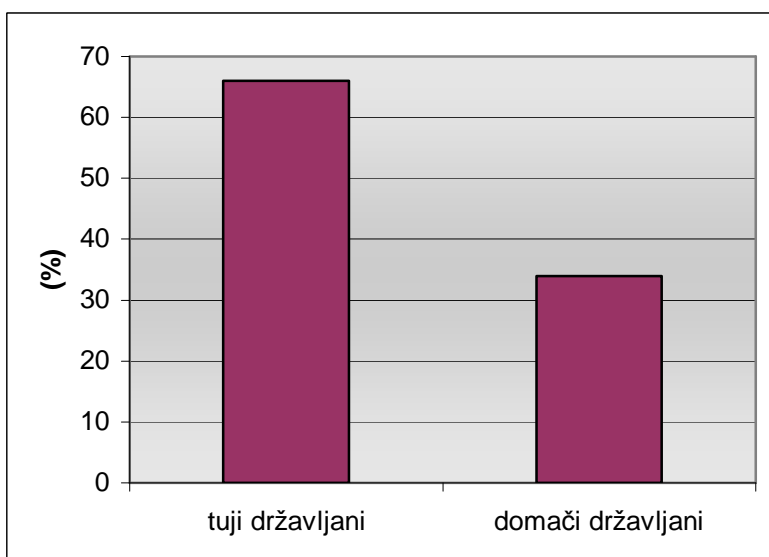
Slika 15: Starostna struktura anketirancev



Vir: Anketa, april–maj 2005.

Glede države in občine stalnega bivališča, na katero so anketiranci odgovarjali, vidimo, da je v raziskavi zajetih več tujih obiskovalcev kot domačih (glej sliko 16). To vprašanje nam služi predvsem kot orientacija, kam je potrebno usmerjati turistično promocijo tega dela Primorske.

Slika 16: Delitev anketirancev po narodni pripadnosti



Vir: Anketa, april–maj 2005.

Od 34 anketirancev, ki stalno prebivajo v Sloveniji, ima 32 oseb stalno bivališče v okoliških občinah, od tega ima 23 oseb stalno bivališče v Mestni občini Nova Gorica, 5 oseb v občini Šempeter – Vrtojba in 4 osebe v občini Ajdovščina. Ostali dve osebi pa prihajata iz občine Domžale.

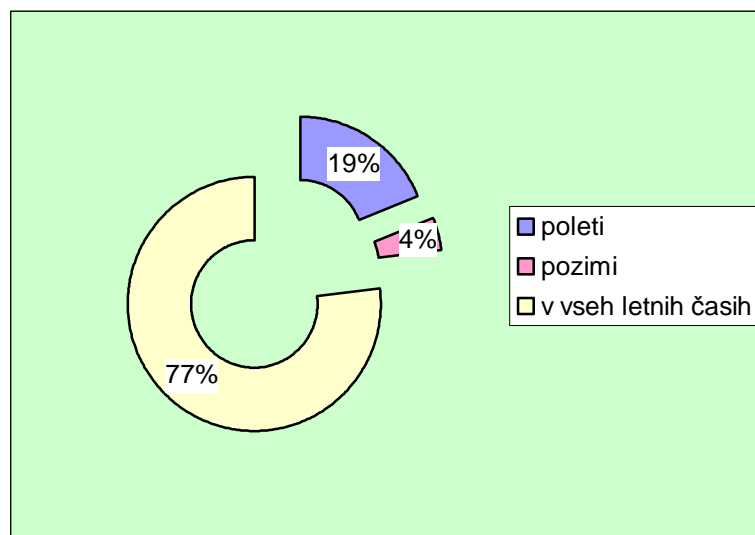
Vsi anketiranci, ki imajo bivališče izven Slovenije prihajajo iz Italije. Največ, 35 oseb prihaja iz Gorice, 13 oseb prihaja iz Trsta, 8 oseb iz Vidma, 3 osebe prihajajo iz Cervignana, 2 osebi iz Pordenona in 1 oseba iz Padove.

5.3.2 Statistika odgovorov po posameznih vprašanjih

Prvo vprašanje, na katero so anketiranci morali odgovoriti, je bilo, ali je to njihov prvi obisk Trnovske planote. Od vseh anketirancev jih je le 4 % odgovorilo, da je to njihov prvi obisk, ostalih 96 % anketirancev pa je planoto že obiskalo.

Drugo vprašanje je zahtevalo opredelitev njihovega glavnega namena oz. motiva za obisk obravnavanega območja. 39 % anketirancev je odgovorilo, da je njihov motiv obiska predvsem narava in njene naravne znamenitosti. 21 % anketirancev obišče planoto zaradi gostinske ponudbe, 18 % zaradi počitka in miru, ki je na planoti, 16 % zaradi rekreacije in športa ter 3 % anketirancev pa so odgovorili, da so njihovi motivi drugi. Ti so navedli, da je njihov prihod povezan z obiskom prijateljev, ki živijo na planoti, ter zaradi spremstva otrok.

Slika 17: Časovni obisk Trnovske planote



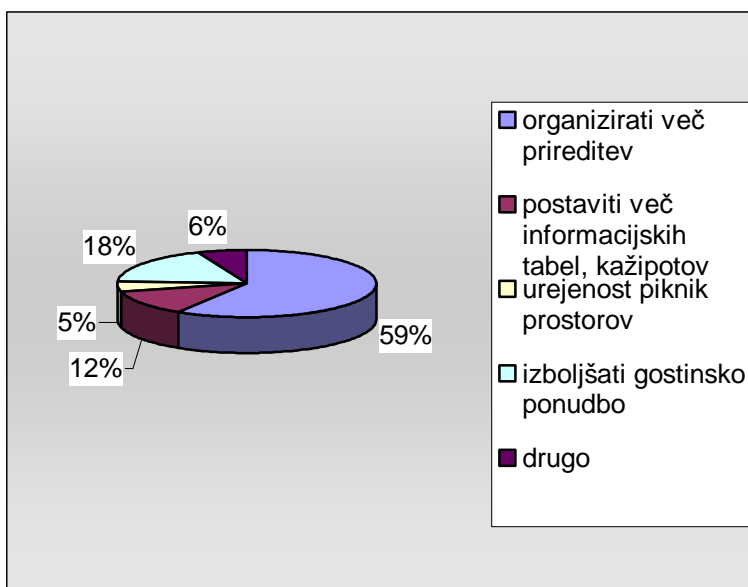
Vir: Anketa, april–maj 2005.

Iz slike 17 je razvidno, da tri četrtine anketirancev obiskuje planoto v vseh letnih časih. Čeprav je bila anketa opravljena meseca aprila in maja, je 19 %

anketirancev odgovorilo, da obiskuje planoto samo poleti, 4 % pa samo pozimi. Pri tem so izpostavili, da je bil obisk v času, ko sem opravljal anketo, le naključen.

Zaskrbljujoč pa je podatek, ki sem ga dobil z odgovori na četrto vprašanje, ki pravi, da samo 4 % anketirancev prihaja na planoto tudi med tednom, ostalih 96 % pa le ob koncu tedna. Te osebe, ki so odgovorile, da obiskujejo planoto samo med vikendom, sem dodatno vprašal, zakaj pa ne med tednom. Odgovora sta bila predvsem, da delajo in da nimajo časa ter da nimajo na Trnovski planoti med tednom kaj početi.

Slika 18: Turistična ponudba, ki bi jo turisti dopolnili

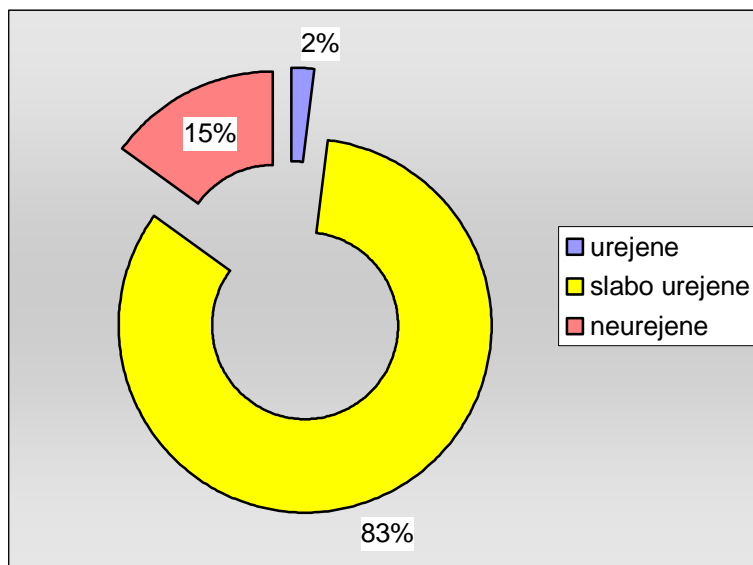


Vir: Anketa, april–maj 2005.

Pri petem vprašanju sem anketirance spraševal, ali so zadovoljni s tukajšnjo turistično ponudbo. Samo 2 % jih je zadovoljnih, ostalih 98 % pa je nezadovoljnih. Slika 18 prikazuje, kaj bi anketiranci izboljšali. 6 % oseb je navedlo druge možnosti od ponujenih v anketi, in sicer: »Pogrešamo organizirano vodenje turistov po planoti s prikazom različnih znamenitosti«, »Ni nobene prodajalne s spominki in razglednicami«, »Ni tipičnih spominkov za planoto« ter »Ob vikendih ni javnega prevoza na planoto«.

Za turizem je zelo pomembna tudi urejenost samega kraja, območja, saj turisti radi zahajajo v lepo urejene kraje. Nedvomno je upad obiska turistov tudi posledica neurejenosti samega obravnavanega območja. Slika 19 nam prikazuje odgovore anketirancev glede urejenosti samih vasi na Trnovski planoti, do katerih so bili precej kritični, saj nihče ni odgovoril, da so vasi zgledno urejene.

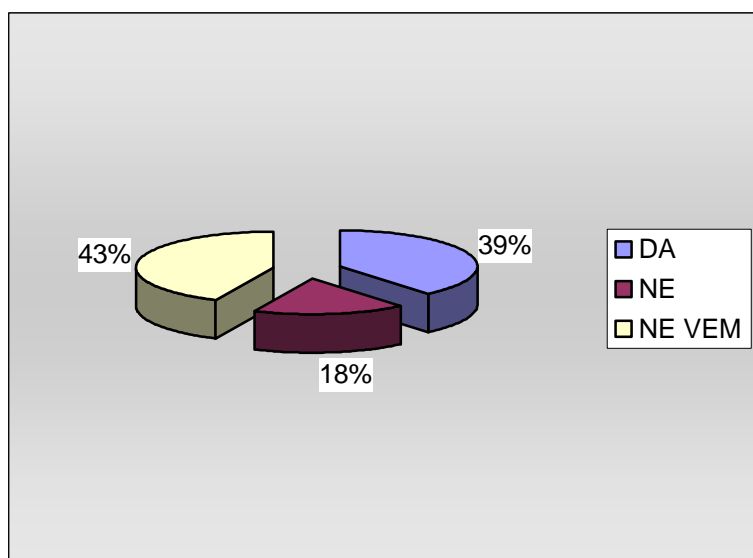
Slika 19: Urejenost vasi na Trnovski planoti



Vir: Anketa, april–maj 2005.

Glede promocije Trnovske planote kot turističnega kraja, o kateri sem spraševal pri sedmem vprašanju, je 89 % anketirancev menilo, da je promocije premalo in da bi morali na tem področju še veliko postoriti. Le 11 % anketirancev je bilo zadovoljnih s promocijo in je menilo, da je dovolj informacij o planoti.

Slika 20: Pripravljenost preživljanja počitnic na turistični kmetiji



Vir: Anketa, april–maj 2005.

S pomočjo ankete sem želel ugotoviti, kakšen odnos imajo anketiranci do turističnih kmetij. Glede na to, da na planoti ni nobene turistične kmetije, sem želel spoznati, ali so sploh pripravljeni preživeti počitnice na turistični kmetiji. Iz odgovorov, ki sem jih dobil (glej sliko 20), bi bilo dobro, da se najmanj ena od

kmetij na planoti prelevi v turistično kmetijo, saj so rezultati odgovorov precej spodbudni. Od anketirancev je bilo 43 % neodločnih oz. so priznali, da o tem še sploh niso razmišljali. Če bi bila ta možnost preživljanja počitnic na turistični kmetiji na planoti dana, bi se verjetno kak odstotek od teh tudi odločil za.

6 PREDLOGI ZA USPEŠNEJŠO TURISTIČNO PONUDBO NA TRNOVSKI PLANOTI

6.1 Organiziranost turistične ponudbe

Trnovska planota ima zaradi svoje geografske lege, ugodnih klimatskih pogojev in odličnih naravnih danosti dobre pogoje za razvoj turizma. A vendar prevelika razdrobljenost razvojnih in trženjskih aktivnosti na področju turizma, ki je na planoti danes prisotna, prinaša le slabosti za kraj in ponudnika turističnih proizvodov.

Predlagam, da bi organiziranost turistične ponudbe lahko izboljšali z bolj intenzivnim povezovanjem, bodisi na območju planote kot tudi z drugimi regijami ter sorodnimi organizacijami v tujini. Pomembno je tudi, da se podjetja s planote, ki se kakorkoli ukvarjajo s turizmom, povežejo. Ker je obravnavano območje relativno majhno, bi v začetno povezovanje zavzeli še sosednjo Banjško planoto in Čepovansko dolino, v kolikor pa bi se pokazala potreba, bi območje povezovanja razširili tudi na sosednja zainteresirana območja (npr. Kolovrat, Vipavska dolina s Predmejo, Brda ...). Prvotno povezovanje bi bilo na hribovitem, demografsko ogroženem območju nad Novo Gorico in Vipavsko dolino.

Pri tem predlagam združitve vseh gospodarskih subjektov s področja turizma v lokalno turistično združenje, ki bi povezalo interese turističnega gospodarstva, krajevnih skupnosti oz. občinske uprave in drugih zainteresiranih subjektov, kot so kulturna in športna društva. To združenje bi lahko bilo v obliki konzorcija ali grozda, ki bi imelo svoje vodstvo. Tako povezovanje podpira tudi država, saj subvencionira pripravo in izvedbo projekta razvoja in skupnega trženja turističnih proizvodov v obliki grozda ali drugih oblik povezovanj.

Poleg tega bi združenje skrbelo za informiranje svojih članov, za prijave na razne javne razpise, ki jih razpisuje država ali Evropska unija⁷, z namenom, da bi pridobili čim več denarnih sredstev. Iskalo bi tudi investitorje, ki bi bili pripravljeni vlagati na

⁷ Zadnji projekt z namenom pridobitve finančnih sredstev za območje Trnovske planote iz razpisa Evropske unije je bil prijavljen meseca junija 2005 v skladu s pobudo INTERREG IIIA Slovenija – Italija 2000–2006. Projekt z naslovom ŽIV GOZD je osredotočen na okoljsko tematiko, katere splošni namen je dvigniti zavest in vzgajati ljudi do spoštovanja okolja. Specifični cilj projekta pa je opazovanje živali v njihovem naravnem okolju s pomočjo videokamer.

območje, ki ga pokriva združenje itd. Združenje bi bilo neprofitno in bi se financiralo iz prispevkov članic, delno pa tudi iz občinskega proračuna.

Prva naloga tega združenja bi nedvomno bila sprejetje strategije razvoja turizma, na osnovi katere bi se predvidelo nadaljnji razvoj. Ta strategija bi morala biti v skladu s strategijo slovenskega turizma, katere cilj je zagotoviti systemske in organizacijske pogoje za uspešen razvoj turizma. Naslednja pomembna naloga bi bila vključitev ostalega prebivalstva v turizem, tako da bi dobršen del prebivalstva imel tudi koristi od turizma in da bi s turizmom živeli.

6.1.1 Povezovanje v obliki grozda

Grozdi so geografska koncentracija medsebojno povezanih podjetij, specializiranih dobaviteljev, ponudnikov storitev, podjetij v sorodnih dejavnostih in institucijah (npr. univerz, raziskovalnih zavodov in razvojnih agencij) na določenih področjih, znotraj katerih sočasno prihaja do sodelovanja in konkuriranja (Porter, 1998, str. 197).

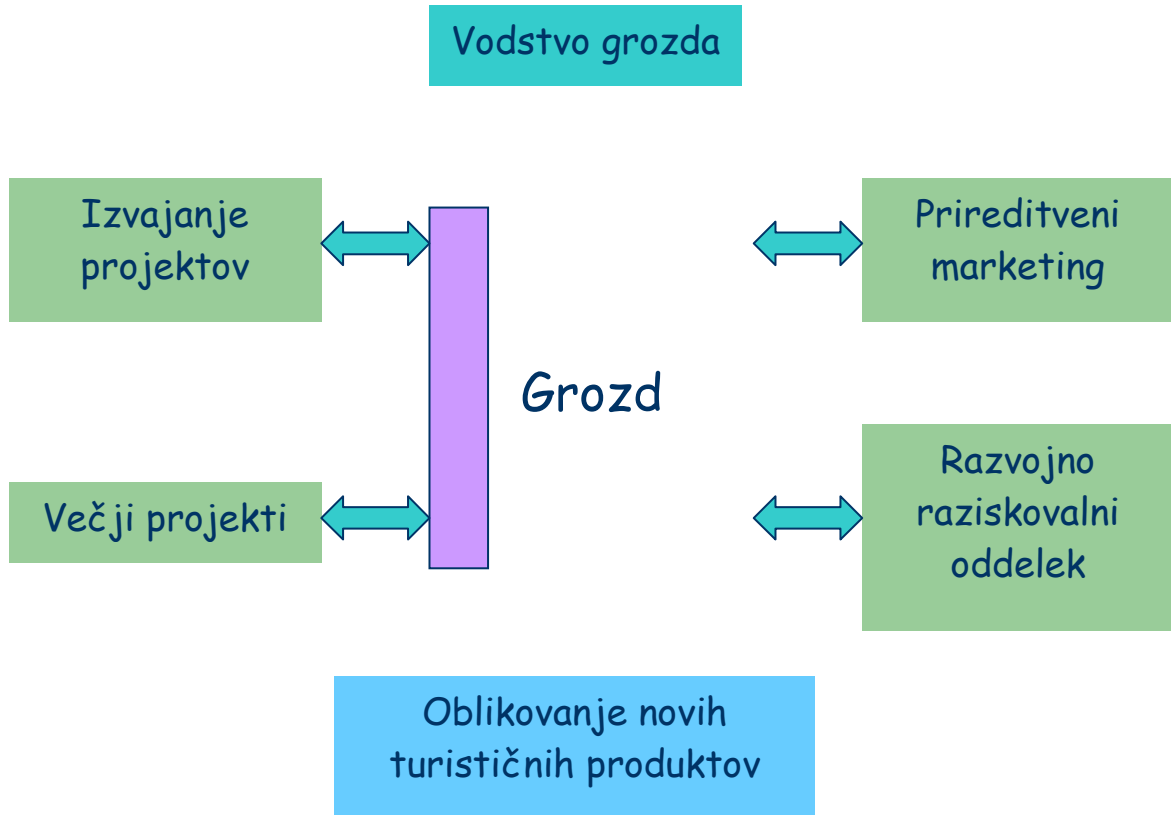
Današnji in bodoči trg je vse bolj zahteven, globalen in konkurenčen, na katerem imajo mala podjetja malo možnosti za uspeh. Na obravnavanem območju pa poslujejo samo mala podjetja in zato je povezovanje nujno. S povezovanjem malih podjetij v grozde dosežemo kvaliteto in ponudbo, ki lahko konkurira večjim podjetjem na trgu. Prednost takšnega povezovanja je ta, da je vsako od vključenih podjetij specializirano na svojem področju in s tem lahko grozd nudi kvalitetne in učinkovite storitve. Vsak član grozda skrbi za svoje področje, na katerem se tudi usposablja, in na ta način zagotavlja razvoj svoje dejavnosti. Zelo pomembno pa je, da si člani med seboj zaupajo ter delijo znanje in izkušnje, ki bi jih sicer, če ne bi bili vključeni v grozd, težje pridobivali.

Cilji in koristi povezovanja v grozd:

- povečati prepoznavnost območja, ki zajema povezovanje, npr. Trnovsko – Banjske planote,
- oblikovanje celovite turistične ponudbe,
- promocija skupnih turističnih produktov,
- ustvarjanje skupne blagovne znamke,
- informiranje obiskovalcev (v obsegu, značilnem za turistično-informacijske centre),
- olajšanje nastopa na tujih trgih (predvsem Italija),
- priprava projektov za natečaj in pridobitev ugodnih razvojnih sredstev,
- hitrejše in učinkovitejše izvajanje investicijskih projektov v turistični destinaciji,
- izboljšanje informacijske tehnologije,

- izboljšanje usposabljanja in kadrovanja.

Slika 21: Strateški koncept izvedbe grozda



Vir: Prirejeno po www.ra-sinergija.si/doc/prez16102003/Prezentacija%20Grozd.zip, 15. 4. 2005.

Seveda ima grozdenje tudi negativne posledice, ki se kažejo predvsem v izgubi fleksibilnosti in identifikacije, v veliki odvisnosti od ostalih članov grozda ter v razpršeni odgovornosti.

6.2 Bodoča turistična ponudba

Ko bodo zainteresirani poslovni subjekti na Trnovski planoti spoznali, da je edini možni način razvoja turizma v povezovanju, bo njihova prva skupna naloga sestaviti strategijo razvoja turizma. V njej je potrebno opredeliti vizijo razvoja in še posebej, katere turistične dejavnosti se bo na planoti razvijalo.

6.2.1 Vizija razvoja turizma

Razvojna vizija poudarja temeljne smeri razvoja turizma in turistične destinacije Trnovske planote. Je izhodišče za oblikovanje srednjeročne strategije, strateških razvojnih projektov ter vsakoletne vladne razvojne politike (Ministrstvo za

gospodarstvo, 2002, str. 25).

Vizija razvoja Trnovske planote kot turistične destinacije

Trnovska planota bo kot mednarodna turistična destinacija Slovenije postala prepoznavna po njeni neokrnjeni naravi, naravnih znamenitostih ter možnostih za aktivno preživljanje počitnic.

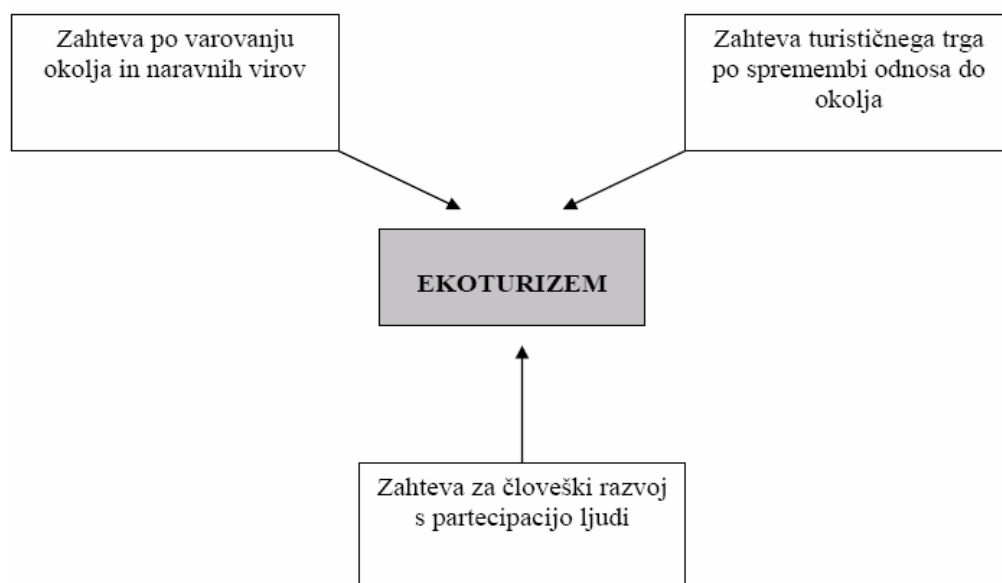
6.2.2 Možne turistične dejavnosti

Turistična ponudba na Trnovski planoti mora temeljiti predvsem v izkoriščanju naravnih danosti, ki nam jih območje ponuja, vendar pa je pri razvoju te ponudbe potrebno paziti, da ne bo preveč posegala v spreminjanje narave in da bo naravi prijazna. Prioriteta turističnega razvoja naj temelji na ohranitvi čim bolj neokrnjenega naravnega okolja ter objektov kulturne dediščine.

Smiselno je razvijati predvsem ekoturizem in tako imenovani 3 - A turizem.

Ekoturizem ali ekološko trajnostni turizem je v prvi vrsti različica »naravnega« turizma, ki pa vključuje tudi elemente podeželskega in kulturnega turizma. Pri ekoturizmu gre za preudarno in harmonično prepletanje varovanja in razvoja z namenom doseganja skupnega cilja. Ta cilj je dvigovanje življenjske ravni v lokalnih skupnostih, na področju, kjer se aktivnosti ekoturizma izvajajo (Koščak, 2003, str. 39).

Slika 22: Temeljne zahteve ekoturizma



Vir: Tat v Hočevar, 2004, str. 14.

Sestavine ekoturizma (Hočevar, 2004, str. 42):

- prispeva k ohranjanju naravne raznolikosti,
- podpira blaginjo lokalnih ljudstev,
- vključuje interpretacijsko/učenjsko izkušnjo,
- vključuje odgovorno ravnanje turistov in turistične destinacije,
- ekoturizem izvajajo majhna podjetja za majhne skupine ljudi,
- zahteva najnižjo možno porabo neobnovljivih virov,
- poudarja lokalno participacijo, lastništvo in poslovne priložnosti, predvsem za kmečko prebivalstvo.

3 - *A turizem* je oblika aktivnih počitnic, iskanja atraktivnih področij in doživljanja adrenalinskih občutij (Ministrstvo za gospodarstvo, 2002, str. 25). Sem spada planinarjenje, pohodništvo, plezanje, kolesarjenje, padalstvo, tek na smučeh, smučanje, jamarstvo, lov ...

Naravne danosti Trnovske planote nam veliko od zgoraj navedenih oblik rekreacije, ki bi se jih dalo vključiti v turistično ponudbo, tudi nudijo. Naša naloga je le, da vzpostavimo in razvijemo podporno infrastrukturo, ki bo omogočala, da te naravne danosti predstavimo turistom in jih tako tudi tržimo.

Predlagam naslednje investicije, ki so po mojem mnenju prioritete narave, da čim hitreje pridemo do zelenega razvoja turizma:

- v razvoj turistično-informacijskega centra na Lokvah, ki bo nudil turistom vse potrebne informacije o dogajanju na Trnovski planoti,
- v enotno označbo vseh kolesarskih in pešpoti, ki bodo turista vodile po planoti,
- v izgradnjo piknik prostorov,
- v posodobitev smučarskih tekaških poti,
- v izgradnjo adrenalinskega parka,
- v posodobitev gostinskih lokalov in povečanje števila prenočitvenih zmogljivosti ter v spodbujanje odprtja turističnih kmetij,
- v izgradnjo novega turističnega objekta ob vzletišču za padalce (Skozno),
- v ureditev muzeja, kjer bi bila predstavljena zgodovina Trnovske planote,
- v ustrezno ureditev parkirnih prostorov,
- v dokončanje večnamenskega igrišča na Lokvah, ki bi pozimi lahko služilo kot drsališče.

6.3 Promocija⁸ turistične ponudbe

V turizmu je promocija eden najpomembnejših sestavin trženjskega spleta. Ker kupec integralne turistične storitve pred nakupom ne more preizkusiti fizično, se odloči za nakup na podlagi pričakovanj, ustvarjenih s pomočjo slik, zvokov, besed in podob. Promocija je tisti dejavnik, ki s pomočjo prospektov, posnetkov, brošur, zemljevidov itd. pripomore k odločitvi kupca za nakup (Karadžić, 2002, str. 8).

Pri načrtovanju promocijske akcije je potrebno najprej opredeliti ciljne skupine. Te se med seboj razlikujejo po lastnostih, željah, potrebah in zahtevah. Če hoče turistična organizacija uspešno ponuditi na trg svoje storitve oz. turistične proizvode, mora poznati lastnosti potencialnih turistov. Ko določimo, komu je promocija namenjena (mladim, upokojujencem, športnikom, družinam z otroki ...), moramo oblikovati, kaj naj bi s promocijo dosegli. Pri tem pazimo, kaj bomo sporočili, sporočilo moramo pravilno oblikovati, izbrati prave komunikacijske kanale ter določiti višino finančnih sredstev, namenjenih za promocijo.

Predlagam, da se turizem na Trnovski planoti oglašuje skupno pod okriljem ene blagovne znamke. Pod to blagovno znamko bi oglaševali vsi poslovni subjekti, ki se kakorkoli ukvarjajo s turizmom na planoti.

Naloga oglaševanja in pospeševanja turizma pa bi bila v sklopu turističnega grozda in bi zajemala:

- oglaševanje prek raznih medijev (TV, časopisi, internet ...),
- izdelovanje raznih propagandnih prospektov,
- obisk specializiranih sejmov (doma in v tujini),
- povezovanje s turističnimi agencijami in raznimi turističnimi organizacijami,
- promocija prek raznih propagandnih akcij, ki bi zajemale razne popuste predvsem izven sezone.

Pogoj za uspešno oglaševanje pa je seveda dobra turistična ponudba in zadovoljiva infrastruktura, ki turizem podpira.

6.4 Predlogi uspešnih turističnih aranžmajev za Trnovsko planoto

Trnovska planota nudi veliko turističnih zanimivosti, zato bi bilo možno z bolj domiselno ponudbo ter izdelanimi programi povezati med seboj ponudnike turističnih storitev in vključiti zraven ostalo turistično ponudbo. V nadaljevanju predstavljam tri predloge turističnih aranžmajev, ki so oblikovani na podlagi tržnega segmenta.

⁸ Promocija je zapleten proces, ki obsega organizacijo, sredstva, metode in sporočila, s katerimi prenašamo informacije o temeljnih značilnostih izdelka, da bi se lahko porabniki lažje in hitreje odločili za nakup (Potočnik, 1998, str. 111).

6.4.1 Načrtovanje poletnega tabora

Za načrtovanje poletnega tabora, ki bi trajal pet dni, sem izbral skupino upokoјencev. Na Trnovski planoti oživi turizem le ob koncu tedna oziroma samo ob nedeljah, zato je potrebno, da se oblikuje take turistične aranžmaje in se jih naslavlja na tržne segmente, ki lahko tudi med tednom povprašujejo po turističnih produktih. Ena takih je nedvomno skupina upokoјencev, za katero sem tudi sestavil naslednji itinerar:

- 1. dan:** Udeleženci poletnega tabora se bodo z vlakom pripeljali do Nove Gorice in se zbrali na tamkajšnji železniški postaji, kjer jih bo čakal tudi predstavnik hotela Winkler. Nato bodo imeli organiziran prevoz na Lokve in se namestili v tamkajšnjem hotelu Winkler, kjer jih bo čakalo tudi kosilo. Po kosilu sledi natančnejša predstavitev 5-dnevnega tabora, krajši sprehod po vasi ter seznanitev med seboj. Po večerji sledi večer z živo glasbo, kjer bodo udeleženci lahko zaplesali ter se bolje spoznali in na koncu seveda počitek.
- 2. dan:** Po zajtrku je na programu celodnevna ekskurzija, katere namen bo spoznati Trnovsko planoto. Najprej se bodo z avtobusom in v spremstvu lokalnega vodiča odpeljali do 8 km oddaljene Velike ledene jame v Paradani. Nato bi se ustavili na Mali Lazni, kjer bi na piknik prostoru pokosili. Za kosilo bi poskrbelo osebje Doma na Lazni, saj je okrepčevalnica registrirana tudi za opravljanje storitev na terenu. Pri tem bi posvetili pozornost naravni in domači hrani, kot spada v to okolje. Po kosilu bi se peljali skozi naravni rezervat Smrečje in nato naredili 15 minutni postanek na Kopitniku, kjer je vzletišče za zmajarje in čudovit razgled na Vipavsko dolino. Nato sledi vožnja do Trnovega, ogled spomenika in grobnice na Kobilniku ter vrnitev na Lokve. Po večerji pa ogled diapozitivov ter pripovedovanje o zgodovini Trnovske planote skozi I. in II. svetovno vojno. Počitek.
- 3. dan:** Po zajtrku si bodo lahko udeleženci ogledali izdelovanje lesenih predmetov, kot so škafi, kuhinjske žlice in »pinje«, ter se udeležili raznih delavnic (izdelovanje lesenih spominkov, tečaj fotografije ...). Po kosilu v restavraciji Paradis bi sledil ogled obore z damjaki ali ogled oglarske kope ter ogled dela na kmetiji, kjer bi se lahko udeleženci tabora po njihovi želji tudi lotili zelenega dela. V večernih urah pa sledi večerja, zabava na prostem in tekmovanje v pikadu in balinanju. Počitek.
- 4. dan:** Po zajtrku se bodo z avtobusom odpeljali na Sveto Goro z namenom ogleda tamkajšnje cerkve, samostana in bližnjih Vodíc s spomenikom, ki je posvečen italijanskemu generalu Gonzagi, ter strelskih jarkov iz prve svetovne vojne. V restavraciji na Sveti Gori sledi tudi kosilo in potem

nadaljevanje vožnje z avtobusom vse do Goriških Brd. Tam bi si ogledali vinsko klet kmetijske zadruge Dobrovo ter priznanega vinarja Kristančiča, kjer bi degustirali njihova odlična vina. V poznih popoldanski urah sledi povratek proti Lokvam s postankom in večerjo v Hitovem zabaviščnem centru Perla.

- 5. dan:** Zadnji dan bi imeli v dopoldanskih urah svoj prosti čas in bi počeli, kar bi jim srce poželego, lahko tudi samo počivali. Nato bi se po kosilu odpeljali do železniške postaje v Novo Gorico, kjer se bodo polni novih vtisov z vlakom odpeljali proti domu. Kot darilo pa bodo dobili spominek in videokaseto, da bodo lahko podoživljali poletni tabor.

6.4.2 Načrtovanje enodnevnih ekskurzij za dijake srednjih šol

Tudi dijaki imajo med šolskim letom namenjenih nekaj dni za razne izlete oziroma ekskurzije. Nedvomno bi bilo mogoče organizirati nekaj takih izletov tudi po Trnovski planoti, ki je zanimiva predvsem iz naravnega, kulturnega in zgodovinskega vidika. Za primer takega izleta sem sestavil naslednji program.

Zjutraj bi se dijaki zbrali pred svoj šolo, kjer bi se vkrcali na avtobus in odpeljali na Trnovsko planoto. Predviden prihod na planoto, in sicer v vas Trnovo, bi bil med 8.30 in 9 uro. Tu bi jih pričakal lokalni vodič, ki bi jim zaželel dobrodošlico in jim na kratko predstavil vsebino ekskurzije.

Takoj za tem bi z avtobusom nadaljevali pot mimo zaselka Rijavci proti naravnemu rezervatu Smrečje, kjer bi se jim pridružil še gozdar, ki je istočasno tudi lovec. Opisal bi Trnovski gozd in posebej to območje z vidika gozdarstva in lovstva. Vse to bi se odvijalo kar med vožnjo z avtobusom, da ne bi po nepotrebnem izgubljali dragocenega časa.

Drugi cilj ekskurzije je ogled znamenite Velike ledene jame v Paradani, kjer se naredi krajši počitek in dijakom omogoči malico. Nato bi si ogledali tudi najdebelejše drevo Trnovskega gozda (Javor nad Mojsko drago), ki je le kakšen kilometer oddaljeno od Ledenice. Od ceste, kjer bi pustili avtobus, je potrebno še približno pol ure hoda in že imamo pred seboj tega »kralja Trnovskega gozda«.

Od tam bi se vrnili nazaj peš do avtobusa, ki bo udeležence odpeljal na Lokve. V restavraciji Paradis jih bo pričakalo verjetno že zelo zaželeno kosilo.

Po kosilu bi sledil povratek proti Novi Gorici z vnovičnim postankom na Trnovem, kjer bi si ogledali še zadnjo točko njihove ekskurzije. To je spomenik in grobnica padlim borcem IX. Korpusa na Kobilniku. Ob lepem vremenu jih tam pričaka tudi

čudovit pogled na Novo Gorico in seveda tudi proti morju.

Trnovsko planoto bi tako dijaki zapuščali okrog 17-ih.

Ta predlog enodnevnne ekskurzije bi lahko ponudili dijakom srednjih šol iz Nove Gorice kot tudi učencem osnovnih šol iz bližnje okolice Nove Gorice.

6.4.3 Načrtovanje enodnevnega planinskega pohoda

Trnovska planota nudi veliko možnosti za pohodništvo in planinarjenje, zato sem sestavil tudi program, ki je namenjen skupini planincev.

Skupina planincev se zbere na dogovorjenem kraju v svojem mestu ter se z avtobusom pripelje na Trnovsko planoto. Predviden čas prihoda na Lokve je med 7.30 in 8 uro zjutraj. Tam jih pričakata dva lokalna vodiča, katera jim poleg dobrodošlice ponudita tudi topel čaj in kavo. Skupina planincev ima možnost izbire med daljšo in tudi zahtevnejšo turo ter med malo krajšo, ne preveč zahtevno turo.

Prva skupina planincev, tista, ki je izbrala zahtevnejši pohod, se z avtobusom odpelje do Male Lazne, od koder se odpravijo peš na vrh Malega Golaka. Na vrhu, kjer jih ob jasnem vremenu čaka prečudovit razgled, se zadržijo eno uro, toliko, da lahko pojejo malico. Ob 12.30 ponovno vzamejo pot pod noge in se z Golaka odpravijo proti Lazni. Pot pelje mimo najdebelejšega drevesa Trnovskega gozda (Javorja nad Mojsko drago), kjer sledi krajši počitek in ogled tega drevesa. Nato se spustijo v Mojsko drago, kjer jih bo vodič seznanil z zgodovino tega kraja in jim pokazal še ostanke glažut, kjer so v 18. stoletju izdelovali steklo. Pot bodo nadaljevali po lovski stezi nad prepadom Govcev, od kjer bodo imeli ves čas pogled na dolino Trebuše, ter mimo Stanovega roba prišli na Lazno. V tamkajšnji okrepčevalnici Dom na Lazni jih bo pričakala še ostala skupina planincev ter seveda po naporni cca. sedemurni hoji prislužen topel obrok hrane.

Druga skupina planincev pa bo delno obhodila Lokve po poti imenovani »Pot za zidom«, katere so se včasih posluževali logarji, ki so nadzirali gozdno površino. Ta del poti bo obsegal dolžino med Poncalo in Govejim kalom. Nato se bo skupina odpravila proti Poldanovcu ter se povzpela na vrh hriba, od kjer je čudovit razgled na Julijske Alpe, Vojskarsko planoto ter dolino Trebuše. Tam bo sledil čas za malico, nato pa se bodo spustili nazaj ob vznožje Poldanovca, na rob Mojske drage, kjer bodo tudi oni seznanjeni z zgodovino steklarstva na planoti. Pohod bodo nadaljevali proti Lazni po isti lovski stezi, ki se je bo poslužila tudi prva skupina planincev.

Na Lazni jih bo pričakal tudi šofer avtobusa, ki jih bo ob 18-ih odpeljal nazaj proti domačemu kraju.

7 SKLEP

Namen mojega dela je bil predstaviti in oceniti eno izmed možnih poti prihodnjega razvoja turizma na Trnovski planoti. Zaradi tega sem najprej opredelil nekaj osnovnih teoretičnih pojmov iz turizma ter predstavil Trnovsko planoto z vsemi svojimi značilnostmi. Pri tem sem tudi navedel sedanjo turistično ponudbo ter ostale institucije, ki si prizadevajo za razvoj turizma na tem območju.

Za lažje podajanje konkretnih predlogov sem opravil SWOT analizo, iz katere so razvidne prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti, ki jih ima Trnovska planota kot turistična destinacija. Poleg SWOT analize mi je bila v veliko pomoč tudi izvedena anketa ter nekaj opravljenih osebnih intervjujev.

Letni časi močno pogojujejo obisk Trnovske planote. Največ turistov oz. obiskovalcev planota privabi poleti in pozimi in še to le ob koncu tedna. V preostalem delu leta in med tednom pa Trnovska planota sameva. Temu je kriva neustvarjalnost in neprilagodljivost turističnih delavcev ter pomanjkanje ponudbe, kajti obstoječa ponudba temelji le na neokrnjeni naravi, kar je za večji prihod turistov precej premalo. Nedvomno pa tudi slabe cestne povezave odvrčajo enodnevne goste.

Najpomembnejšo privlačnost za turiste na Trnovski planoti predstavlja narava in gozd, ki nudi tudi obilo možnosti za šport in rekreacijo. Zato naj turistični razvoj temelji na ohranitvi čim bolj neokrnjenega naravnega okolja in objektov kulturne dediščine. V ta namen je smiselno razvijati tako imenovani ekoturizem in 3 - A turizem.

Uspeh v turizmu je zagotovljen samo najučinkovitejšim, z nadpovprečno kakovostjo storitev, s pestro in fleksibilno ponudbo, z inovativnostjo pri oblikovanju turističnih proizvodov in z veliko mero personalizacije pri izvedbi storitve. Zaradi majhnosti turističnih ponudnikov na Trnovski planoti menim, da je uspeh možno doseči le s povezovanjem, ki bi združevalo celotno Trnovsko planoto ali celo tudi ostala sosednja območja, kot so Banjška planota, Čepovanska dolina, območje Kolovrata itd.

S pomočjo povezave v obliki grozda ali konzorcija je mogoče izkoristiti priložnosti in

se kar v največji možni meri izogniti nevarnostim, ki pretijo. Poleg tega predstavlja prednost destinacije velik razvojni potencial, ki pa ga ne bo moč izkoristiti brez ustrezne organizacije. Tudi pri odpravi slabosti destinacije bo povezanost območja bistvenega pomena, saj sta nezadostna prepoznavnost Trnovske planote in odsotnost informacijske in prodajne infrastrukture problema, ki ju je treba reševati skupno.

Iz vsega navedenega izhaja, da ima Trnovska planota velik potencial za razvoj turizma in kar nekaj možnosti, da se prelevi v turistično destinacijo. A vendar bo to možno doseči le s trdim, premišljenim in vztrajnim delom, v katerega bo vključeno tudi lokalno prebivalstvo.

8 LITERATURA:

1. Bunc Mirko: Integrirani marketing v turizmu. Ljubljana: Delavska enotnost, 1986. 256 str.
2. Churchill A. Gilbert, Jr.: Marketing Research: Methodological Foundations. Fifth Edition. Dryden: The Dryden Press, 1991. 1070 str.
3. Hočevar Iztok: Ekoturizem in vloga nevladnih organizacij. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 2004. 79 str.
4. Humar Jože: Naravna in kulturna dediščina ter njeno varovanje v Sloveniji. Ljubljana: Uradni list RS, 1989. 187 str.
5. Hunziker W., Krapf K.: Grundrisse der allgemeinen Fremdensverkehrslehre. Zurich: Polygraphischer Verlag Ag., 1942. 391 str.
6. Hvala Romina: Možnosti za razvoj turistične ponudbe na Lokvah. Diplomsko delo. Portorož: Visoka šola za turizem, 2004. 90 str.
7. Janež Jože et al.: Vodno bogastvo Visokega krasa. Idrija: Geologija, 1997. 167 str.
8. Jeršič Matjaž: Osnove turizma. Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1990. 132 str.
9. Karadžić Tanja: Razvoj in promocija turizma v Ljubljani. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2002. 48 str.
10. Koščak Marko: Ekoturizem in možnosti njegovega udejanjanja v Sloveniji. Razvoj ekoturizma v Sloveniji. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 2003, str. 36–51.
11. Kotler Philip: Marketing Management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje in nadzor. Ljubljana: Slovenska knjiga, 1998. 832 str.
12. Kozorog Edo: Skozi Trnovski gozd. Nova Gorica: Branko, 1998. 30 str.
13. Mihalič Tanja: Poslovanje in ekonomika turističnih podjetij. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 335 str.
14. Ministrstvo za gospodarstvo: Strategija slovenskega turizma 2002–2006. Ljubljana: 2002. 95 str. [URL: http://www.mg-rs.si/datoteke/turizem/turizem_strategija.pdf], 15. 3. 2005.
15. Ministrstvo za okolje in prostor.
[URL:http://216.239.59.104/search?q=cache:p_v0iAf1Y8kJ:www.arso.gov.si/podro~cja/narava/podatki/html+naravni+rezervat&hl=sl], 1. 6. 2005.
16. Morrison Alison: Entrepreneurship. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1998. 194 str.
17. Nemeč Roni, Pirih Almira: Novogoriški del trnovske planote: Inicialni razvojni načrt turistične rabe območja. Nova Gorica: Urbis, 1999, 99 str.
18. Perko Drago, Orožen Adamič Milan: Slovenija – pokrajina in ljudje. Ljubljana: Založba Mladinska knjiga, 1998. 735 str.

19. Planina Janez: Poslovanje turističnih podjetij (1. del). Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1993. 57 str.
20. Planina Janez: Ekonomika turizma. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 298 str.
21. Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business School Press, 1998. 496 str.
22. Potočnik Vekoslav: Komercialno poslovanje z osnovami trženja. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 169 str.
23. Prem Marko et al.: Regijski park Trnovski gozd: park za življenje. Ljubljana: Društvo krajinskih arhitektov Slovenije, 1999. 14 str.
24. Pučko Danijel: Analiza poslovanja. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2001. 289 str.
25. Sirše J., Stroj-Vrtačnik I., Pobega N.: Strategija razvoja slovenskega turizma. Ljubljana: Institut za ekonomska raziskovanja, 1993. 96 str.
26. Statistične informacije. Gostinstvo in turizem, turistična potovanja domačega gospodarstva. Ljubljana: Statistični urad RS, 2004. 35 str.
27. Uršič Sonja, Poniž Nina: Naravne vrednote, kulturna dediščina – vrednote turističnega razvoja: zbornik referatov in razprav. Ljubljana: Državni svet Republike Slovenije, 2002. 113 str.
28. Zorko Daniela: Uvod v turizem. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 1999. 208 str.
29. Werther Hannes, Klein Stefan: Information Technology and Tourism – A Challenging Relationship. Dunaj: Springer-Verlag Wien, 1999. 323 str.
30. World Tourism Organisation. [URL: <http://www.world-tourism.org/states/eng.html>], 15. 5. 2005.

9 VIRI:

1. Bizjak Janez et al.: Turizem in okolje: Slovenija-turistična dežela. Ljubljana: Svet za varstvo okolja Republike Slovenije, 2001. 96 str.
2. Božič Janko: Trnovski gozd 2000 [URL: <http://www.bf.uni-lj.si/jbozic/Entomol/TrnovG/JavorStar.jpg>], 5. 4. 2005.
3. Crnica Slavica: Spet novi projekti za Lokve. Delo, Ljubljana, 38(1996), 49, str. 7.
4. Gosar Anton et al.: Zavarovana območja in njihov pomen za turizem. Koper: Univerza na Primorskem, 2004. 85 str.
5. Interna gradiva društva Planota.
6. Interna gradiva Mestne občine Nova Gorica.
7. Interna gradiva turističnega društva Lokve.

8. Lokve. [URL: <http://www.lokve.net/slovenska/naravne-znac/lokve.html>], 11. 1. 2005.
9. Ministrstvo za gospodarstvo. [URL: http://www.mg-rs.si/turizem/promocija_turizma/index.php], 13. 4. 2005.
10. Ministrstvo za gospodarstvo. [URL: http://www.mg-rs.si/turizem/pogoji_za_razvoj_turizma/index.php], 5. 4. 2005.
11. Mitja Marussig: Na Lokve se vrača smučarija. Primorske novice, Koper, 58(2004), 67, str. 10.
12. Nagode Miran: Paradana. [URL: <http://www2.arnes.si/~sopmngo/paradana/album/index.html>], 5. 4. 2005.
13. Razvojna agencija Sinergija. [URL: <http://www.ra-sinergija.si/doc/prez16102003/Prezentacija%20Grozd.zip>], 15. 4. 2005.
14. Restavracija Paradis [URL: <http://restavracijaparadis.com/zunanjost%20restavracija.jpg>], 25. 4. 2005.
15. Statistični urad Republike Slovenije, Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj 1971.
16. Statistični urad Republike Slovenije, Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj 1981.
17. Statistični urad Republike Slovenije, Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj 1991.
18. Statistični urad Republike Slovenije, Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj 2002.

PRILOGA

ANKETA

Sem Boštjan Skok, absolvent specialističnega študija Managementa Ekonomske fakultete v Ljubljani, in trenutno pišem specialistično nalogo z naslovom RAZVOJ TURIZMA NA TRNOVSKI PLANOTI. Osebnostno pa se tudi sam ukvarjam s turizmom in vem, da je na Trnovski planoti še veliko za postoriti, da bo planota postala privlačnejša. Prosim Vas za sodelovanje v anonimni raziskavi, ki nam bo v veliko pomoč pri načrtovanju ustrezne turistične ponudbe.

1. Ali je to Vaš prvi obisk Trnovske planote?

- DA
- NE

2. Kakšen je glavni namen Vašega obiska?

- Narava in naravne znamenitosti
- Šport in rekreativne znamenitosti
- Kulturne znamenitosti
- Počitek in mir
- Gostinska ponudba
- Drugo: _____

3. Kdaj običajno obiskujete Trnovsko planoto?

- Poleti
- Pozimi
- Jeseni
- Spomladi
- V vseh letnih časih

4. Kateri dan v tednu?

- Ob koncu tedna (sobota, nedelja)
- Med tednom

5. Ali menite, da je turistična ponudba na Trnovski planoti zadovoljiva? Če je Vaš odgovor ne, vas prosim, da obkrožite, kaj od navedenega bi vi dopolnili.

- DA
- NE:
 - organizirati več prireditev
 - postaviti več informacijskih tabel, kažipotov
 - urejenost piknik prostorov
 - izboljšati gostinsko ponudbo
 - drugo: _____

6. Ocenite urejenost vasi na Trnovski planoti.

zgodno urejene urejene slabo urejene neurejene

7. Kaje menite o sami promociji Trnovske planote kot turističnega kraja?

- DA, dovolj je informacij (razni članki v časopisih, oglaševanje po radiu, tv, razne brošure, prospekti ...)
- NE, na področju promocije bi morali še veliko postoriti

8. Ali ste pripravljeni preživeti počitnice na turistični kmetiji?

- DA
- NE
- NE VEM

Ob koncu še tri osebna vprašanja:

9. Spol:

- Ž
- M

10. Starost:

- do 19 let
- od 20 do 34 let
- od 35 do 49 let
- od 50 do 65 let
- nad 65 let

11. Država in občina stalnega bivališča
