

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

MILAN FABJAN

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**VPLIV TURIZMA IN IGRALNIŠTVA NA CIVILNO DRUŽBO
V MESTNI OBČINI NOVA GORICA**

Ljubljana, september 2007

MILAN FABJAN

IZJAVA

Študent Milan Fabjan izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Marka Pahorja, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 28.9. 2007

Podpis:

KAZALO

UVOD	1
1. OPREDELITEV OSNOVNIH POJMOV.....	2
1.1. TURIZEM.....	2
1.2. TURISTIČNA DESTINACIJA	3
1.3. TURISTIČNI KRAJ	4
1.4. TURISTIČNO OBMOČJE	5
2. VPLIV TURIZMA NA CIVILNO DRUŽBO.....	5
2.1. VPLIV TURIZMA NA EKONOMSKO OKOLJE Z VIDIKA CIVILNE DRUŽBE	6
2.2. VPLIV TURIZMA NA EKOLOŠKO OKOLJE Z VIDIKA CIVILNE DRUŽBE	7
2.2.2. Vpliv turizma na socialno okolje z vidika civilne družbe.....	7
2.2.3. Vpliv turizma na naravno okolje z vidika civilne družbe	8
3. VPLIV IGRALNIŠTVA NA CIVILNO DRUŽBO	9
3.1. STROŠKI IN KORISTI OD IGRALNIŠTVA	9
3.1.1. Družbeni stroški igranja z vidika civilne družbe	10
3.1.2. Koristi od igranja z vidika civilne družbe.....	10
4. PREDSTAVITEV MESTNE OBČINE NOVA GORICA.....	11
4.1. PREDSTAVITEV IN ZGODOVINA MESTA NOVA GORICA	11
4.2. TURISTIČNA PONUDBA MESTNE OBČINE NOVA GORICA	12
4.2.1. Turistične zmogljivosti po vrstah zmogljivosti v Mestni občini Nova Gorica	13
4.3. ORGANIZACIJA TURISTIČNE PONUDBE V MESTNI OBČINI NOVA GORICA	15
4.3.1. Deležniki destinacije, organizacija turistične ponudbe in organizacijska struktura v Mestni občini Nova Gorica.....	15
4.4. TURISTIČNO POVPRŠEVANJE V MESTNI OBČINI NOVA GORICA.....	17
4.4.1. Klasifikacija potnikov.....	17
4.4.2. Prihodi in prenočitve turistov po državah.....	18
5. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V MESTNI OBČINI NOVA GORICA	19
5.1. VIZIJA RAZVOJA, POSLANSTVO IN STRATEŠKI CILJI	19
5.1.1. Vizija razvoja turizma v Mestni občini Nova Gorica	19
5.1.2. Globalni razvojni cilji.....	19
5.2. STRATEŠKA PODROČJA TURISTIČNE RAZVOJNE POLITIKE	20
6. ANALIZA REZULTATOV ANKETE.....	20
6.1. METODOLOGIJA	20
6.1.1. Oblikovanje anketnega vprašalnika.....	20
6.1.2. Cilji in namen raziskave	21
6.2. SOCIODEMOGRAFSKI PODATKI ANKETIRANCEV	22
6.2.1. Spol anketirancev.....	22
6.2.2. Starostna struktura anketirancev	23

6.2.3. Izobrazba anketirancev	23
6.2.4. Status anketirancev	24
6.2.4. Osebni mesečni neto dohodek anketirancev	24
6.3. MNENJA ANKETIRANCEV O TURIZMU IN IGRALNIŠTVU V MESTNI OBČINI NOVA GORICA	25
6.3.1. Zadovoljstvo z bivanjem v turističnem kraju kot je Nova Gorica	25
6.3.2. Podpiranje nadaljnega razvoja turizma v MONG	25
6.3.3. Podpiranje nadaljnega razvoja turizma v MONG glede na izobrazbo	26
6.3.4. Podpiranje nadaljnega razvoja igralništva v MONG	26
6.3.5. Podpiranje nadaljnega razvoja igralništva v MONG glede na izobrazbo	27
6.3.6. Razvitost turistične in igralniške ponudbe v MONG	28
6.3.7. Vpliv koncentracije igralnic in igralnih salonov v mestnem središču na življenjske razmere v mestu Nova Gorica	28
6.3.8. Vpliv koncentracije igralnic in igralnih salonov v mestnem središču na življenjske razmere v mestu Nova Gorica glede na starost	29
6.3.9. Vpliv igralništva na podobo in življenje mesta Nova Gorica	29
6.3.10. Vpliv igralništva na podobo in življenje mesta Nova Gorica glede na starost	30
6.3.11. Vpliv različnih vrst turizma na razvoj le-tega v MONG	31
6.4. VPLIV IGRALNIŠTVNA NA CIVILNO DRUŽBO V MESTNI OBČINI NOVA GORICA	32
6.4.1. Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG	32
6.4.2. Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG glede na mesečni neto dohodek	33
6.4.3. Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG glede na spol	33
6.4.4. Razlogi za obisk igralnice ali igralnega salona	34
6.4.5. Razlogi za obisk igralnice ali igralnega salona glede na dohodek	35
6.4.6. Vplivi igralništva na civilno družbo v MONG	36
6.4.7. Vplivi igralništva na civilno družbo v MONG glede na status	37
6.5. VPLIV TURIZMA NA CIVILNO DRUŽBO V MESTNI OBČINI NOVA GORICA	38
6.5.1. Vpliv turizma na civilno družbo v MONG	38
6.5.2. Vpliv turizma na civilno družbo v MONG glede na status	39
7. UGOTOVITVE RAZISKAVE	40
SKLEP	42
LITERATURA	44
VIRI	45

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prihodi in prenočitve turistov po državah za leto 2005 in 2006.....	18
---	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Turistični sistem in njegovo okolje.....	6
Slika 2: Podrobna organizacijska struktura turistične destinacije Mestne občine Nova Gorica.....	16
Slika 3: Spol anketirancev.....	22
Slika 4: Starostna struktura anketirancev.....	23
Slika 5: Izobrazba anketirancev.....	23
Slika 6: Status anketirancev.....	24
Slika 7: Osebni mesečni neto dohodek anketirancev.....	24
Slika 8: Mnenja anketirancev o tem, ali radi živijo v turističnem kraju kot je Nova Gorica.....	25
Slika 9: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj turizma v MONG.....	25
Slika 10: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj turizma v MONG glede na izobrazbo.....	26
Slika 11: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj igraništva v MONG.....	27
Slika 12: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj igraništva v MONG glede na izobrazbo anketirancev.....	27
Slika 13: Ocene anketirancev o razvitosti turistične in igraniške ponudbe v MONG.....	28
Slika 14: Mnenja anketirancev o tem, ali koncentracija igranic in igranih salonov v mestnem središču vpliva na življenjske razmere v mestu Nova Gorica.....	28
Slika 15: Mnenja anketirancev o tem, ali koncentracija igraništva v mestnem središču vpliva na življenjske razmere v mestu Nova Gorica glede na starost anketirancev.....	29
Slika 16: Mnenja anketirancev o tem, kakšen je vpliv igraništva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica.....	30
Slika 17: Mnenja anketirancev o tem, kakšen je vpliv igraništva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica glede na starost anketirancev.....	30
Slika 18: Ocene anketirancev o tem, katera vrsta turizma ima največji vpliv na razvoj turizma v MONG.....	31
Slika 19: Pogostost obiskovanja igranic ali igranih salonov v MONG.....	32
Slika 20: Pogostost obiskovanja igranic ali igranih salonov v MONG glede na dohodek anketirancev.....	33
Slika 21: Pogostost obiskovanja igranic ali igranih salonov v MONG glede na spol anketirancev.....	34
Slika 22: Razlogi za obisk igranice ali igranega salona.....	34
Slika 23: Razlogi za obisk v igranici ali igranem salonu glede na dohodek anketirancev.....	35
Slika 24: Ocena pozitivnih in negativnih vplivov igraništva na civilno družbo v MONG.....	36
Slika 25: Mnenje anketirancev o tem, ali ima igraništvo več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica glede na status anketirancev.....	37
Slika 26: Ocena pozitivnih in negativnih vplivov turizma na civilno družbo v MONG.....	38
Slika 27: Mnenje anketirancev o tem, ali ima turizem več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica glede na status anketirancev.....	40

UVOD

Turizem postaja vedno bolj obetavna panoga v gospodarstvu. Vsi se zavedamo, da so redki in vse bolj dragoceni dnevi, ko nismo pod pritiskom vsakdanjega življenja. Kako bomo preživeli proste dni, pa je odvisno od ponudbe izbrane turistične destinacije. Turizem spodbuja razvoj infrastrukture in dviguje življenjsko raven v lokalnem okolju, odpira nova delovna mesta, dela in zaslužka pa so deležni tudi ljudje, ki niso neposredno zaposleni v turizmu. V lokalnem okolju povzroča porast onesnaževanja in kriminala, avtohtona kultura pa izgublja na svoji pristnosti. V interesu vseh Slovencev je prizadevanje za stalno širitev in bogatitev turistične ponudbe, s katero bi privabili v naše okolje vedno več turistov ter dokazali, da lahko Slovenija ponudi nova doživetja v urejenem, prijaznem in gostoljubnem okolju.

Turizem postaja v sodobnem svetu panoga, ki iz leta v leto pridobiva na veljavi. Vzrok vidim predvsem v današnjem »hitrem« načinu življenja, ki se uveljavlja po celem svetu in povzroča potrebo po sprostitvi in odkrivanju novih krajev in doživetij.

Priložnosti, ki jih ustvarja razvoj turizma, vplivajo ugodno na celoten ekonomski, socialni in prostorski razvoj države. Turizem predstavlja razvojno priložnost tako za Slovenijo kot Novo Gorico tudi zaradi tega, ker lahko različni proizvodi zaradi svoje kakovosti in omejene količine dosežejo ustrezno ceno le s pomočjo izvoza na domačih tleh, to je z direktno prodajo turistom iz tujine. Te vrste dohodki so zelo dragocen vir zasebnega in javnega sektorja, kar je bistvena ekonomska prednost, ki jo ustvarja turizem, in ga zato razvite države spodbujajo na različne načine (Academia Turistica, 1996, str. 339).

Igralništvo se je v zadnjih dvajsetih letih izjemno razvilo. Legalizacija igralništva v številnih državah sveta je povzročila razmah razvoja igralniške dejavnosti. Oblikovala sta se dva pola, in sicer zagovorniki na eni ter nasprotniki razvoja igralništva na drugi strani. Zagovorniki razvoja igralništva izpostavljajo predvsem pozitivne vplive na gospodarsko okolje (zmanjševanje brezposelnosti, razvoj turizma in povečanje prihodkov od davkov). Nasprotniki razvoja igralništva pa opozarjajo na družbene probleme (rast kriminala, rast števila ločitev, rast odvisnikov in spremembe življenjskih vrednot na ravni lokalne skupnosti, v kateri se razvija igralništvo).

Diplomsko delo sestoji iz teoretičnega (poglavja 1 – 5) in praktičnega (poglavje 6) dela. V prvem poglavju bom predstavil osnovne pojme kot so: turizem, turistična destinacija, turistični kraj in turistično območje. V drugem poglavju bom prikazal pozitivne in negativne vplive razvoja turizma na civilno družbo Mestne občine Nova Gorica (v nadaljevanju MONG). Tretje poglavje pa bom posvetil pozitivnim in negativnim vplivom razvoja igralništva na civilno družbo MONG. Četrto poglavje je namenjeno predstavitvi MONG, ki se začne s predstavitvijo mesta Nova Gorica in zgodovino le-tega. Posebno pozornost bom posvetil turistični ponudbi MONG, kjer bom s pomočjo turističnih zmogljivosti po vrstah prikazal primarno in sekundarno turistično ponudbo za leto 2007. S pomočjo opisa deležnikov destinacije, organizacije turistične ponudbe in organizacijske strukture v MONG bom predstavil organizacijo turistične ponudbe. Nadalje se

bom posvetil turističnemu povpraševanju, kjer bom opredelil klasifikacijo potnikov in prikazal prihode in prenočitve turistov v MONG po državah in vrstah nastanitvenih objektov za leti 2005 in 2006. Strategija razvoja turizma v MONG, v kateri bodo prikazani vizija razvoja, poslanstvo in strateški cilji ter strateška področja turistične razvojne politike, bo zajeta v petem poglavju.

V praktičnem delu bom najprej predstavil sociodemografske podatke anketiranih, rezultate analize mnenj in ocen prebivalcev MONG o turizmu in igranju na splošno ter o vplivu le-teh na civilno družbo v MONG. Za večino rezultatov vprašanj sem preveril, ali obstajajo statistično značilne razlike med prebivalci glede na različne demografske kazalnike (spol, starost, izobrazba, zaposlitveni status in dohodek). Vsi primarni podatki so bili pridobljeni z metodo anketiranja na širšem območju Mestne občine Nova Gorica.

1. OPREDELITEV OSNOVNIH POJMOV

1.1. TURIZEM

Vse hitrejši razvoj turizma tako po svetu kot tudi v Sloveniji kaže, da je ta gospodarska panoga zelo perspektivna in postaja vse bolj pomemben del narodnega gospodarstva. Kljub temu, da srečamo prvo definicijo turizma že ob koncu 19. stoletja, veljata za prva teoretika turizma Walter Hunziker in Kurt Krapf. V delu »Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre« opredelita turizem kot: »celoto odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, če to bivanje ne povzroča stalne naselitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo« (Hunziker, Krapf, 1942, str. 21).

Danes splošno sprejeta santgallenska definicija turizma se glasi: »Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavno in stalno bivališče niti kraj zaposlitve« (Kaspar, 1996, str. 29). Svetovna turistična organizacija (UN WTO) pa opredeljuje turizem kot aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov. Turizem poleg potovanja vključuje torej tudi bivanje v destinaciji.

Veliko definicij opredeljuje turizem kot turistično gospodarstvo oziroma industrijo. Pojem turistično gospodarstvo v tem primeru zajema vse tiste dejavnosti, ki proizvajajo proizvode in storitve, za katere se zanimajo, jih kupujejo ali koristijo obiskovalci. Po mednarodni statistični klasifikaciji dejavnosti turizem nima svojega samostojnega področja. Težava turizma je prav v tem, da ga po merilih strokovnosti tudi za statistično spremljanje ni mogoče dovolj dobro opredeliti. Eurostat po NACE Rev. 1 za potrebe raziskav na področju turizma opredeljuje dva sektorja (Koprivnikar Šušteršič, 2002, str. 11):

- sektor HORECA/TA (HOTEls and similar establishments, REstaurants, CAFes and bars and Travel Agencies),
- sektor turizem, kamor so vključene druge s turizmom povezane dejavnosti, ki niso zajete v HORECA/TA.

Turizem je interdisciplinarna dejavnost, ki zajema gostinstvo, hotelirstvo, turistično posredovanje (agencije) in dopolnilne turistične dejavnosti (igralništvo, prireditve, rekreacijo itd.). Glede na to, da je to storitvena dejavnost, se njen proizvod, ki je storitev, razlikuje od običajnih (fizičnih) proizvodov. Sama turistična dejavnost vpliva multiplikativno na druga gospodarska in negospodarska področja (promet, trgovina, živilska industrija, kmetijstvo, znanost, šport, kultura, izobraževanje in še kaj). Ne smemo pozabiti, da tržimo tudi okolje (na primer naravo in kulturno dediščino), kvaliteto življenja prebivalcev, odnos države in njenih prebivalcev do gostov. V zadnjem času pa se pojavljajo tudi nove oblike turizma, kar pomeni, da se večina turistov bolj usmerja v kvalitetni turizem in želi preživeti kar se da aktiven dopust z možnostjo spoznavanja novih, drugačnih stvari. Z narodnogospodarskega vidika so poleg omenjenega multiplikativnega učinka prednosti turizma tudi čisti devizni učinek ter možnosti odpiranja novih delovnih mest in dviganja kvalitete življenja prebivalstva (Florjančič, Jesenko, 1997, str. 15).

1.2. TURISTIČNA DESTINACIJA

Bieger (2000, str. 74) trdi, da turistična destinacija označuje geografski prostor, kot je kraj, regija, zaselek, ki ga turisti (gost ali segment gostov) izbere za cilj potovanja. Ta geografski prostor vsebuje vse, se pravi vso nujno opremo in objekte, ki jih potrebuje turist za bivanje, preskrbo in razvedrilo. Pojem turistična destinacija opredeli kot: kontinent, država, regija, kraj ali turistično naselje. Nadgradnja Biegerjeve opredelitve turistične destinacije je predvsem v poudarjanju pomena, ki ga slednja ima. Turistična destinacija se pojavlja kot samostojen proizvod in kot konkurenčna enota, vodena pa mora biti kot strateška poslovna enota (Konečnik, 2003, str. 321).

»Destinacija ni nujno geografsko opredeljena kot kraj ali regija, lahko je samo del kraja, lahko pa skupek več krajev ali celo držav, odvisno od predstav gosta in od oddaljenosti med ciljem potovanja in krajem bivanja. Čim dlje je cilj potovanja, tem večji bo geografski prostor, ki v očeh turista opredeljuje destinacijo« (Planina, Mihalič, 2002, str. 169).

Turisti izbirajo destinacijo glede na cilje in namene potovanja (posli, obisk, zabava, počitek itd.) oziroma glede na privlačnosti destinacije (poslovno, kulturno središče, zabavišče itd.). Privlačnosti so lahko (Planina, Mihalič, 2002, str. 170):

- naravne (pokrajina, podnebje);
- izgrajene (turistične in druge zgradbe, sprehajališča, parki, marine, urejena smučišča);
- kulturne (umetnost, gledališča, muzeji, religija, folklor, festival);
- socialne (način življenja lokalnega prebivalstva, jezik).

Pri turistični destinaciji ne gre za en sam proizvod, temveč za kombiniran proizvod, ki je sestavljen iz različnih sestavin in vključuje nastanitvene in »catering« zmogljivosti, zabavne, kulturne dogodke, turistične atrakcije, umetnost in naravno okolje (Morgan, Pritchard, 2003, str. 19).

Izmed vseh definicij turistične destinacije velja izpostaviti definicijo Konečnikove (2004b), v kateri so navedeni vsi elementi koncepta turistične destinacije. Avtorica trdi, da je turistična destinacija zelo kompleksna, saj je sestavljena iz množice različnih izdelkov, storitev in doživetij. Turistična destinacija je vodena s strani večjega števila interesnih skupin, kot so: turistični sektor, javni sektor, vlada, različne organizacije in lokalni prebivalci. Opazovana pa je z različnih zornih kotov, npr. turistov, lokalnih prebivalcev, z zornega kota upravljanja destinacije. Zagotavljati mora delovanje in usklajevanje nalog strateškega upravljanja in strateškega trženja. Kot najpomembnejše ciljne skupine destinacije navaja turiste, nove prebivalce, proizvajalce, centrale večjih podjetij, izvoznike in investitorje.

1.3. TURISTIČNI KRAJ

Turistični kraj je svojevrstna »tvorba« v turizmu in je sestavljen iz turističnih objektov različnih vrst. Je celota gospodarskih in negospodarskih dejavnosti, ki so namenjene turistom na nekem ožjem območju. Poleg tega je tudi najbolj značilen predstavnik turistične ponudbe, kajti turisti povprašujejo po turističnem kraju kot celoti. Turistično povpraševanje je usmerjeno v vrsto zelo različnih dobrin, med katere spadajo od naravnih do kulturnih dobrin, izdelki mnogih gospodarskih panog, poleg tega obiskovalci iščejo tudi storitve nekaterih negospodarskih dejavnosti. Turistični kraj zato opredeljujemo kot naselje, ki ima naravne, kulturne ali drugačne vrednote, ki se že izrabljajo v turistične namene ter imajo ustrezne turistične objekte in organizacije.

Po Planina in Mihalič (2002, str. 171 - 172) mora turistični kraj ustrezati naslednjim pogojem:

- Biti mora dostopen (imeti mora razvito komunikacijsko mrežo).
- Imeti mora privlačnosti (naravne ali kulturno-zgodovinske privlačnosti, prireditve itd.). Te privlačnosti morajo redno privlačiti turiste, bodisi skozi vse leto ali samo v določenem letnem času.
- Imeti mora receptivne objekte in organizacije, ki po eni strani skrbijo za valorizacijo privlačnosti, po drugi strani pa proizvajajo take turistične proizvode, ki jih zahtevajo turisti in ki jim omogočajo nastanitev ter različne oblike rekreacije v kraju. Sem sodijo namestitveni objekti, drugi storitveni objekti, kopališča, parki itd.

Statistični urad Republike Slovenije (SURS) razvršča kraje v naslednjih šest skupin (Planina, 1997, str. 171 - 175):

- glavno mesto;
- zdraviliški kraji;
- obmorski kraji;
- gorski kraji;
- drugi turistični kraji in
- neturistični kraji.

Merila SURS opredeljujejo turistični kraj kot tisti kraj, ki zagotavlja:

- atraktivne pogoje (naravne lepote, zdravilni vrelci, kulturnozgodovinski spomeniki, kulturne, zabavne in športne prireditve);
- receptivne pogoje (nastanitveni objekti s spremljajočimi trgovskimi, obrtniškimi, poštnimi in drugimi storitvenimi objekti, pa tudi s parki, sprehajališči, kopališči);
- komunikacijske pogoje (možnosti dostopa, prometne povezave).

Turistični kraj je po Zakonu o pospeševanju turizma (ZPT, 1998) opredeljen kot naseljen kraj, ki ima naravne, kulturne, zgodovinske ali druge znamenitosti, ki so pomembne za turizem, razvito turistično infrastrukturo ter druge vsebine, pomembne za oblikovanje turistične ponudbe.

V časih kot so današnji je potrebno razvijati tako rekreacijsko, kot tudi kulturno, gospodarsko in ostalo ponudbo. Turistični kraji, ki temeljijo samo na eni vrsti ponudbe, hitro izgubljajo svojo konkurenčno prednost, enolična ponudba pa ne more zadostiti vseh želja vse bolj zahtevnih turistov.

1.4. TURISTIČNO OBMOČJE

Večina turistično razvitih držav pojmuje turistično območje kot širši teritorialno in hkrati ekonomsko zaokrožen prostor, kjer se družbene in naravne privlačnosti s pomočjo različnih dejavnosti (gostinstvo, promet, trgovina in ostale vzporedne dejavnosti), izkoriščajo v turistične namene ter se ekonomsko valorizirajo.

Opredelitev turističnega območja po ZPT (1998) se glasi: »Turistično območje je geografsko zaokrožena celota ene ali več občin, na katerem se lahko oblikuje celovita turistična ponudba in izpolnjuje najmanj eno od naslednjih meril:

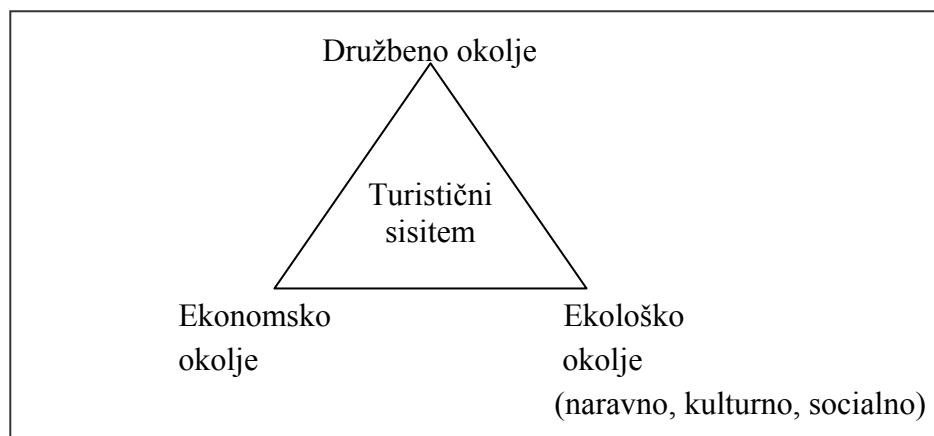
- 500 ležišč v gostinskih obratih pridobitne narave;
- 30.000 registriranih dnevnih obiskovalcev (izletnikov) v predhodnem koledarskem letu;
- 40.000 prenočitev turistov v predhodnem koledarskem letu«.

Izpolnjevanje navedenih pogojev pa ni dovolj za pridobitev statusa turističnega območja. Občina (ali več občin), ki hoče postati turistično območje, mora najprej ustanoviti lokalno turistično organizacijo in zagotoviti delovanje turistično informacijskega centra.

2. VPLIV TURIZMA NA CIVILNO DRUŽBO

Civilna družba je opredeljena kot arena med družino, državo (javni sektor) in trgom (zasebni sektor), v kateri se ljudje povezujejo za napredek skupnih interesov. V diplomski nalogi bom posebno pozornost posvetil civilni družbi, ki zajema populacijo gostiteljev in predstavnike številnih nevladnih organizacij v sektorju turizma in potovanj.

Slika 1: Turistični sistem in njegovo okolje



Vir: Mihalič, 2006, str. 13.

Ekonomsko okolje združuje elemente in njihove povezave, ki so značilni za ekonomski sistem. Pojem **družbeno okolje** se nanaša na družbeno (ekološko) zavest ter neformalne in formalne pritiske za ekološko ravnanje. Vključuje tudi institucije, politiko in (politične) možnosti uresničevanja ekološke politike. Pojem **ekološko okolje** pa se nanaša na naravne, kulturne in socialne privlačnosti za turizem. Te so v mnogih primerih razlog, da se oblikuje turistično povpraševanje po določeni destinaciji in z razvojem turizma postajajo sestavni del (primarne) turistične ponudbe destinacije (Mihalič, 2006, str. 13 - 14).

Za potrebe diplomske naloge se bom posvetil ekonomskemu in ekološkemu okolju, saj se dejansko tukaj odraža vpliv turizma na civilno družbo. Po Mihalič (2006, str. 46 - 59) bom v nadaljevanju predstavil vpliv turizma na ekonomsko in ekološko okolje z vidika vpliva turizma na civilno družbo.

2.1. VPLIV TURIZMA NA EKONOMSKO OKOLJE Z VIDIKA CIVILNE DRUŽBE

Pozitivni vplivi turizma na civilno družbo:

- *Zaposlitvena funkcija turizma.* Zaradi razvoja turizma nastanejo nova delovna mesta.
- *Razvoj infrastrukture.* Zaradi razvoja turizma se razvija infrastruktura in izboljšuje se komunalna infrastruktura, kar izboljšuje tudi kakovost življenja lokalnega prebivalstva.

Negativni vplivi turizma na civilno družbo:

- *Odtekanje.* Postavlja se vprašanje, kolikšen delež turistične potrošnje dobi destinacija v korist lokalnega gospodarstva (prebivalstva), ko iz destinacije »odtečejo« davki, profiti, plače za delovno silo, ki ni iz destinacije, in sredstva za plačilo uvoženega blaga in storitev za potrebe turistične ponudbe.
- *Visoki stroški infrastrukture.* Razvoj turizma zahteva relativno visoka investicijska vlaganja, ki bremenijo lokalne vlade in davkoplačevalce. Vsi ti stroški zmanjšajo investicijsko sposobnost vlad in lokalnih gospodarstev za naložbe v druge dejavnosti, kot npr. zdravstvo ali šolstvo.

- *Inflacijski učinek.* Dodatna finančna sredstva iz naslova turistične potrošnje pritisnejo na obstoječe blagovne in storitvene sklade, kar se odrazi v povišanih cenah blaga zaradi (dodatnega) turističnega povpraševanja. Dvignejo se cene hrane, pijače, pa tudi cene nepremičnin.
- Razvoj zgolj ene (turistične) gospodarske strukture prinaša s seboj *nevarnosti zaradi odvisnosti od le ene dejavnosti (homogena turistična regija)*. Problemi nastopijo v letih, ko iz različnih razlogov turistično povpraševanje lahko izostane (naravne katastrofe, terorizem, moda itd.).
- *Sezonska narava turistične dejavnosti.* Turistične zmogljivosti so izkoriščene le del leta, delovna sila je zaposlena za določen čas in mora stalno iskati novo (začasno) delo.

2.2. VPLIV TURIZMA NA EKOLOŠKO OKOLJE Z VIDIKA CIVILNE DRUŽBE

2.2.1. Vpliv turizma na kulturno okolje z vidika civilne družbe

Pozitivni vplivi turizma na civilno družbo:

- *Spodbuja zaščito* kulturnih značilnosti destinacije, saj je lokalna kulturna dediščina privlačnost za razvoj turizma.
- *Ohranja lokalno kulturo in zagotavlja finančna sredstva* za ohranjanje lokalne obrti, prireditve itd., saj so slednji predmet trgovanja in prinašajo prihodke.
- Je lahko razlog za *osvežitev* že skoraj pozabljenih običajev, ki se pričnejo tržiti zaradi turizma.
- *Oblikuje in krepi kulturno zavest*, ker se lokalno prebivalstvo zave, da imajo kulturne dobrine svojo vrednost in privlačnost za obiskovalce.

Negativni vplivi turizma na civilno družbo:

- Avtohtona kultura se lahko *skomercializira* tako, da postanejo kulturne dobrine predmet trgovanja (tradicionalni spominki, umetnostni izdelki...). Pod vplivom turističnega povpraševanja se spremenijo tradicionalne vrednote; religiozne zapovedi, ki so predmet poslovanja, se lahko ne spoštujejo več.
- Avtohtona kultura se lahko *standardizira*, kar je posledica potreb turistov, ki na eni strani na potovanju želijo novosti in spoznati drugačno arhitekturo, hrano in pijačo, na drugi strani pa iščejo znane proizvode in storitve.
- Avtohtona kultura *izgubi avtentičnost* ali se izoblikuje t.i. »*odrsko avtentičnost*«, kar pomeni, da se kulturni dogodki in predstave prilagodijo turistom in njihovem okusu. V skladu s povpraševanjem ponudniki proizvode prilagodijo potrebam in okusom povpraševalcev (na primer barva tradicionalne noše).

2.2.2. Vpliv turizma na socialno okolje z vidika civilne družbe

Pozitivni vplivi turizma na civilno družbo:

- Potovanje prinaša nova poznanstva in spodbuja znanje in razumevanje različnih kultur in običajev. Posledično se *povečuje razumevanje, strpnost in zmanjšujejo se predsodki*.

- Turizem sprošča *ugodne socialne učinke*, ki se kažejo v povečanju življenjske ravni in standarda lokalnega prebivalstva zaradi povečanja lokalne zaposlenosti in koristi od zgrajene turistične infrastrukture in superstrukture, ki koristi tudi lokalnim podjetjem in prebivalcem. Zaradi razvoja turizma se okrepijo vezi v lokalni skupnosti, zaradi povečanja socialne aktivnosti za potrebe turizma se v proces razvoja turizma vključi lokalno prebivalstvo.
- Zaradi razvoja turizma se *poveča varnost* v lokalnem okolju (aktivnosti in oblikovanje turistične policije zaradi potreb obiskovalcev), ki koristi tudi lokalnim subjektom.
- Vpliv na *promocijo in image*. Država ali regija, ki je privlačna za turizem, se promovira v svetu in postane znana ter s tem tudi gospodarsko in politično bolj zanimiva in privlačna.

Negativni vplivi turizma (v okolju sprožajo socialne napetosti) na civilno družbo:

- Želja po *imitiraju življenjskega stila* (bogatejših) turistov. Pri tem nastajajo napetosti, če lokalni prebivalci nimajo dovolj finančnih sredstev.
- *Nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva s tradicionalnim načinom življenja* in njegovo opuščanje, ki je povezano tudi z željo po imitiraju življenjskega stila obiskovalcev.
- Občutek *manjvrednosti in celo sovraštva* je lahko posledica tega, da turisti imajo, lokalni prebivalci pa nimajo dostopa do številnih dobrin in storitev. Razvoj turizma lahko povzroči tudi omejen dostop lokalnega prebivalstva do nekaterih področij (plaže, obale za ribolov ali privez čolnov, ker so tam nastali turistični objekti in plaže, ki so zaprte za lokalno prebivalstvo). Delovna mesta v turizmu, ki so dostopna lokalnemu prebivalstvu, so navadno slabše plačana in na nižjih ravneh (sobarice, natakariji...), bolje plačana delovna mesta prevzamejo tujci ali bolj urbanizirani domačini, kar dodatno sproža napetosti in občutek podrejenosti.
- *Kriminal, prostitucija in droge*. Stopnja kriminala v destinaciji praviloma narašča z urbanizacijo in rastjo masovnega turizma. Množica turistov, ki imajo denar in številne dragocene predmete, spodbuja kraje, prostitucijo in prodajo drog. Turizem spodbuja tudi razvoj igralništva, ki lahko povzroči negativne spremembe v socialnem obnašanju.

2.2.3. Vpliv turizma na naravno okolje z vidika civilne družbe

Naravno okolje turizma so naravne danosti, na primer podnebje, vreme, pokrajina, vode, flora in favna.

Pozitivni vplivi turizma na civilno družbo so:

- Turizem je lahko *razlog za zaščito* naravnega okolja in vzpodbuja zaščito, saj je kakovostno naravno okolje privlačno za turizem.
- Turizem je *vir finančnih sredstev* za zaščito naravnega okolja. Zasluzki in prispevki od turizma omogočajo zaščito naravnega okolja.
- Turizem je lahko *razlog za izboljšanje kakovosti naravnega okolja* in sredstvo za povečevanje privlačnosti pokrajine, ki bi bila sicer nezanimiva.
- Zaradi turizma se oblikuje in krepi *ekološka zavest, ekološka etika in ekološka odgovornost*.

- Turizem izboljšuje *ekološki management in planiranje*. Odgovoren ekološki management hotelskih in drugih turističnih podjetij in/ali destinacij zmanjša negativne vplive turizma na okolje z uporabo tehnik za preprečevanje onesnaževanja, zmanjševanje količine odpadkov in uvajanje načel čiste proizvodnje.

Negativni vplivi turizma na civilno družbo nastanejo, ko destinacijo obišče preveliko število turistov, ki v okolju povzročijo prevelike vplive:

- *Negativni vpliv na vodo*, kamor sodi onesnaževanje voda, tako zaradi kanalizacije, kot tudi zaradi površinske onesnaženosti voda. Turistična potrošnja lahko ogroža tudi razpoložljive količine vode, kar lahko povzroči, da je lahko zmanjka za lokalne potrebe.
- *Negativni vpliv na zrak*. Emisije zaradi transporta in proizvodnje energije povzročajo kisel dež, učinek tople grede in fotokemično onesnaževanje.
- *Hrup*, ki nastaja zaradi velike prostorske koncentracije turistov, zaradi turističnih cest, letal, motornih čolnov, zabavišnih parkov in drugih turističnih objektov. Hrup negativno vpliva ne le na počutje človeka in povzroča stres temveč vpliva tudi na živali.
- *Vizualno onesnaževanje pokrajine in degradacija*, povzročena z arhitekturno neprimernimi turističnimi objekti in s preveliko pozidanostjo pokrajine v turistične namene. Raba površin za turistično infrastrukturo uničuje številne naravne vire, kot so plodna zemlja, gozdovi, mokrišča itd.
- *Fizično onesnaževanje pokrajine s smetmi*.
- *Ogrožanje avtohtonega rastlinstva in živalstva* zaradi turizma.
- *Ekološke katastrofe*, kot npr. erozija zemlje ali sprememba podnebja zaradi razvoja turizma in opustitve tradicionalne dejavnosti (poljedelske) dejavnosti, erozija in plazovi zaradi izkoriščanja pokrajine v turistične namene, denimo zaradi smučišč itd.

3. VPLIV IGRALNIŠTVA NA CIVILNO DRUŽBO

Zamisli, ki opredeljujejo vpliv igralništva na okolje, so še v razvoju. Avtorji pa so enotni v stališču, da se z razvojem igralništva vedno pojavijo tako pozitivne gospodarske koristi kot tudi negativni vplivi v obliki družbenih stroškov. Pozitivni vplivi so: zmanjševanje brezposelnosti, razvoj turizma in povečanje prihodkov od davkov, ki jih igralništvo prinese lokalni skupnosti. Negativni vplivi pa so: rast kriminala, rast števila ločitev, rast odvisnikov in spremembe življenjskih vrednot na ravni lokalne skupnosti, ki jih igralništvo povzroči. Ena pomembnejših pomanjkljivosti teh zamisli je, da ne obstaja standardna kvalifikacija gospodarskih koristi in družbenih stroškov (ki jih povzroča igralništvo) ali vsaj enotna metodologija, s katero bi lahko merili stroške in koristi od igralništva (Prašnikar et al., 2005, str. 20).

3.1. STROŠKI IN KORISTI OD IGRALNIŠTVA

Stroški, ki jih posameznik sam povzroči in sam pokrije, so zasebni stroški, medtem ko stroški, ki jih posameznik povzroči, padejo na račun družbe in so družbeni stroški (Markandya, Pearce,

1989, str. 1138 - 1150). Po Prašnikar s sodelavci (2005, str. 20 - 27) bom v nadaljevanju predstavil družbene stroške igralnštva in pa koristi od igralnštva.

3.1.1. Družbeni stroški igralnštva z vidika civilne družbe

Družbene stroške igralnštva večina avtorjev opredeljuje kot stroške, ki nastanejo zaradi problematičnih in odvisnih igralcev.

Kljub nesoglasjem med avtorji se med družbenimi stroški pojavljajo večinoma podobne kategorije stroškov:

- *Kriminal.* Igralnštvo povezujejo s številnimi kriminalnimi dejanji, najpogosteje z nasiljem, oškodovanjem premoženja, gospodarskim kriminalom in prostitucijo.
- *Razdori družin.* Stroški, ki jih odvisniki od igralnštva povzročajo, so pogosto povezani s stroški, ki jih povzroča proces ločitve, ter s stroški, ki jih zaradi igralnštva povzroča odvisni igralec družini (izposoja denarja).
- *Osebni propad.* Osebni propadi povzročajo sodne stroške. Skupaj z dolгови, ki jih odvisnik od iger na srečo ne poravnava, predstavljajo stroške družbe.
- *Samomori.* Sama prisotnost igralnštva v lokalni skupnosti ni povezana s statistično značilnim povečanjem samomorov. Trdijo pa, da obstaja pozitivna in statistično značilna povezava med velikostjo oziroma »koncentracijo« igralniške dejavnosti in številom samomorov. V lokalnih skupnostih, ki imajo zelo razvito igralniško dejavnost, je statistično več samomorov.
- *Ostali stroški.* Med ostale stroške se najprej uvrščajo stroški, povezani z zmanjšanjem vrednosti premoženja prebivalstva zaradi izgradnje igralnice (zaradi hrupa, prometa ipd. lahko cena nepremičninam v okolici pade).

3.1.2. Koristi od igralnštva z vidika civilne družbe

Zasebne koristi igralnštva predstavljajo koristi, ki jih je deležen posameznik (kot na primer dobiček od iger na srečo; plača zaposlenih, ki je višja od povprečne plače v drugi dejavnosti, ipd.), družbenih koristi pa je deležna celotna družba (npr. ekonomski razvoj, ki pomeni povečanje dohodka in blaginje ter vodi do višje koristnosti vseh članov v družbi).

Pozitivni vplivi, ki jih igralnštvo prinaša lokalni skupnosti:

- *Ekonomski razvoj.* Če igralnice obiskujejo večinoma tujci, gre za neto priliv denarja iz tujine ali drugih regij. Ekonomski razvoj pomeni povečanje dohodka in blaginje, ki vodi do višje koristnosti vseh članov v družbi.
- *Zmanjšanje brezposelnosti.* Igralnice kratkoročno večinoma prispevajo h gospodarstvu, predvsem skozi povečanje zaposlenosti, dolgoročno pa ni dovolj dokazov za to trditev. O ekonomskem razvoju lokalne skupnosti lahko govorimo le, če igralnice izplačujejo večje dohodke in se zaradi tega povečuje blaginja zaposlenih.
- *Koristi zaradi bližine.* Koristi so na strani posameznika, ki ima željo igrati. Ker mu nova igralnica približa možnost zabave, je njegovo zadovoljstvo večje.

- *Druge koristi.* Med drugimi koristmi zasledimo: promocijo lokalne skupnosti, povečanje cen nepremičnin, povečanje kakovosti življenja prebivalstva (zaradi večjih plač zaposlenih, koristi bližine ipd.).

Na daljši rok družbene koristi igralnštva presegajo družbene stroške v primeru, ko je relevantno območje igralnice zelo veliko. V tem primeru se igralnica spremeni v turistično destinacijo.

4. PREDSTAVITEV MESTNE OBČINE NOVA GORICA

4.1. PREDSTAVITEV IN ZGODOVINA MESTA NOVA GORICA

Mesto Nova Gorica je po svojem nastanku mlado mesto. Staro je 60 let. Nastalo je zaradi spleta dogodkov, ki so bili posledica vojne. Po drugi svetovni vojni, ko je nova italijansko-jugoslovanska meja Goriško razdelila na dve enoti, je takratno upravno, kulturno in gospodarsko središče Gorizia ostalo na italijanski strani. Delitev je bila za obe strani pravi šok; s težavami so se srečevali na obeh straneh meje. Nove razmere so vodile do odločitve o gradnji Nove Gorice. Prvi predlogi o mikrolokaciji mesta in načrti za njegovo izgradnjo so bili narejeni spomladi leta 1947. Prve skupine delavcev so na gradbišče prišle že jeseni istega leta. Mesto je bilo grajeno po urbanističnih načrtih arhitekta Edvarda Ravnikarja in njegovih sodelavcev. Za takratno novo Jugoslavijo je bila izgradnja mesta eden izmed večjih projektov. Financirana je bila s pomočjo državih sredstev in prostovoljnim delom mladinskih delovnih brigad, ki so bile iz vseh koncev Jugoslavije.

Danes je Nova Gorica upravno, gospodarsko, kulturno, športno in prometno središče ne samo Mestne občine Nova Gorica, temveč tudi Posočja, Vipavske doline, Trnovske planote in večjega dela Krasa. Obmejna lega daje mestu poseben pečat. Nova Gorica leži na stičišču Soške in Vipavske doline. Prodne naplavine Soče in Vipave so ustvarile Goriško ravnino, ki jo z zahoda obdajajo nizke flišne gorice – Goriška Brda in prehajajo v Furlansko nižino. Na severu jo obdajajo kraške planote Kolovrata, Banjščic in Trnovskega gozda, na jugu pa Kras. Na tem območju se stikajo različne geografske, klimatske, demografske, kulturne in druge značilnosti.

Mestno občino Nova Gorica sestavljajo naslednje krajevne skupnosti: Banjšice, Branik, Čepovan, Dornberk, Gradišče, Grgar, Grgarske Ravne – Bate, Kromberk, Lokovec, Lokve, Nova Gorica, Osek – Vitovlje, Ozeljan, Prvačina, Ravnica, Rožna Dolina, Solkan, Šempas in Trnovo. Mestna občina Nova Gorica se razteza na 309 km² in je bila ustanovljena leta 1994. V njej je po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije na dan 31.12.2006 živelo 36.098 prebivalcev. Ima 54 naselij in 8.157 hišnih števil. Prevladuje predvsem staro prebivalstvo. Po izobrazbeni strukturi ima večina prebivalcev starejših od 15 let največ srednješolsko izobrazbo. Počasi se povečuje delež bolj izobraženih in delež študentov. Mestno občino Nova Gorica zaznamuje milo podnebje in submediteranska klima.

4.2. TURISTIČNA PONUDBA MESTNE OBČINE NOVA GORICA

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

Po Planina, Mihalič (2002, 155 - 157) delimo turistično ponudbo na:

A. Primarna turistična ponudba. Obsega tiste dobrine, ki niso proizvodi dela ali ki jih človek ne more več proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo. Sestavlja jo dvoje vrst dobrin:

- Naravne dobrine so na primer podnebje, gore, jezera, morje, vrelci, podzemne jame, vegetacijska odeja in oblika pokrajine. Le-te niso proizvod dela. Njihova količina in kakovost sta dani po naravi in to samo na določenem mestu v določenem času. Teh dobrin človek ne more niti proizvajati, niti spreminjati njihove kakovosti.
- Antropogene dobrine so proizvod človekovega dela, vendar jih je človek naredil v bližnji ali daljni preteklosti. So rezultat preteklega dela, ki ga ni možno ponoviti. Danes teh dobrin ni več možno proizvajati z enako uporabno vrednostjo in v enaki kakovosti. V to skupino sodijo kulturni in zgodovinski spomeniki ter znamenitosti, kot so npr. Keopsova piramida v Kairu, Groharjeva slika Sejalec, Robbov vodnjak v Ljubljani itd.

B. Sekundarna turistična ponudba. Zajema tiste turistične dobrine, ki so proizvod dela in ki jih človek ob drugih nespremenjenih okoliščinah še vedno lahko proizvaja v zahtevani količini ter kakovosti. Obsega tako proizvodne zmogljivosti kot tudi same proizvode in storitve, ki se na trgu prodajajo za določeno ceno. Vsebuje tri dele:

- Osnovna infrastruktura. Predstavljajo jo naprave in objekti, ki jih turist uporablja samo posredno, sicer pa po njih ne povprašuje. Sem sodijo komunalna in osnovna prometna ureditev, na primer vodovod, kanalizacija, električna in plinska napeljava, cestna ureditev in še nekateri objekti v komunalnem gospodarstvu.
- Turistična infrastruktura. Sestavljajo jo objekti in zmogljivosti, kjer se proizvajajo proizvodi in nudijo storitve, po katerih turist neposredno povprašuje, jih kupi ali vzame v najem (npr. hoteli, marine, športna igrišča ipd.).
- Turistična superstruktura. Zajema rezultate proizvodnje v obratih turistične infrastrukture; to je turistični proizvod in storitve (npr. storitve v gostinstvu, agencijah, trgovini, transpotu in obrti, po katerih povprašuje turist).

»Oba dela turistične ponudbe sta med seboj tesno povezana in drug od drugega odvisna. Naravne in kulturne privlačnosti brez vsakega dodatka dela za turiste niso zanimive, ker jih večinoma sploh ne morejo uporabljati. Brez dobrin sekundarne turistične ponudbe ostanejo le privlačnosti, ki se ne pojavijo na trgu« (Planina, Mihalič, 2002, str. 157).

Največje podjetje v turističnem sektorju, ki je nosilec turističnega razvoja v Novi Gorici, je podjetje HIT d. d. Podjetje je specializirano na področju sodobno oblikovane igralniško-

zabaviščne ponudbe. V petih kazinojih, petih hotelih in petnajstih restavracijah (tudi v drugih občinah) poskrbi 1600 zaposlenih za 1.500.000 gostov na leto. S svojo ponudbo je veliko prispevalo k živahnosti in razvoju mesta. Blagovna znamka HIT je prepoznavna tako v Sloveniji kot v tujini. Osnovni turistični proizvod Mestne občine Nova Gorica je torej igralništvo, ki je nasploh glavni tvorec turizma občine. Podjetje HIT d. d. nima namena bistveno diverzificirati svoje ponudbe, kljub temu pa veliko prispeva k razvoju druge turistične ponudbe v Novi Gorici in njeni okolici. Turist v Novi Gorici zaznava igralništvo kot del osnovne turistične ponudbe.

4.2.1. Turistične zmogljivosti po vrstah zmogljivosti v Mestni občini Nova Gorica

Turistične zmogljivosti po vrstah zmogljivosti v Mestni občini Nova Gorica so v nadaljevanju prikazane na podlagi zadnjih razpoložljivih podatkov.

A. Primarna turistična ponudba MONG:

- Naravna dediščina. V občini ni večjih naravnih privlačnosti, ki bi kot primarni turistični produkt pritegovale goste in obiskovalce iz drugih krajev. Kljub temu pa je v občini nekaj manjših naravnih znamenitosti, ki lahko ob ustrezni vključitvi v turistično ponudbo postanejo sekundarne privlačnosti. Dobro ohranjeno naravno zaledje ponuja veliko možnosti za razvoj turizma povezanega z gibanjem in športi v naravi. Speljanih je že nekaj rekreativnih poti: gozdna učna pot, trim steza in sprehajalne poti na Panovcu, kolesarske in planinske poti (Sabotin, Sveta Gora, Kekec, Škabrijel itd.). Veliko možnosti je tudi za alternativne športe – kajakaštvo, prosto plezanje, jadralno padalstvo...
- Kulturna dediščina. Kulturna dediščina se vključuje v ponudbo občine. Njeni potenciali niso optimalno izkoriščeni. Obisk posameznih atrakcij niha, ponudba pa se ne razlikuje od klasične ponudbe drugih področij (ogledi, pasivne razstave...). Muzeje obišče vsako leto manj obiskovalcev. Najbolj je obiskan muzej v Kromberku, sledi muzej 1. svetovne vojne na Sveti Gori in grobnica na Kostanjevici. Aktivno vključevnje v turistično ponudbo v obliki žive predstavitve, pogostih menjav razstavnih eksponatov, organizacijo tematskih prireditev ipd. bi zagotovo povečalo atraktivnost območja.

B. Sekundarna turistična ponudba MONG:

- Nastanitev. Po podatkih Statističnega urada RS je število prenočitvenih zmogljivosti v MONG junija 2007 znašalo 730 ležišč in sicer: 541 v hotelih (od tega jih je 125 v kategoriji ležišč s tremi zvezdicami, 416 pa v kategoriji ležišč s štirimi zvezdicami), 21 v gostiščih (v kategoriji ležišč z eno zvezdico), 9 v prenočiščih (v kategoriji ležišč s tremi zvezdicami), 90 v kampih, 30 v turističnih kmetijah z nastanitvenimi zmogljivostmi (od tega jih je 10 v turističnih kmetijah v kategoriji z dvema jabolkami, 20 pa s tremi jabolki), 13 v sobah in 26 v delavskih počitniških domovih. V občini ni ležišč najvišje kategorije (petih zvezdic), primanjkuje pa tudi prenočišč v nižjem cenovnem razredu (predvsem ene zvezdice). Nekaj potencialnih zmogljivosti je v dijaškem domu, vendar so razpoložljive le v času šolskih počitnic. Hotelska ponudba je skoncentrirana v mestu, ostale zmogljivosti pa so razpršene po

vsej občini. Od junija 2006 do junija 2007 se je število prenočitvenih zmogljivosti v MONG povečalo iz 623 na 730. To pomeni, da število razpoložljivih zmogljivosti sledi povečanju števila obiskovalcev Nove Gorice in okolice.

- Gostinstvo. Nova Gorica leži na širšem področju, ki je znano po gastronomski ponudbi. V občini je preko 50 barov in okrepčevalnic, šest picerij, 19 gostiln in 8 restavracij. Restavracije so predvsem v Novi Gorici, v drugih krajih so klasične gostilne in kmečki turizmi. Velikost gostinskih obratov je zelo različna in omogoča zadovoljevanje potreb različnih tržnih segmentov. Ponudba zajema jedi, tipične za to območje ter jedi drugih poznanih kuhinj (mediteranske, italijanske...). Področje je poznano tudi po vinu, v občini je nekaj osmic in vinotočev povezanih z vinsko cesto.
- Prometne povezave. Mesto ima zelo dobro razvito povezavo z avtobusnimi linijami. HIT-ov brezplačni avtobus vozi na relaciji mednarodni mejni prehod Rožna Dolina, Nova Gorica - igralnica Park, Nova Gorica - igralnica Perla, Solkan - hotel Sabotin, Šempeter - hotel Lipa. Nova Gorica ima železniške povezave z Jesenicami, Bledom, Bohinjsko Bistrico, Mostom na Soči, Sežano in Divačo. Občina nima letališča, leži pa v bližini letališč v Ljubljani, Trstu in Benetkah. Te povezave in izgradnja hitrih oziroma avtocestnih povezav predstavljajo dobro osnovo za nadaljni razvoj prometa in lajšajo dostopnost območja in s tem povečujejo njegove zmožnosti za nadaljni razvoj turizma.
- Prireditve. Kulturni dom, Mladinski center, Turistična zveza, turistična društva in druga društva v občini letno organizirajo številne prireditve. Večina prireditev je lokalnega značaja, ki pa imajo (vsaj nekatere) potencial za razvoj v atrakcijo za širše področje.
- Kongresi in poslovna srečanja. Največji ponudnik infrastrukture na področju kongresov je HIT d. d. z novozgrajenim kongresnim centrom z dvoranami za 300, 100 in 4x20 oseb. Poleg tega je v občini možno gostiti srečanja še v dvoranah gledališča in kinodvorani (obe po cca 350 oseb). V stavbi Občine je tudi sejna soba, ki lahko sprejme do 200 oseb. Organizacija večjega dogodka lahko napolni vse hotelske zmogljivosti. Možnosti za nadaljni razvoj kongresnega turizma se kažejo v povezavi z nastankom visokošolskega in raziskovalnega središča Primorske Nova Gorica. Geo-prometna lega mesta je odlično izhodišče za prirejanje različnih srečanj.
- Trgovina. V občini ni trgovske ponudbe, ki bi lahko delovala kot razlog prihoda obiskovalcev na območje občine. Možna vključitev trgovine v turistično ponudbo je pogojena z novimi, inovativnimi zasnovami ponudbe v povezavi z zabavo ali strogo profilirani ponudbi.
- Turistične storitve in organiziranost turizma. Na področju Mestne občine deluje 13 turističnih agencij oziroma turističnih posrednikov. V občini deluje tudi osem turističnih društev in turistična zveza. Ustanovljena je tudi lokalna turistična organizacija, ki pa še ni pričela delovati. V mestu je tudi TIC – turistični informativni center.

- Igralnice. Za občino Nova Gorica velja, da ima nediverzificirano turistično ponudbo, saj je njen najprivlačnejši turistični produkt igralništvo. Po zaslugi podjetja HIT d. d. je kraj postal prepoznaven po igralništvu. HIT d. d. ima več desetletno tradicijo in je eno največjih turističnih podjetij v Sloveniji. Drugi turistični produkti, ki jih ponuja HIT d. d. (kot so ponudba restavracij, koncerti, wellness, predstave...), le nadgrajujejo osnovno igralniško doživetje gostov. V letu 2002 je igralniško turistično ponudbo občine popestril igralni salon v lasti podjetja Mako d. o. o.. V naslednjem letu 2003 so koncesije za prirejanje iger na srečo v igralnih salonih dobili še trije saloni in sicer saloni podjetij Miz d. o. o., Inclub d. o. o. in Eximo d. o. o.. HIT-ove igralnice sodijo med največje in najsodobnejše igralnice v Evropi. V Novi Gorici so med prvimi v Evropi začeli z uvajanjem ameriškega sistema igranja na srečo za širše množice. Igralnici Park in Perla, ki predstavljata najpomembnejši del novogoriške turistične ponudbe, se med seboj razlikujeta po ponujeni vsebini. Igralnica Park je namenjena tistemu segmentu, ki mu je kakovostna ponudba igranja na srečo sama po sebi dovolj. Perla pa je namenjena segmentu gostov, ki jih poleg igranja zanimajo tudi koncerti, nočna zabava...
- Wellness (narava, zdravje, dobro počutje in veselje do življenja). Prednost občine je v raznoliki ponudbi na majhnem področju (gozdovi, reka Soča, Sveta Gora...). Neizkoriščeni, dobro ohranjeni naravni viri omogočajo razvoj kakovostne ponudbe za šport in rekreacijo ter umiritev stresa in iskanje notranjega ravnovesja. Gostje v Mestni občini Nova Gorica pa vseeno zelo pogrešajo wellness storitve, saj je ta ponudba preveč monotona in relativno nizke kakovosti.

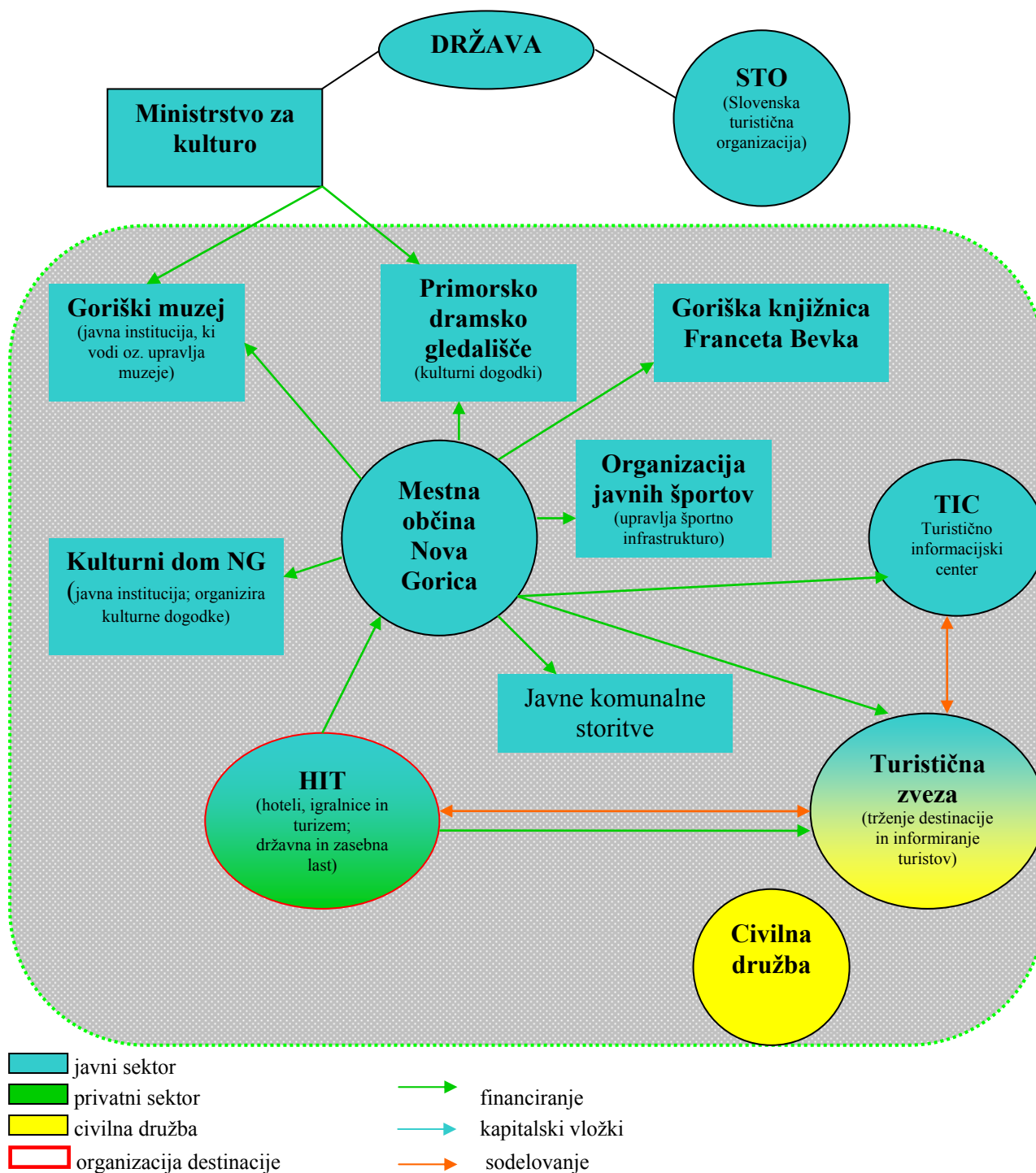
Seznam turističnih zmogljivosti po vrstah zmogljivosti v MONG za leto 2007 je detajlno predstavljen v Prilogi 1.

4.3. ORGANIZACIJA TURISTIČNE PONUDBE V MESTNI OBČINI NOVA GORICA

4.3.1. Deležniki destinacije, organizacija turistične ponudbe in organizacijska struktura v Mestni občini Nova Gorica

Buhalis (2000, str. 97) definira destinacijo kot skupek turističnih proizvodov, ki potrošnikom nudijo celovito izkušnjo. Poleg tega jo opredeljuje tudi kot skupek različnih skupin deležnikov. V diplomski nalogi izpostavljam pet širših skupin deležnikov znotraj destinacije: turisti, privatni sektor, javni sektor, civilna družba in organizacija managementa destinacije (DMO - destination management organization). Zelo pomembni deležniki so turisti. Razumevanje njihovih potreb in spremljanje njihovih nivojev zadovoljstva je potreben kriterij za uspeh destinacije v današnjem konkurenčnem svetu. V zasebnem sektorju najdemo poslovna telesa, ki delujejo v sektorju turizma in potovanj. Kategorijo javnega sektorja predstavljajo telesa, ki delujejo v javnem in vladnem sektorju. V civilno družbo uvrščamo populacijo gostiteljev in predstavnike številnih nevladnih organizacij v sektorju turizma in potovanj. Končno prepoznamo DMO kot institucijo, ki je zadolžena za stimulacijo sodelovanja med vsemi deležniki na nivoju destinacije in upravljanja ter trženja destinacije z namenom doseči strateške cilje le-te (Prašnikar et al., 2005, str. 258 – 259).

Slika 2: Podrobna organizacijska struktura turistične destinacije Mestne občine Nova Gorica



Vir: Prašnikar et al., 2005, str. 266.

Rezultati raziskav so pokazali nizek nivo sodelovanja med trenutnimi oziroma obstoječimi deležniki zaradi nasprotajočih si interesov deležnikov. Podjetje HIT d. d. zaradi visokih davkov na igre na srečo v Sloveniji pomembno financira proračun Mestne občine Nova Gorica, medtem ko Mestna občina ne reinvestira celoten prejeti fond za razvoj turizma. To je glavna prepreka za boljše sodelovanje med javnim in privatnim sektorjem (Prašnikar et al., 2005, str. 267).

Turistična ponudba v Mestni občini Nova Gorica ni diverzificirana in je osredotočena na ponudbo igralništva. To dejstvo ni pomagalo turističnim ponudnikom v MONG pri oblikovanju učinkovitih organizacijskih struktur na ravni destinacije. Javni sektor ni uspel uporabljati koristi razvitih v zasebnem sektorju in dopolniti trenutno homogeno turistično ponudbo ter uvesti edinstveno destinacijsko kot blagovno znamko. Mestna občina financira institucije odgovorne za kulturno, zgodovinsko in športno turistično ponudbo, medtem ko je za splošno infrastrukturo destinacije (promet, odvoz smeti...) odgovorna komunalna služba. Največje podjetje v turističnem sektorju, ki je nosilec turističnega razvoja v Novi Gorici, je podjetje HIT d. d., katerega glavna dejavnost (visoko razvita) so igre na srečo, medtem ko je blagovna znamka HIT prepoznavna v Sloveniji in tujini. Organizacija, ki očitno predstavlja DMO je Turistično Združenje (TA - turist association) Nove Gorice. Glavne aktivnosti TA Nova Gorica so trženje destinacijske ponudbe in širjenje turističnih informacij med turisti. TA Nova Gorica je financirana iz proračuna Mestne občine, ki črpa vire iz koncesijskih fondov in turističnih davkov. Javni sektorji niso aktivni deležniki na ravni destinacije (Prašnikar et al., 2005, str. 265).

4.4. TURISTIČNO POVPRASEVANJE V MESTNI OBČINI NOVA GORICA

Turistično povpraševanje je opredeljeno kot količina turističnih dobrin, storitev in blaga ter kulturnih vrednot, ki jih turisti oziroma začasni obiskovalci želijo po primerni ceni in ustreznem deviznem tečaju (Andrejčič et al., 1997, str. 79).

Bistveni dejavniki turističnega povpraševanja so (Middleton, 2001, str. 54 - 66):

- Ekonomski dejavniki (dohodek, razpoložljiv za turistično porabo, cene turističnih dobrin, cene drugih dobrin).
- Demografski dejavniki (staranje prebivalstva, velikost in struktura gospodinjstev, število ločitev in ponovnih sklepanj zakonskih zvez, struktura izobrazbe).
- Geografski dejavniki (klima in pokrajinska privlačnost, velikost ozemlja, geografska lega, dostopnost).
- Socio-kulturni dejavniki (ideje, aspiracije, verovanja, prepričanja ljudi, potreba po rekreaciji).
- Osebna mobilnost (razpoložljivost osebnih avtomobilov in dostopnost do turističnih destinacij).
- Vladni regulativni dejavniki (transportne ureditve, ureditve na področju turističnih dejavnosti in hotelirstva – skrb za pravice potrošnikov, informacijski rezervacijski sistem, nove ureditve na področju zaščite okolja).
- Medijsko komuniciranje (TV – razvoj specializiranega turističnega programa, internet, časopisi, revije).
- Informacijska in komunikacijska tehnologija (internet).

4.4.1. Klasifikacija potnikov

Izraz potniki se nanaša na osebe, ki pri potovanju prestopijo državno mejo (v tem primeru gre za mednarodne potnike). Pri domačih potnikih oziroma turistih pa je merodajna zapustitev kraja stalnega bivališča neodvisno od tega, ali so registrirani s strani turistične statistike ali ne. Iz

turistične statistike so izvzeti tisti potniki, katerih motiv za prestop meje ni turističen (obmejni delavci, emigranti, nomadi, tranzitni potniki v tranzitnih conah, begunci, pripadniki oboroženih sil, predstavniki konzularnih služb ter diplomati). Potniki, ki so zajeti v turistično statistiko (vanjo glede na motiv potovanja tudi sodijo), se imenujejo obiskovalci.

Po WTO je obiskovalec opredeljen kot katerakoli oseba, ki odpotuje izven običajnega življenjskega okolja za dobo manj kot 12 mesecev, vendar ne zaradi opravljanja aktivnosti, ki bi jih plačali v obiskanem kraju. Osebe, ki migrirajo zaradi zaposlitve, niso vključene med obiskovalce - to opredeljuje zadnja omejitev, ki se nanaša na motiv potovanja. Obiskovalce delimo v dve podskupini. Prva podskupina so turisti. To so obiskovalci, ki ostanejo v obiskani državi vsaj eno noč, ampak manj kot leto dni. Druga podskupina so enodnevni obiskovalci, ki so opredeljeni kot osebe, ki ostanejo v obiskani državi manj kot 24 ur. Najpomembnejša podskupina so enodnevni obiskovalci (poleg potnikov na križarjenju ter nerezidenčnih letalskih in ladijskih posadk) (Planina, Mihalič, 2002, str. 26 - 27).

Kategoriji turisti in enodnevni obiskovalci imata enake motive za potovanja. Svetovna turistična organizacija (WTO) le-te sistematizira v skupine (Planina, Mihalič, 2002, str. 26):

- Motivi v zvezi s preživljanjem prostega časa in počitnic, kamor sodijo sprostitve, kulturni dogodki, zdravje, šport in drugo.
- Motivi v zvezi z obiskovanjem prijateljev in sorodnikov.
- Motivi v zvezi s posli in stroko, kamor sodijo sestanki, poslovna potovanja, posli in drugo.
- Motivi v zvezi z zdravljenjem.
- Motivi v zvezi z romanjem in vero.
- Drugi motivi.

4.4.2. Prihodi in prenočitve turistov po državah

Tabela 1: Prihodi in prenočitve turistov po državah za leto 2005 in 2006

		Države skupaj	Domači	Tuji	Avstrija	Bolgarija	Hrvaška	Italija	Srbija in Črna gora	Nemčija	Velika Britanija	ZDA	Druge države
2005	Prihodi turistov	58227	5677	52550	1377	536	1060	42733	585	845	498	411	4505
	Število prenočitev	93646	8459	85187	2033	630	1912	66302	1300	2243	1187	674	8906
2006	Prihodi turistov	60367	4505	55862	1246	554	1216	45334	545	1076	459	446	4986
	Število prenočitev	99551	7777	91774	2096	637	2246	70757	1340	2200	1189	867	10442

Vir: Podatkovni portal SI-STAT, 2007.

Podatki v zgornji tabeli so prikazani na podlagi zadnjih razpoložljivih podatkov. Iz le-te lahko razberemo, da se je število prihodov in nočitev tujih turistov v letu 2006 glede na leto 2005

povečalo, kar kaže na povečano turistično povpraševanje tujih turistov v MONG. Po drugi strani je leta 2006 opaziti zmanjšanje števila domačih turistov glede na leto 2005. Ugotovimo, da se število vseh turistov v zadnjih letih povečuje. Iz zgornje tabele je tudi opaziti, da največji delež tujih turistov prihaja iz Evropske Unije in držav bivše Jugoslavije. Po velikem številu vseh prihodov in nočitev tujih turistov po posameznih letih najbolj izstopajo italijanski turisti. Iz tega lahko sklepam, da so italijanski turisti za MONG ključnega pomena.

5. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V MESTNI OBČINI NOVA GORICA

Igralniška ponudba sodi v širšo turistično ponudbo Nove Gorice. Kot sem že omenil, ima trenutno Nova Gorica nediverzificirano turistično ponudbo, saj je njen daleč najprivlačnejši produkt igralništvo. Ostali turistični produkti, ki jih destinacija lahko ponudi svojim gostom, so nerazviti ali niso vključeni v turistično ponudbo destinacije. To so prepoznali tudi avtorji Strategije razvoja turizma v Mestni občini Nova Gorica, ki spodbuja razvoj destinacije v konceptu zabaviščne regije, in poleg igralništva predlagajo razvoj kongresnega in wellness turizma (Luin, Brezovec, 2001, str. 69). Strategija se zavzema za povečanje prepoznavnosti turistične destinacije Nova Gorica in za oblikovanje turističnega produkta, ki bi lahko zadržal gosta v Novi Gorici več kot en dan.

5.1. VIZIJA RAZVOJA, POSLANSTVO IN STRATEŠKI CILJI

5.1.1. Vizija razvoja turizma v Mestni občini Nova Gorica

Novogoriška občina bo postala priznana in privlačna in dobro obiskovana turistična destinacija, poznana v Srednji Evropi, usmerjena v sodoben in inovativen turizem, ki ustvarja visoko dodano vrednost.

5.1.2. Globalni razvojni cilji

Razvojno vizijo bo občina uresničevala z globalnimi razvojnimi cilji, ki so vsebinsko predstavljeni v štirih sklopih.

1. Družbeno politični cilji.

- Turistična dejavnost predstavlja eno od strateških gospodarskih dejavnosti v Mestni občini Nova Gorica (turistična občina).
- Z razvojno politiko se zagotavlja optimalno izrabo danosti in resursov, predvsem pa se podpira usmeritve v oblikovanje novih, sodobnih in tržno zanimivih turističnih programov.

2. Okoljski cilji.

- Turistična dejavnost je v korist lokalnega prebivalstva.

- Turizem v MONG ustvarja kvalitetna delovna mesta, zagotavlja uravnotežen in trajnostni razvoj območja.
- Strokovnjaki radi prihajajo živeti in delati na Goriško.

3. Gospodarski cilji.

- Goriška postane tržno razpoznavna, priznana in dobro obiskana srednjeevropska turistična destinacija.
- Turistična ponudba MONG je usklajena in povezana z drugimi prioritetnimi razvojnimi panogami, jih programsko dopolnjuje, nadgrajuje in spodbuja.

4. Cilji organiziranosti.

- Zagotoviti najučinkovitejši način organiziranosti in ustrezne pogoje za izvajanje sprejetih programov.

5.2. STRATEŠKA PODROČJA TURISTIČNE RAZVOJNE POLITIKE

Turistični proizvodi ter organizacija turizma in trženja sta strateško pomembna elementa, ki neposredno vplivata na turistično privlačnost nekega območja, zato je potrebno zagotoviti pogoje za njuno čimuspешnejše oblikovanje in izvajanje.

Občinska razvojna politika je opredelila štiri ključna področja, s pomočjo katerih oblikuje, načrtuje, spodbuja, usmerja in spremlja turistični razvoj ter prilagaja ukrepe. Ta področja so:

1. razvojna turistična politika;
2. okolje in turizem;
3. oblikovanje turističnih proizvodov;
4. organiziranost in trženje.

Vsako od razvojnih področji ima opredeljene strateške cilje ter naloge in ukrepe za doseg teh ciljev. Le-ti so podrobneje predstavljeni v tabeli v Prilogi 2.

6. ANALIZA REZULTATOV ANKETE

6.1. METODOLOGIJA

6.1.1. Oblikovanje anketnega vprašalnika

Pri oblikovanju anketnega vprašalnika je treba paziti, da ne bodo posamezna vprašanja presplošna, izogibati se moramo sugestivnih vprašanj, osredotočiti se moramo na bistvo in cilje tržne raziskave (Devetak, Vukovič, 2002, str. 81). Tudi sam sem se pri oblikovanju anketnega vprašalnika skušal držati teh pravil. Anketni vprašalnik sestavlja več sklopov vprašanj, ki so večinoma merjena na petstopenjski lestvici od ena (sploh se ne strinjam) do pet (popolnoma se strinjam). Za večino vprašanj sem preveril, ali obstajajo statistično značilne razlike med

prebivalci glede na različne demografske kazalnike (spol, starost, izobrazba, zaposlitveni status in dohodek).

6.1.2. Cilji in namen raziskave

Za turizem velja, da je tesno povezan z okoljem, v katerem se odvija, ter da je to kapitalsko zahtevna dejavnost. Turizem torej vpliva tako na naravno kot tudi na socialno okolje. Odnos prebivalstva do turizma pa dolgoročno vpliva na razvoj le-tega. Neupoštevanje potreb in želja prebivalstva pri načrtovanju turističnega razvoja nosi negativne posledice. Te negativne posledice se odražajo v negativnem odnosu prebivalstva do turizma in turistov nasploh. Negostoljubnost (neprijaznost) prebivalstva ne zagotavlja dolgoročnega razvoja turizma.

S pomočjo raziskave med prebivalci MONG sem želel preveriti, kakšno je mnenje širše javnosti o turizmu in igralništvu, njunem razvoju in vplivu na civilno družbo MONG. Anketiranje je potekalo na terenu na podlagi vnaprej pripravljenega vprašalnika (glej Priloga 3), izvedeno pa je bilo v času od 26. do 31. julija 2007 na širšem območju Mestne občine Nova Gorica. V anketi je sodelovalo 140 polnoletnih anketirancev - prebivalcev Mestne občine Nova Gorica, od tega je bilo 126 pravilno izpolnjenih anket.

Cilji, ki sem jih želel doseči s to raziskavo, so sledeči:

1. Ugotoviti, kakšno je splošno mnenje prebivalcev MONG o turizmu in igralništvu v MONG (ali radi živijo v turističnem kraju kot je Nova Gorica, ali podpirajo nadaljni razvoj turizma in igralništva, kako ocenjujejo razvitost turistične in igralske ponudbe, kako močan in kakšen je po njihovem mnenju vpliv koncentracije igralništva v mestnem središču na podobo in življenjske razmere v mestu Nova Gorica ter katera vrsta turizma ima največji vpliv na razvoj turizma v MONG). To je zajemalo prvih sedem vprašanj v vprašalniku.
2. Ugotoviti, kakšen je vpliv igralništva na civilno družbo MONG (kako pogosto obiskujejo prebivalci MONG igralnice ali igralne salone, razlogi za njihov obisk, mnenja prebivalcev o pozitivnih in negativnih učinkih igralništva na civilno družbo) - vprašanja osem, devet in deset v vprašalniku.
3. Ugotoviti, kakšen je vpliv turizma na civilno družbo MONG (mnenja prebivalcev MONG o pozitivnih in negativnih učinkih turizma na civilno družbo) – vprašanje enajst v vprašalniku.

Turistična ponudba MONG temelji predvsem na igralništvu. Na podlagi raziskave postavljam hipoteze prvega sklopa vprašanj o splošnem mnenju prebivalcev MONG glede turizma in igralništva.

Hipoteza 1: Velika večina prebivalcev rada živi v turističnem kraju kot je Nova Gorica.

Hipoteza 2: Bolj kot so prebivalci izobraženi, večjo podporo dajejo nadaljnemu razvoju turizma.

Hipoteza 3: Manj izobraženi prebivalci bolj podpirajo nadaljni razvoj igralništva kot bolj izobraženi prebivalci.

Hipoteza 4: Prebivalci ocenjujejo turistično ponudbo MONG kot slabo razvito, igralniško ponudbo pa kot zelo razvito.

Hipoteza 5: Mnenje o tem, kolikšen in kakšen je vpliv koncentracije igralništva v mestnem središču na podobo in življenjske razmere v mestu Nova Gorica, se razlikuje glede na starost prebivalcev.

Hipoteza 6: Igralništvo ima največji vpliv na razvoj turizma v MONG.

Naslednje hipoteze se nanašajo na sklop vprašanj o pogostosti in vzrokih obiskovanja igralnic in igralnih salonov ter o pozitivnih in negativnih vplivih igralništva na civilno družbo. Na podlagi raziskave postavljam hipoteze o vplivih igralništva na civilno družbo MONG.

Hipoteza 7: V igralnice ali igralne salone zahaja večji delež prebivalcev z višjim mesečnim neto dohodkom.

Hipoteza 8: V igralnice ali igralne salone zahaja več moških kot žensk.

Hipoteza 9: Prebivalci z višjim mesečnim neto dohodkom obiskujejo igralnice ali igralne salone bolj zaradi razvedrila in zabave, tisti z nižjim pa bolj zaradi igranja samega.

Hipoteza 10: Najbolj se s trditvijo, da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo, strinjajo zaposleni.

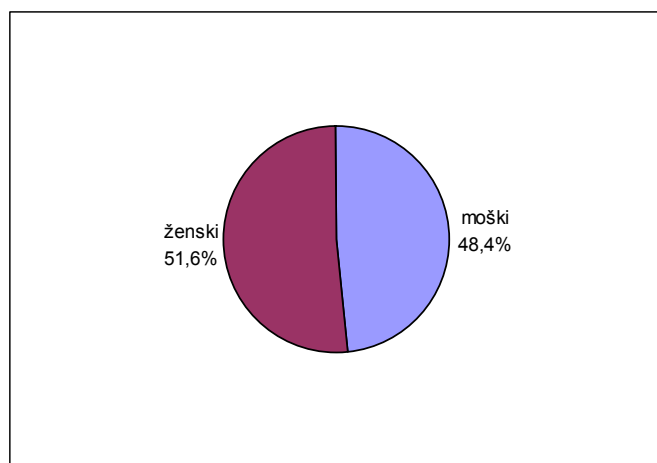
Zadnja hipoteza se nanaša na pozitivne in negativne vplive turizma na civilno družbo MONG.

Hipoteza 11: Vsi prebivalci, ne glede na status, se strinjajo, da ima turizem več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo.

6.2. SOCIODEMOGRAFSKI PODATKI ANKETIRANCEV

6.2.1. *Spol anketirancev*

Slika 3: Spol anketirancev

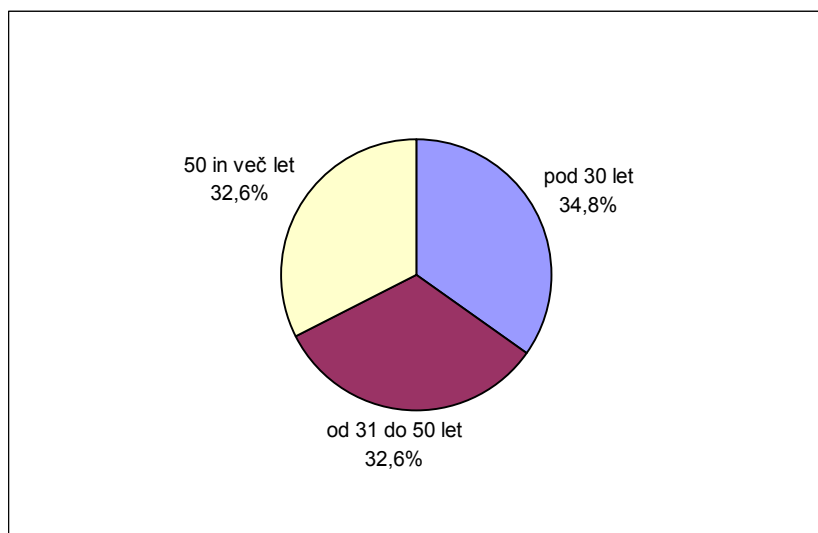


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Na anketna vprašanja je odgovarjalo približno pol žensk (51,6 odstotka) in pol moških (48,4 odstotka). Na dan 31.12. 2006 je bilo po podatkih Statističnega Urada Republike Slovenije v Mestni občini Nova Gorica 50,8 odstotka ženskega (18.322) in 49,2 odstotka moškega (17.776) prebivalstva. Moj vzorec je torej po spolu primerljiv oziroma se ujema z dejanskim stanjem v občini.

6.2.2. Starostna struktura anketirancev

Slika 4: Starostna struktura anketirancev

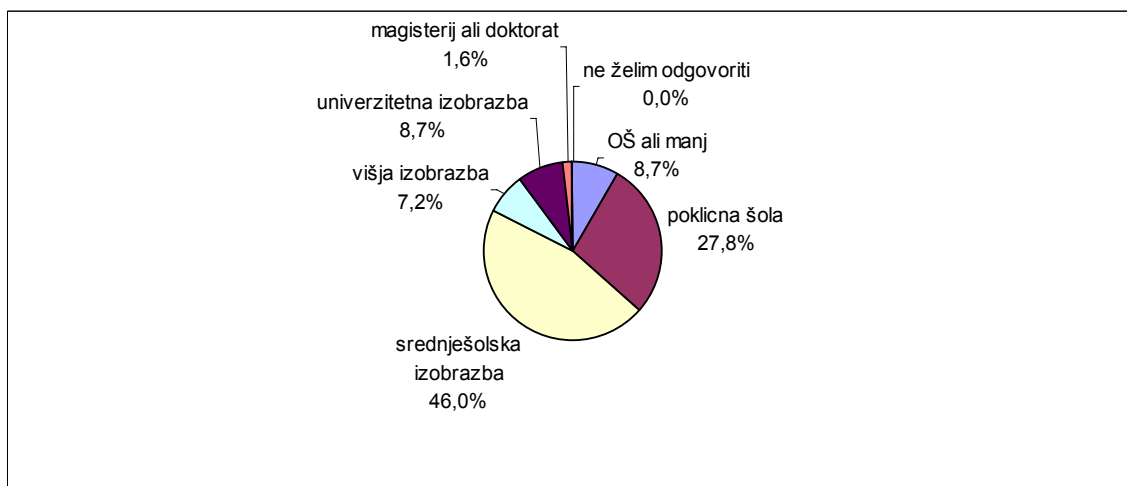


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Iz vsakega starostnega razreda je bila približno tretjina anketirancev, in sicer: 34,8 odstotka jih je bilo starih pod 30 let, 32,6 odstotka jih je bilo starih od 31 do 50 let, 32,6 odstotka pa starejših od 50 let.

6.2.3. Izobrazba anketirancev

Slika 5: Izobrazba anketirancev

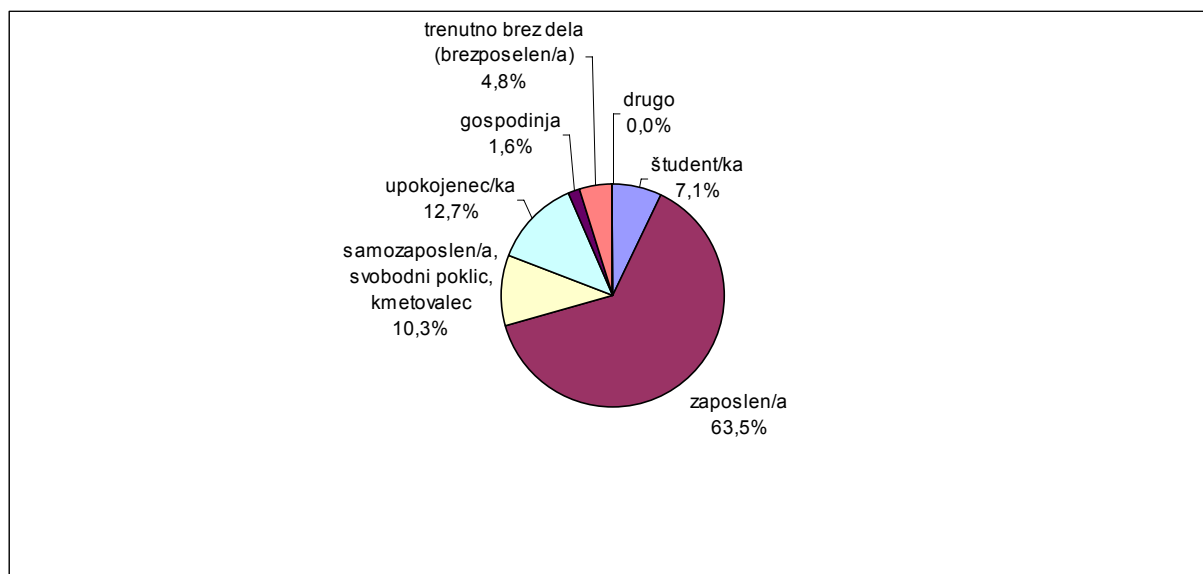


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Večina anketirancev (73,8 odstotka) ima dokončano poklicno ali štiriletno srednjo šolo, slaba petina (17,5 odstotka) ima najmanj višjo izobrazbo, slabih devet odstotkov pa ima osnovnošolsko ali nižjo izobrazbo.

6.2.4. Status anketirancev

Slika 6: Status anketirancev

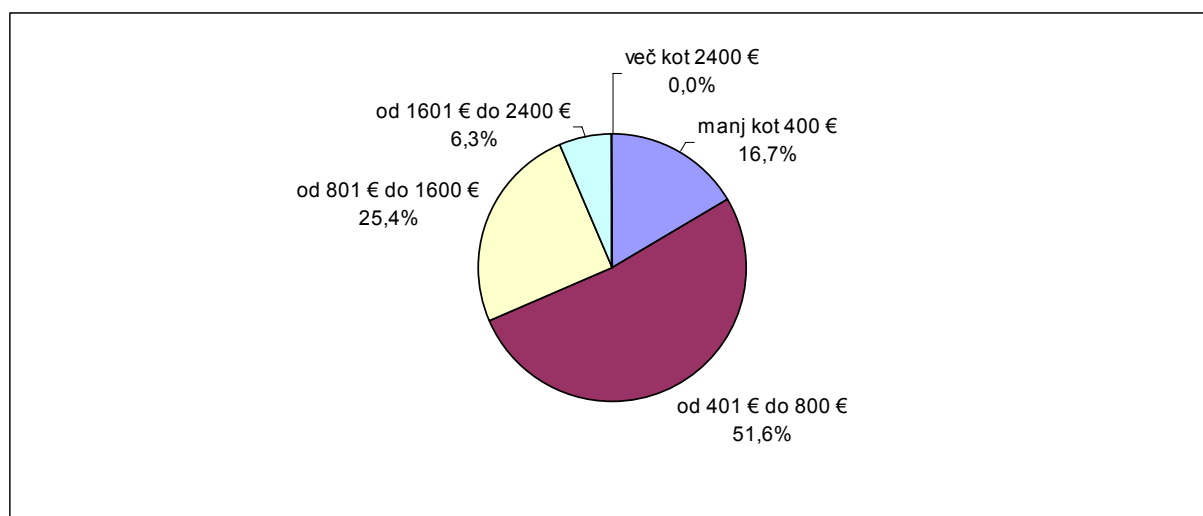


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Večina anketirancev (73,8 odstotka) je zaposlenih ali samozaposlenih, opravljajo svobodni poklic oziroma so kmetovalci, dobra desetina jih je upokojenih, slaba desetina je študentov, slaba dvajsetina je brezposelnih, slaba dva odstotka pa je gospodinj.

6.2.4. Osebni mesečni neto dohodek anketirancev

Slika 7: Osebni mesečni neto dohodek anketirancev



Vir: Lastna raziskava, 2007.

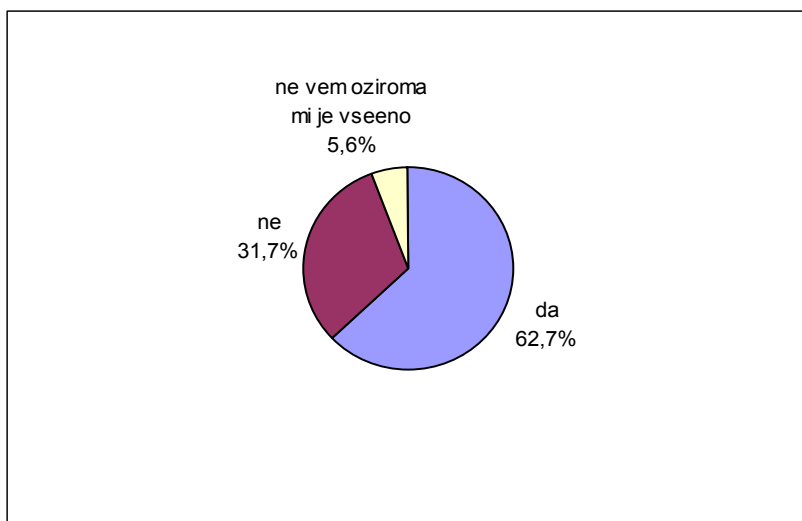
Večina anketirancev (68,3 odstotka) ima mesečno neto plačo do 800 €, slaba tretjina pa 801 € in več. Nihče od anketirancev ne zasluži več kot 2400 €.

6.3. MNENJA ANKETIRANCEV O TURIZMU IN IGRALNIŠTVU V MESTNI OBČINI NOVA GORICA

6.3.1. Zadovoljstvo z bivanjem v turističnem kraju kot je Nova Gorica

Prvo izmed vsebinskih anketnih vprašanj se glasi: Ali radi živite v turističnem kraju, kot je Nova Gorica? Iz Slike 8 je razvidno, da slabi dve tretjini anketirancev (62,7 odstotka) radi živita v turističnem kraju, kot je Nova Gorica, slaba tretjina anketirancev (31,7 odstotka) pa ne. Na osnovi teh rezultatov se potrdi prva hipoteza, da velika večina prebivalcev občine rada živi v turističnem kraju kot je Nova Gorica.

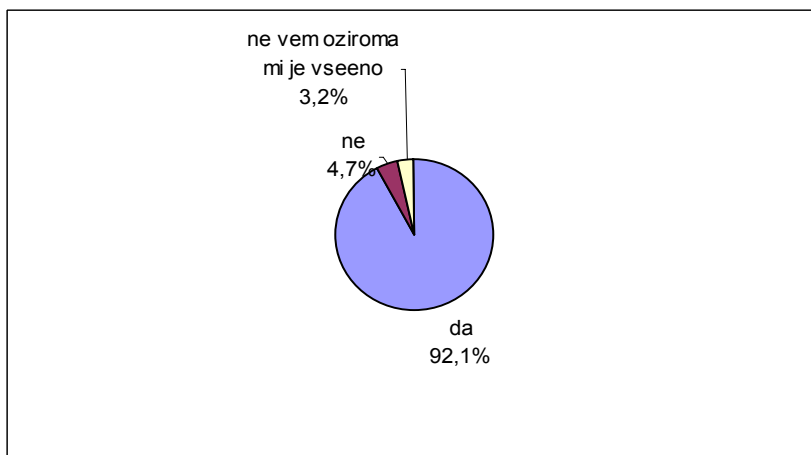
Slika 8: Mnenja anketirancev o tem, ali radi živijo v turističnem kraju kot je Nova Gorica



Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.3.2. Podpiranje nadaljnega razvoja turizma v MONG

Slika 9: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj turizma v MONG

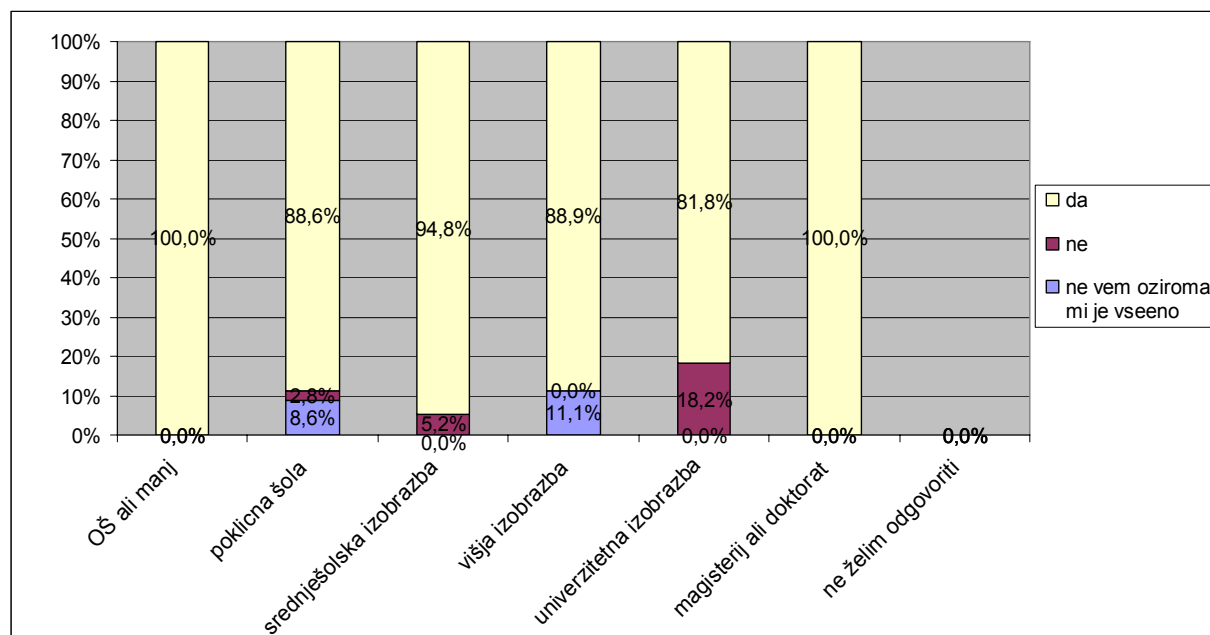


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Drugo izmed vsebinskih anketnih vprašanj se glasi: Ali podpirate nadaljni razvoj turizma v MONG? Iz Slike 9 na prejšnji strani lahko razberemo, da je velika večina anketirancev (92,1 odstotka) naklonjena nadaljnemu razvoju turizma.

6.3.3. Podpiranje nadaljnega razvoja turizma v MONG glede na izobrazbo

Slika 10: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj turizma v MONG glede na izobrazbo



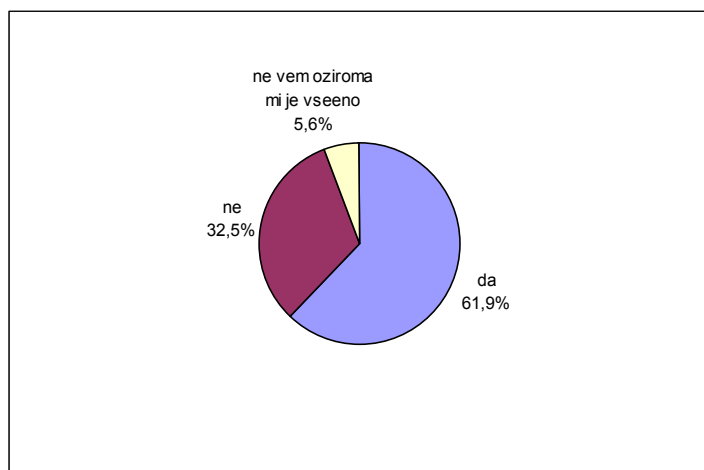
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Slika 10 zelo nazorno prikazuje, da velika večina anketirancev, ne glede na izobrazbo, zelo podpira nadaljni razvoj turizma v občini. Presenetljivo pa je to, da podpirajo nadaljni razvoj turizma prav vsi anketiranci z osnovnošolsko ali nižjo izobrazbo in anketiranci s podiplomsko izobrazbo, najmanj pa ga podpirajo vprašani z univerzitetno izobrazbo. Na osnovi ugotovitev, ne morem potrditi druge hipoteze, kjer sem predpostavil, da bolj kot so prebivalci izobraženi večjo podporo dajejo nadaljnemu razvoju turizma.

6.3.4. Podpiranje nadaljnega razvoja igralnštva v MONG

Tretje izmed vsebinskih anketnih vprašanj se glasi: Ali podpirate nadaljni razvoj igralnštva v MONG? Slika 11 na naslednji strani nam nazorno prikazuje, da velik delež anketirancev (61,9 odstotka) podpira nadaljni razvoj igralnštva, tretjina anketiranih pa je proti. Torej večina vprašanih podpira nadaljni razvoj igralnštva v MONG.

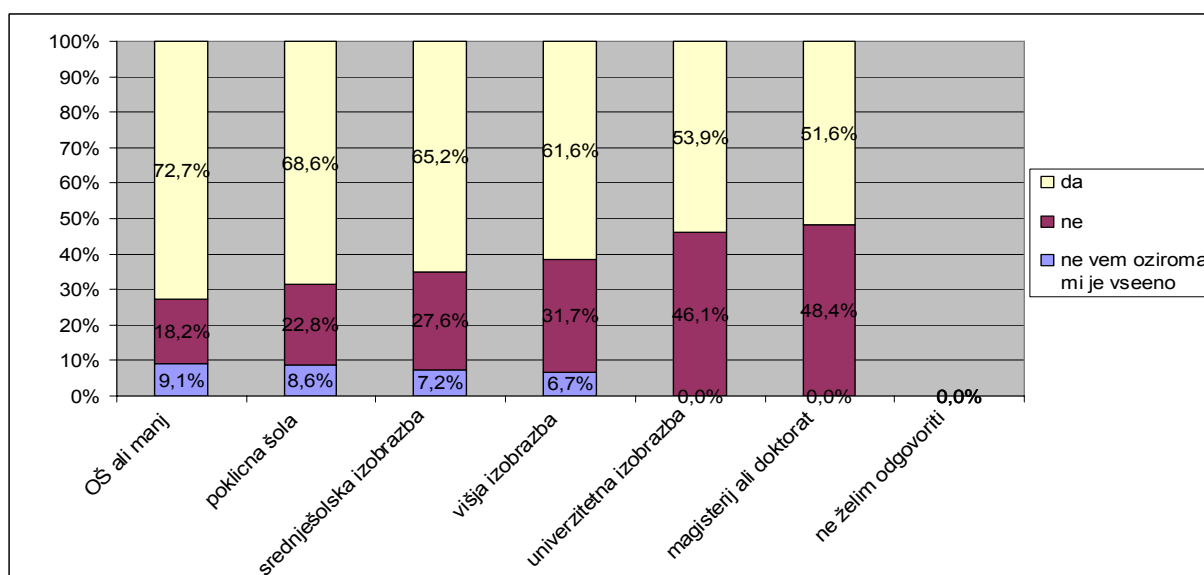
Slika 11: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj igralnštva v MONG



Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.3.5. Podpiranje nadaljnega razvoja igralnštva v MONG glede na izobrazbo

Slika 12: Mnenja anketirancev o tem, ali podpirajo nadaljni razvoj igralnštva v MONG glede na izobrazbo anketirancev

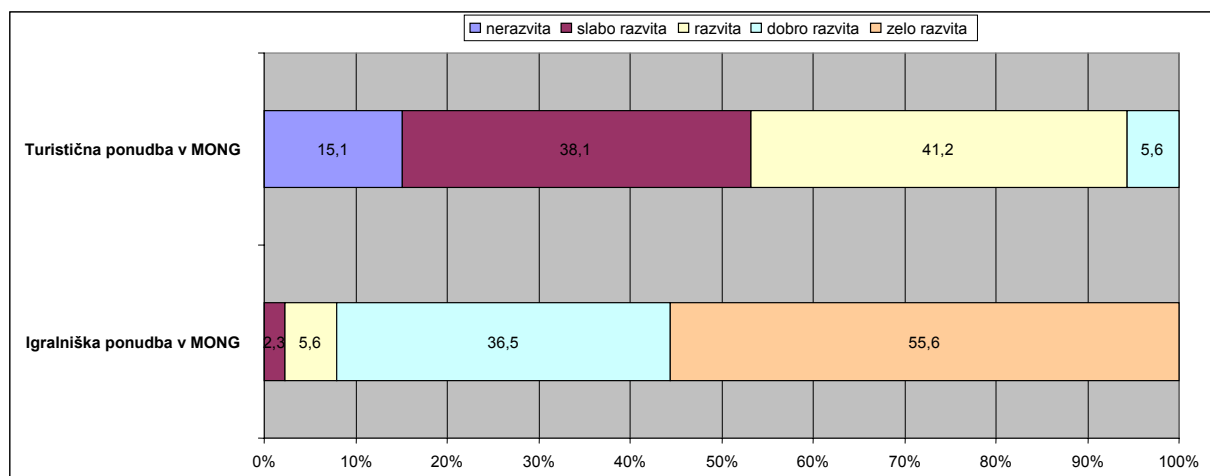


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Iz Slike 12 lahko razberemo, da anketiranci ne glede na izobrazbo bolj kot ne podpirajo nadaljni razvoj igralnštva. Z višanjem izobrazbe anketiranih se torej manjša podpora nadaljnemu razvoju igralnštva. Se pravi, da bolj kot so anketiranci izobraženi, manj podpirajo razvoj igralnštva. Najbolj podpirajo nadaljni razvoj igralnštva anketiranci z osnovnošolsko ali nižjo izobrazbo. Izstopajo pa anketiranci z univerzitetno in podiplomsko izobrazbo, saj so le-ti glede tega vprašanja precej deljenega mnenja. Vseeno jih večji del podpira nadaljni razvoj igralnštva. Tretja hipoteza, ki pravi, da manj izobraženi prebivalci bolj podpirajo nadaljni razvoj igralnštva, se torej na podlagi ugotovitev iz slike 12 v celoti potrdi.

6.3.6. Razvitost turistične in igralniške ponudbe v MONG

Slika 13: Ocene anketirancev o razvitosti turistične in igralniške ponudbe v MONG (odstotek)

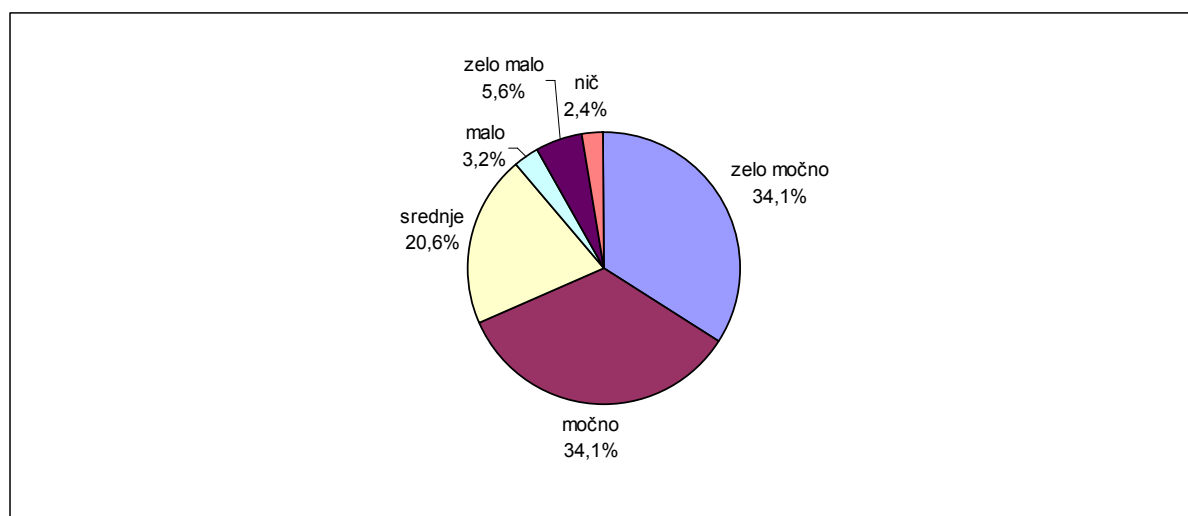


Vir: Lastna raziskava, 2007.

Na Sliki 13 lahko vidimo, da več kot polovica anketirancev (53,2 odstotka) ocenjuje turistično ponudbo MONG kot nerazvito oziroma slabo razvito, slaba polovica (41,2 odstotka) jih ocenjuje turistično ponudbo kot razvito. Večina anketirancev (79,3 odstotka) torej ocenjuje turistično ponudbo MONG kot slabo razvito oziroma razvito. Velika večina anketirancev (92,1 odstotek) pa ocenjuje igralniško ponudbo kot dobro oziroma zelo razvito. Na osnovi teh rezultatov lahko četrto hipotezo delno potrdim, saj sem v njej predpostavljala, da ocenjujejo prebivalci turistično ponudbo kot slabo razvito, igralniško pa kot zelo razvito.

6.3.7. Vpliv koncentracije igralnic in igralnih salonov v mestnem središču na življenjske razmere v mestu Nova Gorica

Slika 14: Mnenja anketirancev o tem, ali koncentracija igralnic in igralnih salonov v mestnem središču vpliva na življenjske razmere v mestu Nova Gorica



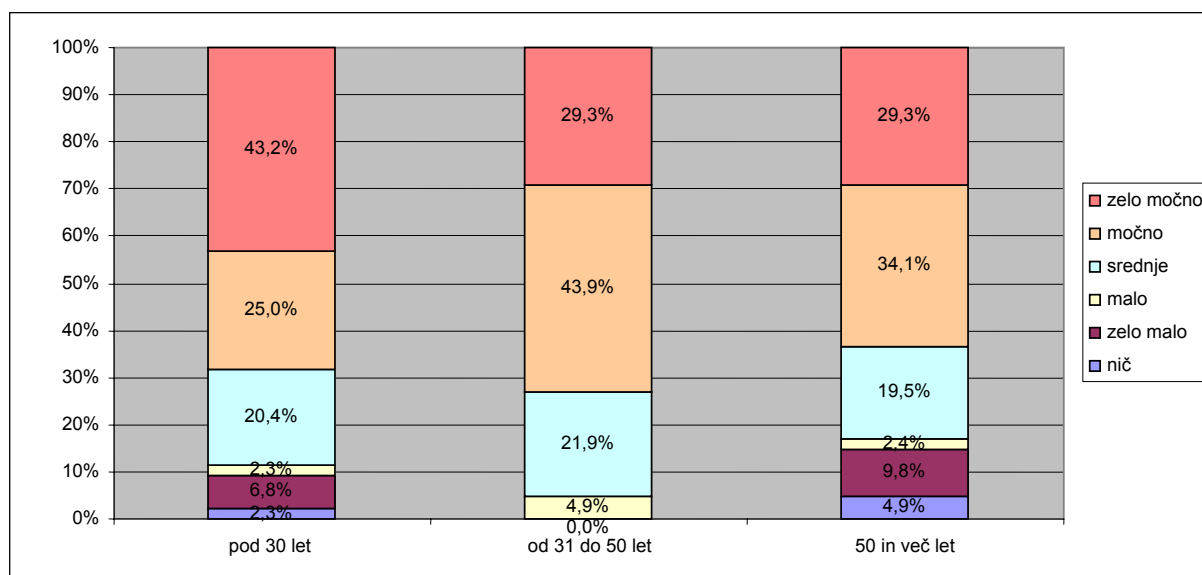
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Slika 14 na prejšnji strani nazorno prikazuje, da večina anketirancev (68,2 odstotka) meni, da koncentracija igralnic in igralnih salonov v mestnem središču močno oziroma zelo močno vpliva na življenjske razmere v mestu. Le petina anketirancev meni, da koncentracija igralnic in igralnih salonov v mestnem središču niti vpliva niti ne vpliva na življenjske razmere v mestu.

6.3.8. Vpliv koncentracije igralnic in igralnih salonov v mestnem središču na življenjske razmere v mestu Nova Gorica glede na starost

Na Sliki 15 lahko takoj opazimo, da je večina anketirancev ne glede na starost, mnenja, da koncentracija igralnic in igralnih salonov v mestnem središču močno ali zelo močno vpliva na življenjske razmere v mestu. Kaže, da se tega najbolj zavedajo anketiranci stari od 31 do 50 let, močno vendar najmanj kot ostali se pa tega zavedajo anketiranci stari 50 in več let. Prvi del pete hipoteze se torej delno potrdi, saj imajo anketiranci različnih starosti le nekoliko različna mnenja glede jakosti vpliva koncentracije igralništva v mestnem središču na življenjske razmere v mestu.

Slika 15: Mnenja anketirancev o tem, ali koncentracija igralništva v mestnem središču vpliva na življenjske razmere v mestu Nova Gorica glede na starost anketirancev

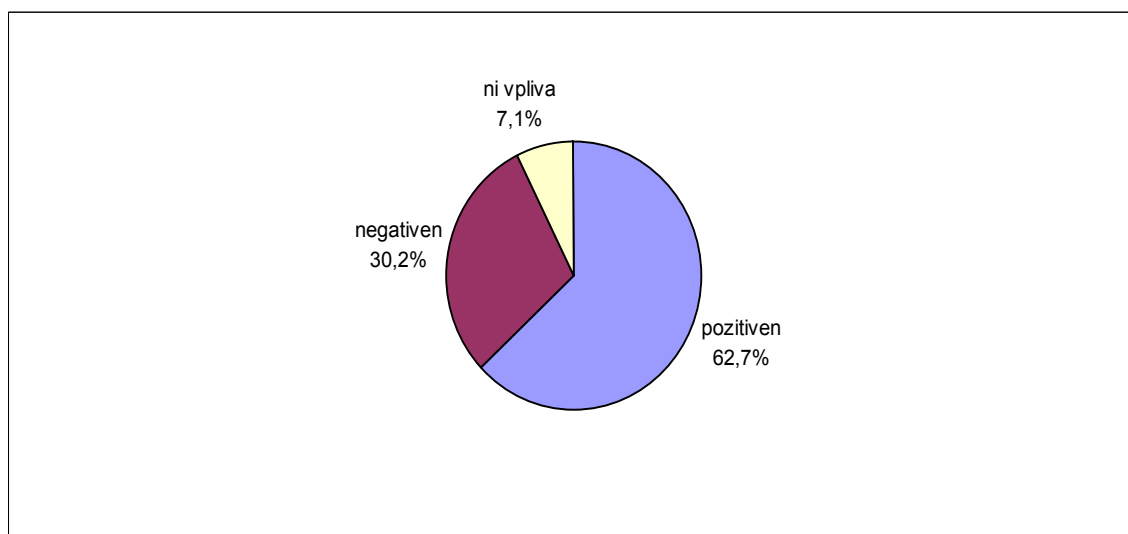


Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.3.9. Vpliv igralništva na podobo in življenje mesta Nova Gorica

Slika 16 na naslednji strani nam nazorno prikazuje, da večina oziroma skoraj dve tretjini anketirancev (62,7 odstotka) meni, da igralništvo kot osrednja turistična dejavnost pozitivno vpliva na podobo in življenje mesta Nova Gorica. Skoraj tretjina anketiranih (30,2 odstotka) meni, da igralništvo kot osrednja turistična dejavnost negativno vpliva na podobo in življenje mesta Nova Gorica.

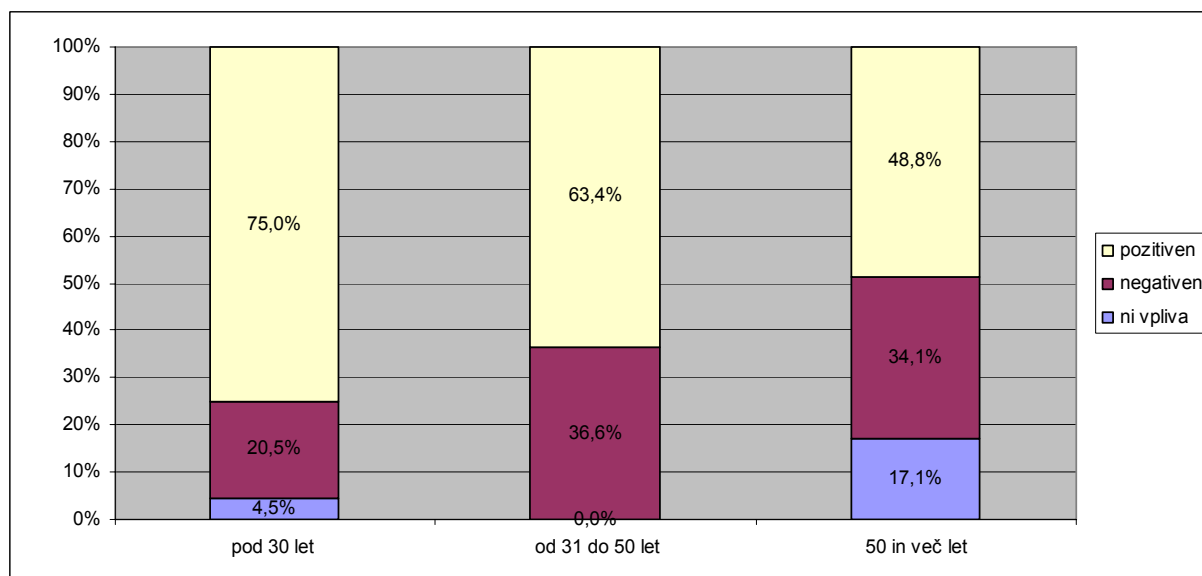
Slika 16: Mnenja anketirancev o tem, kakšen je vpliv igralništva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica



Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.3.10. Vpliv igralništva na podobo in življenje mesta Nova Gorica glede na starost

Slika 17: Mnenja anketirancev o tem, kakšen je vpliv igralništva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica glede na starost anketirancev



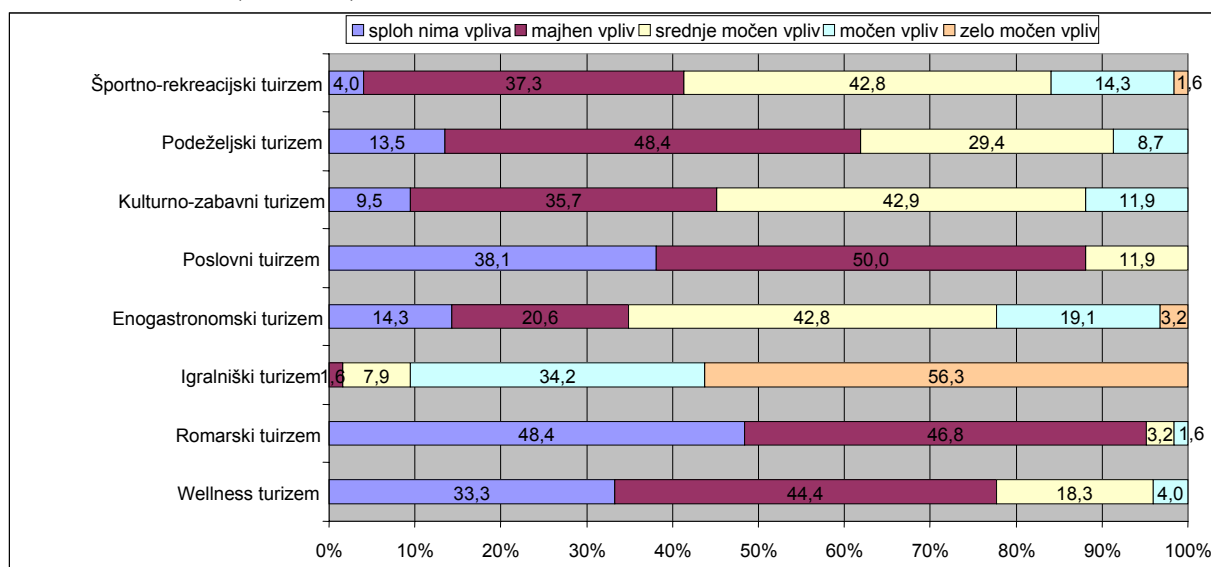
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Ugotavljam, da se mnenja anketirancev glede vpliva igralništva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica razlikujejo po starostnih skupinah. Ne glede na starost so po večini mnenja, da je vpliv igralništva na podobo in življenje mesta pozitiven. 75 odstotkov anketirancev v starosti pod 30 let meni, da je vpliv igralništva na podobo in življenje mesta pozitiven. Istega mnenja sta tudi slabi dve tretjini vprašanih (63,4 odstotka), starih od 31 do 50 let. Precej deljenega mnenja so anketiranci stari 50 in več let. Slaba polovica (48,8 odstotka) jih meni, da je vpliv igralništva na podobo in življenje mesta pozitiven, dobra tretjina (34,1

odstotek) pa se s tem ne strinja in meni, da je ta vpliv negativen. Iz Slike 17 na prejšnji strani je razvidno, da se z večanjem starosti vprašanih mnenje o pozitivnem vplivu igralnštva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica, manjša. Drugi del pete hipoteze se torej popolnoma potrdi, saj obstajajo razlike glede mnenj med starejšimi in mlajšimi.

6.3.11. Vpliv različnih vrst turizma na razvoj le-tega v MONG

Slika 18: Ocene anketirancev o tem, katera vrsta turizma ima največji vpliv na razvoj turizma v MONG (odstotek)



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Velika večina anketirancev (98,5 odstotka) je prepričanih, da ima igralniški turizem močan oziroma zelo močan vpliv na razvoj turizma v MONG. Na podlagi te ugotovitve se v celoti potrdi tudi šesta hipoteza.

Slaba polovica anketirancev (42,8 odstotka) meni, da ima enogastronomski turizem srednje močan vpliv na razvoj turizma v MONG. Petina anketirancev pa ocenjuje, da ima enogastronomski turizem majhen vpliv na razvoj turizma, slaba petina pa jih ocenjuje, da ima močan vpliv. Slaba polovica anketirancev (42,8 odstotka) se tudi strinja, da ima športno-rekreacijski turizem srednje močan vpliv na razvoj turizma v MONG, dobra tretjina (37,3 odstotka) pa mu je pripisala majhen vpliv. Skoraj 43 odstotkov anketirancev ocenjuje, da kulturno-zabavni turizem srednje močno vpliva na razvoj turizma v MONG, dobra tretjina (35,7 odstotka) pa jih meni, da ima slednji le majhen vpliv.

Skoraj polovica anketirancev (48,4 odstotka) je mnenja, da ima podeželski turizem majhen vpliv, skoraj 30 odstotkov, pa se jih strinja, da ima srednje močan vpliv na razvoj turizma v MONG. Večina anketirancev (77,7 odstotka) je prepričana, da ima wellness turizem majhen oziroma da sploh nima vpliva na razvoj turizma v MONG. Velika večina anketirancev (88,1 odstotka) pripisuje poslovnemu turizmu majhen oziroma, da sploh nima vpliva na razvoj turizma

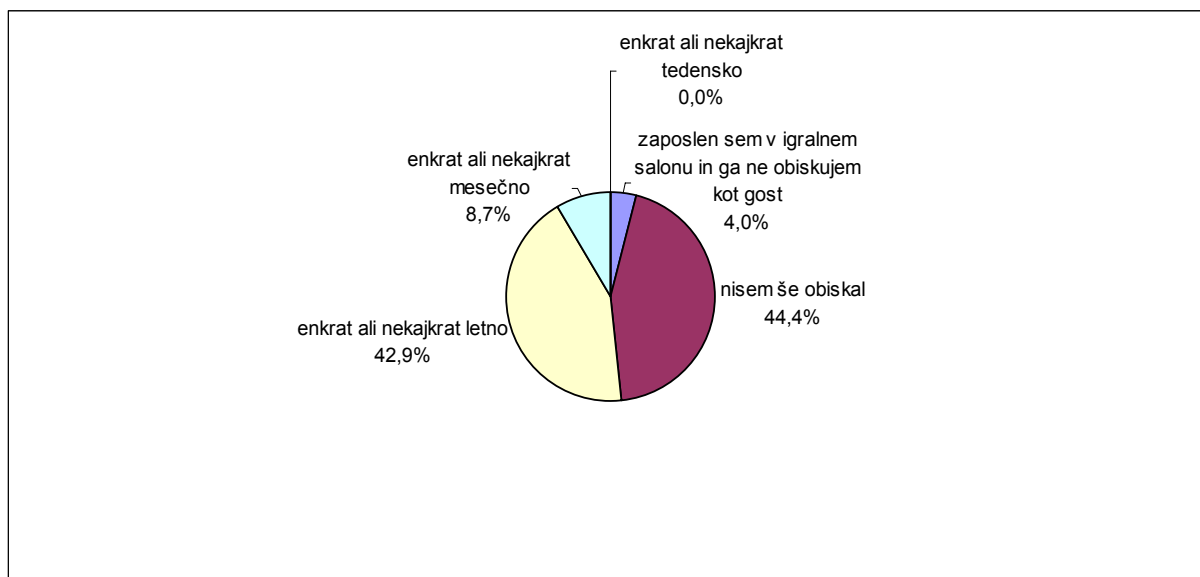
v MONG. Skoraj vsi anketiranci (95,2 odstotka) pa se strinjajo, da ima romarski turizem majhen oziroma sploh nima vpliva na razvoj turizma v MONG.

Po ocenah vprašanih ima torej igralniški turizem, med vsemi vrstami turizma, daleč največji oziroma najbolj močan vpliv na razvoj turizma. Z veliko manjšim vplivom mu sledijo enogastronomski, športno-rekreacijski, kulturno-zabavni, podeželski, wellness, poslovni ter kot zadnji, z najšibkejšim vplivom na razvoj turizma, romarski turizem.

6.4. VPLIV IGRALNIŠTVA NA CIVILNO DRUŽBO V MESTNI OBČINI NOVA GORICA

6.4.1. Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG

Slika 19: Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG



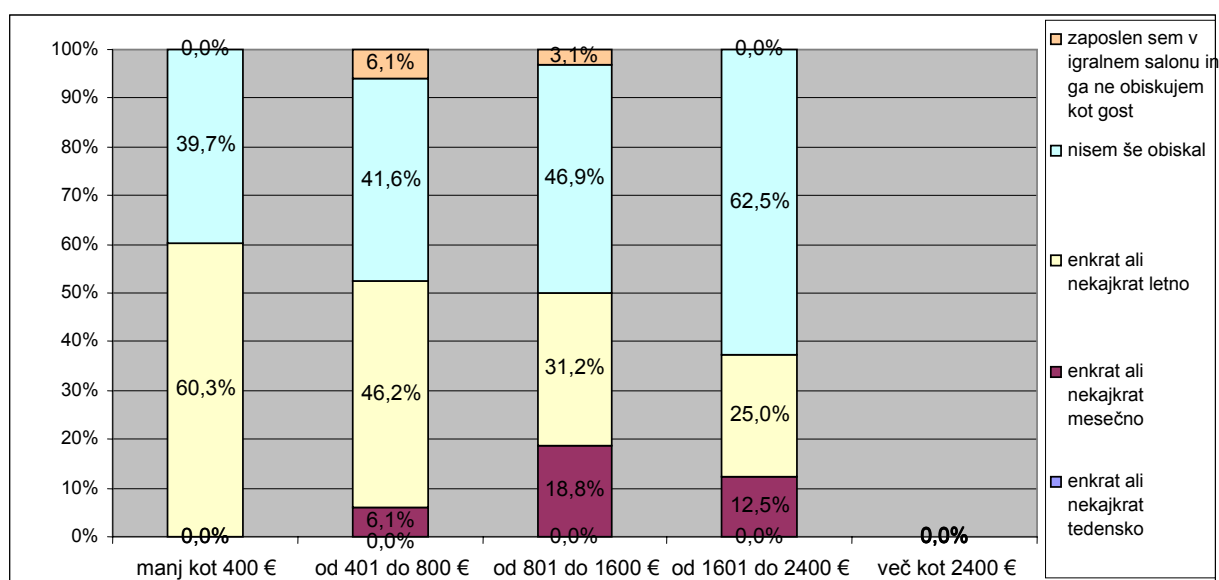
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Med anketiranimi jih skoraj polovica (48,4 odstotka) še ni obiskalo igralnice ali igralnega salona, od tega slaba desetina zato, ker so tam zaposleni in zato igralnic ali igralnih salonov ne obiskujejo kot gostje. Med tistimi, ki so igralnico ali igralni salon že obiskali, jih je velika večina (83,1 odstotka) igralnice ali igralne salone obiskala enkrat ali nekajkrat letno. Skoraj devet odstotkov vprašanih je zatrdilo, da igralnico ali igralni salon obišče vsaj enkrat ali nekajkrat mesečno. Sklepamo lahko, da so to prebivalci, ki lahko razvijejo probleme z igrami na srečo (večja ali manjša oblika zasvojenosti). Se pravi, da je večina obiskovalcev tako igralnic kot igralnih salonov le občasnih obiskovalcev, ki v igralnico ali salon zaidejo kvečjemu nekajkrat letno.

6.4.2. Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG glede na mesečni neto dohodek

Izmed vseh anketiranih, ne glede na neto dohodek, jih velika večina igralnice ali igralnega salona še ni obiskala oziroma ju obišče enkrat ali nekajkrat letno. Iz Slike 20 je takoj opaziti, da se z večanjem neto dohodka anketirancev večja delež tistih anketirancev, ki igralnice ali igralnega salona še niso obiskali, manjša se pa delež tistih, ki igralnice ali igralne salone obiskujejo (enkrat ali nekajkrat letno). Glede na to ugotovitev se potrdi sedma hipoteza, ki predpostavlja, da v igralnice in igralne salone zahaja večji delež prebivalcev z višjim mesečnim neto dohodkom. Med anketiranci je največ tistih, ki enkrat ali nekajkrat mesečno zahajajo v igralnico ali igralni salon, z mesečnim neto dohodkom od 801 € do 1600 €. To so anketiranci, ki lahko razvijejo probleme z igrami na srečo (večja ali manjša oblika zasvojenosti).

Slika 20: Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG glede na dohodek anketirancev

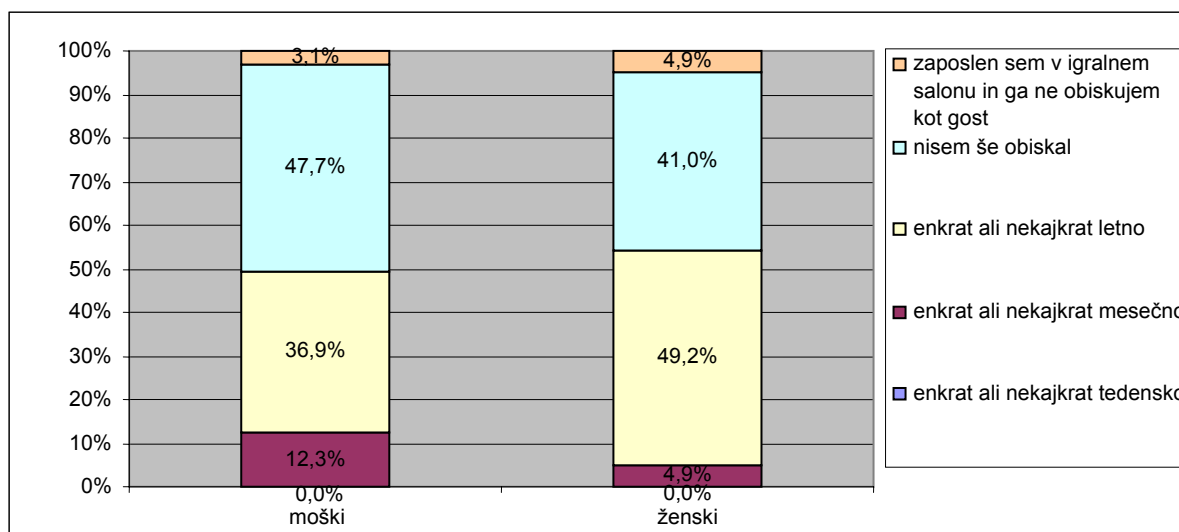


Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.4.3. Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG glede na spol

Iz Slike 21 na naslednji strani opazimo, da velika večina anketiranih, bodisi moških ali žensk, igralnico ali igralnega salona še ni obiskala ali pa ju obišče enkrat ali nekajkrat letno. Zanimivo je to, da igralnice ali igralnega salona še ni obiskalo več anketirancev moškega kot ženskega spola. Poudariti je treba, da kljub temu, da v igralnice ali igralne salone zahaja več anketirancev ženskega kot moškega spola, zahajajo tja slednji veliko bolj pogosto. Zaradi tega so anketiranci moškega spola bolj izpostavljeni nevarnosti razvoja zasvojenosti z igrami na srečo. Torej je osma hipoteza ovržena, saj predpostavlja, da zahaja v igralnice ali igralne salone več moških kot žensk.

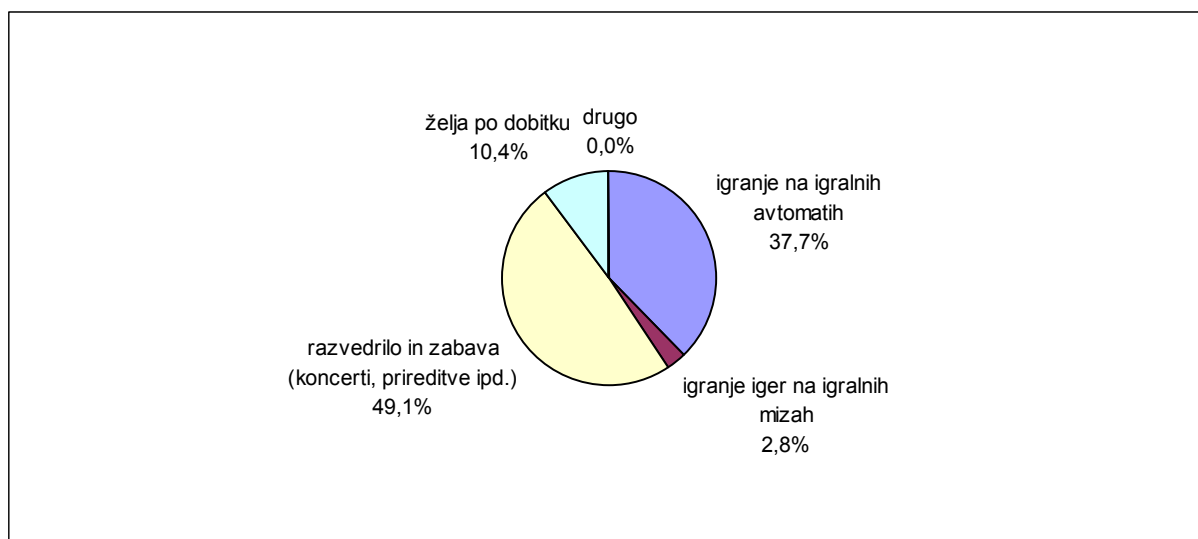
Slika 21: Pogostost obiskovanja igralnic ali igralnih salonov v MONG glede na spol anketirancev



Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.4.4. Razlogi za obisk igralnice ali igralnega salona

Slika 22: Razlogi za obisk igralnice ali igralnega salona



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Od 126 anketirancev jih 61 (48,4 odstotka) igralnice še ni obiskalo kot gost. V tej točki se odgovore anketirancev analizira na podlagi 65 anketirancev (51,6 odstotka), ki so igralnico ali igralni salon že kdaj obiskali. Od anketiranih me je nadalje zanimal vzrok za njihov obisk v igralnici ali igralnem salonu. Glavni razlog za obisk igralnice ali igralnega salona je za skoraj polovico anketiranih (49,1 odstotka) dodatna ponudba igralnice ali igralnega salona, torej razni koncerti, prireditve in podobno in ne sama igra na srečo. Med tistimi, ki so kot glavni razlog obiska navedli igranje, bodisi na igralnih avtomatih ali mizah, jih velika večina (93,1 odstotek) raje igra na igralnih avtomatih. Le desetina anketirancev pa navaja kot razlog obiska željo po

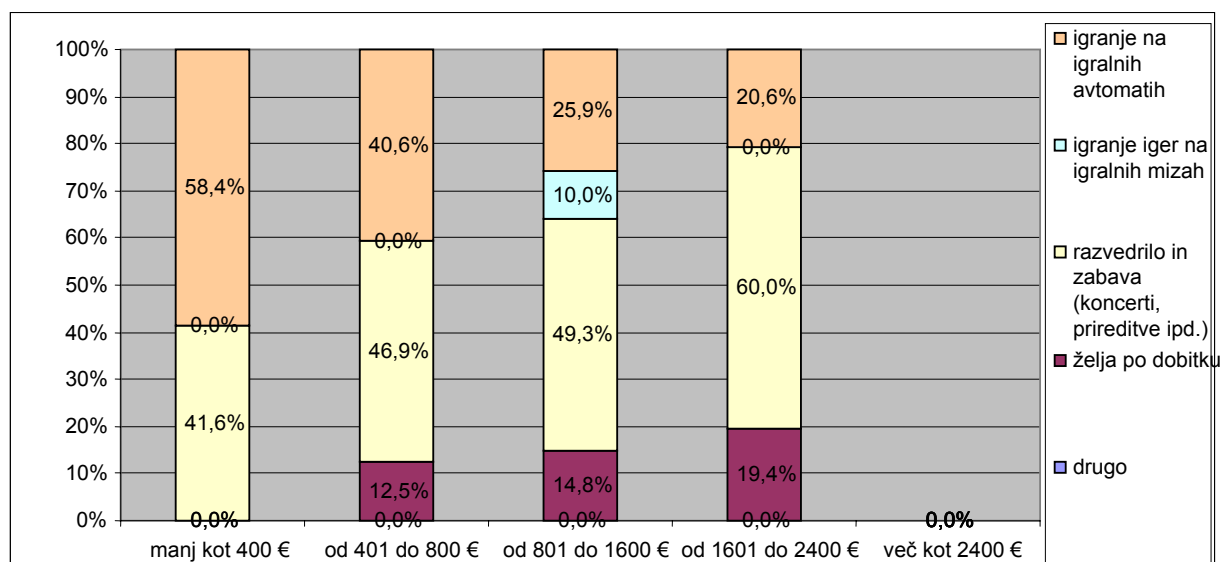
dobitku. Lahko torej trdimo, da je glavni razlog za obisk igralnice ali igralnega salona razvedrilo in zabava, nekoliko manjši razlog pa igranje na igralnih avtomatih.

6.4.5. Razlogi za obisk igralnice ali igralnega salona glede na dohodek

Anketiranci, ne glede na dohodek, obiskujejo igralnice ali igralne salone v največji meri zaradi razvedrila in zabave ter igranja na igralnih avtomatih. Pri anketirancih z neto mesečnim dohodkom večjim od 1601 € pa igra pomembno vlogo tudi želja po dobitku, nekoliko manj pomembno vlogo pa igra pri anketirancih, ki zaslužijo mesečno neto od 801 € do 1600 €. Igranje na igralnih avtomatih najbolj privablja v igralnice ali igralne salone anketirance, ki zaslužijo mesečno neto manj kot 400 €, nekoliko manj pa jih privablja želja po razvedrilu in zabavi (koncerti, prireditve in podobno). Večina anketirancev, ki zasluži mesečno neto več kot 401 €, navaja kot poglavitni razlog za obisk igralnice ali igralnega salona dodatno ponudbo le-teh, se pravi razne prireditve, koncerti in podobno, temu sledi igranje na igralnih avtomatih in kot zadnji razlog navajajo željo po dobitku. Igranje na igralnih mizah privablja v igralnice in igralne salone samo anketirance, pa še teh le desetino, ki zaslužijo mesečno neto od 801 € do 1600 €.

Slika 23 nam nazorno prikazuje, da se z večanjem mesečnega neto dohodka anketirancev večja tudi njihova želja po razvedrilu in zabavi (razne prireditve, koncerti in podobno), ki jih nudijo igralnice in igralni saloni. Obratno velja za igranje na igralnih avtomatih, saj se z večanjem mesečnega neto dohodka vprašanih manjša njihova želja po igranju na igralnih avtomatih. Deveta hipoteza, da prebivalci z višjim mesečnim neto dohodkom obiskujejo igralnice ali igralne salone bolj zaradi razvedrila in zabave, tisti z nižjim pa bolj zaradi igranja samega, se torej potrdi. Z večanjem dohodka anketirancev raste tudi želja po dobitku.

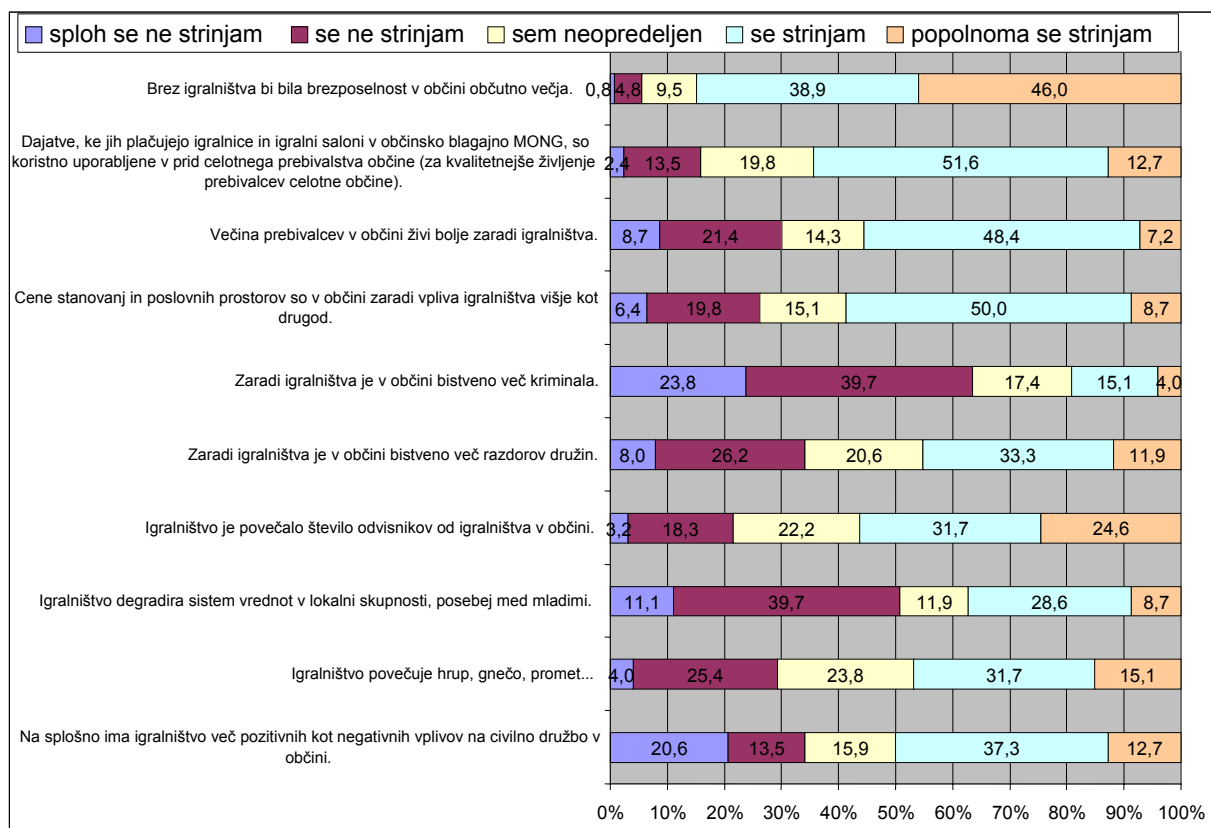
Slika 23: Razlogi za obisk v igralnici ali igralnem salonu glede na dohodek anketirancev



Vir: Lastna raziskava, 2007.

6.4.6. Vplivi igralništva na civilno družbo v MONG

Slika 24: Ocena pozitivnih in negativnih vplivov igralništva na civilno družbo v MONG (odstotek)



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Anketiranci se najbolj strinjajo s trditvijo, da je razvoj igralništva bistveno prispeval k zmanjševanju oziroma preprečevanju brezposelnosti v občini – s to trditvijo se strinja ali popolnoma strinja 84,9 odstotka vprašanih. Skoraj dve tretjini anketirancev (64,3 odstotka) se strinja tudi s tem, da so dajatve, ki jih plačujejo igralnice in igralni saloni v občinsko blagajno MONG, koristno uporabljene v prid celotnega prebivalstva občine.

Nekoliko manj anketirancev se strinja s trditvijo, da večina prebivalstva zaradi igralništva živi bolje. Dobra polovica (55,6 odstotka) se s tem strinja, 30 odstotkov pa jih meni, da temu ni tako. Skoraj 60 odstotkov anketiranih se tudi strinja, da so cene stanovanj in poslovnih prostorov v občini zaradi razvoja igralništva višje kot drugod, dobra četrtina (26,2 odstotka) pa se s tem ne strinja.

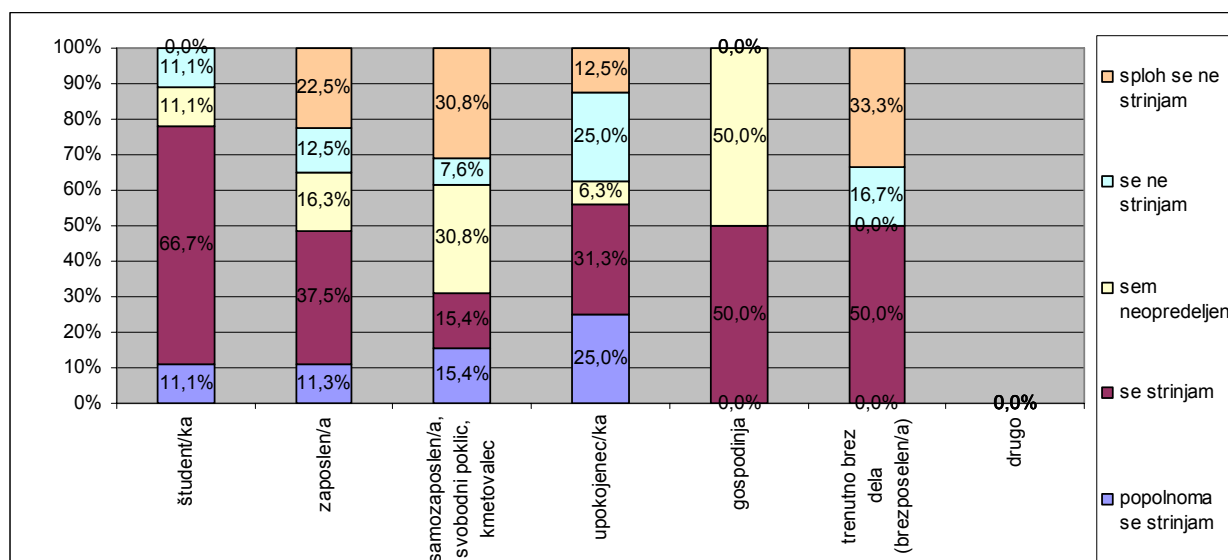
Edini učinek, za katerega je večina vprašanih (63,5 odstotka) menila, da ni opazen, je povečanje kriminala kot posledica razvoja igralništva. Glede trditve, da je zaradi igralništva v občini bistveno več razdorov družin, so anketiranci precej razdvojeni. Slaba polovica anketirancev (45,2 odstotka) se s tem strinja, več kot tretjina (34,2 odstotka) pa ne.

Več anketirancev kot ne se strinja, da je zaradi razvoja igralništva več odvisnikov od igralništva. Dobra polovica (56,3 odstotka) meni, da je temu tako, več kot petina (21,5 odstotka) pa meni, da to ne drži. Več kot polovica vprašanih se ne strinja, da igralništvo degradira sistem vrednot v lokalni skupnosti, posebej med mladimi, skoraj 40 odstotkov pa se jih s tem strinja.

Anketiranci so bili nekoliko manj opredeljeni (skoraj četrtnina neopredeljenih) glede tega, ali se je zaradi razvoja igralništva povečal tudi hrup, gneča in promet. Slaba polovica (46,8 odstotka) se s trditvijo strinja, skoraj 30 odstotkov pa ne. Polovica vprašanih je mnenja, da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo MONG, več kot tretjina (34,1 odstotek) pa ni tega mnenja.

6.4.7. Vplivi igralništva na civilno družbo v MONG glede na status

Slika 25: Mnenje anketirancev o tem, ali ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica glede na status anketirancev



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Izmed anketiranih se študentje najbolj strinjajo s trditvijo, da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v občini – s tem se strinja ali popolnoma strinja skoraj 80 odstotkov anketiranih študentov. Strinja se tudi skoraj polovica zaposlenih (48,8 odstotka), dobra tretjina (35 odstotkov) pa se s tem ne strinja. Torej je deseta hipoteza, da se s trditvijo, da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo, najbolj strinjajo zaposleni, ovržena.

Slaba tretjina samozaposlenih oziroma anketirancev, ki opravljajo svobodni poklic ali so pa kmetovalci (30,8 odstotka) nima mnenja o tem, ali ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo v občini, od opredeljenih pa jih večina (38,4 odstotka) meni, da je ta vpliv negativen. Dobra polovica upokojencev (56,3 odstotka) je mnenja, da je vpliv igralništva na civilno družbo pozitiven, dobra tretjina (37,5 odstotka) pa jih meni, da temu ni tako.

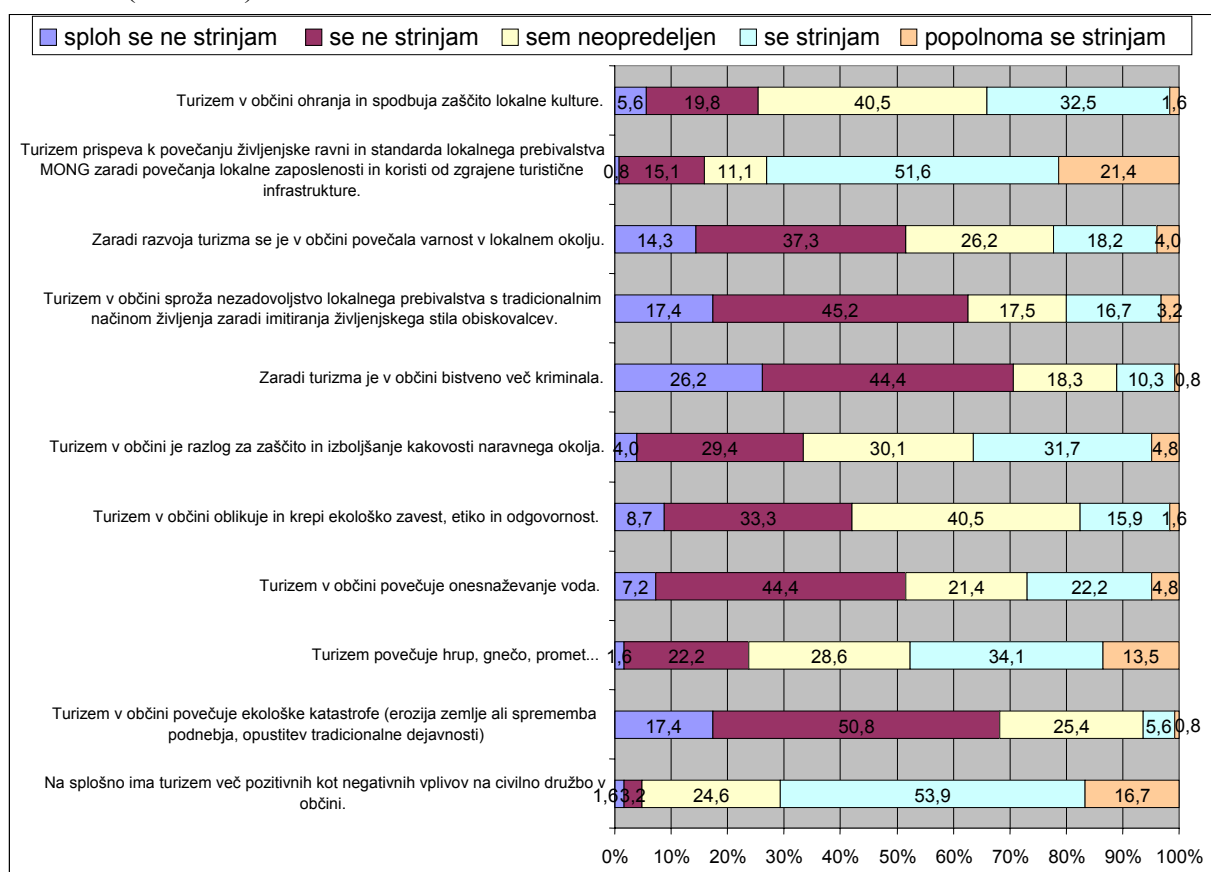
Polovica vprašanih gospodinj se ni opredelila o tem, ali ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo v občini. Druga polovica vprašanih gospodinj pa je mnenja, da je vpliv pozitiven. Zelo deljenega mnenja so brezposelni, saj se jih polovica s trditvijo, da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo v občini, strinja, polovica pa ne.

Najbolj se s trditvijo, da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica, strinjajo študentje, manj se strinjajo upokoјenci, še nekoliko manj gospodinj, najmanj pa zaposleni prebivalci MONG. Brezposelni so popolnoma deljenega mnenja. S trditvijo se ne strinjajo samozaposleni oziroma prebivalci MONG, ki opravljajo svobodni poklic ali so pa kmetovaci.

6.5. VPLIV TURIZMA NA CIVILNO DRUŽBO V MESTNI OBČINI NOVA GORICA

6.5.1. Vpliv turizma na civilno družbo v MONG

Slika 26: Ocena pozitivnih in negativnih vplivov turizma na civilno družbo v MONG (odstotek)



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Več kot 40 odstotkov vprašanih nima izoblikovanega mnenja o tem, ali turizem ohranja in spodbuja zaščito lokalne kulture v občini, od opredeljenih pa se jih več kot ne s tem strinja. Anketiranci se najbolj strinjajo s trditvijo, da razvoj turizma prispeva k povečanju življenjske

ravni in standarda lokalnega prebivalstva MONG, zaradi povečanja lokalne zaposlenosti in koristi od zgrajene turistične infrastrukture. S to trditvijo se strinja ali popolnoma strinja 73 odstotkov vprašanih.

Več kot polovica anketirancev (51,6 odstotka) se ne strinja, da se je zaradi razvoja turizma v občini povečala varnost v lokalnem okolju, dobra petina (22,2 odstotka) pa jih meni, da to drži. Nekoliko več vprašanih se ne strinja s trditvijo, da turizem v občini sproža nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva s tradicionalnim načinom življenja zaradi imitiranja življenjskega stila obiskovalcev. Večina (62,6 odstotka) se s trditvijo ne strinja, petina pa meni, da je temu tako.

Anketiranci se najmanj strinjajo s trditvijo, da je zaradi razvoja turizma v občini bistveno več kriminala – s to trditvijo se ne strinja ali sploh ne strinja več kot 70 odstotkov vprašanih. Slaba tretjina anketirancev (30,1 odstotka) se ni opredelila glede vprašanja o tem, ali je turizem razlog za zaščito in izboljšanje kakovosti naravnega okolja. Pri tem vprašanju so mnenja precej deljena. S trditvijo se strinja dobra tretjina anketirancev (36,5 odstotka), tretjina pa se ne strinja.

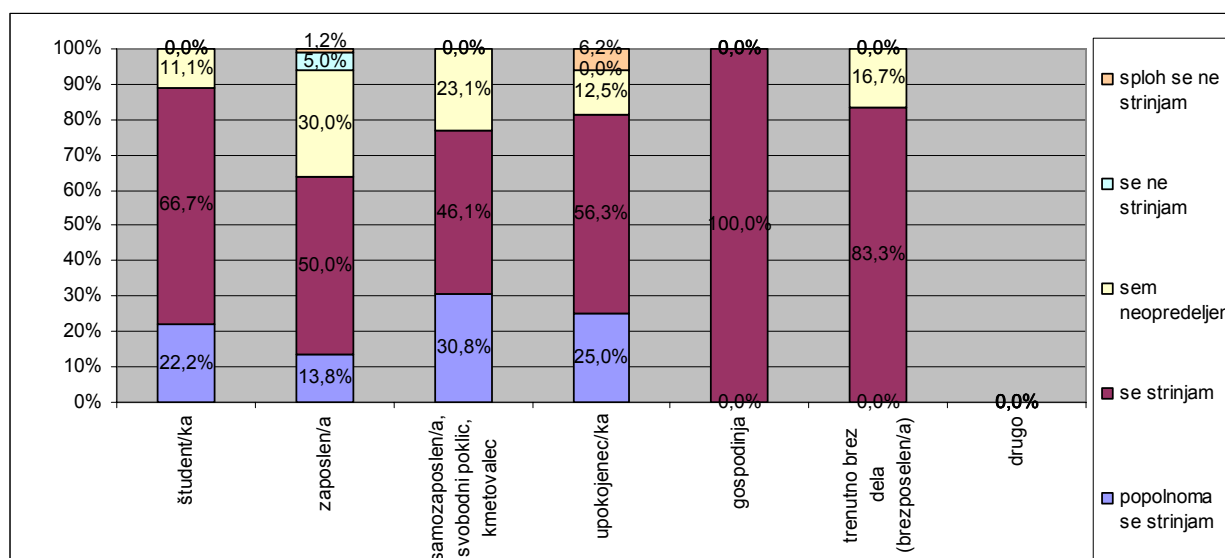
Vprašani so bili nekoliko manj opredeljeni (40,5 odstotka neopredeljenih) tudi glede tega, ali razvoj turizma v občini oblikuje in krepi ekološko zavest, etiko in odgovornost. 42 odstotkov meni, da temu ni tako, slaba petina (17,5 odstotka) pa meni, da to drži. Več kot polovica anketirancev (51,6 odstotka) se ne strinja, da razvoj turizma povzroča povečanje onesnaževanja voda, 27 odstotkov pa se s tem strinja.

S trditvijo, da razvoj turizma vpliva na povečanje hrupa, gneče in prometa, se strinja skoraj polovica anketirancev (47,6 odstotka), slaba četrtnina (23,8 odstotka) pa se jih ne. Večina vprašanih (68,2 odstotka) se ne strinja s tem, da razvoj turizma povzroča povečanje ekoloških katastrof, kot so erozija zemlje ali sprememba podnebja ter opustitev tradicionalne dejavnosti (poljedelske). Pri oceni anketirancev o vplivih turizma na civilno družbo MONG, so si bili večinoma enotni (70,6 odstotka), da turizem prinaša več pozitivnih kot negativnih učinkov.

6.5.2. Vpliv turizma na civilno družbo v MONG glede na status

Iz slike 27 na naslednji strani lahko razberemo, da se velika večina anketirancev, ne glede na status, strinja s trditvijo, da ima turizem več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo v občini. S tem se popolnoma strinjajo gospodinje, nekoliko manj študentje, še nekoliko manj brezposelni, sledijo upokoјenci ter samozaposleni oziroma anketiranci, ki opravljajo svoboden poklic ali so kmetovalci. Od vseh anketirancev pa se s trditvijo, da ima turizem več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo najmanj strinjajo zaposleni (strinjata se slabi dve tretjini). Enajsta hipoteza, da se vsi prebivalci, ne glede na status, strinjajo, da ima turizem več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo, se potrди.

Slika 27: Mnenje anketirancev o tem, ali ima turizem več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica glede na status anketirancev



Vir: Lastna raziskava, 2007.

7. UGOTOVITVE RAZISKAVE

Anketa izvedena med prebivalci Mestne občine Nova Gorica je dala kar nekaj presenetljivih odgovorov. Prebivalci MONG imajo pozitiven odnos do turizma, saj jih večina rada živi v turističnem kraju kot je Nova Gorica in vsi močno podpirajo nadaljni razvoj turizma, ne glede na izobrazbo. Večina prebivalcev podpira tudi nadaljni razvoj igralsništva. Z višanjem izobrazbe prebivalcev se podpora nadaljnemu razvoju igralsništva manjša. Nadaljni razvoj igralsništva v občini najbolj podpirajo prebivalci z osnovnošolsko ali nižjo izobrazbo.

Razvoj turizma v Mestni občini Nova Gorica je odvisen od razvoja igralsništva, saj predstavlja igralsniška ponudba največji in najpomembnejši del v turistični ponudbi občine. Nič me ni presenetilo dejstvo, da prebivalstvo ocenjuje turistično ponudbo MONG kot slabo razvito ali razvito, igralsniško ponudbo pa kot dobro ali zelo razvito. Prebivalci so ne glede na starost enotnega mnenja, da je vpliv igralsništva na podobo in življenje mesta Nova Gorica močan in pozitiven. Mlajši kot so prebivalci, bolj pripisujejo igralsništvu pozitiven vpliv na podobo in življenje mesta Nova Gorica. Po njihovem mnenju ima igralsniški turizem, med vsemi vrstami turizma, daleč največji oziroma najbolj močan vpliv na razvoj turizma v MONG.

Večina prebivalcev MONG igralsnice ali igralsnega salona še ni obiskala. Velika večina obiskovalcev tako igralsnic kot igralsnih salonov je le občasnih obiskovalcev, ki v igralsnico ali salon zaidejo kvečjemu nekajkrat letno. Opaziti je, da se z večanjem neto dohodka prebivalcev večja tudi delež tistih, ki igralsnice ali igralsnega salona še niso obiskali. Izmed vseh prebivalcev lahko izpostavim tiste, ki zaslužijo neto mesečno od 801 € do 1600 €, saj le-ti najbolj pogosto zahajajo v igralsnice ali igralsne salone (vsaj enkrat ali nekajkrat mesečno). To so prebivalci, ki lahko razvijejo probleme z igrami na srečo (večja ali manjša oblika zasvojenosti). Kljub temu, da

igralnice ali igralne salone obiskuje več žensk kot moških, so slednji veliko bolj redni obiskovalci. Zaradi tega obstaja večja verjetnost, da imajo probleme z igrami na srečo predvsem moški.

Glavni razlog za obisk igralnice ali igralnega salona je dodatna ponudba le-teh, torej razvedrilo in zabava, nekoliko manjši razlog pa je igranje samo, in sicer igranje na igralnih avtomatih. Z večanjem mesečnega neto dohodka prebivalcev se veča tudi njihova želja po razvedrilu in zabavi (razne prireditve, koncerti in podobno), ki jih nudijo igralnice ali igralni saloni. Po drugi strani se z večanjem mesečnega neto dohodka prebivalcev manjša njihova želja po igranju na igralnih avtomatih, raste pa želja po dobitku.

Na strani koristi, ki jih igralništvo prinaša Novi Gorici, ne moremo mimo ekonomskega razvoja. Prebivalci so mnenja, da je igralništvo bistveno pripomoglo k zmanjševanju oziroma preprečevanju brezposelnosti v občini. Zelo se strinjajo s trditvami, da so dajatve, ki jih plačujejo igralnice in igralni saloni v občinsko blagajno MONG, koristno uporabljene v prid celotnega prebivalstva občine, da večina prebivalcev živi bolje zaradi igralništva ter da so cene stanovanj in poslovnih prostorov v občini zaradi igralništva višje kot drugod. Med družbenimi stroški, ki naj bi jih razvoj igralništva prinašal, se pogosto omenja povečanje kriminala. Igralništvo se povezuje s številnimi kriminalnimi dejanji, najpogosteje z nasiljem (umori, ropi, posilstva ipd.), oškodovanjem premoženja (tatvine, kraje ipd.) in gospodarskim kriminalom (ponarejanje denarja, prevara, davčna utaja ipd.). Kriminalna dejanja so največkrat povezana z zasvojenostjo z igrami na srečo in dolgovi, ki jih zasvojenost povzroča. Večina prebivalcev meni, da razvoj igralništva v občini ni bistveno vplival na povečanje kriminala. Večina prebivalcev se strinja, da je zaradi igralništva v občini bistveno več razdorov družin. Veliko jih tudi meni, da se je v občini zaradi igralništva povečalo število odvisnikov od igralništva. Prebivalci se ne strinjajo s trditvijo, da igralništvo degradira sistem vrednot v lokalni skupnosti, še posebej med mladimi. Prepričani so, da razvoj igralništva povečuje hrup, gnečo in promet ter da ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo MONG, čeprav občutijo tako pozitivne kot negativne plati razvoja igralništva. Najbolj se s to strditvijo strinjajo študentje, najmanj pa zaposleni.

Med pozitivnimi vplivi turizma na kulturno okolje se pogosto omenja, da je turizem lahko sredstvo za ohranjanje kulture, lahko pa povzroči, da se avtohtona kultura »skomercializira«. Prebivalci menijo, da turizem ohranja in spodbuja zaščito lokalne kulture v občini. Kar se tiče pozitivnega vpliva turizma na ekonomsko in socialno okolje, se med pomembnejšimi vplivi omenja zmanjšanje lokalne brezposelnosti in koristi od zgrajene infrastrukture. Popolnoma se strinjajo, da razvoj turizma prispeva k povečanju življenjske ravni in standarda lokalnega prebivalstva MONG zaradi povečanja lokalne zaposlenosti in koristi od zgrajene turistične infrastrukture. Ne strinjajo se, da se je zaradi razvoja turizma v občini povečala varnost v lokalnem okolju ter da turizem v občini sproža nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva s tradicionalnim načinom življenja zaradi imitiranja življenjskega stila obiskovalcev. Glede trditve, da je zaradi razvoja turizma v občini bistveno več kriminala, jih večina meni, da temu ni tako. O vplivu turizma na naravno okolje imajo prebivalci različna mnenja. Precej deljenega mnenja so glede vprašanja ali je turizem razlog za zaščito in izboljšanje kakovosti naravnega

okolja, le malo več se jih s tem strinja kot ne. Veliko se jih ne strinja s tem, da razvoj turizma v občini oblikuje in krepi ekološko zavest, etiko in odgovornost ter da povzroča povečanje onesnaževanja voda. Prepričani so, da razvoj turizma vpliva na povečanje hrupa, gneče in prometa. Sploh se ne strinjajo, da razvoj turizma povzroča povečanje ekoloških katastrof, kot so erozija zemlje ali sprememba podnebja ter opustitev tradicionalne dejavnosti (poljedelske). Popolnoma pa se strinjajo, ne glede na status, da ima turizem več pozitivnih kot negativnih učinkov na civilno družbo v občini. S tem se najbolj strinjajo gospodinje, najmanj pa zaposleni.

SKLEP

Razvoj igralnštva v Novi Gorici je časovno sovpadel z razmahom igralnštva drugod po svetu. Povzročilo ga je sproščanje zakonodaje v številnih državah. Igralnštvo v Mestni občini Nova Gorica se je razvilo na temelju ameriškega tipa igralnštva, ki prinaša zabavo za širše množice. Nosilec razvoja igralnštva je podjetje HIT d. d., ki ima v občini dve veliki igralnici s pestro igralniško in dodatno ponudbo.

Velik del diplomskega dela je usmerjen v raziskavo med prebivalci Mestne občine Nova Gorica, s katero sem želel ugotoviti, kakšno je njihovo mnenje o turizmu in igralništvu, njunem razvoju in vplivu na civilno družbo MONG. Izkazalo se je, da imajo prebivalci MONG pozitiven odnos tako do turizma kot do igralništva, saj podpirajo nadaljni razvoj obeh. Igralnštvo ima največji in najpomembnejši vpliv na razvoj turistične ponudbe MONG. Lahko bi celo rekli, da je igralništvo v občini sinonim za turizem. Tega se zavedajo tudi prebivalci, saj ocenjujejo turistično ponudbo kot slabo razvito, igralniško pa kot zelo razvito. Zavedajo pa se tudi močnega, po njihovem mnenju pozitivnega vpliva, ki ga ima igralništvo na življenjske razmere v mestu Nova Gorica.

Če povzamemo ugotovitve obstoječih raziskav v svetu, lahko ugotovimo, da so koristi razvoja igralništva povezane predvsem z gospodarskim razvojem in blaginjo, ki jo le-ta prinaša. Stroški razvoja igralništva so »družbeni stroški«, povezani predvsem z odvisniki od iger na srečo. Na podlagi raziskave lahko trdim, da večina prebivalcev v občini igralnice ali igralnega salona še ni obiskala, med obiskovalci pa jih je večina le občasni obiskovalci, ki tja zahajajo kvečjemu nekajkrat letno, predvsem zaradi razvedrila in zabave ob raznih koncertih, prireditvah in podobno. Če naredimo obračun pozitivnih in negativnih učinkov, lahko zaključimo, da ima razvoj igralništva na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica prevladujoče pozitivne učinke. Verjetno je vzrok tudi v tem, da je igralništvo v Novi Gorici pretežno izvozno naravnana dejavnost.

Ko govorimo o turizmu in okolju, mislimo na pozitivne in negativne učinke turizma, ki jih ta sproža v naravnem, kulturnem, socialnem in tudi ekonomskem okolju (Mihalič, 2006, str. 46). Pri pozitivnih učinkih turizma ne moremo mimo ekonomskega razvoja in blaginje, ki ju turizem prinaša v lokalno okolje. V lokalnem okolju povzroča porast onesnaževanja in kriminala, avtohtona kultura pa izgublja na avtentičnosti. Če naredimo obračun pozitivnih in negativnih

učinkov, lahko zaključimo, da ima tudi razvoj turizma na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica prevladujoče pozitivne učinke.

Podjetje HIT d. d. s svojimi obrati je najpomembnejši subjekt razvoja turizma v občini. Ostali ponudniki turističnih storitev imajo le manjšo vlogo. Podjetje HIT d. d. se le zadovoljivo vključuje v življenje v občini. Ostali ponudniki turističnih storitev pa se premalo oziroma sploh ne vključujejo v življenje v občini. Nova Gorica je torej igralniško mesto in tej vlogi se v bodoče enostavno ne moremo odpovedati. Do te dejavnosti se mora oblikovati jasen odnos z vsemi negativnimi in pozitivnimi posledicami ter jo vključiti kot enega najpomembnejših generatorjev razvoja v celostno strategijo razvoja Mestne občine Nova Gorica.

Glavni cilj Mestne občine oziroma vlade RS je razvoj razpoznavnih in tržno zanimivih, kakovostnih turističnih proizvodov, ki bodo temeljili na izrabi domačega (lokalnega) znanja in ustvarjalnosti, naravne in kulturne dediščine in drugih danosti ter prednosti, s katerimi se bo Slovenija uvrstila med razvite turistične države, MONG pa med razvite turistične občine. Ob skupnem sodelovanju vseh turističnih subjektov ter ob izkoriščanju prednosti (danosti) turizma v MONG, ki mora svoje priložnosti iskati predvsem v specializaciji v posamezne veje turizma, bodo rezultati v slovenskem turizmu v prihodnjih letih še boljši.

LITERATURA

1. Andrejčič et al.: Management v turizmu. Kranj : Moderna organizacija v okviru UM FOV Kranj, 1997. 330 str.
2. Bieger Thomas: Management von Destinationen und Tourismusorganisationen. Wien : R. Oldenbourg, 2000. 395 str.
3. Buhalis Dimitrios: Marketing the competitive destination of the future, Tourism Management, 21(2000), 3, str. 97 - 116.
4. Devetak Gabrijel, Vukovič Goran: Marketing izobraževalnih storitev. Kranj : Moderna organizacija, 2002. 348 str.
5. Florjančič Jože, Jesenko Jože: Management v turizmu. Kranj : Moderna organizacija, 1997. 330 str.
6. Hunziker Walter, Krapf Kurt: Grundniss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich : Polygraphischer Verlag AG, 1942. 392 str.
7. Jeršič Matjaž: Osnove turizma. Ljubljana : Državna založba Slovenije, 1990. 132 str.
8. Kaspar Claude: Die Tourismuslehre in Grundriss. Bern : Verlag Paul Haupt, 1996. 194 str.
9. Konečnik Maja: Opredelitev, vrste in kooperativne funkcije turistične destinacije. Organizacija, Kranj, 36(2003), 5, str. 320 - 326.
10. Konečnik Maja: Trženje v turizmu. Prezentacija, 2004b.
11. Koprivnikar Šušteršič Mojca: Turistična politika in analiza slovenskega turizma v obdobju 1995 - 2001. Ljubljana : Urad za makroekonomske analize in razvoj, 2002. 67 str.
12. Luin Dušan, Brezovec Tomi, in drugi: Strategija razvoja turizma v Mestni občini Nova Gorica. Portorož : Visoka šola za turizem, 2001. 129 str.
13. Markandya Anil, Pearce David: The social cost of addiction. British Journal of Addiction, London, 1989, 5, str. 1138 - 1150.
14. Middleton Victor T.C.: Marketing in Travel and Tourism. Oxford : Heinemann Professional Publishing, 2001. 487 str.
15. Mihalič Tanja: Trajnostni turizem. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2006. 149 str.
16. Morgan Nigel, Pritchard Annette, Pride Roger: Destination Branding. Oxford : Butterworth – Heinemann, 2003. 204 str.
17. Planina Janez, Mihalič Tanja: Ekonomika turizma. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 281 str.
18. Planina Janez: Ekonomika turizma. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1997. 298 str.
19. Prašnikar Janez, Brenčič-Makovec Maja, Cvelbar Knežević Ljubica: Exploring the Challenge of Destination Management: Comparison of the Supply and Demand Characteristics in Four Destinations in North Adriatic and Gorica Region. Nova Science Publishers, 2005, str. 257 - 280.
20. Prašnikar Janez, Pahor Marko, Knežević Ljubica: Analiza vpliva igralniške dejavnosti na gospodarsko in družbeno okolje v občini Nova Gorica. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2005. 74 str.
21. Ravnikar Janez: Razvojno raziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij. Finance, Ljubljana, 2004, 100, str. 23.

VIRI

1. Academia turistica: Turistična tržišča po letu 2000/ Tourist markets beyond 2000. Ljubljana : Nacionalno turistično združenje, 1996. 126 str.
2. Informativne dveri goriške regije. [URL: <http://www.goriska.com>], julij 2007.
3. Podatkovni portal Statističnega urada Republike Slovenije SI-STAT. [URL: <http://www.stat.si/pxweb/Dialog/statfile2.asp>], julij 2007.
4. Spletna stran Mestne občine Nova Gorica. [URL: <http://www.nova-gorica.si>], junij 2007.
5. Spletna stran o Sloveniji in njenih znamenitostih. [URL: <http://www.slovenia.info/>], junij 2007.
6. Spletna stran Turistično informacijskega centra Nova Gorica. [URL: <http://www.novagorica-turizem.com/>], avgust 2007.
7. Turistični prospekt mesta Nova Gorica in Gorica. Grafika Soča, 2004. Nova Gorica.
8. Zakon o pospeševanju turizma ZPT (Uradni list RS, št. 57/98).

PRILOGA

PRILOGA 1

TURISTIČNE ZMOGLJIVOSTI PO VRSTAH ZMOGLJIVOSTI V MESTNI OBČINI NOVA GORICA ZA LETO 2007

NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI V MONG PO VRSTAH OBJEKTOV

Število razpoložljivih zmogljivosti raste in sledi povečanju števila obiskovalcev Nove Gorice in okolice.

HOTELI:

- Hit Hotel Sabotin (Nova Gorica);
- Hit Hotel Casino Perla (Nova Gorica);
- Hit Hotel Casino Park (Nova Gorica);
- Hotel Winkler (Lokve).

GOSTIŠČA S PRENOČIŠČI:

- Turistična kmetija Gregorič (Zalošče);
- Gostišče Oddih (Solkan);
- Presta Gorica (Nova Gorica);
- Gostilna Kogoj (Bilje);
- Restavracija Paradiso (Lokve);
- Gostilna s prenočišči (Lokve).

ZASEBNI PONUDNIKI SOB IN APARTMAJEV:

- Dijaški dom Nova Gorica (Nova Gorica);
- Batič Edvina (Nova Gorica);
- Prenočišča Pertout (Rožna Dolina);
- Bašin Darjo (Nova Gorica);
- Prenočišče Dom na Lazni (Lazna).

TURISTIČNE KMETIJE:

- Bratuž (Čepovan);
- Gregorič (Zalošče);
- Vižintin (Zalošče);
- Lisjak (Spodnja Branica);
- Malovščevo (Vitovlje);
- Rjavčevi (Šempas);
- Vižintin (Zalošče);
- Žulovkin hram (Preserje);
- Mladovan (Ozeljan);
- Pri mlinu (Branik).

AVTOKAMP:

- Mladovan (Ozeljan): namenjen predvsem jadralnim padalcem;
- Kamp TD Kanal (Kanal).

GOSTINSKE IN RESTAVRACIJSKE ZMOGLJIVOSTI V MONG

RESTAVRACIJE:

- Grajska klet (Kromberk);
- Hotel Sabotin (HIT) (Solkan);
- Marco Polo (Nova Gorica);
- Perla (HIT) (Nova Gorica);
- Park (HIT) (Nova Gorica);
- Paradis (Lokve);
- Pikol (Rožna Dolina);
- Pecivo (Nova Gorica);
- Presta (Nova Gorica);
- Sveta Gora (Solkan);
- Triglav (HIT) (Nova Gorica);
- Urška (Nova Gorica);
- Vrtnica (HIT) (Nova Gorica).

GOSTILNE IN GOSTIŠČA:

- Gostilna Furlan (Branik);
- Gostilna Grčna (Nova Gorica);
- Gostilna Grad Ozeljan (Ozeljan);
- Gostilna Komel (Nova Gorica);
- Gostilna Pri Olgi (Vitovlje);
- Gostilna Pri Ovčarju (Trnovo);
- Gostilna Hit Bistro (HIT) (Rožna Dolina);
- Gostilna Hit pri Hrastu (HIT) (Nova Gorica);
- Gostilna Kekec (HIT) (Nova Gorica);
- Domača gostilna Metulj (Nova Gorica);
- Gostišče Oddih (Solkan);
- Samopostrežna gostilna Okus-zvezda (Nova Gorica);
- Orlandini (Ajševica, Nova Gorica);
- Gostilna Pri Bajti (Rožna Dolina);
- Gostilna Pri Rezki (Nova Gorica);
- Gostilna Pri Treh mostovih (Prvačina);
- Gostilna Prvi maj (Nova Gorica);
- Gostišče Šterk (Ajševica);
- Samopostrežna gostilna Urška (Nova Gorica);
- Hoteli Winkler (Lokve);

- Gostilna Žeja (Ozeljan);
- Gostilna s prenočišči, Martina Gorjan s. p., (Lokve).

PICERIJA – ŠPAGETERIJA:

- Marco Pollo (Nova Gorica);
- Alcatraz (Nova Gorica);
- Pizza Ž (Nova Gorica);
- Grad (Ozeljan).

KMEČKI TURIZMI:

- Bratuž (Čepovan);
- Gregorič (Zalošče);
- Lisjak (Spodnja Branica);
- Malovščevo (Vitovlje);
- Rjavčevi (Šempas);
- Vižintin (Zalošče);
- Žulovkin hram (Preserje).

OSMICE:

- Kalinovi (Dornberk);
- Kmetija Čotar - pri Betenih (Dornberk);
- Kmetija Ličen - Pirotovi (Branik).

TURISTIČNO REKREACIJSKI OBJEKTI IN OBMOČJA V MONG

- Proga za hojo in tek na smučeh (Lokve);
- Neurejena kopališča: Žogica (Solkan) in Kajakaški center (Solkan);
- Reka za kajakaštvo: reka Soča (Solkan);
- Plezališče: Dolge njive in Lijak;
- Ribiški revir: ribiški revir Soča;
- Planinska pot: Sabotin, Sveta Gora, Nova Gorica-Kekec-Trnovo, Solkan-Kekec in Trnovo-Kucelj;
- Gozdna učna pot: Panovec (Nova Gorica);
- Steza za trim: Panovec (Nova Gorica);
- Sprehajalna pot: Panovec (Nova Gorica);
- Jahalni center: Mandrija (Ajševica) in KK Nova Gorica;
- Mestni in primestni gozdovi: Panovec (Nova Gorica);
- Prostor za piknik, kurišče: Panovec (Nova Gorica), Soča kajak center (Solkan), Lokve, Mala Lazna, Krnica in Kopitnik;
- Živalski vrt, obora za ogled živali: gostišče Šterk (Ajševica) in Paradis (Lokve);
- Hortikularni park, botanični vrt: Rafutski park (Rožna dolina);
- Interno šotorišče: Temnik in Pri Krtu;

- Športno letališče, vzletišče: vzletišče nad Vitovljami in vzletišče nad Ajševico.

KULTURNA DEDIŠČINA V MONG

KULTURINO-ZGODOVINSKI SPOMENIKI IN OBMOČJA

- Sveti Danijel (Ravnica);
- Tabor in cerkev Marijinega nebovzetja (Vitovlje);
- Skalnica, območje gore z Marijinim svetiščem (Sveta Gora);
- Spomenik Edvardu Rusjanu (spomenik pionirju slovenskega letalstva) (Nova Gorica).

ARHEOLOŠKI SPOMENIKI IN OBMOČJA

- Sveti Lovrenc in Sveto (Bate);
- Rabotnica (Branik);
- Grašišče (Gragar);
- Kekec (Nova Gorica);
- Mali hrib (Pedrovo, Branik);
- Sveti Peter (Vitovlje).

UMETNOSTNI IN ARHITEKTURNI SPOMENIKI IN OBMOČJA

- Območje gradu Rihemberk (Branik);
- Župnijska cerkev Svetega Urha (Branik);
- Župnijska cerkev Svetega Janeza Krstnika (Čepovan);
- Župnijska cerkev Svetega Danijela (Dornberk);
- Podružnična cerkev Marije Brezmadežne (Gradišče);
- Podružnična cerkev Svetega Petra (Grgar);
- Župnijska cerkev Svetega Martina (Grgar);
- Samostan s knjižnico in grobnico (Kostanjevica);
- Grad Kromberk (Kromberk);
- Župnijska cerkev Svetega Martina (Osek);
- Graščina Ozeljan (Ozeljan);
- Podružnična cerkev Svetega Duha (Pedrovo, Branik);
- Župnijska cerkev Svetega Andreja (Prvačina);
- Podružnična cerkev Svetega Mohorja in Fortunata (Ravnica);
- Podeželska vila (Rožna dolina);
- Župnijska cerkev Svetega Štefana (Solkan, Nova Gorica);
- Podružnična cerkev Svetega Lenarta (Spodnja Branica);
- Župnijska cerkev Svetega Silvestra (Šempas);
- Podružnična cerkev Svetega Mihaela (Šmihelj);
- Župnijska cerkev Svetega Lovrenca (Zalošče).

ETNOLOŠKI SPOMENIKI IN OBMOČJA

- Čepovan, št. 175 (Čepovan);
- Gotsko znamenje (Grgar);
- Lokovec, št. 220 (Lokovec);
- Znamenje pod pokopališčem (Osek);
- Šempas, št. 59 (Šempas).

ZGODOVINSKI SPOMENIKI IN OBMOČJA

ZGODOVINSKI SPOMENIKI PRED 1. SVETOVNO VOJNO

- Spomenik baronu Widmajerju (Branik);
- Židovsko pokopališče (Rožna dolina).

VOJAŠKA POKOPALIŠČA IN SPOMENIKI IZ 1. SVETOVNE VOJNE

- Vojaško pokopališče (Ajševica);
- Vojaško pokopališče (Banjščice);
- Vojaško pokopališče (Bate);
- Vojaško pokopališče 1 (Branik);
- Vojaško pokopališče 2 (Branik);
- Vojaško pokopališče (Čepovan);
- Spomenik in vojaško pokopališče (Grgar);
- Spomenik (Grgarske ravne);
- Vojaško pokopališče (Lokve);
- Vojaško pokopališče (Osek);
- Vojaško pokopališče (Oševljek);
- Vojaško pokopališče (Nemci);
- Vojaško pokopališče (Prvačina);
- Vojaško pokopališče (Ravnica);
- Spomenik (Sabotin);
- Vojaško pokopališče (Solkan);
- Spomenik (Vodice);
- Vojaško pokopališče 1 (Zalošče);
- Vojaško pokopališče 2 (Zalošče);
- Spomenik (Lazna).

SPOMENIKI NOB

- Spomenik (Solkan);
- Spomenik in grobnica (Trnovo).

TEHNIŠKI SPOMENIKI

- Mlin na Slatni (Grgar);
- Kamniti železniški most z največjim kamnitim lokom na svetu (Solkan);

- Mlin pri št. 73 (Šempas);
- Mlin Pekel (Steske);
- Dvoločni kamniti most (Steske).

NARAVNA DEDIŠČINA V MONG

NARAVNE ZNAMENITOSTI IN OBMOČJA

- Jezero za brestom (Vitovlje);
- Brezno na Vodica, stopnjasto brezno (Banjščice);
- Rovpa – stopnjasto brezno (Banjščice);
- Brezno na Levpah (Lokovec);
- Gozd Panovec (Nova Gorica);
- Rafutski park (Rožna dolina, Nova Gorica);
- Vaške lipe (Ravnica);
- Smrečje v Trnovskem gozdu, kraška pokrajina;
- Velika ledenica v Paradani;
- Kraški izvir in energetska točka Lijak (pri Ajševici);
- Naravno okno Skozno (nad Ajševico);
- Reka Soča.

PRIREDITVE V MONG

- Pustovanje (kraj dogajanja je Bevkov trg in druga prizorišča po mestu Nova Gorica).
- Mesto mladih: Klub Goriških Študentov tradicionalno prireja za mlade vseh generacij devetdnevno Mesto mladih s pestrim programom; od raznih delavnic in športnih dogodkov do kulturnih in glasbenih prireditev (kraj dogajanja so različna prizorišča po mestu Nova Gorica).
- Praznik vrtnic: je osrednja občinska prireditev v čast nastanka mesta (kraj dogajanja je Nova Gorica).
- Praznik košnje: praznik pripravljajo z namenom obuditi stare običaje (kraj dogajanja so Banjščice).
- Praznik kostanja: prireditev se tradicionalno odvija cel vikend in vključuje kulturni in zabavni program; vitovljske gospodinje pa vsako leto pripravijo razstavo okusnega domačega peciva, ne manjka kostanja in vina (kraj dogajanja so Vitovlje).
- Silvestrovanje: po izjemnem obisku silvestrovanja na prostem v letu 2000 obišče to prireditev vsako leto več tako domačih kot tujih gostov (kraj dogajanja je Nova Gorica).
- Martinovanje (kraj dogajanja je vsepovsod po mestni občini Nova Gorica).
- Poletna in zimska Plaža: podjetje HIT d. d. organizira kulturne in zabavne prireditve, ki trajajo celo poletje in večji del zime (kraj dogajanja je travnik pred občino v Novi Gorici).
- Poleg teh prireditev je še veliko lovskih, gasilskih in drugih krajevnih prireditev.

ŠPORTNE PRIREDITVE POVEZANE S TURIZMOM V MONG

- Atletski klub Gorica – 2 do 4 tekme državnega nivoja;
- Kolesarski klub HIT Casino – 2 do 3 tekme državnega nivoja za različne kategorije;
- Kolesarski klub Bišport – 2 do 3 tekme – gorsko kolesarjenje;
- KUK (kotalkarski klub) Nova Gorica – 2 do 3 prireditve;
- KUK (kotalkarski klub) Perla – 2 prireditvi;
- Kajak klub Soške elektrarne – 3 do 4 tekme državnega nivoja;
- Nogometno društvo HIT Gorica – 15 tekem državne lige (1. liga) in 15 prijateljskih tekem;
- Plesni klub Nova Gorica – 1 do 2 turnirja;
- Plesni klub Urška – 1 do 2 turnirja;
- Planinsko društvo Nova Gorica – organizirani pohodi, alpinistična šola;
- Šahovsko društvo Nova Gorica – 2 redna turnirja in 2 državna;
- Tenis klub Nova Gorica – 1 mednarodni turnir in 10 tekem v ligaškem tekmovanju.

IGRALNICE IN IGRALNI SALONI V MONG

- HIT Hotel Casino Perla (Nova Gorica);
- HIT Hotel Casino Park (Nova Gorica);
- Casino Princess (Nova Gorica);
- Igralni salon Casino Fortuna (Rožna Dolina);
- Igralni salon Casino Jolly (Nova Gorica);
- Igralni salon Casino Felix (Nova Gorica).

DRUGE ZANIMIVOSTI V MONG

- Nova Gorica se vedno bolj uveljavlja kot sejemska mesto:
 - Goriški sejem obrti in podjetništva;
 - Sejem dobrot narave in zabave;
 - Novoletni sejem.
- Primorsko dramsko gledališče Nova Gorica: tukaj potekajo dramski, operni in baletni programi.
- Goriška knjižnica Franceta Bevka: je najnovejši kulturni objekt v Novi Gorici na ideji odprte knjige.
- Kajakaški center: v Solkanu so zgradili sodoben kajakaški center, ki je gostil svetovno mladinsko prvenstvo leta 2006. Ta center bo tudi v bodoče omogočal organizacijo mednarodnih tekem, ki bodo privabljale tako športnike kot ljubitelje športov na divjih vodah.
- Hrib Sabotin: ima tako kulturno-zgodovinske kot tudi naravoslovne zanimivosti in s tem možnost, da odigra zelo pomembno vlogo pri prepoznavnosti regije, pri vzpostavitvi sožitja in pri združevanju narodov na obeh straneh meje. Zelo pomembna je tudi zgodovina tega hriba, saj se je na njegovih pobočjih borilo dvaindvajset narodov. Razprtije, ki so se nedavno odvijale v povezavi z znamenitim napisom »Naš Tito«, so hrib Sabotin povzdignile v pravo turistično atrakcijo.

- Športni park Panovec: je pomemben mestni športni prostor, v katerem imajo pomembno mesto športi, kot so: nogomet, plavanje, atletika, košarka, tenis in drugi.

PROMETNE POVEZAVE

Mesto je z avtobusnimi linijami povezano z naslednjimi kraji: Ajdovščina, Banjščice, Bovec, Dobrovo, Dornberk, Gorica (v Italiji), Idrija, Izola, Kanal, Kobarid, Komen, Koper, Kozina, Lipa na Krasu, Ljubljana, Maribor, Miren, Piran, Postojna, Renče, Rijeka, Sežana, Tolmin, Vipava, Vojsčica na Krasu in Sveta Gora. Povezave niso enako pogoste v vse kraje. Poleti je dodatna avtobusna povezava enkrat dnevno vsak dan z Bovecem, Dornberkom, Izolo, Kanalom, Kobaridom, Koprom, Piranom, Sežano, Tolminom. Poleti je avtobusna povezava enkrat dnevno vsak dan na relaciji Ljubljana – Vršič, Kranjska Gora, Bled. Mestni avtobus vozi na relaciji Vrtojba – Šempeter - Nova Gorica – Solkan – Kronberk - Lokve.

PRILOGA 2

STRATEŠKA PODROČJA TURISTIČNE RAZVOJNE POLITIKE

1. strateško razvojno področje: Razvojna turistična politika	
<i>Strateški cilji</i>	<i>Naloge in ukrepi za dosego ciljev</i>
• Turistična strateška razvojna usmeritev s čim širšo podporo vseh udeležencev. • Zagotoviti turističen razvoj, ki bo v korist prebivalcem in ne bo nasilen do naravnega in družbenega okolja. • Definiranje usmeritev in oblikovanje pogojev za razvoj čimbolj donosnih turističnih produktov. • Ustvarjati pogoje za uravnotežen družbeni, gospodarski in turistični razvoj občine. • Oblikovati prostorski plan, ki bo v skladu s sprejetimi strateškimi opredelitvami omogočal razvoj turistične ponudbe. • Ustvariti za prebivalce prijetno, za obiskovalce pa zanimivo in privlačno mestno središče. • Koncesijsko dajatev od iger na srečo, v skladu s strateškimi prioritetami, čim bolj razvojno in produktivno izrabiti.	• Oblikovanje inovativne strategije razvoja turizma. • Implementacija strateških usmeritev. • Spoznavanje okolja z razvojno strategijo, promocija. • Formiranje strateškega razvojnega sveta. • Vzpostavitev strateškega kontrolinga (načrtovanje, spremljanje, prilagajanje spremembam). • Definirati prioritete razvoja turizma v MONG. • Zagotavljanje trajnih virov financiranja. • Vzpostavitev transparentnega sistema za usmerjanje razvojnih naložb in vzpodbud. • Usposabljanje javnih služb in uporabnikov ter osveščanje prebivalcev. • Pridobivanje sredstev iz državnih in regionalnih razvojnih skladov kot tudi razvojnih sredstev iz EU in drugih razvojnih finančnih virov. • Načrtovanje in izvajanje prostorske razvojne politike v skladu s strategijo razvoja. • Izvajanje razpisov za načrtovane naložbe. • Iskanje in izbira strateških partnerjev za načrtovane naložbe.

2. strateško razvojno področje: Okolje in turizem	
<i>Strateški cilji</i>	<i>Naloge in ukrepi za doseg ciljev</i>
• Ustvariti privlačno in urejeno okolje, ki bo zanimivo in prijetno tako za domačine kot za goste. • Ustvarjati podjetniško naravnano podporno okolje privlačno za kadre in za kapitala vlaganja, tako v turizem kot v druge dejavnosti. • Z jasno razvojno politiko vzpodbujati finančna okolja za podporo vlaganjem v razvoj turističnih projektov. • Ustvariti prebivalcem prijetno in obiskovalcem zanimivo mestno središče. • Načrtovanje izrabe prostora v skladu s turistično strategijo. • Zagotavljati sonaravni in trajnostni razvoj turizma. • Ohranjati poseljenost podeželja in ustvarjati pogoje za kvalitetno življenje prebivalstva v teh okoljih. • Zagotavljati pogoje za razvoj kvalitetnih in raznolikih delovnih mest. • Celotno okolje podpira sprejete razvojne strateške usmeritve.	• Definirati sprejemljivost obremenjenosti naravnega okolja po posameznih območjih. • Zagotoviti sonaravni in trajnostno usmerjen razvoj turizma. • Vzdrževati kulturno krajino, ki predstavlja tudi turistično vrednoto. • Oblikovati čim širša območja za ekološko pridelavo hrane s priznano blagovno znamko »Goriški ekološki pridelki in proizvodi«. • Zagotavljati urejenost mest in vasi, vzpodbujati pozitiven odnos do narave, krajinske in kulturne dediščine ter vzdrževati čisto okolje, trate in urejene nasade. • V mestu zagotoviti atraktivnost zelenih površin, parkov in cvetličnih nasadov obogatenih z najatraktivnejšimi stvaritvami priznanih umetnikov svetovnega slovesa, tako da že same te površine postanejo prvovrstna turistična atrakcija. • Za gradnjo stavb, ki so v javni lasti, z mednarodnim razpisom izbirati priznane svetovne arhitekte in tako zagotoviti atraktivno arhitekturo. • Ustrezno opredeliti namembnost prostora s ciljem zagotavljanja zdravega in privlačnega okolja za turizem in zdravo življenje občanov. • Vzpostavljati pozitiven odnos prebivalstva do turističnih gostov in obiskovalcev. • Z izobraževanjem vzpostavljati samozavest, pripadnost in spoštovanje lastne kulture in zagotavljati identiteto okolja. • Spodbujati zavest o pomembnosti kulturne dediščine in različnosti kot elementa narodne pripadnosti in istočasno tudi elementa turistične zanimivosti območja.

3. strateško razvojno področje: Oblikovanje turističnih produktov	
<i>Strateški cilji</i>	<i>Naloge in ukrepi za doseg ciljev</i>
• Izkoristiti prednosti, izrabiti priložnosti, odpraviti slabosti in se izogniti pretnjam in nevarnostim. • S turistično dejavnostjo ustvariti dvakrat več prometa. • Najpomembnejši obstoječi turistični produkt, igralniško zabavišni, ki tudi prispeva velika družbeno razvojna sredstva, maksimira svoje kapacitete in razvije ponudbo v okviru tržnih možnosti in okoljskih omejitev. • Izrabiti trende na področju turizma in oblikovati sodobne, nove turistične ponudbe. • Prioriteto v spodbujanju razvoja imajo tisti produkti, ki ustvarjajo višjo dodano vrednost, povpraševanje po tovrstnih produktih je v vzponu in še niso podvrženi veliki konkurenci; ustvarjajo kvalitetna in raznolika delovna mesta ter upoštevajo principe sonaravnega in trajnostnega razvoja. • Vzpostaviti medsebojno povezanost programov in zagotoviti delovanje vzajemne razvojne podpore med programi; gre za vzpostavitev učinkovite aktivne in pasivne soodvisnosti. • Turizem, kot kompleksno dejavnost z multiplikatorjem turistične potrošnje pozitivno izrabiti za spodbujanje ekonomskega in družbenega razvoja okolja.	• Določiti strateška razvojna področja produktov. • Izdelati strateški razvojni načrt produktov. • Izdelati sistem stalnega strateškega kontrolinga (strateško načrtovanje, izvajanje, spremljanje in prilagajanje novim situacijam). • Oblikovati pogoje za razvoj čim bolj donosnih turističnih produktov. • Sprejeti prioritete, kamor se bodo usmerjale razvojne spodbude. • Zagotoviti prostorske pogoje za razvoj turističnih produktov. • Oblikovati sistem spodbud, razdeljevanja, kot tudi nadzora. • Promovirati sprejete usmeritve turizma MONG. • Spodbujati povezovanje ponudnikov turističnih storitev in njihovih programov s ciljem oblikovanja pestre in celovite turistične ponudbe. • Spodbujati razvoj in pridobivanje kadrov, ki bodo sposobni organizirati in voditi sodobno turistično ponudbo. • Sistematično pridobivati strateške partnerje za naložbe v turistične programe, tako domače kot tuje.

4. strateško razvojno področje: Organiziranost in trženje	
<i>Strateški cilji</i>	<i>Naloge in ukrepi za doseg ciljev</i>
• Vzpostavitev in zagon delovanja lokalne turistične organizacije. • Zagotoviti tržno razpoznavost goriške turistične destinacije. • Vzpostaviti sistem medsebojnih povezav turističnih ponudnikov. • Vzpostaviti povezovanje s ponudbo sosednjih področij. • Oblikovati tržno zanimive turistične produkte. • »Incoming« obiskovalcev je učinkovito organiziran. • Z uresničevanjem strategije in razvojem programov je javnost dobro seznanjena.	• Vzpostavitev delovanja lokalne turistične organizacije v skladu z zakonom o pospreševanju razvoja turizma. • Poiskati oblike organiziranosti, ki ne bi po nepotrebnem rušile že obstoječe utečeno delovanje. • Sodelovati pri ustanovitvi regionalne turistične organizacije. • Oblikovati celostno vizualno podobo goriškega turizma. • Oblikovati in izdati tematski, prodajno naravnani, promocijski material. • Oblikovati turistične ponudnike območja in širše. • Vzpostaviti turistično informacijsko središče, z uporabo sodobnih tehnologij in zagotavljati ažurnost informacij. • Vzpostavitev celovite turistične signalizacije. • Organizirati »incoming« gostov. • Vzpostaviti dobro vodniško službo. • Organizirati ponudbo različnih kratkih izletov za stacionarne goste. • Vzpostaviti sistem spremljanja kvalitete ponudbe in tekoče izvajati kontrolo kvalitete. • Izvajati dejavnosti promocije in pospeševanja prodaje. • Oblikovati predloge produktov za potrebe določanja razvojne politike.

PRILOGA 3

ANKETNI VPRAŠALNIK

Sem študent Ekonomije na Ekonomski fakulteti v Ljubljani in za potrebe svoje raziskave v sklopu diplomske naloge, ki se glasi Vpliv turizma in igralništva na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica, potrebujem podatke, katere zbiram s pomočjo anketnega vprašalnika med prebivalci Mestne občine Nova Gorica. Iskreno se vam zahvaljujem za sodelovanje pri izpolnjevanju tega anketnega vprašalnika.

TURIZEM IN IGRALNIŠTVO - SPLOŠNO

1. Ali radi živite v turističnem kraju kot je Nova Gorica?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne vem oz. mi je vseeno

2. Ali podpirate nadaljni razvoj turizma v Mestni občini Nova Gorica?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne vem oz. mi je vseeno

3. Ali podpirate nadaljni razvoj igralništva v Mestni občini Nova Gorica?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne vem oz. mi je vseeno

4. Kako ocenjujete razvitost turistične in igralniške ponudbe v Mestni občini Nova Gorica.

Obe ponudbi ocenite na lestvici od »1« do »5«. »1« pomeni nerazvita ponudba, »2« – delno razvita, »3« – srednje razvita, »4« – razvita in »5« – zelo razvita.

Turistična ponudba v Mestni občini Nova Gorica:	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Igralniška ponudba v Mestni občini Nova Gorica	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

5. Koliko menite, da koncentracija igralnic in igralnih salonov v mestnem središču vpliva na življenjske razmere v mestu Nova Gorica?

- a) Zelo močno
- b) Močno
- c) Srednje
- d) Malo
- e) Zelo malo
- f) Nič

6. Kakšen je po vašem mnenju vpliv igralništva kot osrednje turistične dejavnosti na podobo in življenje mesta Nova Gorica?

- a) Pozitiven
- b) Negativen
- c) Ni vpliva

7. Prosim vas, da ocenite, katera vrsta turizma ima največji vpliv na razvoj turizma v Mestni občini Nova Gorica:

(5 - zelo močan vpliv, 4 – močan vpliv, 3 - srednje močan vpliv, 2 - majhen vpliv, 1 - sploh nima vpliva)

Športno-rekreacijski turizem	1	2	3	4	5
Podeželski turizem	1	2	3	4	5
Kulturno-zabavni turizem	1	2	3	4	5
Poslovni turizem	1	2	3	4	5
Enogastronomski turizem	1	2	3	4	5
Igralniški turizem	1	2	3	4	5
Romarski turizem	1	2	3	4	5
Wellness turizem	1	2	3	4	5

VPLIV IGRALNIŠTVA NA CIVILNO DRUŽBO

8. Kako pogosto obiskujete igralnice ali igralne salone v Mestni občini Nova Gorica:

- a) zaposlen sem v igralnem salonu in ga ne obiskujem kot gost → vprašanje 10
- b) nisem še obiskal → vprašanje 10
- c) enkrat ali nekajkrat letno → vprašanje 9
- d) enkrat ali nekajkrat mesečno → vprašanje 9
- e) enkrat ali nekajkrat tedensko → vprašanje 9

9. Prosim, navedite razlog za vaš obisk v igralnici ali igralnem salonu (možnih je več odgovorov):

- a) igranje na igralnih avtomatih
- b) igranje iger na igralnih mizah
- c) razvedrilo in zabava (koncerti, prireditve ipd.)
- d) želja po dobitku
- e) drugo: _____

10. Prosim vas, da ocenite naslednje pozitivne in negativne učinke igralnštva na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica:

(5 - popolnoma se strinjam, 4 – se strinjam, 3 - sem neopredeljen, 2 - se ne strinjam, 1 - sploh se ne strinjam)

Brez igralništva bi bila brezposelnost v občini občutno večja.	1	2	3	4	5
Dajatve, ki jih plačujejo igralnice in igralni saloni v občinsko blagajno Mestne občine Nova Gorica, so koristno uporabljeni v prid celotnega prebivalstva občine (za kvalitetnejše življenje celotnega prebivalstva občine).	1	2	3	4	5
Večina prebivalcev v občini živi bolje zaradi igralništva.	1	2	3	4	5
Cene stanovanj in poslovnih prostorov v (okolici igralnic) občini so zaradi vpliva igralništva višje kot drugod.	1	2	3	4	5
Zaradi igralništva je v občini bistveno več kriminala.	1	2	3	4	5
Zaradi igralništva je v občini bistveno več razdorov družin.	1	2	3	4	5
Igralništvo je povečalo število odvisnikov od igralništva v občini.	1	2	3	4	5
Igralništvo degradira sistem vrednot v lokalni skupnosti, posebej med mladimi.	1	2	3	4	5
Igralništvo povečuje hrup, gnečo, promet...	1	2	3	4	5
Na splošno ima igralništvo več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v občini.	1	2	3	4	5

VPLIV TURIZMA NA CIVILNO DRUŽBO

11. Prosim vas, da ocenite naslednje pozitivne in negativne učinke turizma na civilno družbo v Mestni občini Nova Gorica:

(5 - popolnoma se strinjam, 4 – se strinjam, 3 - sem neopredeljen, 2 - se ne strinjam 1 - sploh se ne strinjam)

Turizem v občini ohranja in spodbuja zaščito lokalne kulture.	1	2	3	4	5
Turizem prispeva k povečanju življenjske ravni in standarda lokalnega prebivalstva Mestne občine Nova Gorica zaradi povečanja lokalne zaposlenosti in koristi od zgrajene turistične infrastrukture.	1	2	3	4	5
Zaradi razvoja turizma se je v občini povečala varnost v lokalnem okolju.	1	2	3	4	5
Turizem v občini sproža nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva s tradicionalnim načinom življenja zaradi imitiranja življenjskega stila obiskovalcev.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma je v občini bistveno več kriminala.	1	2	3	4	5
Turizem v občini je razlog za zaščito in izboljšanje kakovosti naravnega okolja.	1	2	3	4	5
Turizem v občini oblikuje in krepi ekološko zavest, etiko in odgovornost.	1	2	3	4	5
Turizem v občini povečuje onesnaževanje voda.	1	2	3	4	5
Turizem povečuje hrup, gnečo, promet...	1	2	3	4	5
Turizem v občini povečuje ekološke katastrofe, kot so erozija zemlje ali sprememba podnebja, opustitev tradicionalne dejavnosti (poljedeljske) itd.	1	2	3	4	5
Na splošno ima turizem več pozitivnih kot negativnih vplivov na civilno družbo v občini.	1	2	3	4	5

SOCIODEMOGRAFSKI PODATKI

12. Za potrebe analize potrebujem vaše sociodemografske podatke, zato vas prosim, da izpolnete spodnja vprašanja.

Spol: M Ž

Starost:

- a) Pod 30 let
- b) Od 31 do 50 let
- c) 50 in več let

Izobrazba:

- a) OŠ ali manj
- b) poklicna šola
- c) srednješolska izobrazba
- d) višja izobrazba
- e) univerzitetna izobrazba
- f) magisterij ali doktorat
- g) ne želim odgovoriti

Status:

- a) študent/ka
- b) zaposlen/a
- c) samozaposlen/a, svobodni poklic, kmetovalec
- d) upokojenec/ka
- e) gospodinja
- f) trenutno brez dela (brezposelen/a)
- g) drugo: _____

Vaš mesečni osebni neto dohodek:

- a) manj kot 400 €
- b) od 401 do 800 €
- c) od 801 do 1600 €
- d) od 1601 do 2400 €
- e) več kot 2400 €