

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE OBALNEGA ZALEDJA  
SLOVENSKE ISTRE**

Ljubljana, maj 2003

ALJOŠA LISJAK

## **IZJAVA**

Študent Aljoša Lisjak izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Tomaža Kolarja in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>1. Uvod.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Temeljni pojmi v turizmu.....</b>	<b>2</b>
2.1 Opredelitev in razvoj turizma .....	3
2.2 Turistični trg .....	4
2.2.1 Turistično povpraševanje.....	4
2.2.2 Turistična ponudba .....	5
2.3 Turistični proizvod.....	7
2.4 Turistična destinacija .....	8
2.5 Alternativni, kakovostni, vzdržni in mehki turizem.....	9
<b>3. Turizem in trženje Slovenske Istre .....</b>	<b>11</b>
3.1 Predstavitev prostora in pogojev za razvoj turizma v Slovenski Istri.....	11
3.1.1 Geografski položaj.....	11
3.1.2 Podnebje .....	12
3.1.3 Geologija in rastlinstvo .....	12
3.2 Sekundarna turistična ponudba Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre .....	12
3.3 Analiza obstoječega stanja .....	14
3.4 Učinki razvoja turizma.....	15
3.5 Tržna segmentacija .....	15
3.6 Tržno pozicioniranje na turističnem trgu .....	16
3.7 SWOT analiza turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre.....	17
3.8 Trženje in promocija turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre.....	19
3.9 Strategija razvoja turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre .....	21

<b>4. Vizija dolgoročnega razvoja Krajinskega parka Sečoveljske soline .....</b>	<b>22</b>
4.1 Zgodovina parka .....	23
4.2 Razlogi za zaščito naravne in kulturne dediščine.....	24
4.3 Vpliv zaščite na gospodarsko dejavnost v solinah .....	25
4.4 Predstavitev problema .....	25
4.5 Možnosti za razvoj .....	26
4.6 SWOT analiza turistične ponudbe v območju Krajinskega parka Sečoveljske soline .....	26
4.7 Vizija razvoja po treh scenarijih.....	27
4.7.1 Scenarij 1.....	28
4.7.2 Scenarij 2.....	29
4.7.3 Scenarij 3.....	29
4.7.4 Primerjava treh razvojnih scenarijev .....	30
4.8 Usmeritev v turizmu .....	30
<b>5. Sklep .....</b>	<b>33</b>
<b>6. Literatura .....</b>	<b>35</b>
<b>7. Viri .....</b>	<b>37</b>

## **Priloge**

Priloga 1 Večje in pomembnejše vasi, naselja in zaselki obalnega zaledja Slovenske Istre .....	P1
---	----

Priloga 2 Ilustracija poteka zelenih, rumenih in rdečih poti znotraj Krajinskega parka Sečoveljske soline .....	P2
--	----

Priloga 3 Shematski prikaz predloga razdelitve Krajinskega parka Sečoveljske soline na področja dejavnosti.....	P3
--	----

## 1. UVOD

Turizem postaja gospodarska dejavnost, v katero se vključuje zelo širok krog dejavnosti, s čimer se povečujejo gospodarske koristi in zaposlovanje. Postaja tudi način življenja, ki pozitivno vpliva na področja, ki razvijajo turizem, in jih bogati v materialnem in duhovnem smislu.

Razvojni trendi v svetu dokazujejo, da je turizem izredno dinamična dejavnost sodobnega gospodarstva in družbe, ki dosega visoko stopnjo rasti. Turistični trg ponuja vedno nove destinacije z izjemno raznovrstno ponudbo, kar močno povečuje konkurenco. Množica turističnih ponudb narekuje nove prijeme v tržnem komuniciranju, ki poudarjajo predvsem izvirnost in identiteto ponudb oz. njihovo razpoznavnost in samopodobo.

Obala je bila že od nekdaj pravi magnet za turiste, saj sta čisto morje in kopica obmorskih hotelov ponujala zabavo in pravo poletno plažno vzdušje. Z leti pa se potrebe in želje turistov spreminjajo, gostje postajajo zahtevnejši in tako se tudi turistična ponudba na tem koncu Slovenije spreminja. Vse bolj se pojavlja želja in povpraševanje po neokrnjeni naravi, po kulturnih, zgodovinskih in arheoloških privlačnostih, po seznanjanju z običaji in tradicijo tukaj živečih ljudi, po rekreaciji in zdravem življenju, itd. Obmorski turizem, zasičen s pozidanim prostorom, je začel iskati rešitev v zaledju in na podeželju, kjer je omenjenega na pretek.

Namen diplomskega dela je analiza turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre ter možnosti in priložnosti, ki bi jih Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre uspelo ponujati.

V diplomskem delu bom poskušal odgovoriti na naslednja vprašanja:

- Ali ima Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre sploh izoblikovano kakšno strategijo razvoja turizma?
- Katere vrste turizma je smiselno razvijati in vanje vlagati; tako z vidika posegov v naravno okolje kot z vidika prenočitvenih kapacitet ter gostinskih objektov?
- Kako bi bilo mogoče na najbolj avtohton način razviti turizem in ohraniti naravno okolje karseda neokrnjeno?
- Ali bi ta razvoj prinesel ljudem kaj novih delovnih mest?
- Kakšne bi bile stranske posledice turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre?

Skušal bom torej ugotoviti, ali Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre razvija svoje danosti v smeri turistične ponudbe in ali je ta turistična ponudba ustrezna, če upoštevamo dolgoročen razvoj in obstoj regije v gospodarskem, socialnem in naravnem (ekološkem) smislu.

Delo je razdeljeno na tri večja poglavja. V prvem delu so predstavljeni in opredeljeni temeljni pojmi v turizmu, s katerimi se bom skozi celotno diplomsko delo srečeval (turistična ponudba, turistično povpraševanje, turistični proizvod, turistična destinacija, itd.).

V drugem delu je predstavljena analiza turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre. Navkljub svoji ne-turistični usmeritvi predstavljajo še vedno najpomembnejše gonilo turistične ponudbe elementi primarne turistične ponudbe. Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre bom opredelil z vidika geografskega položaja, podnebja ter geologije in rastlinstva. V okviru sekundarne turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre bom predstavil infrastrukturo, gostinske in prenočitvene objekte ter prireditve in dogodke, zanimive za turizem.

V tretjem delu je prikazana vizija dolgoročnega razvoja Krajinskega parka Sečoveljske soline in njegovo vključevanje v turistično ponudbo ter s tem dvig konkurenčne sposobnosti te destinacije na turističnem trgu. V Krajinski park Sečoveljske soline je postavljen preplet treh vidikov rabe prostora: naravovarstveni, kulturni in gospodarski s tremi gospodarskimi dejavnostmi: solinarstvo, turizem in druge dopolnilne dejavnosti. Glede na kombinacije treh vidikov rabe prostora in treh dejavnosti bom v tem poglavju predstavil tri scenarije razvoja.

Diplomsko delo bom sklenil z ugotovitvami celotne analize in predstavitevijo sklepov o revitalizaciji Sečoveljskih solin o njihovem vključevanju v turistično ponudbo.

## **2. TEMELJNI POJMI V TURIZMU**

V današnji družbi je postal turizem dobrina široke potrošnje, njegov pomen je vsak dan večji, k čemur pripomore predvsem sedanji način življenja. Nastaja iz človekove potrebe po sprostitvi in odkrivanju novih krajev, zato je namenjen predvsem delovnim ljudem pri krepitvi in obnavljanju tako fizičnih kot psihičnih sposobnosti. Marsikje je turizem postal pomembna gospodarska panoga, ravno zaradi pozitivnih učinkov, ki jih ustvarja (Management v turizmu 2, 1998, str.13).

## 2.1 Opredelitev in razvoj turizma

V preteklosti je skoraj vsak, ki je pisal o turizmu, razlagal in zagovarjal svojo definicijo turizma, tako da se je skozi čas nabralo veliko tovrstnih definicij, pri čemer se so slednje lahko bistveno razlikovale. Opaziti je tudi spreminjanje definicij glede na razvoj samega turizma. Kot prvo znanstveno definicijo turizma velja omeniti Hunzikerjevo in Kraftovo, katera je dolga časa veljala za najbolj pravilno, in pravi: "Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, če to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo" (Bunc, 1986, str. 18). Danes je ta definicija zastarela, saj predstavlja turizem veliko več. Tako je pod okriljem Mednarodnega združenja turističnih strokovnjakov AIEST<sup>1</sup> nastala in obveljala St. Gallenska definicija turizma: "Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj nastanitve ni niti glavno niti stalno bivališče niti kraj zaposlitve" (Mihalič, 1998, str. 14).

Slovar slovenskega knjižnega jezika (1991, str. 209) tolmači "turizem" kot pojav, da kdo potuje, začasno spremeni kraj bivanja zaradi oddiha, razvedrila, obenem pa dodaja, da gre za gospodarsko dejavnost, ki se ukvarja z zadovoljevanjem potreb turistov in nudenjem uslug turistom.

Vsekakor velja, da je turizem star toliko kot človeštvo, saj je človek potoval od vedno. Res pa je tudi to, da se je turizem, kot ga poznamo danes, začel razvijati šele z industrijsko revolucijo. Do tedaj so si potovanja lahko privoščili samo maloštevilni aristokrati, saj niso bili vezani na delo ali na preživetje, in pa bogati trgovci, saj so oboji imeli bodisi čas bodisi denar. Kmet je namreč bil vedno primoran delati, skrbeti za zemljo in svoj obstoj; še s svojim časom ni prosto razpolagal. Poudariti velja tudi to, da kmet, ki je živel in delal na svoji zemlji, ni poznal delitve na delo in počitek, zato je bilo potrebno, da človek loči kraj bivanja in kraj dela. Le tako sta se oblikovala delovni in prosti čas. O sodobnem turizmu lahko torej govorimo šele tedaj, ko so ljudje imeli prosti čas na razpolago. Množični ali masovni turizem se je pričel pojavljati ob koncu 19. stoletja, ko so si delavci izborili krajši delavni čas in pravico do dopusta.

Razvoj turizma je toliko napredoval, da je iz nekdanje luksuzne dobrine, ki si jo je privoščil le ozek krog ljudi, prešel v skorajda nujno dobrino široke potrošnje, kjer vsak člen te velike mase teži k individualnosti. Enako velja za turistično panogo, ki je nekoč kvečjemu pripomogla razvoju kakšne regije, ali celo samo nekemu posamezniku v kakšnem kraju, in je danes dejavnost, ki znatno prispeva v vsako narodno gospodarstvo.

---

<sup>1</sup> Association Internationale d'Experts Scientifiques de Tourisme

## 2.2 Turistični trg

Značilnosti trga so, ne glede na pestrost definicij, vedno enake; v razmerju med ponudbo in povpraševanjem se formira cena, ki se oblikuje v okviru posebnosti povpraševanja in ponudbe vsakega trga. Pri obravnavi turističnega trga gre za prilagoditev temeljnih ekonomskih zakonitosti ponudbe in povpraševanja na specifično storitveno usmerjen turistični trg.

Glavne značilnosti turističnega trga so (Planina, 1997, str. 209-214):

- Raznovrstnost ponudbe in povpraševanja je v glavnem edina značilnost, v kateri sta si ponudba in povpraševanje enaka, v večini drugih primerov sta si nasprotna.
- Turistično povpraševanje ima vselej višjo stopnjo elastičnosti glede na ceno kot turistična ponudba.
- Turistična ponudba in povpraševanje sta spremenljiva tako dolgoročno kot v času leta ali tedna.
- Turistično povpraševanje in ponudba sta prostorsko ločena.
- Organiziranost turističnega trga je za zdaj večinoma slaba, saj je turistični trg razdrobljen.

### 2.2.1 Turistično povpraševanje

Turistično povpraševanje sta Hunziker in Krapf označila kot tisto količino turističnih dobrin, ki jih turist želi potrošiti pri dani ravni cen in/ali pri danem stanju deviznih tečajev (Bunc, 1986, str. 26).

Krippendorf (1986, str. 29-31) navaja, da so glavne posledice industrializacije in masovne proizvodnje dejavniki razvoja turističnega povpraševanja: povečanje življenjskega standarda, urbanizacija, motorizacija in podaljšanje prostega časa. Za te pridobitve naj bi človeštvo plačevalo visoko ceno: življenje postaja vedno bolj zakonsko regulirano, razpadajo tradicionalne skupnosti, iz tega izhajajo večji individualni stresni in posledično tudi nazadovanje kakovosti življenja. Rešitev vseh teh pojavov naj bi bil turizem, kot osvobajajoča oblika prostega časa izven vsakodnevnega sveta.

Planina (1997, str. 85-86) je na podlagi splošno veljavnega modela povpraševanja  $D =$  funkcija  $(P, Q)$ , kjer je  $P$  cena in  $Q$  količina, postavil bolj razčlenjen model turističnega povpraševanja:

$TD =$  funkcija  $(POTR, PRIVL, DOH, PČ, IRAC, CENE)$



Model pravi, da je turistično povpraševanje (TD) funkcija potreb po potovanju in gibanju (POTR), količine in kakovosti naravnih in kulturnih privlačnosti (PRIVL), količine finančnih sredstev na voljo za turistično potrošnjo (DOH), količine prostega časa na voljo za potovanje (PČ), iracionalnih oz. subjektivnih dejavnikov (IRAC) in cen različnih turističnih proizvodov (CENE).

Planina (1997, str. 87-89) deli turistično povpraševanje na tri dele:

- *Idealno povpraševanje* predstavlja tiste prebivalce, pri katerih obstoji potreba po začasni zapustitvi stalnega bivališča s turističnimi motivi.
- *Potencialno povpraševanje* je tista oblika povpraševanja, ki se pojavi na trgu in po katerem se ravna ponudba, njena količina, kakovost in cena. Zajema tiste osebe, ki imajo potrebo po potovanju in obenem tudi možnost za zadovoljitev teh potreb.
- *Realno povpraševanje* obsega osebe, ki imajo bodisi potrebo, bodisi možnost za njihovo zadovoljitev, vendar ne postanejo turistični potrošniki zaradi različnih razlogov (znižanje plač, skrajšanje ali odlog prostega časa, subjektivne odločitve, višje sile, neustrezna ponudba).

### **2.2.2 Turistična ponudba**

Hunziker in Krapf sta leta 1942 označila turistično ponudbo kot tisto količino turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen in/ali pri danem stanju deviznih tečajev (Bunc, 1986, str. 26).

Najpomembnejše značilnosti turistične ponudbe so (Planina, 1997, str. 150-152):

1. raznovrstnost ponudbe, ki je posledica raznolikosti turističnega povpraševanja, saj zahteva sodelovanje številnih dejavnosti in panog, ne samo turističnega gostinstva in turističnih agencij, ampak neposredno ali posredno tudi prometa, obrti, kulture in zdravstva, pa tudi kmetijstva in nekaterih industrijskih panog;
2. svojevrstna sestava ponudbe, saj sestavljajo turistično ponudbo blago, ki predstavlja opredmeten proizvod človekovega dela, storitve, ki zavzemajo v proizvodnji in na trgu največji del, ter naravne in kulturne dobrine, ki vplivajo na kakovost ponudbe in omogočajo oblikovanje ekstraprofita ali turistične rente;
3. velika vložena sredstva; v turističnem gospodarstvu so potrebna velika vložena sredstva na enoto proizvoda, kar je tudi vzrok za visoke stalne stroške, ki imajo za posledico majhno in počasno prilagodljivost cenam;
4. slaba izraba zmogljivosti, nizka rentabilnost in nizek dohodek na poslovna sredstva; zaradi močnih sezonskih sprememb se lahko turistična ponudba, v svojih zmogljivostih, prilagaja samo najvišjemu povpraševanju v sezoni, zato ostanejo zmogljivosti izven sezone slabo izrabljene;

5. nepremičnost ponudbe, saj več sestavnih delov turistične ponudbe ni premičnih v prostoru, tako da se težko prilagaja spremembam cen in povpraševanja, ki zahteva stalno drugačno usmeritev turističnih tokov.

Planina (1997, str. 156-157) deli turistično ponudbo na primarno in na sekundarno. Primarna turistična ponudba obsega tiste dobrine, ki niso proizvod dela ali ki jih človek ne more več proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo. Primarno turistično ponudbo sestavljata dva dela: naravne in antropogene dobrine. Naravne dobrine so tiste, čigar količina in kakovost sta dani po naravi in to samo na določenem mestu. Teh dobrin človek ne more niti proizvajati na novo niti spreminjati njihove kakovosti (podnebje, gore, jezera, morje, vrelci). Antropogene dobrine so vse tiste dobrine, ki so proizvod človekovega dela, vendar jih je človek naredil v bližnji ali daljni preteklosti in jih danes ni več možno proizvajati z enako uporabno vrednostjo in v enaki kakovosti (kulturni in zgodovinski spomeniki ter znamenitosti).

Sekundarna turistična ponudba zajema tiste turistične dobrine, ki so proizvod dela in jih človek ob drugih nespremenjenih okoliščinah še vedno lahko proizvaja v zahtevani kakovosti in z enako uporabno vrednostjo. Obsega tako proizvodne zmogljivosti kot tudi same proizvode in storitve, ki pridejo na trg in se tam menjajo. Vsebuje tri dele:

- infrastrukturo ali temeljne naprave in objekte, ki jih turist uporablja samo posredno, sicer pa po njih ne povprašuje (komunalna in osnovna prometna ureditev: vodovod, kanalizacija, električna in plinska napeljava, itd.);
- objekte z njihovimi zmogljivostmi, kjer se proizvajajo proizvodi in ponujajo storitve, in po katerih turist neposredno povprašuje, jih kupi ali vzame v najem;
- rezultate proizvodnje v teh obratih, tj. blago ali storitve v različnih dejavnostih, na primer v gostinstvu, agencijah, trgovini, itd. Te proizvode turist kupuje in porabi.

Oba dela turistične ponudbe sta med seboj tesno povezana in soodvisna. Naravne ali kulturne privlačnosti so brez ustrezne infrastrukturne podpore za turiste nezanimive, saj jih slednji s težavo uporabljajo. Brez dobrin sekundarne turistične ponudbe ostanejo le privlačnosti. Po drugi strani pa tudi sekundarna turistična ponudba sama, tj. brez ustrezne prisotnosti naravnih ali kulturnih značilnosti, ne more obstajati, saj bi tako postala sama sebi namen. Potrebna je soodvisnost obeh turističnih ponudb, pri čemer je stopnja te soodvisnosti različna glede na vrsto turizma.

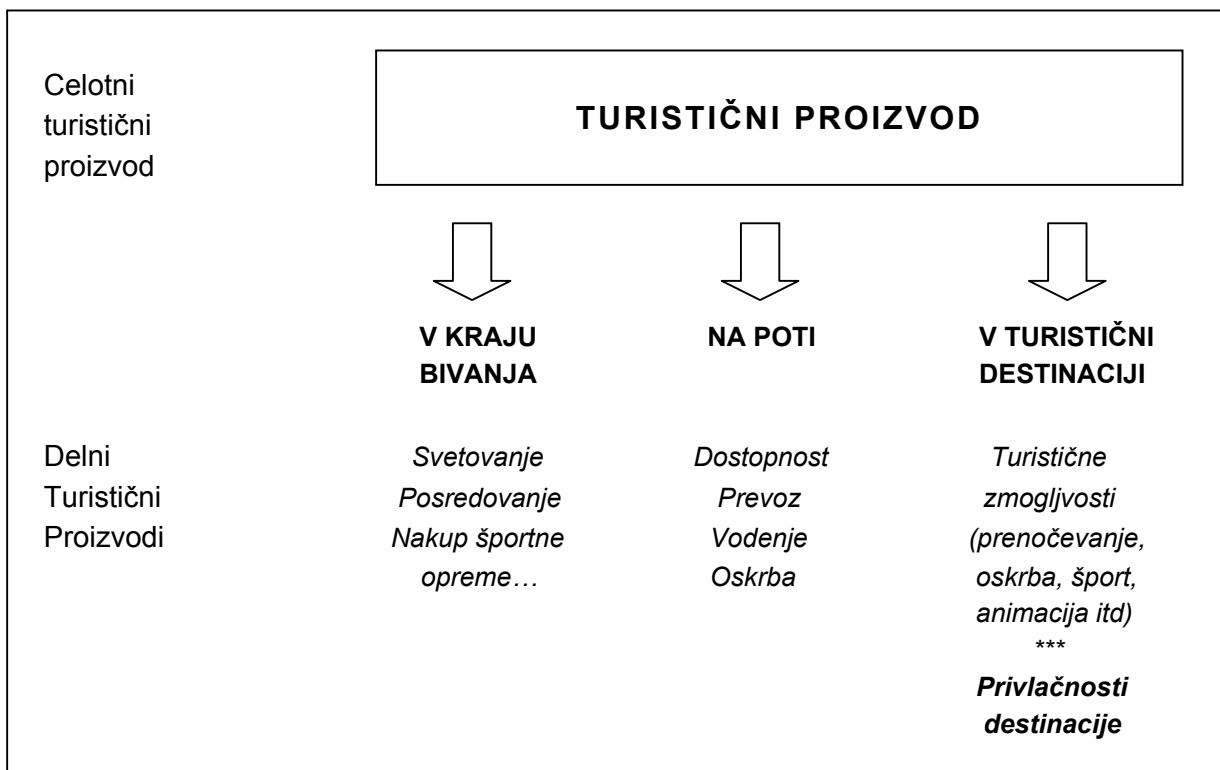
## 2.3 Turistični proizvod

Turistični proizvod se v strokovni literaturi tolmači s treh vidikov: z vidika proizvajalca, z vidika prodajalca in z vidika potrošnika turističnega proizvoda. Najbolj popolna je opredelitev turističnega proizvoda z vidika turista, tj. njenega potrošnika: "Z vidika potrošnika je turistični proizvod celotno doživetje, povezano s potovanjem in bivanjem izven kraja stalnega bivališča" (Mihalič, 1994, str. 13).

Planina (1997, str. 203-205) razlikuje dve obliki turističnega proizvoda:

- *parcialni ali delni turistični proizvod* je proizvod enega samega proizvajalca, na primer posamezne turistične, gostinske, prometne ali trgovinske organizacije. Proizvod se pojavi na trgu, kjer dobi pod vplivom povpraševanja in ponudbe svojo ceno. Sem prištevamo prenočitev v hotelu, razglednice, ogled muzeja, obisk športne prireditve, itd.
- *integralni ali celotni turistični proizvod* je sestavljen iz večjega števila delnih proizvodov; to je proizvod, kot ga vidi potrošnik. Z njegovega stališča je turistični proizvod celota številnih in različnih storitev ali dobrin, ki jih uporablja v času od zapustitve stalnega bivališča do povratka vanj.

Slika 1: Turistični proizvod



Vir: Mihalič, 1998, str. 98.

## 2.4 Turistična destinacija

Turistična destinacija je nek geografsko opredeljen prostor (država, regija, kraj, itd.), ki ga turist izbere kot cilj svojega potovanja glede na namen potovanja ali privlačnosti destinacije. Turistične destinacije sicer ne proizvajajo turističnih proizvodov, a so za turiste privlačne.

Privlačnost neke destinacije za turiste lahko opredelimo skozi naslednje štiri točke (Mihalič, 1998, str. 100-101):

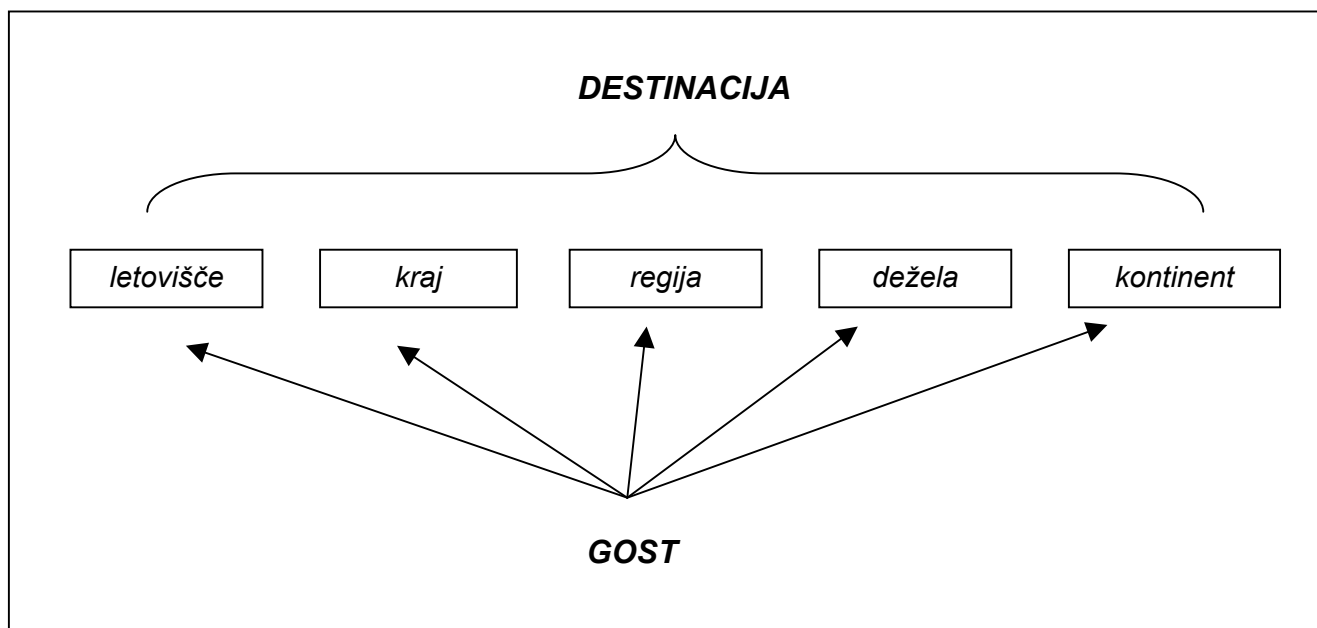
- naravne privlačnosti (pokrajina, podnebje),
- izgrajene privlačnosti (turistične in druge zgradbe, sprehajališča, parki, marine, urejena smučišča),
- kulturne značilnosti (umetnost, gledališča, muzeji, religija, folklor, festivali),
- socialne značilnosti (način življenja lokalnega prebivalstva, jezik).

Destinacija je opredeljena tako, kot jo vidi gost, ki tudi določi velikost geografskega prostora kot cilj svojega potovanja (Bieger, 2000, str. 73). Ni potrebno, da je ta prostor geografsko opredeljen kraj ali regija, lahko je samo del kraja, lahko pa skupek več krajev ali celo več držav. Destinacijo opredeli gost glede na namen potovanja oz. glede na svoje potrebe.

Oddaljenost kraja stalnega bivališča do cilja potovanja predstavlja percepcijo destinacije v očeh obiskovalca oz. gosta. Večja namreč kot je ta oddaljenost, večji je tudi prostor, ki ga obiskovalec vidi kot svojo ciljno destinacijo.

Turistično gospodarstvo, ki planira trženje destinacije, razume destinacijo kot tisto, kar ima možnost in želi potencialnemu gostu ponuditi, zato je od turističnega gospodarstva odvisno, kako široko dojema turistično destinacijo.

Slika 2: Pojem destinacije



Vir: Bieger, 2000, str. 75

## 2.5 Alternativni, kakovostni, vzdržni in mehki turizem

Pojem alternativni turizem ima izvor iz alternativnih oblik potovanja v sedemdesetih letih, ko so mladi, v veliki meri študentje, z nahrbtnikom in malo denarja potovali predvsem v manj razvite dežele. Poimenovali so se alternativni popotniki, saj so potovali drugače od masovnih turistov, poleg tega pa so se oklicali za popotnike in ne za turiste, saj so bili v deželi gostiteljici gostje, ki so se zanimali za njene značilnosti, in ne turisti. Danes nekateri avtorji to obliko turizma pogosto uporabljajo kot sinonim za ekološki turizem, čeprav se želja po ekološki neškodljivosti v praksi ne izpolnjuje. Izkazalo se je namreč, da so alternativni turisti zgolj pionirji, ki odkrivajo nove destinacije, kasneje pa jih osvojijo še masovni turisti (Mihalič, 1994, str. 96-98).

Skupna značilnost vseh razlag pojma alternativni turizem se uporablja v širšem pomenu kot skupni pojem za vse oblike turizma, ki se kakorkoli razlikujejo od masovnega turizma.

Z rastjo in koncentracijo turizma je prišlo do pojava masovnega turizma tj. turizma v velikem številu oz. turizma v masah, ki povzroča ekološko škodo. Masovni turizem je celota odnosov in pojavov, ki izhaja iz udeležbe turistične množice v turizmu. Pripadniki masovnega turizma se do narave vedejo slabše, kot bi se do nje vedli kot posamezniki. V vsakdanjem življenju so posamezniki odgovorni za svoja dejanja, ob vstopu v

turistično množico pa te odgovornosti ne čutijo več. To vpliva na nezaželenost masovnega turizma v družbi, še posebej v prostoru, kjer tak turizem nastaja (Mihalič, 1994, str. 90-91).

Ekološko in hkrati tudi ekonomsko sprejemljivi turizem imenujemo kakovostni turizem. Po definiciji AIEST-a se pojem kakovostni turizem nanaša na takšen koncept turističnega razvoja, ki je ekonomsko, socialno in ekološko sprejemljiv. Takšen turistični razvoj zagotavlja:

- kakovost življenja avtohtonega prebivalstva,
- dobro počutje gostov,
- varovanje naravnega okolja in
- omogoča gospodarski razvoj, ustvarjanje delovnih mest in dohodka.

Kakovostni turizem je torej definiran kot turizem, ki koristi vsem vpletenim stranem, tj. gostitelju, gostu oz. obiskovalcu in vladam na splošno (Mihalič, 1994, str. 57-58).

Kot mehki turizem CIPRA<sup>2</sup> opredeljuje "promet gostov, ki omogoča medsebojno razumevanje med domačini in gosti, ki ne škoduje kulturnim značilnostim obiskovanih predelov in ravna s pokrajino kar čimbolj prizanesljivo" (Mihalič, 1994, str. 98).

Bistvena razlika med alternativnim in mehkim turizmom je ta, da rešuje mehki turizem ekološke probleme tudi na strani turistične ponudbe in ne samo povpraševanja. Vendar kritiki pravijo, da je mehki turizem le tržna priložnost za praviloma manj razvite regije, ki nimajo še razvitega masovnega turizma. Šlo naj bi za prehodno fazo na poti k masovnemu turizmu, prehodno pa zaradi omejenosti prostora ali pomanjkanja finančnih sredstev.

Pojem trajnostni oz. ekološko vzdržen (sustainable) turizem je nastal v povezavi s pojmom vzdržen razvoj. Vzdržen razvoj je tisti, ki lahko vzdrži vse generacije, ki je dovolj daljnoviden, fleksibilen in moder, da ne spodjeda fizičnih in družbenih osnov svojega razvoja. Vzdržna družba je tista, ki zadovoljuje svoje sedanje potrebe tako, da ne ogroža sposobnosti prihodnjih generacij, da zadovoljujejo svoje potrebe (Senjur, 1993, str. 426).

Trajnostni oz. ekološko vzdržen turizem upošteva načelo prihodnosti. Skrbi, da sedanja ekonomska aktivnost ne bo imela negativnih ekoloških, socialnih in ekonomskih posledic v prihodnosti. Samo takšen turistični razvoj je lahko trajen (Mihalič, 1994, str. 58-59).

---

<sup>2</sup> Commission Internationale pour la Protection des Regions Alpines

### **3. TURIZEM V SLOVENSKI ISTRI**

Slovenska Istra se začne ob previsu Kraškega roba v flišno pokrajino, katero so vodotoki z ozkimi in globokimi dolinami razrezali v slemenasto gričevje. Za ta košček sveta so značilne strnjeno grajene vasi, nekaj 10 metrov visoke prepadne stene flišnega klifa in prostrane ravnice.

Že od srednjega veka dalje je najpomembnejšo vlogo v gospodarstvu tega prostora imela trgovina med obmorskimi kraji in zaledjem. Velik razmah je doživela v času Beneške republike, ki je Koper spremenila v eno najpomembnejših pristanišč. Poseben pomen je v tem času imela trgovina s soljo. Poseben pomen je v Slovenski Istri imel turizem; predvsem zdraviliški, ki preko Portoroža predstavlja jedro kasnejšega turističnega razvoja Slovenskega Primorja.

Prostor, ki je bil skozi vso svojo zgodovino na prepihu interesov "velikih narodov", vabi s svojo bogato naravno in kulturno dediščino. Soustvarjali so jo ljudje, ki so skozi stoletja prihajali iz vseh strani Evrope in se naselili v Slovenski Istri (Batič, 2003).

#### **3.1 Predstavitev prostora in pogojev za razvoj turizma v Slovenski Istri**

Simič in Pucer (2001, str. 7-8) delita Slovensko Istro, tako kot preostale dele Istre, na deželo bližje morju, modro Istro, in deželo bližje srcu, zeleno Istro. To izhaja iz zgodovinsko neobičajnega in nadvse pomembnega dejstva, da je zaledje stoletja gostilo popolnoma druge narode in kulture (Slovani, navezani na zemljo) kot le za sprehod odmaknjena obala (Romani, navezani na morje). Oboji so bili tako navezani vsak na svoje, da so se "mešali" samo toliko, kolikor je bilo za življenje nujno potrebno.

V vsej svoji lepoti in mikavnosti se je Slovenska Istra najbolje ohranila v globokem koprskem zaledju, saj je v izolskem in piranskem zaledju vedno več arhitekturnih posegov, ki so že dodobra spremenili izvirno podobo istrske arhitekture in avtohtonega istrskega utripa.

##### **3.1.1 Geografski položaj**

Slovenska Istra obsega okoli 10% največjega Jadranskega polotoka, ki večji del spada v Republiko Hrvaško. Območje, ki si ga pod imenom Slovenska Istra predstavljamo, omejujejo: na severu državna meja z Italijo, na jugu reka Dragonja z državno mejo s Hrvaško, na vzhodu Kraški rob in na zahodu Jadransko morje. Pokrajina meri le okoli

330 km<sup>2</sup> (celoten Istrski polotok pa več kot 3600 km<sup>2</sup>). Več kot četrtno celotne površine pokriva gozd. To je pretežno dvojezično področje treh obalnih občin: Kopra, Izole in Pirana, ki šteje skupno 85.000 ljudi (Simič, Pucer, 2001, str. 14).

Obalno zaledje zajema skupaj s podeželjem več kot 220 vasi, naselij ter večjih in manjših zaselkov, razpršenih po celotnem območju Slovenske Istre <sup>3</sup>(Kralj, 2003).

### **3.1.2 Podnebje**

Slovenska Istra leži na izjemno ugodnem klimatskem področju; spada v submediteransko območje in je najtoplejši del Slovenije. Ta pozicija ji omogoča manj padavin in snega, nekaj več pa je vetrov. V zaledju je povprečna temperatura zraka približno 3°C nižja kakor ob obali, poleg tega pa se, zaradi izredne reliefne razgibanosti, nekatere mikroklimatske razmere spreminjajo že na kratkih razdaljah (Simič, Pucer, 2001, str. 19).

### **3.1.3 Geologija in rastlinstvo**

Obravnavano območje sestavlja v glavnem kamnina imenovana fliš, tj. sediment, kjer se menjavajo plasti laporja in peščenjaka. Gre za krhko kamnino, močno podvrženo vetrovni in vodni eroziji, ki je za vodo nepropustna. Na flišu tečejo vode po površju, kar se odraža na razvoju flore in vegetacije.

Ob pogledu na floro Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre ugotovimo, da smo na floristično zelo mešanem ozemlju, kar daje prostoru raznolike vegetacijske oblike. Naj samo naštejemo nekatere pomembnejše oz. odmevnejše vrste, kot so: smokva (figa), žižula, granatno jabolko, zlato jabolko (kaki), beluši in šparglji, mandelji, pinja, oljka, ruj, sivka, lovor, rožmarin itd. (Kaligarič, 1997, str. 14).

## **3.2 Sekundarna turistična ponudba Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre**

Infrastruktura je v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre dobro razvita; asfaltirana cesta vodi skoraj v vse vasi, le redke ceste so namreč neasfaltirane, vendar normalno prevozne z osebnim avtomobilom ali celo avtobusom. Avtobusna povezava med kraji je vzpostavljena in normalno deluje; le do bolj oddaljenih zaselkov pride

---

<sup>3</sup> Večja in pomembnejša naselja, vasi in zaselki ter njihova imena so predstavljena v prilogi 1.



avtobus samo dvakrat na dan. Vodovodno, kanalizacijsko in telefonsko omrežje je speljano po vseh, tudi najmanjših, zaselkih, poleg tega pa ima ogromno kmetij tudi lastne vodovode iz raznih izvirov ali vodnjakov.

Tudi mreža gostinskih in prenočitvenih objektov je v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre dobro spredena. Na celotnem območju obratuje približno 35 restavracij in raznih gostišč, 12 turističnih kmetij in kmečkih turizmov, 15 vinskih kleti in vinotočev, o gostilnah in osmicah pa žal ni podatka. Težko je tudi govoriti o prenočitvenih zmogljivostih, saj uradnega podatka ni, obstaja pa vsaj 70 ležišč namenjenih turistom in obiskovalcem (Gostinska in enološka ponudba MO Koper, 2003). Problem pri zbiranju in klasificiranju podatkov je namreč ta, da so gostinski ponudniki, s sicer podobno vrsto storitve in ponudbe, svojo dejavnost registrirali na različne načine. Za lažjo orientacijo velja omeniti, da ima celotno slovensko podeželje registriranih 74 vinotočev in 482 turističnih kmetij, ki skupaj ponujajo skoraj 2.600 turističnih postelj (Kovač et al., 2002, str. 51). Iz tega gre razbrati, da je Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre tipična izletniška destinacija.

Pomemben del sekundarne turistične ponudbe in dejavnik privlačnosti turističnega kraja so tudi prireditve, vendar je od turista odvisno, kakšno vrsto prireditev si bo izbral in kakšne pomen neki prireditvi daje. Slednje so lahko, kulturne, zabavne ter športne in rekreacijske, lahko pa gre za sejme, kongrese ali razstave.

Med množico tradicionalnih prireditev, ki se vsakoletno prirejajo v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre velja izpostaviti (Napovednik prireditev za leto 2003, 2003 in Prireditve v Sloveniji 2002, 2002):

- pustovanje po starih običajih,
- šagre, kot star način praznovanja (z glasbo in plesom) goda zavetnika domače župnije, ki se v vsaki vasi priredi od pomladi do jeseni,
- velikonočna razstava v Kortah,
- praznik špargljev, pomladi v Gračišču,
- obmejno srečanje prebivalcev med Rakitovcem in Vodiciami (odprta meja), maja meseca,
- praznik refoška, maja meseca v Marezigah,
- srečanje oljkarjev, pomladi v Kortah,
- umetniške delavnice v Abitanti, od pomladi do jeseni,
- rally oldtimerjev, junija meseca po cestah obalnega zaledja,
- klasično, ročno pridobivanje soli, v poletnih mesecih v Sečoveljskih solinah,
- Primorski poletni festival, ki se v juliju in avgustu odvija na vsej Obali,
- zgodaj jeseni, obiranje grozdja,

- Martinov tek, oktobra meseca od Kort do Šareda, in Martinov pohod od Kort do Šmarij,
- Martinovanje,
- pozno jeseni, obiranje oljk,
- 26.12. Štefanovo, blagoslov konjev v Zanigradu.

### **3.3 Analiza obstoječega stanja**

Za turizem v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre danes lahko rečemo, da je neorganiziran in da ne konkurira turistični ponudbi Obale, saj slednja zajema popolnoma drugačen segment turistov kot njeno zaledje.

Zaradi pomanjkanja prenočitvenih zmogljivosti in neorganizirane turistične ponudbe je turistov, ki bi tukaj preživeli več dni zaporedoma, malo, veliko pa je število izletnikov, ki pridejo v Slovensko Istro na enodnevni izlet. Ravno na to vrsto turizma je potrebno v začetnih fazah dati poudarek in razvijati vse, kar lahko pripomore k povečanju obiska, kasneje pa tudi potrošnje v teh krajih. Izletniki se zaradi pomanjkanja ustreznih podpornih storitev obnašajo do narave malomarno; zaradi pomanjkanja košev za odpadke, odlagajo slednje kar v naravo, zaradi pomanjkanja urejenih parkirnih mest parkirajo svoja vozila kar vsi povprek na zelenicah, njivah, ob cestah in tako onemogočajo dostop kmetom na njihova zemljišča, itn.

Podeželje Slovenske Istre ni bilo nikoli obravnavano kot turistično področje, saj so se vse moči razvoja turizma v Slovenski Istri osredotočale na Obalo, gradilo se je na "sonce-morje-plaža" turizmu. V zadnjem času se vse bolj uveljavlja interes po trženju Obalnega zaledja in podeželja v turistične namene, vendar je organiziranost turistične ponudbe v teh krajih razpršena. Število malih ponudnikov je veliko, prepletajo pa se javni, zasebni in civilni interesi, to pomeni, da se tu srečujejo predstavniki oblasti, gospodarstva in društev. Čeprav je v vseh treh obalnih občinah veliko število turističnih in kulturnih društev, ki so pomembna za razvoj turizma, je njihova moč po kadrovski in finančni plati majhna in sama ne zmorejo slediti ciljem trženjske organiziranosti večjih organizacij ali močnejših regij.

Analiza potencialov za razvoj turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre je pokazala, da je turizem ena konkurenčnih prednosti tega območja, saj trend povpraševanja po aktivnostih na podeželju narašča (Strategija razvoja turizma v MO Koper, 2002, str. 72).

### **3.4 Učinki razvoja turizma**

Glede na delovno intenzivni značaj turizma je prvi neposredni učinek razvoja turizma zaposlovanje. Zaradi različnih multiplikativnih učinkov turizma je potrebno pri zaposlovanju upoštevati še dodatni učinek v številnih drugih dejavnostih, ki so s turizmom neposredno povezane (kmetijstvo, trgovina, razne storitvene dejavnosti, itd.).

Razvoj turizma vpliva na večjo skrb za okolje, za urejanje prometa, itd., saj se le-ta ne more razvijati v nerazvitem okolju, poleg tega tudi prebivalci turističnega območja pridobijo več dobrin splošne narave in živijo v bolj urejenem kraju. Vpliv razvoja turizma deluje verižno na različna področja: turizem generira delovna mesta najrazličnejših kadrov, torej višji zaslužek krajanov in posledično države; poleg boljšega gospodarskega stanja se izboljšajo infrastruktura in bivalne razmere; turizem varuje kmetijstvo, prispeva k negi pokrajine in skrbi za varovanje okolja, skrbi za družbeno integracijo regij in zaustavlja odseljevanje (Dekleva, 1998, str. 26-32).

Seveda ne gre spregledati, da poraja turizem tudi določene nevarnosti in negativne učinke v danem okolju, med katere spada večja prometna obremenitev prostora in posledično večja možnost nesreč, več hrupa, večja onesnaženost, itd., vendar se z učinkovito preventivo ti učinki lahko že vnaprej onemogočijo ali vsaj omilijo, saj so večinoma te dejavnosti in negativni učinki, kot tudi sredstva za njihovo preprečevanje, poznani.

V turističnem kraju so ponavadi tudi višji življenjski stroški, ki pa jih je mogoče nevtralizirati ravno s pomočjo večjih in dodatnih prihodkov ki jih nudi turizem.

### **3.5 Tržna segmentacija**

Segmentiranje trga je postopek razčlenitve množičnih trgov na različne skupine, na več drobnih tržišč, za katere bi potrebovali posebne trženjske spletke (Kotler, 1996, str. 265). Ta drobna tržišča imenujemo tržni segmenti; znotraj enega segmenta se nahajajo potrošniki s podobnimi značilnostmi, željami in potrebami.

Če za turista opredelimo tisto osebo, ki se zadržuje v obiskani destinaciji najmanj 24 ur, za izletnika po osebo, ki se v turistični destinaciji nahaja manj kot 24 ur, lahko Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre opredelimo kot izrazito izletniško destinacijo. Po terminologiji WTO se oseba, ki v obiskanem kraju ne prenoči in se v njem nahaja manj kot 24 ur, smatra za enodnevnega obiskovalca (Mihalič, 1999, str. 8-9).

Podeželje Slovenske Istre predstavlja številne potenciale, ki so preskromno vključeni v turistično ponudbo; slednja praviloma doslej še ni oblikovana in vključena v organizirano turistično trženje. Osnovni potenciali tovrstne ponudbe so naravne in kulturne danosti; ohranjena vaška naselja, možnosti za šport in rekreacijo, bogati gozdovi za lov, urbana in sakralna arhitektura, vinorodna pokrajina, lega v neposredni bližini turističnih koncentracij, a vseeno tako oddaljena in samosvoja regija, potenciali za razvoj raznih turističnih, rekreacijskih in tematskih poti (vinska cesta, kolesarske poti, rekreacijske pešpoti, evropska pešpot E-6, Slovenska planinska transverzala, šolske in učne poti, itd.), še živa tradicija, glasba, plesi, praznovanja, obredi, izdelki domače obrti, vino, oljčno olje, itd.; gre za ponudbo, ki bi praviloma morala biti na razpolago skozi vse leto. Tovrstna programska vsebina ustreza in vsebuje bistvene elemente podeželskega turizma na kmetijah in t.i. 3-E turizma<sup>4</sup>, kot ju opredeljuje nova Strategija slovenskega turizma 2002-2006.

Potencialni gostje in obiskovalci so stacionarni turisti, ki so gostje bodisi v turističnih krajih ob morski obali ali na samem podeželju, domači in tuji izletniki, ljudje tretjega življenjskega obdobja ter razne ciljne skupine (enologi oz. ljubitelji pristnih vin in dobre domače hrane, ljubitelji narave, lovci in ribiči v sladkih vodah, pohodniki, sprehajalci, kolesarji, slikarji in razni drugi umetniki, ornitologi, plezalci, preučevalci narave, šolarji, itd.) (Strategija razvoja MO Koper, 2002, str. 54-56).

### **3.6 Tržno pozicioniranje na turističnem trgu**

Pozicioniranje je postopek oblikovanja ponudbe in podobe s ciljem, da v očeh ciljnih kupcev pridobi neko vidno mesto (Morrison, 1989, str. 175). Pri pozicioniranju je zelo pomembno razlikovanje, tj. oblikovanje pomembnih razlik, s katerimi postane ponudba podjetja ciljnemu trgu jasna in različna od ponudbe konkurentov.

Za celovito turistično ponudbo Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre velja opredeliti konstante tržnega pozicioniranja, ki jih je potrebno zasledovati in jih uresničevati (Strategija razvoja turizma v MO Koper, 2002, str. 39):

- razvoj visoke kakovosti turistične ponudbe in ne razvoj masovnosti, nizkih cen in nezahtevnega povpraševanja;
- individualni, osebni pristop k obiskovalcu; skrb za gosta in občutek, da je zaželen in dobro postrežen;

---

<sup>4</sup> 3-E turizem pomeni sklop turističnih storitev z trženjskim poudarjanjem ekoloških, etnoloških in enoloških danosti.

- le z višjo kakovostjo dosegamo višjo ceno, kjer gost občuti, da je dobil več kot je plačal;
- urejeno okolje, kajti turizem se razvija v kraju, ki mora biti urejen, prijeten, gostoljuben, itd.;
- gostoljubni in za turizem odprti prebivalci; le-ti so namreč najpomembnejši: izražajo zadovoljstvo, sproščenost in dajejo kraju oz. območju dušo - če je kraj negostoljuben za prebivalce, bo še toliko bolj za turiste.

Opredelitev tržne pozicije Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre kot turistične destinacije (Strategija razvoja turizma v MO Koper, 2002, str. 39-40):

- turistično ponudbo Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre opredeljujejo bogata kultura in zgodovina v smislu tradicije in civilizacijskih vrednot, programi zdravja in športa v smislu zdrav duh v zdravem telesu in ugodna prometna lega;
- turistična ponudba Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre se razlikuje od konkurence zaradi bogate, zelene in ohranjene narave ter bližine večjih turističnih in gospodarskih centrov;
- z obiskom Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre pridobi turist neposreden stik z naravo in občutek, da je storil nekaj zase, za svoje zdravje in za svoj duhovni razvoj.

### **3.7 SWOT analiza turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre**

SWOT<sup>5</sup> analiza temelji na kombinaciji zunanjih in notranjih faktorjev pri analizi bodisi podjetja, strategije ali programa. Z analizo stanja znotraj organizacije presojamo tiste lastnosti, ki lahko predstavljajo prednosti ali slabosti za njen nastop na trgu. Z analizo zunanjega okolja iščemo priložnosti in nevarnosti, da bi lahko aktivno vplivali na uresničevanje poslanstva in ciljev organizacije.

Postopek ugotavljanja prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti moramo opraviti čimbolj natančno in ne zgolj površno pomisliti na nekaj "plusov" in "minusov" organizacije. (Brezovec, 2000, str. 67)

Bistvo take celovite ocene je analiza tako preteklih kot sedanjih podatkov in informacij, ki se nanašajo na možno prihodnost. Ta ocena daje temelj za proces strateškega planiranja (Pučko, 1996, str. 100).

Na osnovi SWOT analize turističnega gospodarstva, predstavljene v Strategiji slovenskega turizma 2002-2006 (Kovač et al., 2002, str. 13-16), SWOT analize v MO

---

<sup>5</sup> Strengths (prednosti), Weaknesses (slabosti), Opportunities (priložnosti), Threats (nevarnosti)

Koper (Strategija razvoja turizma v MO Koper, 2002, str. 15-18), razgovorov z odgovornimi za turizem v obalnih občinah (Pišot-Saksida, 2002, Vremec, 2003, Silič, 2002 in Brezovec, 2002) ter osebnega mnenja sem ugotovil, kakšne so prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre, ki jih je potrebno upoštevati pri postavljanju razvojne strategije.

### **Prednosti:**

- pestrost in privlačnost naravnega okolja;
- geografski položaj, lahka dostopnost;
- razvita infrastruktura;
- ugodna lokacija za razvoj turizma;
- neokrnjena narava;
- vinska cesta;
- tipična in kakovostna gastronomija;
- ohranjena pristna arhitektura;
- vse večja rast obiskovalcev;

### **Slabosti:**

- ni jasne razvojne strategija turizma;
- razpršenost in nepovezanost turistične ponudbe;
- neizdelani prostorski načrti in nedefinirana raba prostora;
- odsotnost vključevanja zaledja v turistično ponudbo Obale;
- ciljni trg še ni definiran;
- slaba predstavitev zaledja;
- premajhno število prenočitvenih zmogljivosti;
- slabo označene pešpoti.

### **Priložnosti:**

- sorazmerno neodkrita turistična destinacija;
- možnost povezovanja različnih turističnih programov v celovito turistično storitev;
- možnost ponudbe pristnih, naravnih in kulturno avtentičnih turističnih proizvodov;
- povezanost lokalnih turističnih ponudb na regijski in državni ravni kot celovitih skupnih turističnih programov;
- oblikovanje in trženje avtentičnih tipičnih turističnih proizvodov, ki vključujejo naravne in kulturne danosti;
- razvoj kakovostnih namestitvenih objektov;
- rast kakovosti turističnih storitev in usposobljenosti zaposlenih;

- usklajen razvoj kmetijstva, oljkarstva, sadjarstva, vinogradništva in vinarstva;
- ohranjanje neuničujočega odnosa do narave;
- povezovanje z Obalo za skupno trženje na oddaljenih trgih;
- zaposlitev lokalnega prebivalstva;
- možnost razvoja konjeniškega, vinsko-vinogradniškega, lovskega, kolesarskega turizma;
- status polnopravne članice EU in s tem dostop do virov financiranja EU.

#### **Nevarnosti:**

- nevarnost masovnega turizma v prihodnosti;
- nevarnost ekološkega onesnaženja;
- konfliktni interesi v rabi prostora;
- prepočasno urejanje prostora in odpravljanje prostorskih omejitev za turistične naložbe;
- neizdelana prostorska zakonodaja na nacionalnem nivoju;
- problem razpršenega in prepletenega lastništva tako stavb kot zemlje;
- odpori lokalnega prebivalstva;
- konkurenca bližnjih receptivnih turističnih območij;
- nenamenska poraba sredstev državnega in občinskih proračunov, predvidenih za spodbujanje turizma.

### **3.8 Trženje in promocija turistične ponudbe zaledja in podeželja Slovenske Istre**

S pojmom promocija v turizmu označujemo sistem subjektov, nosilcev, sredstev, posrednikov in stikov, ki tvorijo sistem komunikacij med turistično ponudbo in turističnim povpraševanjem (Bunc, 1986, str. 190).

Turistična destinacija Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre potrebuje trženje svoje ponudbe in ne zgolj promocije, pri čemer je še posebej pomembno povezovanje ponudnikov posameznih turističnih proizvodov in storitev v okviru celotnega turističnega območja.

Pojem destinacije je seveda subjektivno gledan skozi oči turista, saj lahko z vidika obiskovalca Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre kot destinacija pomeni samo določen kmečki turizem z vsemi pripadajočimi storitvami, po drugi strani pa lahko obiskovalec razume vso naravo, kulturne prireditve, sprehajalne poti, itd. Dejstvo je, da turist skorajda ne pripotuje v določen kraj ali območje zaradi nekega parcialnega

programa, ampak ga kot turista pritegne skupek raznovrstnih turističnih proizvodov in storitev.

V zadnjem času se zato pojavlja drugačen pristop trženja destinacije in sicer kot celote in ne parcialnega turističnega proizvoda, kar odpira nov vidik organizacije trženja. Za uspešno promocijo je pri trženju destinacije kot celote potrebno vzpostaviti povezavo med javnim, zasebnim in civilnim sektorjem ter postaviti strateški načrt trženja.

Oblikovanje modela trženja celovite turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre je zahtevna naloga, saj gre za zelo razdrobljeno turistično ponudbo, za zelo raznoliko sestavo turističnih proizvodov in storitev, za veliko število malih ponudnikov in za elemente, ki niso neposredno tržno oz. turistično blago, vendar v veliki meri vplivajo na celotno zaznavo okolja (razvita in urejena infrastruktura, sprehajalne poti, parkirišča in počivališča, itd.).

Pri vsem povedanem je potrebno upoštevati to, da gospodarski subjekti poskrbijo najprej za trženje svojih proizvodov in storitev. Doseganje skupnih ciljev preko financiranja programov celovite turistične ponudbe je namreč strošek, ki ga niso pripravljene sprejeti. Na tem mestu vstopita državna in lokalna uprava, ki imata vlogo pospeševati razvoj celovite turistične ponudbe, in prispevata k oblikovanju prepoznavne turistične identitete celotnega območja.

Programe trženja je potrebno spremljati in primerno modificirati glede na doseganje učinkov in glede na spreminjanje razmer med ponudniki in razmer na samem tržišču. Gre predvsem za spremljanje učinkov izdatkov za promocijo in za spremljanje percepcije Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre kot turistične destinacije oz. turističnega območja.

Za učinkovito trženje in tržno prepoznavnost Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre je potrebno razviti (Silič, 2002):

- prepoznavno podobo,
- specializirano turistično ponudbo,
- prepoznavne izdelke in prireditve,
- simbol kot element celostne grafične podobe.

Primarni cilj turistične promocije je ustvariti prepoznavnost turistične ponudbe med turisti in povečati obisk ter potrošnjo na celotnem območju. Seveda je potrebno učinke promocije in trženja turistične ponudbe stalno spremljati, saj se le tako lahko preveri učinkovitost porabljenih sredstev in na podlagi tega povratni vpliv na turistično ponudbo.



### 3.9 Strategija razvoja turizma na podeželju Slovenske Istre

Za turizem v treh obalnih občinah velja, da je zelo neenakomerno razvit zaradi naravnih danosti in pretekle razvojne usmeritve občin, obenem pa nima skupne strategije razvoja; v občinah je namreč zelo slabo razvito medsebojno povezovanje in dopolnjevanje ponudbe. Enako velja za zaledje in podeželje, ki je obravnavano z vidika vsake občine posebej in ne nastopa povezano, čeprav že sama narava loči Slovensko Istro na obalo in zaledje.

Dosedanji splet okoliščin je botroval, da prednosti in potenciali za razvoj turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre niso bili izkoriščeni, v prihodnjem razvoju, in še posebej po vstopu Slovenije v EU, pa se bo turizem na tem območju pospešeno razvijal (Vremec, 2003).

Kot osnova strateški programski usmeritvi turizma so opredeljeni: klima, zelena mediteranska vegetacija, zgodovina, programi zdravja in dobrega počutja ter športa in rekreacije (Interni podatki Turističnega društva Koper).

Strategija razvoja turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre temelji na (Strategija razvoja turizma v MO Koper, 2002, str. 63- 64):

- prednostnemu razvoju tistih turističnih proizvodov, ki jih je potrebno le vsebinsko ali kakovostno dopolniti in imajo višjo stopnjo dodane vrednosti, torej so tudi prihodkovno zanimivi;
- razvoju kakovostnih turističnih proizvodov s področja enogastronomije, ki morajo biti povezani in usklajeni z vsemi ostalimi vsebinami turističnih ponudb in dogodkov;
- razvoju turističnih proizvodov na področju športa in rekreacije s ponudbo novih storitev (kolesarske poti, rekreacijske pešpoti, evropska pešpot E-6, slovenska planinska transverzala);
- razvoju turističnih proizvodov s področja zdravja oz. dobrega počutja, predvsem na območju Sečoveljskih solin, ki izrabljajo specifično prostora in ugodne klimatske razmere;
- razvoju turističnih proizvodov s področja kulture, ki bo poleg kulturne dediščine zajemala sodobno kulturno oz. umetniško ustvarjalnost; tako se bo del prihodkov ustvaril tudi na turističnem trgu, hkrati pa se bo prispevalo k oživitvi starih vaških jeder;
- razvoju turističnih proizvodov s področja ekologije, predvsem tistih programov, katerih vsebina je prilagojena ohranjanju flore in favne oz. naravnih biotopov (opazovanje pojavov in življenja v naravi, orientiranja in samopreživetja ter lov in ribolov) in je primerna le za manjše skupine.

Vsi navedeni turistični proizvodi, ki lahko skupaj funkcionirajo kot celovita turistična podoba območja, morajo slediti določeni razpoznavni podobi (imidžu), ki jo je potrebno ustvariti, in približno enaki ravni kakovosti storitev, s čimer se določa tudi pozicija na trgu. Zaradi tržne oz. ekonomske učinkovitosti in donosnosti turistične ponudbe mora biti razvoj turističnih proizvodov usmerjen v pestrost ponudb z visoko stopnjo dodane vrednosti.

Usmeritev v razvoj omenjenih turističnih proizvodov izhaja iz obstoječega stanja, v katerem je potrebno najprej izboljšati in uskladiti kakovost storitev, naslednji koraki pa morajo izhajati iz doseženih pozitivnih rezultatov, ki morajo biti tudi finančno zanimivi (Vremec, 2003).

Oblikovanje celotnih, tržno naravnanih vsebin turistične ponudbe zahteva usklajenost tudi s kakovostjo in razvitostjo infrastrukture, zato bo na področju Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre potrebno (Strategija razvoja turizma v MO Koper, 2002, 64-65):

- uskladiti prostorske ureditvene načrte;
- urediti različne tematske turistične poti;
- zavarovati posamezna območja in na slednjih določiti možnosti rabe prostora;
- preurejati oz. izgrajevati prenočitvene zmogljivosti;
- spodbuditi posameznike, podjetja in društva k sodelovanju priprave in izvedbe turističnih programov.

Pomembna iztočnica pri razvoju turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre so vsekakor strateški cilji slovenskega turizma, predstavljeni v Strategiji slovenskega turizma 2002-2006, ki so usmerjeni v povečanje globalne konkurenčnosti slovenskega turizma in obsega turističnih dejavnosti (Interni podatki Gospodarsko interesnega združenja Piran, turistično združenje Portorož).

V strategiji razvoja turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre je poudarjena postopnost razvoja.

#### **4. VIZIJA DOLGOROČNEGA RAZVOJA KRAJINSKEGA PARKA SEČOVELJSKE SOLINE**

Vizija dolgoročnega razvoja Krajinskega parka Sečoveljske soline ponuja različne scenarije dolgoročnih razvojov prostora v kombiniranju različnih načinov upravljanja zavarovanega območja. Na osnovi izbranega scenarija so izdelane strategije razvoja s

ciljem sprožanja pobud za razvoj južnega dela občine Piran, z namenom zavarovanja in razumne rabe območja Krajinskega parka Sečoveljske soline (KPSS).

#### 4.1 Zgodovina

Sol je bila od nekdaj strateška surovina in dragoceno trgovsko blago, zato so imele soline v Istri in severnem Jadranu velik vpliv na gospodarstva držav in mestnih držav tega področja. Da se je izoblikovala svojstvena kulturna krajina, so bila potrebna stoletja. V celoti so plod ročnega dela ljudi, ki so postopoma oblikovali prostor z odvzemanjem plitvine morju. Razvili so poseben način življenja in znanja o tehnologiji pridobivanja soli, ki se je prenašalo iz roda v rod

Prelomnica v postopku pridobivanja soli je zagotovo podlaga iz posebnih alg in sadre<sup>6</sup>, t.i. petola<sup>7</sup>, ki so jo sečoveljski solinarji začeli gojiti na kristalizacijskih bazenih v 14. st. Petola je preprečevala, da bi se sol mešala z morskim blatom in je omogočila pridelavo čiste in na trgu cenjene soli. Zaradi povečanega povpraševanja po kvalitetnejši soli, so z nasipi ogradili večje površine plitvine v Sečoveljskem zalivu in razširili soline. Današnje razsežnosti so soline dobile na začetku 19. st., ko je s področjem upravljala Avstro-Ogrska monarhija. Pridobivanje in trgovanje s soljo se je za sečoveljske solinarje povečalo in od tod izgradnja velikih skladišč med današnjim Portorožem in Piranom.

Po 2. svetovni vojni je jugoslovanska zakonodaja predpisala redno zaposlitev do takrat sezonske delovne sile, kar je morskim solinam zmanjšalo konkurenčnost. Sposobnost in interes za vlaganja sta se pomaknila na stran rudnikov. Paške in Ulcinjske soline so uspeli in so zgradile tovarni za industrijsko pridelavo soli in tako ohranile konkurenčnost, medtem pa so bile Sečoveljske soline v podrejenem položaju. V njih ni prišlo do naložb v posodobitev pridelave soli, čeprav so solinarji vložili veliko truda za željen razvoj.

S sprejetjem in deponiranjem Akta o notifikaciji nasledstva glede konvencij UNESCO leta 1992, je Republika Slovenija vključila Sečoveljske soline v seznam mokrišč mednarodnega pomena. S tem je prevzela obvezo celovitega varstva in upravljanja z območjem solin tudi iz vidika izvajanja direktiv EU, skupna varstvena stroka pa je spremenila vsebino razlag o možni rabi solin. Zavzela je stališče, da je treba obdržati tradicionalno solinarjenje zaradi ohranjanja naravnih in kulturnih vrednot (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.).

---

<sup>6</sup> rudnina kalcijev sulfat z vodo

Na osnovi Izhodišč za pripravo akta o zavarovanju in načrta upravljanja za Sečoveljske soline je Vlada RS sprejela uredbo o Krajinskem parku Sečoveljske soline z namenom, da se zavaruje območje naravne vrednote in ohrani biotska raznovrstnost tipičnega solinskega ekosistema (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.).

## **4.2 Razlogi za zaščito naravne in kulturne dediščine**

Sečoveljske soline so kot bogata zakladnica rastlinskega in živalskega sveta uvrščene med najpomembnejše lokalitete naravne dediščine v Sloveniji. Submediteransko podnebje, povečana slanost vode in opustitev solinarske dejavnosti na večjem delu solin ustvarjajo posebne ekološke razmere, v katerih preživijo le tisti organizmi, ki so nanje prilagojeni.

Zaradi bogate naravne in kulturne dediščine so leta 1989 Sečoveljske soline razglasili za krajinski park, znotraj njega pa zaradi botaničnega in ornitološkega pomena zaščitili štiri ožja območja kot naravni rezervat. Leta 1993 so kot doslej edino mokrišče v Sloveniji zaradi izjemnih krajinskih in ekoloških vrednosti postale Ramsarska lokaliteta in se tako uvrstile na seznam mednarodno pomembnih ptičjih lokalitet. Omenjena lokaliteta so postale na podlagi Ramsarske konvencije, ki vse od svojega sprejema, leta 1971 v iranskem mestu Ramsar, v okviru UNESCO, predstavlja konvencijo o močvirjih, ki so mednarodnega pomena, še zlasti kot prebivališče močvirskih ptic. Omenjeni mednarodni dogovor o varstvu in razumni rabi mokrišč, ki bi naj preprečil nadaljnje uničevanje mokrišč, je do danes podpisalo več kot 100 držav po vsem svetu.

Botanični pomen Sečoveljskih solin utemeljuje tudi podatek, da na tem območju uspeva kar 45 vrst iz Rdečega seznama ogroženih rastlin v Sloveniji (Sečoveljske soline, 2003). Najbolj izjemne so Sečoveljske soline z ornitološkega vidika, saj imajo ptice zaradi toplega podnebja in obilice hrane v solinskih bazenih idealne življenjske možnosti. Na območju solin je bilo opaženih več kot 250 vrst ptic, okoli 90 pa jih tu stalno ali občasno gnezdi. Spomladi ali jeseni se v solinah ustavljajo ali počivajo velike jate selivk, pozimi pa veliko ptic tu prezimuje (Sečoveljske soline (krajinski park), 2003).

Ohranitev Sečoveljskih solin kot značilni krajinski element ter območje bogate naravne in kulturne dediščine terja svoj davek. Prepovedane so vse tiste dejavnosti, ki negativno vplivajo na ekologijo krajine in njeno podobo tj. lov, kakršnokoli onesnaževanje zraka, vode in tal, graditev strnjenegega naselja na polotoku Seča, spreminjanje namembnosti

---

<sup>7</sup> To je 1 do 2 cm debela umetno gojena skorja, ki jo sestavljajo alge, sadra, karbonatni minerali in glina (Sečoveljske soline: včeraj-danes-jutri, 1987, str. 11).

prostora; še posebej v naravnih rezervatih je prepovedano vsako poseganje, ki bi spremenilo življenjske razmere za tamkajšnjo floro in favno.

### **4.3 Vpliv zaščite na gospodarsko dejavnost v solinah in možnosti za razvoj**

Ko govorimo o Sečoveljskih solinah, ne moremo govoriti o naravnem biotopu, saj izvirajo iz človekovega posega v prvobitno okolje ravnice, ki jo je oblikovala reka Dragonja s svojimi pritoki. Posebnosti proizvodnje soli dajejo solinam povsem specifične ekološke značilnosti. Prvobitno plitvino je človek preoblikoval v zapleten sistem solinskih kanalov, nasipov in bazenov. Skozi solinske kanale prihaja morska voda globoko v notranjost solin do vhodnih bazenov, od tam pa se pretaka čez zapornice po bazenih nazaj v smeri proti morju do končnih solinskih polj, kjer se sol kristalizira, zato so v solinah različni solinski bazeni z različnimi, stopnjujočimi se koncentracijami soli.

Tradicionalen način pridelave soli je delovno intenziven, izrazito sezonski in odvisen od vremena, zato je v primerjavi z drugimi načini pridelave cenovno nekonkurenčen. Ob visokih stroških pridelave in še višjih stroških vzdrževanja infrastrukture je tako pridelek 3 do 4 krat dražji od soli iz velikih solin v južnem Sredozemlju. Kljub nekaterim prednostim tradicionalno pridobljene soli, prinaša slednja solinarjem izgubo. Dejavnost in družba Soline d.o.o. sta se znašli v neprijetnem položaju, saj tradicionalno solinarjenje ne zagotavlja rentabilnega poslovanja (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.).

Ravno zaradi takih težav je Evropska skupnost v okviru programa PHARE sprejela projekt ALAS<sup>8</sup>, katerega cilj je ohranitev in nadaljnji razvoj tradicionalnih oblik pridelave soli ter varovanje naravnih vrednot in kulturne dediščine solin. V projektu sodelujejo Lesvos (Grčija), Figuera do Foz (Portugalska), Pomorie (Bolgarija) in Piran (Slovenija). Glavni cilj projekta je seveda ohranitev tradicionalne oblike proizvodnje soli in njene prodaje, saj imajo pridelovalci, ki sol žanjejo strojno, preveliko prednost (Turk, 2001, str. 316).

### **4.4 Predstavitev problema**

Gospodarska družba Soline d.o.o. kot skrbnik in upravitelj Sečoveljskih in Strunjanskih solin ter nosilka dovoljenja za izkoriščanje mineralne surovine, morske soli, ugotavlja, da je zaradi cenovne nekonkurenčnosti tradicionalne pridelave soli ogrožena

---

<sup>8</sup> All About Salt: Vse o soli

gospodarska dejavnost, tradicija in trajnostna raba solin. V severnem Mediteranu je tradicionalna pridelava soli kot gospodarska dejavnost prisotna namreč le še v Sečoveljskih in Strunjanskih solinah. Ohranjanje solinarstva kot vzorec muzealne dejavnosti ni zadosten pogoj za ohranitev raznovrstnosti tipičnega solinskega ekosistema, ne omogoča pridobivanja solinskega blata – fanga in matične lužine<sup>9</sup> ter ne zagotavlja tipične mikroklimne področja.

#### **4.5 Možnosti za razvoj**

Letne količine pridelane soli v Sečoveljskih solinah so odvisne od vremenskih pogojev poleti in dosežejo od 3000 do 5000 ton letno, kjer je glavni razlog za tako majhen pridelek slabo stanje solinarske infrastrukture. Količina je nepomembna v primerjavi z letno porabo v državi, ki znaša od 70.000 do 100.000 ton (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.). To je prisililo družbo Soline d.o.o. v razmišljanje o dodatni gospodarski funkciji, ki bo ohranjala vse komponente solinarskega ekosistema ter njegovo povezanost z lokalnimi dejavnostmi kot nekdanj.

V osnovnem postopku tradicionalne pridelave soli je možno pridobivati še druge posebne proizvode, med njimi sta nasičena brom-jod-magnezij sulfatna voda (matična lužina) in solinsko blato (fango). Fango in matična lužina se uporabljata v termalnem turizmu, ki je v sklopu dejavnosti družb Hoteli Palace in Krka Zdravilišča Strunjan.

Na lokaciji Drogine tovarne ob vhodu v soline je ukinjena proizvodnja živil, kar je priložnost za razvoj novih dejavnosti. Po vsej verjetnosti je tudi na tej lokaciji nahajališče termalne vode, ki so jo z vrtino odkrili v Portorožu (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.).

#### **4.6 SWOT analiza turistične ponudbe v območju Krajinskega parka Sečoveljske soline**

##### **Prednosti**

- ohranjena tradicionalna naravna pridelava morske soli je posebnost in zanimivost;
- naravne vrednote in kulturna dediščina z zgodovino so osredotočene v bližini turistične destinacije Portorož in kulturne dediščine mesta Piran ter blizu Srednje Evrope;
- mikroklima v solinah je ugodna za zdravje in počutje obiskovalcev parka;

---

<sup>9</sup> Fango in matična lužina se uporabljata v zdraviliškem (termalnem) turizmu in sta zdravilna.

- z naravno pridelavo soli sta zagotovljena solinsko blato (fango) in slanica (matična lužina) s priznanimi naravnimi faktorji;
- dostop do parka in prevoze v njem je možno urediti z zanimivimi plovnimi potmi.

### **Slabosti**

- ni blagovne znamke oziroma celostne podobe parka;
- ni strategije promocije in trženja ponudbe parka;
- prostorski ureditveni načrt za območje in okolico parka ni dorečen;
- storitve v parku so nepovezane in slabo izrabljene;
- infrastruktura solin je neurejena.

### **Priložnosti**

- povpraševanje po naravnem in zdraviliščnem turizmu je v trendu rasti;
- park je v bližini emitivnih turističnih področij s potrošniki, ki jih zanima kulturna dediščina z zgodovino, zdravje in narava;
- v parku so primerni prostori in materiali za izdelavo ponudbe sezonske talasoterapije v naravi, kjer nastajajo naravni faktorji, priznani v zdravstvu;
- po ukinitvi živilsko predelovalne industrijske dejavnosti v Drogini tovarni Začimba je nastala priložnost za investicijo v ponudbo zdraviliškega turizma s talasoterapijami vseh vrst in tako izpostaviti naravne vrednote parka.

### **Nevarnosti**

- lokalna skupnost se lahko odloči za prostorski ureditveni načrt, ki ne bo usklajen z vsebinami parka in zamišljene vizije dolgoročnega razvoja;
- Ministrstvo za okolje in prostor ne bo zagotovilo dovolj finančnih sredstev za dolgoročne obnove varovalnih nasipov, ki so v slabem stanju;
- naravovarstveniki se lahko odločijo za omejitve v zavarovanem območju in tako onemogočijo razvoj ponudbe, ki bi bila poslovno zanimiva;
- povezovanje zainteresiranih deležnikov v skupni zasnovi turistične ponudbe lahko onemogočijo prevelika razhajanja v interesih.

## **4.7 Vizija razvoja po treh scenarijih**

V soline in neposredno okolico je postavljen preplet treh temeljnih vidikov rabe prostora: naravovarstveni, kulturni in gospodarski s tremi gospodarskimi dejavnostmi: solinarstvo,

marikultura in turizem. Družba Soline d.o.o. je predstavila tri scenarije razvoja, ki se razlikujejo glede na kombinacije treh vidikov rabe prostora in treh dejavnosti:

- *1.scenarij:* območje solin, razen prostora muzeja ob Dragonji, se prepusti naravni sukcesiji.
- *2.scenarij:* ohrani se subvencionirana sonaravna pridelava soli povezana s turističnimi ogledi in dodelijo se koncesije za omejeno javno izrabo prostora muzealne dejavnosti.
- *3.scenarij:* predvideva financiranje ohranjanja in upravljanja naravnih in kulturnih vrednot, razvoj solinarstva, marikulture in turizma v obsegu in na način, ki ne ogroža ekološke stabilnosti območja. V tretjem scenariju se poskuša vzpostaviti enakopraven odnos vseh treh vidikov, to je naravovarstvenega, kulturovarstvenega in gospodarskega po principu "razumne rabe prostora", in zmanjšati odvisnost gospodarjenja KPSS od državnih subvencij.

Scenariji razvoja se razlikujejo glede na kombiniranje treh vidikov izrabe prostora in dejavnosti, skupno vsem trem pa so aktivnosti, ki so v primeru sprejetja kateregakoli izmed scenarijev nujno potrebne:

- sanacija oziroma obnova glavne infrastrukture, to so visokomorski (morski obrambni) nasipi, visokovodni nasipi vodotokov in visokomorski nasipi plovnih kanalov;
- vzdrževanje glavne infrastrukture;
- obnova muzejskega solnega fonda;
- vzdrževanje muzeja.

#### **4.7.1 Scenarij 1**

KPSS postane naravni akvatorij - mokrišče, v katerem ni nobene dejavnosti. Pridelavo soli se opusti in ostane samo v obsegu sedanjega muzejskega prikaza. Turistična dejavnost je omejena na dostop do muzeja in solinskega dela in je v bistvu najmanjša možna. KPSS se ohranja v ostalem delu kot naravni rezervat.

Takšna opredelitev se razlikuje od sedanjega stanja predvsem v opuščanju gospodarsko nerentabilnega poslovanja solin, družba Soline d.o.o. se ukine, država pa ohranja solinski del zgolj kot muzejski prikaz. Takšna rešitev pomeni ohranitev naravnega okolja toda povsem brez razvojne perspektive. Temeljna prednost je v ohranjanju naravnega akvatorija kot naravovarstvene oaze, temeljna slabost pa v opuščanju solinarstva in gospodarski neizrabi prostora. Največja nevarnost so



nezaželeni trendi sprememb biotopov (močvirje, komarji, izguba habitatov, mikroklima, itd.) in nepredvidljivi stroški sanacije prostora.

#### **4.7.2 Scenarij 2**

V KPSS se ohrani pridelavo soli s sonaravnim proizvodnim procesom in sonaravno proizvodno tehnologijo z danim obsegom površin, proizvodnja drugih akvakultur, povezano z večjo turistično promocijo in prikazom pridelave, dostopom in ogledom solinarske dejavnosti. Država kot lastnik solin podeljuje koncesije za gospodarsko in omejeno javno izrabo prostora za muzealno dejavnost.

Takšna usmeritev ohranja osnovno gospodarsko dejavnost, povečuje dejavnost omejenega turističnega ogleda solinarske dejavnosti in ohranja širok prostor naravovarstvenemu vidiku in kulturni dediščini. Temeljna prednost tega pristopa je ohranitev osnovne gospodarske dejavnosti, delno vključevanje turizma in ohranitev večjega dela naravnega parka. Temeljna slabost tega pristopa pa so negativni gospodarski rezultati poslovanja in šibko izkoriščanje turističnih možnosti.

#### **4.7.3 Scenarij 3**

Ta scenarij predvideva izgradnjo centra za krajinski turizem na področju sedanje DROGE, turistično uporabo dveh plovnih kanalov po posebnem režimu (kanal Svetega Jerneja in kanal Grande), ugodnejšo gospodarsko izrabo prostora bivšega rudnika Sečovlje, ohranitev pridelave soli, razvijanje tudi druge pridelave akvakultur, širjenje ekoturizma do področja Fontanigge z naravnim prehodom preko sektorja Lera v strožje zaščiteno cono parka in vključitev Muzeja solinarstva v celovito turistično ponudbo KPSS.

Tretji scenarij je razvojno najnaprednejši. Ohranja trojno izrabo prostora, upošteva sonaravnost procesov in ohranja širok prostor kulturnemu in naravovarstvenemu vidiku. Gospodarski vidik posega v zavarovan prostor toliko, kot je potrebno za ohranitev ekološke stabilnosti. S poslovnega vidika predstavlja optimizacijo gospodarskih in naravovarstvenih posegov. Z vidika upravljanja zahteva skupno upravljanje celotnega področja, čeprav lahko podkoncesije za posamezne dejavnosti potem dobivajo različni gospodarski in javni subjekti. Poglavitna slabost tega scenarija je, poleg zagonskih sredstev projekta, predvsem vpliv, ki ga bo imel turistični obisk na prostor.

#### 4.7.4 Primerjava treh razvojnih scenarijev

Izbira med scenariji dokazuje, da je z gospodarskega vidika najperspektivnejši tretji scenarij, ki edini omogoča dolgoročni gospodarski razvoj in ekonomsko vzdrževanje KPSS.

Lokalne skupnosti, turistično gospodarstvo in Uprava RS za varstvo narave so izrazili strinjanje s tretjim scenarijem razvoja KPSS, kar pomeni tudi postopno razbremenjevanje proračuna z razvijanjem dodatnih gospodarskih dejavnosti (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.).

#### 4.8 Usmeritev v turizem

Južni del občine Piran nima izdelanega koncepta razvoja turistične ponudbe. Z naravovarstvenim zavarovanjem območja Krajinskega parka Sečoveljske soline z uredbo in ukinitvijo proizvodnje v Drogini tovarni v Seči ob vhodu v soline, nastaja pomembna priložnost, da se celotni prostor uredi po enotnem konceptu. Prostor ob parku se mora nameniti za dejavnosti, ki so v skladu z namenom in cilji zavarovanja območja, ki bodo v ponudbi uporabljale proizvode in posebnosti solin ter zavarovanega območja. Najbližji temu namenu je zdraviliški in tematski turizem. Priložnost je v rasti zanimanja za zdravilišni turizem ter razne "Wellness" programe.

Del ponudbe, predvsem tiste, ki bo v solinah, bo izvajal upravljalec in tržil proizvode solinarjenja: sol, fango in slanice ter prostor solin: pešpoti, bazene in kanale. Vrste turističnih ponudb, v katerih se trži proizvode solinarjenja in prostora solin, so:

1. turistične pešpoti, kolesarske in plovne poti povezane z naravovarstvenim in kulturnim vidikom;
2. talasoterapije v naravnem okolju;
3. urejeni privezi za plovila v kanalu Svetega Jerneja – San Bortolo.

##### 1. TURISTIČNE PEŠPOTI IN KOLESARSKÉ POTI

Osnovne predpostavke turističnih pešpoti in kolesarskih poti so:

- področja gnezdišč niso stalnica, zato je potrebna možnost spreminjanja režima na poteh;
- strožje naravovarstveno zavarovanje je na sektorju Fontanigge;
- z realiziranjem pogojev za plovbo, varno pristajanje in izplutje, varno izkrcavanje in vkrcavanje potnikov ter restriktivno politiko cen za vstop, je potrebno zmanjšati promet z motornimi vozili v območju parka.

Predvidene vrste poti so<sup>10</sup>:

1. *zelene poti*: Na teh poteh velja osnovni red in pravila obnašanja v parku. Poti morajo biti varne in primerne za vodenje večjih skupin, sestavljenih tudi iz otrok ali starejših ljudi. To so stalne pešpoti na obstoječih solinarskih, z možnostjo dodatne ponudbe, s počivališči in z veliko informacijami. Primerne so na sektorju Lera v območju kristalizacije in nujne za oba dostopa do muzeja na sektorju Fontanigge, kljub prevladujočemu naravovarstvenemu vidiku. Pristajalna mesta za plovila, povezana s temi potmi so na ustju kanala Giassi, operativna obala obrata solin v Drnici (kanal Grande) in na ustju kanala Svetega Jerneja. Zelene poti so primerne tudi za kolesarje.
2. *rumene poti*: To so učne poti za skupine s strokovnim vodstvom. Posamezniki morajo imeti posebna dovoljenja (zabeležen obisk), na težjih mestih na poti so urejeni varovani prehodi. Te poti lahko po potrebi preidejo v kategorijo rdečih in obratno.
3. *rdeče poti*: Poti so naravne, določajo jih vodiči glede na razmere na gnezdiščih, namenjene so znanstveno raziskovalnemu delu skupin po programih dela z obveznim strokovnim vodenjem. Možni so individualni ogledi za ljudi s priporočili stroke in navodili za gibanje, ki jih dajejo ornitologi.

Področja imajo zgodovinske posebnosti:

- *sektor Lera*: področje predstavlja tehnološko in etnološko časovno območje zadnjih sto let;
- *sektor Fontanigge*: področje predstavlja naravno dediščino in njen časovni razvoj z upoštevanjem strukturnih sprememb s posegi v času od leta 1982 do 1993;
- *muzejski kompleks*: področje predstavlja tehnološko in etnološko dediščino za časovno območje od leta 1400 do danes.

Obiskovanje parka je že dolgo prisotno in ga je treba organizirati. Poleti leta 2002 je bilo registrirano okoli 5000 obiskovalcev na območju Lere in po približni oceni 12.000 obiskovalcev Muzeja solinarstva. Na sektorju Lera je bila urejena zelena pot v območju kristalizacije, kar je zahtevalo obnovo obstoječih solinarskih poti, dodatno zavarovanje nekaterih prehodov in opremo poti. Zaželeno je preusmerjanje obiskovalcev na dostop po plovni poti, ki je za okolje manj obremenjujoča kot avtomobili oz. avtobusi in pripomore k oblikovanju skupin z vodičem.

Zelena turistična pot na Leri bo opremljena z gostinsko ponudbo, z informacijo o zgodovini sektorja Lera, s prikazom solinarskega dela in orodja ter s sanitarijami.

---

<sup>10</sup> Predvideni potek poti vseh treh kategorij je ilustriran v prilogi 2.

## 2. TALASOTERAPIJE

Talasoterapije so različne uporabe morske klime in substanc morskega izvora v terapevtske namene.

Sečoveljske soline imajo svojo zgodovino tudi na področju zdravstva. Že od 12. stoletja dalje so v solinah menihi zdravili bolnike zaradi debelosti, ran, vodenice in revmatizma. Osnova solinske ponudbe so solinska klima, solinsko blato (fango), slanica visoke koncentracije oziroma nasičena brom-jod-magnezij sulfatna voda primerna za kopeli ter inhalacije in sol za slane obloge. Leta 1960 je bila narejena popolna kemična analiza slanice in blata na inštitutu za balneologijo v Munchnu, ki je ugotovil, da sta fango in slanica zdravilna. Podobna blato in slanica sta le ob Črnem morju v Romuniji (Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.).

Enostavne talasoterapije se lahko individualno izvajajo v solinah na prostem v bazenu, rezervoarju slanice, in v nalivnem kanalu Lera. Druga lokacija za talasoterapije v naravnem okolju, vendar organizirane in strokovno vodene, je na zahodni strani kristalizacije, kjer so na razpolago rezervoarji za potrebno slanico.

## 3. UREDITEV PRIVEZOV V KANALU SV. JERNEJA – SAN BORTOLO

Kanal je bil zgrajen za plovbo do solinarskih hiš in odvoz soli v glavna skladišča. Vse od leta 1904, ko je bil rekonstruiran sektor Lera, do leta 1968 se je kanal uporabljal za plovbo do ladjedelnice na lokaciji sedanje Drogine tovarne Začimba, kjer so gradili in vzdrževali plovila sečoveljskih solinarjev. Kanala, vpisanega kot nepremičnino v gospodarski rabi, kasneje niso več vzdrževali in se je zamuljil, pretočnost se je poslabšala, danes pa je kanal poln neurejenih pomolov in plovil; poleti leta 2000 so jih našteali okoli 270.

Dolžina kanala od ustja do mostu na vhodu v soline je okoli 2200 m in verjetno še predstavlja življenjski prostor za brakične živalske in rastlinske vrste<sup>11</sup>.

Območje ima mnoge vizualno - ambientalne kvalitete, ki jih je treba ohraniti. Kljub navidezni natrpanosti prostora zaradi neurejenih privezov, vlada v njem relativen mir, ki mu daje še posebno vrednoto in ga je treba ohraniti. Zato je treba pazljivo načrtovati program urejanja privezov in predvideti način dovoljenega obnašanja na njih, da se prepreči potencialne možnosti onesnaženja vode in spreminjanje prostora v običajno urbano okolje.

---

<sup>11</sup> Gre za živalske in rastlinske vrste, ki uspevajo na kraju, kjer se mešata morska in sladka voda.

Lesene konstrukcije s kratko življensko dobo, ekskluziva okolja in bivanje na prostorsko razkošnem privezu pomeni, da cene uporabe veza ne bodo nizke.

## **5. SKLEP**

Slovenska obala je kratka in preveč urbanizirana, zato se narave željni turisti in obiskovalci čedalje bolj obračajo v njeno zaledje. Obenem jim Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre ponuja številne turistične atrakcije in ima že razvite turistične proizvode in storitve (gostilne in osmice, turistične kmetije, sakralne objekte, vinske ceste, sprehajalne in gozdne poti, itd.). Večina teh proizvodov in storitev je razdrobljenih in nepovezanih, zato bi morala biti temeljna usmeritev tega področja razvoj integralnih turističnih proizvodov, ki bodo temeljili na povezovanju turističnih ponudnikov tako na podjetniški kot tudi na trženjski ravni.

Iz analize potencialov za razvoj turizma in SWOT analize turistične ponudbe Obalnega zaledja in podeželja Slovenske Istre lahko povzamem, da je turizem ena konkurenčnih prednosti tega območja, vseeno pa se za razvoj le-tega na danem območju še vedno premalo naredi. Razlog za to je v miselnosti odgovornih, da je turizem samo tisto, kar se neposredno prodaja in zato potencirajo in vlagajo v že utečen obmorski turizem. Sprehodi in kolesarjenje po naravi, obiskovanje cerkva in starih istrskih vasi, itd. so zastoj in ne prinašajo neposrednega zaslužka, čeprav morajo obiskovalci nekje prenočiti, se nahraniti, zabavati, itd. in je zato zaslužek z njihovim obiskom šele posreden. Vseeno pa, zaradi vse večjega interesa, obalni turistični operaterji organizirajo poldnevne in celodnevne izlete po Obalnem zaledju in podeželju Slovenske Istre, vendar še zdaleč ne izkoriščajo vseh danih možnosti. Zaradi neizdelanih načrtov namenske rabe prostora v vseh treh obalnih občinah je interes zasebnega sektorja, ki bi lahko investiral v različne dejavnosti in tako pripomogel k razvoju regije, majhen oz. premajhen za resnejše investicije. Obalno zaledje in podeželje Slovenske Istre se v očeh Obalnih turističnih delavcev pojavlja kot dopolnila ponudba obmorskega turizma in ne kot samostojna turistična destinacija.

Pristojni v občinskih službah pogosto omenjajo problematiko ekološkega in sonaravnega gospodarjenja z okoljem v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre. Istrski kmetje so sonaravno gospodarili že stoletja, ohranili tradicionalno kmetijstvo in prehranili sami sebe, sicer ne bodo zmogli preživeti. Ohranili so edinstveno kulturno krajino in zdrava tla, ki nikoli niso bila obremenjena z boleznimi in škodljivci, kar je značilno za monokulturne nasade. Z razvojem turizma v obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre je torej potrebno vzpostaviti takšno razmerje med človekom in naravo, kot je trajalo do danes.

S takšnimi težavami se že kar nekaj časa ukvarjajo v dolini reke Dragonje, saj se ob vprašanju zavarovanja in ustanovitve Krajinskega parka Dragonja, pojavljajo različni interesi vpletenih strani. Turistično gospodarstvo in lokalne oblasti bi v tej svojevrstni dolini gradili turistične objekte in infrastrukturo, v naslednji fazi pa bi jih skrbelo ekološko in sonaravno gospodarjenje z okoljem. Kadarkoli se govori o ekološkem turizmu ne sme prevladati logika kratkotrajnega zaslužkarstva, ko bi vsi vpleteni radi kar najhitreje prišli do svojega denarja. Potreben je strpen in sonaraven razvoj.

Valorizacija naravnih vrednot in kulturne dediščine ter gospodarske in javne rabe območja ob pripravi izhodišč za načrt upravljanja Krajinskega parka Sečoveljske soline je pokazala izjemne kvalitete Sečoveljskih solin v lokalnem, nacionalnem in mednarodnem kontekstu. Dolgoročni cilji so usmerjeni k varovanju in trajnemu ohranjanju naravnih vrednot in kulturne dediščine območja in s tem biotske raznovrstnosti kot tudi identitete obmorske kulturne krajine Slovenske Istre.

Proučitve referenčnih primerov iz tujine so pokazale na nujnost povezovanja z najrazličnejšimi organizacijami v okolici (muzeji, lokalno prebivalstvo, turistično gospodarstvo, trgovina, drobna obrt, itd.). Zato bi bilo potrebno v prihodnje posebno pozornost nameniti prav povezovanju (grozdenju) različnih zainteresiranih deležnikov Krajinskega parka Sečoveljske soline.

Vprašanje, ki se na tem mestu poraja, je, koliko bo gospodarska izraba Sečoveljskih solin dejansko ohranila in varovala naravo. Pridelovanje soli je dejansko nerentabilno in upravitelj KPSS bi lahko v prihodnosti to dejavnost, na kateri temelji obstoj celotnih solin, ravno zaradi te nerentabilnosti opustil in se usmeril v preostale naštetje dejavnosti. Solinarstvu bi se zato lahko priznal status tradicionalne obrti, Sečoveljski soli pa bi se povečala tržna vrednost, če bi se na trgu uveljavila blagovna znamka naravno pridelane morske soli. To bi zagotovo spodbudilo upravitelja KPSS k ohranjanju naravne pridelave soli, saj bi, skupaj z dejavnostmi celotnega krajinskega parka, vplivalo na višjo prepoznavnost in celotni imidž KPSS.

Želim si in vesel bi bil, da bi moje ugotovitve pripomogle k razširitvi spoznanj o problematiki turizma v Obalnem zaledju in na podeželju Slovenske Istre, odgovornim za to področje pa v pomoč pri načrtovanju ali reševanju kakšne dileme povezane s turizmom v tej oazi Slovenije.

## 6. LITERATURA

1. Batič Jerneja: Kras in slovenska Istra. Uprava RS za kulturno dediščino. [URL: [http://www.ijs.si/cefta/slo/informacije/dediscina\\_primorja/index.html-I2](http://www.ijs.si/cefta/slo/informacije/dediscina_primorja/index.html-I2)], 15.4.2003.
2. Bieger Thomas: Management von Destinationen und Tourismusorganisationen (4. Izdaja). Oldenbourg, 2000. 395 str.
3. Brezovec Aleksandra: Marketing v turizmu: izhodišča za marketinško razmišljanje in upravljanje (1. izdaja). Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem, 2000. 144 str.
4. Bunc Mirko: Integrirani marketing v turizmu. Ljubljana: Delavska enotnost, 1986. 256 str.
5. Dekleva Marija Majda: Razvoj turističnih krajev: udeležba krajanov: priročnik. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 1998. 132 str.
6. Gostinska in enološka ponudba MO Koper. MO Koper. [URL: <http://www.koper.si/povezave/podrocje.asp?id=170>], 10.2.2003.
7. Kaligarič Mitja: Rastlinstvo Primorskega krasa in Slovenske Istre : travniki in pašniki. Koper: Zgodovinsko društvo za južno Primorsko : Znanstveno-raziskovalno središče Republike Slovenije, 1997. 111 str.
8. Kotler Philip: Marketing Management – Trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor. Ljubljana: Slovenska knjiga, 1996. 832 str.
9. Kovač Bogomir et al.: Strategija slovenskega turizma 2002-2006. Ministrstvo za gospodarstvo. [URL: <http://www2.arnes.si/~vskpht9/propaganda/strategija.htm>], 14.12.2002.
10. Kralj Dimitrij s sodelavci: Vasi in zaselki Mestne občine Koper. MO Koper. [URL: <http://www.slo-istra.com/porton/podezelje.html>], 18.4.2003.
11. Krippendorf Jost: Putujuće čovječanstvo: za novo poimanje slobodnog vremena i putovanja (posebna izdaja). Zagreb: Zavod za istraživanje turizma, 1986. 160 str.
12. Management v turizmu 2. Kranj: Moderna organizacija, 1998. 357 str.

13. Mihalič Tanja: *Ekonomika okolja v turizmu* (1. izdaja). Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1994. 217 str.
14. Mihalič Tanja: *Uvod v trženje v turizmu*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 134 str.
15. Mihalič Tanja: *Vodnik po ekonomiki turizma* (1. izdaja). Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 147 str.
16. Morrison Alistair M.: *Hospitality and Travel Marketing*. New York: Delmar Publishers Inc., 1989. 532 str.
17. Napovednik prireditev za leto 2003. MO Koper.  
[URL: <http://www.koper.si/povezave/podrocje.asp?id=259>], 10.2.2003.
18. Planina Janez: *Ekonomika turizma* (1. izdaja). Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 298 str.
19. Pučko Danijel: *Strateško upravljanje* (1. Izdaja). Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1996. 394 str.
20. Sečoveljske soline. Urad vlade za informiranje.  
[URL: <http://www.ijs.si/expo98/slo/zakladi/vode-slovenije/soline.html-l2>], 18.1.2003.
21. Sečoveljske soline (krajinski park). Turistično združenje Portorož g.i.z.  
[URL: <http://www.ntz-nta.si/default.asp?ID=3230>], 25.4.2003.
22. Sečoveljske soline: včeraj-danes-jutri (katalog k razstavi). Piran, 1987. 39 str.
23. Senjur Marjan: *Gospodarska rast in razvojna ekonomika* (1. izdaja). Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1993. 537 str.
24. Simič Slobodan, Pucer Alberto: *Slovenska Istra-zaledje*. Ljubljana: IKI, 2001. 156 str.
25. Turk Robert: *Projekt ALAS – Vse o soli (Ecos-ouverture 1998-2001)*. Annales: Anali za istrske in mediteranske študije, Koper, 11 (2001), 2, str. 316.



## 7. VIRI

1. Černelič Ivanka et al.: Slovar slovenskega knjižnega jezika (5. knjiga). Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1991. 1051 str.
2. Interni podatki gospodarske družbe Soline d.o.o.
3. Interni podatki Gospodarsko interesnega združenja Piran, turistično združenje Portorož.
4. Interni podatki Turističnega društva Koper.
5. Prireditve v Sloveniji 2002. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 2002. 96 str.
6. Razgovor s Tomijem Brezovcem, vodjo projekta Strategija razvoja in vključevanja Krajinskega parka Sečoveljske soline v turistično ponudbo "PIRANSKE SOLINE". Portorož, 18.11.2002.
7. Razgovor z Bruno Pišot-Saksida, predsednico LTO Koper. Koper, 29.11.2002.
8. Razgovor z Danijelom Vremcem, predsednikom Turističnega društva Koper. Koper, 25.1.2003.
9. Razgovor z Ivom Siličem, predsednikom Turističnega združenja Portorož, G.I.Z. Piran. Portorož, 18.6.2002.
10. Strategija razvoja turizma v MO Koper 2002-2006 (predlog končnega poročila). Ljubljana: Mednarodni inštitut za turizem, 2002. 74 str.



## Priloga 1

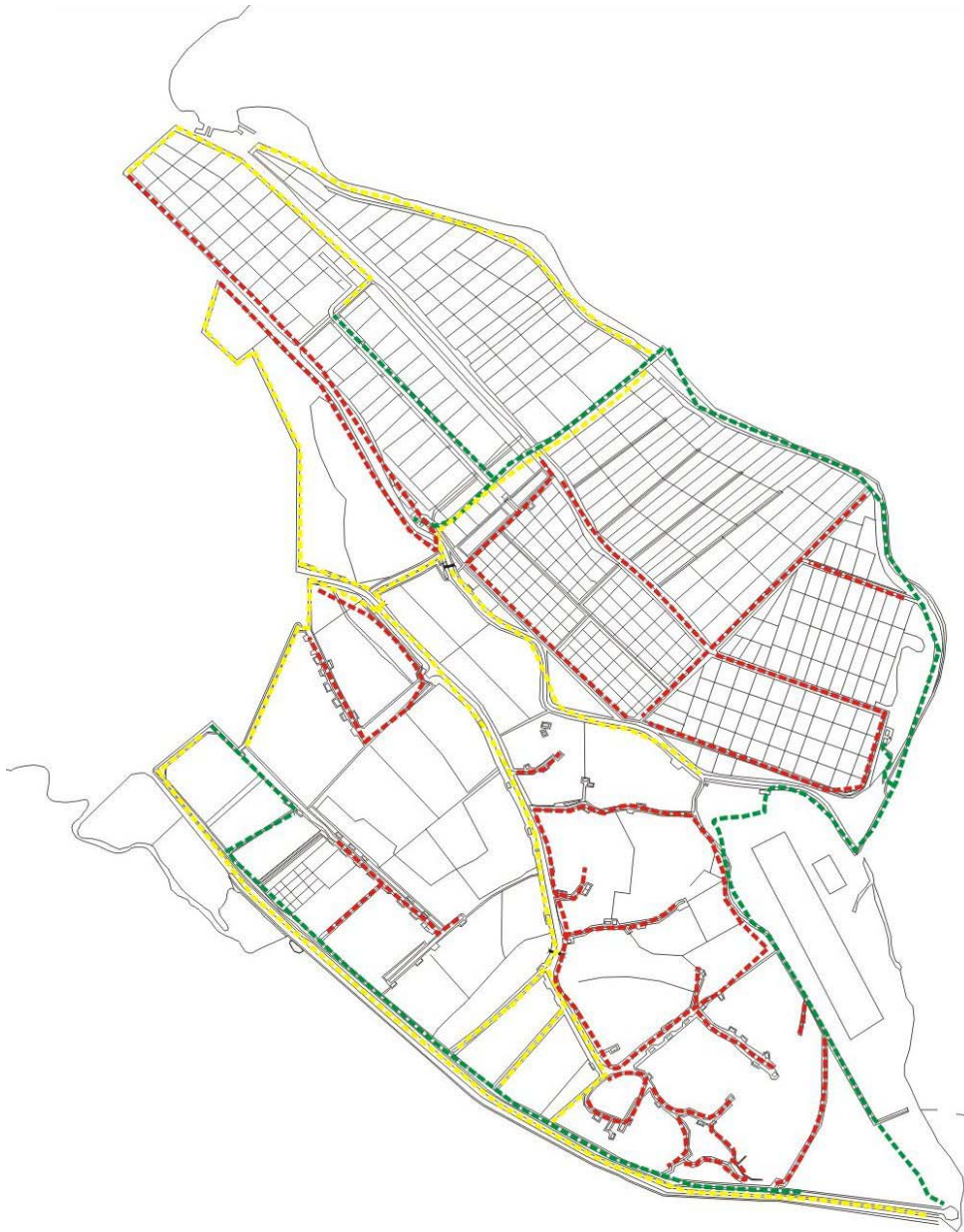
### VEČJA IN POMEMBNEJŠA NASELJA, VASI IN ZASELKI OBALNEGA ZALEDJA SLOVENSKE ISTRE

Abitanti	Marezige
Babiči	Medljan
Baredi	Movraž
Belvedur	Nova vas
Bertoki	Padna
Bonini	Parecag
Boršt	Plavje
Bošamarin	Pobegi
Brezovica	Pomjan
Brič	Prade
Cetore	Pregara
Čentur	Puče
Čežarji	Rižana
Dekani	Sečovlje
Dragonja	Sočerga
Gažon	Srmin
Gračišče	Sv. Anton
Gradin	Sv. Peter
Hrastovlje	Šared
Hrvatini	Škocjan
Korte	Škofije
Koštabona	Šmarje
Krkavče	Tinjan
Kubed	Trsek
Labor	Truške
Lopar	Vanganel
Malija	Zanigrad
Manžan	

Vir: Kralj, 2003

Priloga 2

**ILUSTRACIJA POTEKA ZELENIH, RUMENIH IN RDEČIH POTI ZNOTRAJ  
KRAJINSKEGA PARKA SEČOVELJSKE SOLINE**



## Priloga 3

### SHEMATSKI PRIKAZ PREDLOGA RAZDELITVE KRAJINSKEGA PARKA SEČOVELJSKE SOLINE NA PODROČJA DEJAVNOSTI

