

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE IN POVPRAŠEVANJA
TER MOŽNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA V ZGORNJEM
POSOČJU**

Ljubljana, junij 2010

TOMAŽ SKOČIR

IZJAVA

Študent TOMAŽ SKOČIR izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom doc. dr. LJUBICE KNEŽEVIĆ CVELBAR, in dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 TURIZEM V SLOVENIJI	2
1.1 ORGANIZIRANOST TURISTIČNE DEJAVNOSTI V SLOVENIJI.....	5
1.1.1 Nacionalna raven.....	5
1.1.2 Regionalna raven.....	6
1.1.3 Lokalna raven.....	7
1.2 GLAVNI STRATEŠKI CILJI SLOVENSKEGA TURIZMA.....	8
2 TURIZEM V ZGORNJEM POSOČJU	8
2.1 TURISTIČNA PONUDBA	9
2.1.1 Turistični produkti Zgornjega Posočja.....	16
2.1.2 Opredelitev deležnikov na strani turistične ponudbe.....	22
2.1.3 Organiziranost turizma.....	24
2.2 TURISTIČNO POVPRASEVANJE	26
2.2.1 Analiza turističnega povpraševanja v Zgornjem Posočju.....	26
2.2.2 Analiza zadovoljstva gostov.....	29
3 PREDLOGI ZA IZBOLJŠANJE TURISTIČNE PONUDBE ZGORNJEGA POSOČJA.....	37
SKLEP.....	43
LITERATURA IN VIRI.....	45
PRILOGE	

SEZNAM SLIK

Slika 1: Število turističnih prihodov v Sloveniji v obdobju 2000-2009	3
Slika 2: Število prenočitev v Sloveniji v obdobju 2000-2009	3
Slika 3: Turistični prilivi in odlivi v letih 2000-2008 (v mio EUR)	4
Slika 4: PDB turistov v Sloveniji in Zgornjem Posočju v obdobju 2000-2009	5
Slika 5: Struktura namestitvenih kapacitet (ležišča) v Zgornjem Posočju leta 2009	15
Slika 6: Nastanitvene zmogljivosti Zgornjega Posočja v obdobju 2000-2009	16
Slika 7: Ocena prispevka in pomena turističnih produktov k uspešnosti Zgornjega Posočja ...	22
Slika 8: Struktura turističnih organizacij in deležnikov Zgornjega Posočja	24
Slika 9: Prihodi turistov v Zgornje Posočje v obdobju 2000-2009	27
Slika 10: Prenositve turistov v Zgornjem Posočju v obdobju 2000-2009	27
Slika 11: Povprečna doba bivanja (PDB) po mesecih v posoških občinah in Zgornjem Posočju v letu 2008	29
Slika 12: Struktura anketirancev po starostnih skupinah	31
Slika 13: Viri informacij o turističnem kraju	31
Slika 14: Glavni razlogi za turistični obisk Zgornjega Posočja	32

SEZNAM TABEL

Tabela 1: Primarna turistična ponudba v Zgornjem Posočju	10
Tabela 2: Sekundarna turistična ponudba v Zgornjem Posočju	14
Tabela 3: Buhalisov 6A's okvir in nekateri turistični produkti Zgornjega Posočja	17
Tabela 4: Turistični produkti Zgornjega Posočja s SWOT analizo	18
Tabela 5: Mnenja o splošni podobi turističnega kraja	32
Tabela 6: Ocena splošne kakovosti turistične ponudbe	33
Tabela 7: Ocena pomembnosti posameznih elementov turistične ponudbe pri izbiri turističnega kraja na splošno ter v obiskanem turističnem kraju	34
Tabela 8: Zaznava stroškov povezanih z bivanjem v izbranem turističnem kraju.	35
Tabela 9: Vrednotenje gostovih izkušenj pridobljenih v izbranem turističnem kraju	35
Tabela 10: Ocena zadovoljstva s turističnim krajem	36
Tabela 11: Ravnanje gosta v prihodnje	36
Tabela 12: Matrika privlačnosti in konkurenčnosti izbranih turističnih (pol) proizvodov Zgornjega Posočja	38

UVOD

Življenje v sodobnem času omogoča, ponuja, želi in zahteva vedno več sprememb in izzivov. Tako sta turistična ponudba in povpraševanje odvisni od najrazličnejših dejavnikov, ki se nenehno spreminjajo. Turizem je ena izmed najhitreje rastočih gospodarskih panog, ki postaja skupek vsega, kar omogoča zadovoljevanje najrazličnejših potreb in želja posameznika ter družbe. Tako se vedno znova razvija raznolika turistična ponudba namenjena določeni ciljni skupini in destinaciji. Vedno večjo vlogo dobivajo cenejše in aktivne počitnice s pestro ponudbo aktivnosti in izvirnih doživetij. Več je specializiranih, individualnih in izobraževalno naravnanih potovanj, odločanja v zadnjem trenutku, vse večje pa je tudi zavedanje odvisnosti turizma od ohranjanja in varovanja okolja.

Zgornje Posočje (občine Bovec, Kobarid in Tolmin) predstavlja pomemben turistični prostor slovenskega turizma, saj lahko s svojo turistično ponudbo zadovolji različne želje gostov. Težnje po še hitrejšemu in boljšemu razvoju turizma v teh krajih so vedno večje, kar bi ugodno vplivalo tudi na ekonomsko, družbeno in demografsko stanje v teh občinah. Potrebno je skupno sodelovanje tako občin, turističnih organizacij, zvez ter društev, da bi oblikovali posamezne in skupne strategije, ki bi pripomogle k večji prepoznavnosti, boljši infrastrukturi in ponudbi ter k večjemu zadovoljstvu tako domačih kot tujih turistov. Pri tem pa se je potrebno zavedati, da nenačrten in intenziven razvoj v okolju, kakršno je Zgornje Posočje, dolgoročno lahko prinese več slabega kot dobrega, zato je nujno potreben trajnostni in sonaravni pristop pri doseganju zastavljenih ciljev.

Namen diplomskega dela je predstaviti svoje poglede in predloge za izboljšavo turistične ponudbe Zgornjega Posočja. Diplomsko delo je namenjeno posoškim občinam ter gospodarskim subjektom, ki se ukvarjajo s turistično dejavnostjo v Zgornjem Posočju in širše.

Ključni cilji diplomskega dela so:

- analiziranje turistične ponudbe in povpraševanja v Zgornjem Posočju,
- ugotoviti kakšna je organiziranost turizma v Sloveniji in Zgornjem Posočju,
- ugotoviti kakšno vlogo v Zgornjem Posočju ima država, privatni sektor ter civilna družba na področju turizma,
- predstaviti pomembnejše turistične znamenitosti Zgornjega Posočja,
- analizirati in opredeliti glavne turistične produkte v Zgornjem Posočju,
- preverjanje zadovoljstva turistov s turistično ponudbo v Zgornjem Posočju,
- ugotoviti ključne smernice prihodnjega razvoja turizma v Zgornjem Posočju.

V diplomskem delu bom preverjal turistično ponudbo Zgornjega Posočja, predvsem z vidika njene razvitosti oziroma nerazvitosti. Menim namreč, da je še vedno dokaj nerazvita ter da obstajajo velike potencialne možnosti njenega razvoja. Ugotoviti želim, kakšno je trenutno stanje turistične ponudbe ter kako bi turistično ponudbo, kar najbolj prilagodili turističnemu povpraševanju in s tem pospešili razvoj turizma v Zgornjem Posočju.

V diplomskem delu sem uporabljal več metodoloških pristopov. Pri proučevanju literature sem uporabljal predvsem metode, ki se nanašajo na zbiranje, iskanje, analiziranje, primerjanje ter na študij strokovne literature s področja turizma. Ob tem sem se posluževal različne strokovne literature domačih in tujih avtorjev ter drugih virov kot so razprave, raziskave, poročila, interna dela in objavljeni članki na spletnih straneh. Uporabljal sem tudi metodo opazovanja, spraševanja in sklepanja. Med turisti v Zgornjem Posočju, sem izvedel tudi raziskavo, ki jo bom v nadaljevanju diplomskega dela bolj podrobno opisal.

Diplomsko delo je razdeljeno na štiri vsebinske sklope. V prvem delu uvodu sledi podrobnejši pregled turizma v Sloveniji. Turizem je predstavljen tako s kvantitativnega kot z organizacijskega vidika. Prvi del zaključuje poglavje o strategiji razvoja turizma v Sloveniji, kjer so podani nekateri glavni cilji, ki naj bi jih zasledovala Slovenija.

Drugi in tretji del obravnavata turizem v Zgornjem Posočju. V drugem delu je poleg geografske opredelitve, podrobneje predstavljena vloga turizma ter turistična ponudba v Zgornjem Posočju. V nadaljevanju so predstavljeni nekateri glavni turistični produkti Zgornjega Posočja ter posamezni deležniki na strani turistične ponudbe. Poglavje se zaključi z opisom stanja organiziranosti turistične dejavnosti v omenjenih občinah.

Tretji del se prične z analizo turističnega povpraševanja v Zgornjem Posočju, ki zajema obdobje od leta 2000 pa do leta 2009. Iz te analize so razvidni posamezni trendi. S pomočjo ankete je analizirano tudi zadovoljstvo gostov, ki so počitnikovali v Zgornjem Posočju med 24. avgustom in 14. septembrom 2008.

V četrtem delu so s pomočjo ugotovitev iz prejšnjih poglavij podani predlogi za izboljšanje turistične ponudbe v Zgornjem Posočju. Ugotovitve izhajajo iz analiz turistične ponudbe in povpraševanja, raziskav posameznih turističnih proizvodov ter iz anketiranja gostov v Zgornjem Posočju. V zaključku diplomskega dela sem preveril pravilnost mojega izhodišča o turistični ponudbi ter podal nekaj svojih mnenj o prihodnosti turizma v Zgornjem Posočju.

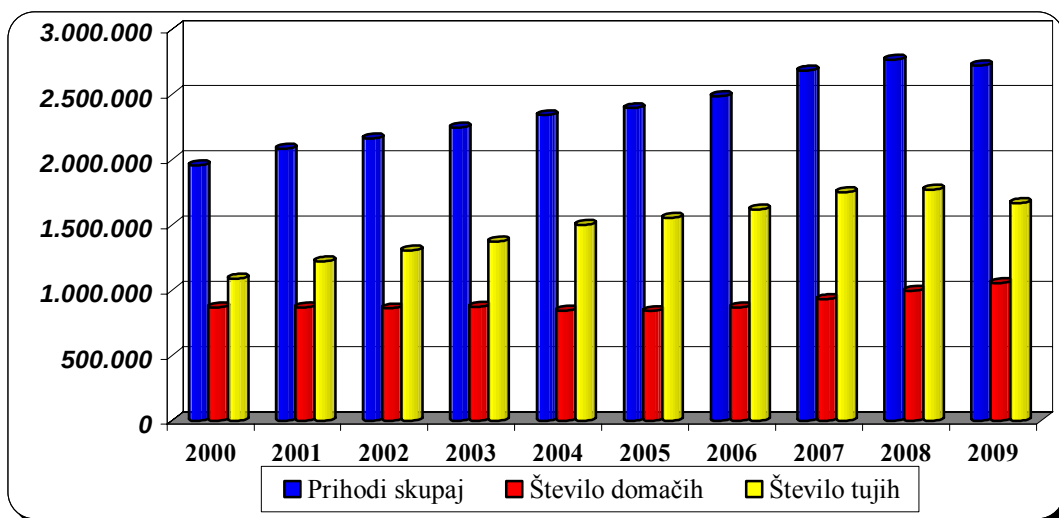
1 TURIZEM V SLOVENIJI

Turizem predstavlja eno od pomembnih razvojno-poslovnih priložnosti za Slovenijo. Glede na sedanji obstoječ razvojni potencial in trenutno razvitost slovenskega turizma, lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih panog slovenskega gospodarstva ter tako pomembno prispeva k doseganju razvojnih ciljev in konkurenčnosti Slovenije. V ta namen v nadaljevanju podajam kvantitativni prikaz turizma v Sloveniji iz katerega je razvidno, kako se giblje oziroma razvija turizem v Sloveniji (Uran M., Ovsenik, M., & Ovsenik R, 2006, str. 4).

Slika 1 prikazuje število turistov, ki so obiskali turistične kraje v Sloveniji od leta 2000 pa do leta 2009. Opazimo lahko, da se je skupno število turistov letno povečevalo za okoli 3,35%. Ta rast števila turističnih prihodov, je predvsem posledica večjega prihoda tujih turistov. V

času gospodarske krize (2008, 2009), je prišlo do spremembe na turističnem trgu. Opaziti je porast števila domačih turistov, medtem ko se število tujih turistov zmanjšalo.

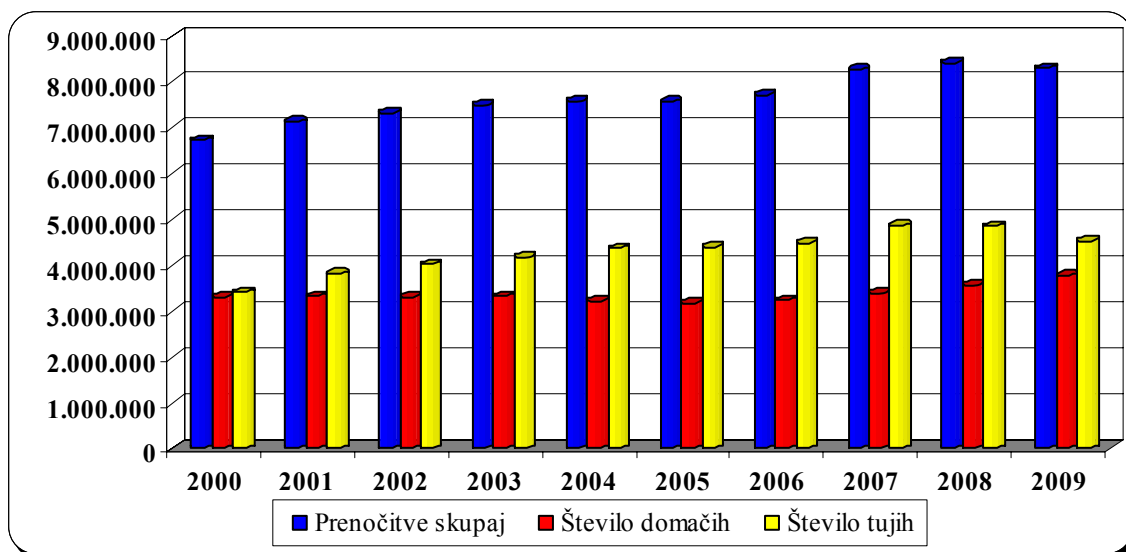
Slika 1: Število turističnih prihodov v Sloveniji v obdobju 2000-2009



Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

Podobno sliko kot za turistične prihode prikazuje Slika 2, le da gre v tem primeru za turistične prenočitve. Število prenočitev domačih turistov do začetka gospodarske krize v letu 2008, ostaja na približno enakem številu kot v letu 2000. Število prenočitev tujih turistov z izjemama v letih 2008 in 2009, narašča iz leta v leto. Tako se je število prenočitev tujih turistov, od leta 2000 pa do 2009 povečalo za 33 %. Temu ustrezno se je zmanjšal tržni delež domačih turistov, ki se je v proučevanem obdobju znižal za okoli 5 %. Medtem ko je bilo še v letu 2000 razmerje med domačimi in tujimi turisti približno enako, v letu 2007 znaša 41,1%: 58,9% v korist tujih turistov. V času gospodarske krize, je zaznati večje število prenočitev domačih turistov, tako da se je njihovo razmerje v primerjavi s tujimi povečalo na 45,5%.

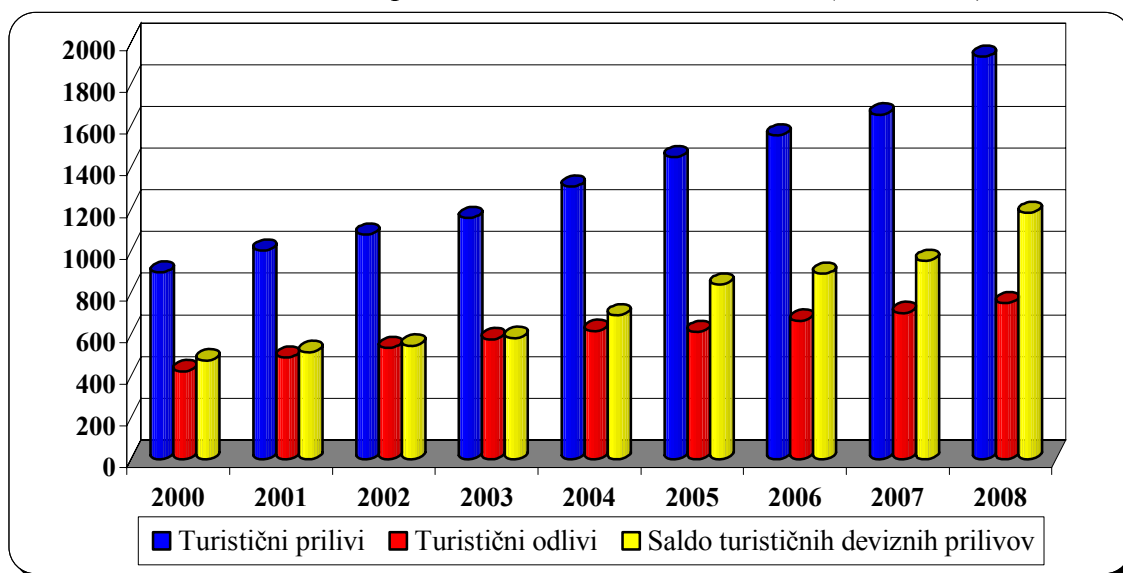
Slika 2: Število prenočitev v Sloveniji v obdobju 2000-2009



Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

V spodnji Sliki 3 so prikazani turistični prilivi in odlivi od leta 2000 pa do 2008. Vidimo lahko, da so se turistični prilivi nominalno povečevali vsako leto za okoli 10,1%, realno pa za 9,5 %. V letu 2008 so se turistični prilivi povečali za 277 mio EUR, kar predstavlja 16,7% (realno 14,3 %) povečanje glede na leto prej. Ta rast je predvsem posledica večjega turističnega prihoda in prenočitev ter s tem potrošnje tako domačih kot tujih turistov. Prav tako so se v proučevanem obdobju povečevali tudi turistični odlivi, vendar v manjši meri kot turistični prilivi. Padec turističnih odlivov je opaziti v letu 2005, kar je lahko posledica terorističnega napada na WTC, bombnih napadov v Londonu in SARS-a. Za razliko od turističnih odlivov pa vpliva napadov pri turističnih prilivih v obravnavanem letu ni zaznati. Povprečna nominalna letna rast turističnih odlivov znaša okoli 7,4 %, medtem ko je realna rast 6,8%. Oba trenda vplivata na saldo turističnih prilivov, ki se letno nominalno povečuje za 12,1%, predvsem zaradi izredne rasti (24,1%) prav v letu 2008.

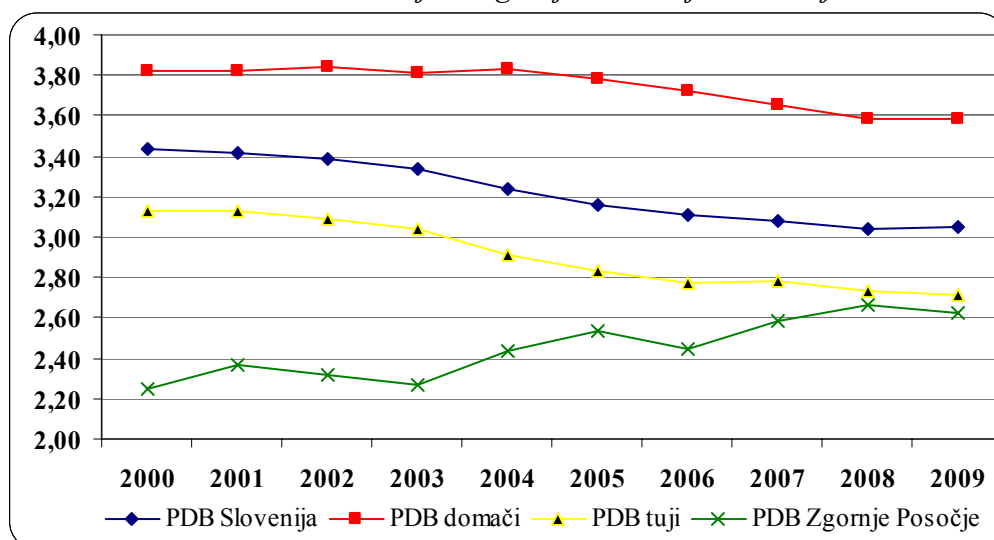
Slika 3: Turistični prilivi in odlivi v letih 2000-2008 (v mio EUR)



Vir: Statistični letopis Republike Slovenije, 2006, tabela 26.8; Statistični letopis Republike Slovenije, 2009b, tabela 26.8.

Povprečna doba bivanja turistov (v nadaljevanju PDB) se v Sloveniji zmanjšuje. Največji padec dobe bivanja v proučevanem obdobju, je opazen pri tujih turistih. Njihova PDB se je iz 3,12 leta 2000, zmanjšala na 2,71 dni v letu 2009. Nekoliko manjši padec, je opaziti pri PDB domačih turistov. Za primerjavo je na Sliki 4 prikazana tudi PDB v Zgornjem Posočju. V nasprotju s PDB Slovenije, je v obravnavanem obdobju opaziti 17 % rast z manjšimi padci v letih 2003, 2006 in 2009. Podrobneje bo PDB Zgornjega Posočja predstavljena v nadaljevanju diplomskega dela.

Slika 4: PDB turistov v Sloveniji in Zgornjem Posočju v obdobju 2000-2009



Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

1.1 ORGANIZIRANOST TURISTIČNE DEJAVNOSTI V SLOVENIJI

Uspešno delovanje na poslovnem področju, še posebej pa na področju turizma, zahteva dobro organiziranost in interdisciplinaren pristop, obenem pa tudi aktivno sodelovanje in komunikacijo vseh deležnikov. Avtorji Razvojnega načrta in usmeritve slovenskega turizma (v nadaljevanju RNUST) 2007-2011 ugotavljajo, da današnja organiziranost slovenskega turizma še ne zagotavlja zadovoljivega povezovanja aktivnosti in uresničevanja interesov javnega sektorja, turističnega gospodarstva in organizacij civilne družbe. V naslednjem desetletju se pričakuje, da bo ključen dejavnik uspešnega razvoja turizma, medsebojno sodelovanje in povezovanje turističnih ponudnikov, subjektov javnega sektorja ter civilne družbe po načelu javno zasebnega partnerstva na vseh nivojih od lokalnega do nacionalnega pri skupnem načrtovanju, razvoju, oblikovanju, trženju in ocenjevanju integralnih turističnih proizvodov (Uran M., Ovsenik, M., & Ovsenik R, 2006, str. 138). Zato v nadaljevanju poleg starejšega modela organiziranosti navajam še nadgrajeni model, ki ga bo Slovenija poskušala čimprej uspešno vpeljati.

Na podlagi informacij, pridobljenih iz RNUST 2007-2011 (Uran et al., 2006 str. 139-144), v nadaljevanju podajam pregled organiziranosti turizma na posameznih ravneh turizma.

1.1.1 Nacionalna raven

Z vidika nacionalne ravni, javni interes v širšem smislu zastopa Vlada Republike Slovenije, neposredno pa Ministrstvo za gospodarstvo. Direktorat za turizem, ki deluje v okviru Ministrstva za gospodarstvo, skrbi za zagotavljanje sistemskih pogojev s pripravo specifične zakonodaje in drugih predpisov, strokovno pomoč in sodelovanje z upravnimi enotami, vodenje upravnih postopkov, pripravo strateških razvojnih dokumentov in njihovo usklajevanje s partnerji zasebnega sektorja in civilne družbe ter spremljanje njihovega uresničevanja, pripravo letnih turističnih politik in izvajanje sprejetih ukrepov in aktivnosti (promocija, investicijska politika, človeški viri, spodbujanje kakovosti), pripravo in

koordiniranje izvajanja raziskovalnih in razvojnih nalog, pripravo predlogov s področja turizma za vključevanje v mednarodne programe in programe EU, sodelovanje v mednarodnih organizacijah, pripravo predlogov bilateralnih sporazumov, oblikovanje, organizacijo in koordinacijo dela strokovnega sveta za turizem. Poleg Direktorata je v okviru Ministrstva oblikovan Strokovni svet za Turizem, ki deluje kot strokovno-posvetovalni organ Ministrstva.

Vlada Republike Slovenije je za izvajanje koordinacije, krovne promocije in trženja slovenskega turizma ustanovila Slovensko turistično organizacijo (v nadaljevanju STO), ki poleg tega razvija integralni turistično-informacijski sistem, organizira raziskovalno dejavnost ter koordinira, organizira in izvaja naloge s področja razvoja novih turističnih proizvodov.

Za boljšo organizacijo civilne družbe skrbi Turistična zveza Slovenije (v nadaljevanju TZS), ki je prostovoljna, samostojna, nevladna organizacija. Njena glavna naloga je združevanje turizmu naklonjenih ljudi v društva, osveščanje, spodbujanje in usmerjanje domačinov k sodelovanju pri turističnih akcijah (urejanje okolja ipd.), ohranjanju kulturne dediščine in naravnih vrednot, sodelovanje pri spodbujanju turistične kulture mladih v osnovnih in srednjih šolah, izvajanje turistično-informacijske dejavnosti v krajih, kjer ni drugih institucionalnih oblik turističnega delovanja, organiziranje ali sodelovanje pri oblikovanju in izvedbi turističnih prireditev. Njena dejavnost je še posebej pomembna tam, kjer ni drugih nosilcev turističnega razvoja in ponudbe.

Za razliko od TZS, Nacionalno turistično združenje (v nadaljevanju NTZ) poleg fizičnih oseb, vključuje še turistična podjetja in organizacije. NTZ si prizadeva za pospeševanje razvoja, promocijo, izobraževanje in večjo konkurenčnost v turizmu. Podobno idejo zastopajo še Turistično gostinska zbornica pri Gospodarski zbornici Slovenije in Sekcija za gostinstvo in turizem pri Obrtni zbornici Slovenije ter številna druga interesna združenja in skupnosti.

Nacionalna raven je v novem modelu organiziranosti slovenskega turizma spremenjena v okviru STO. STO se pravno preoblikuje po modelu javno zasebnega partnerstva, kjer se izenačijo interesi vseh zainteresiranih javnosti (tako javne, zasebne kot tudi civilne). Ker gre za slovensko krovno turistično organizacijo, bo večinski lastnik država, sledita pa zasebni in civilni sektor. Zagotavljati je potrebno vključevanje turističnih subjektov in njihovih interesnih združenj v upravljanje STO in tudi njihovo aktivno udeležbo pri sofinanciranju izvajanja njenih funkcij. V prvi fazi je potrebno razvijati predvsem distribucijske in promocijske funkcije ter postopno tudi razvojne funkcije.

1.1.2 Regionalna raven

Povezovanje na regionalni ravni je v primerjavi z nacionalno ravno slabo razvito, saj obstajajo zgolj regijske turistične zveze (Celjska, Gorenjska, Dolenjska z Belo krajino, Istrska, Mariborska, Zgornje Posočje, Pomurska in Kraško-Notranjska). Zaradi skupnega nastopanja na sejnih in s tem povezanih nižjih stroškov, so se leta 1990 občine Bled, Bohinj, Kranjska Gora, Bovec, Kobarid in Tolmin povezale v Skupnost Julijskih Alp, ki jo lahko

uvrstim med regionalne oblike organiziranosti. Njena naloga je skrb za strateško tržno načrtovanje, organiziranje in izvajanje nastopov na sejnih in borzah, tržno komuniciranje z javnostmi doma in v tujini, oblikovanje in izdajanje skupnih propagandnih materialov, uveljavljanje interesov v organizacijah na nacionalni ravni in v proizvodnih združenjih ter zbiranje in posredovanje informacij o tržiščih svojim članom.

Zaradi slabe razvitosti regionalne ravni, je z vidika nove organiziranosti slovenskega turizma, na tej ravni največ sprememb. Ta slovenski turistični prostor deli po horizontalni in vertikalni osi. Glavni namen nadgradnje je trženje tematsko povezanih turističnih proizvodov v horizontalni ravni, kar doprinese k večji prepoznavnosti le-teh na globalnem trgu. Vertikalna os pa nam po principu moderno zasnovanega destinacijskega managementa omogoča organizacijo in izvedbo integralnega turističnega proizvoda (v nadaljevanju ITP) ne glede na lokalni, regionalni, nacionalni ali celo nadnacionalni značaj.

1.1.3 Lokalna raven

Na lokalni ravni prevladujejo turistična društva, katerih učinkovitost in obseg njihovih dejavnosti sta zelo različna. Nekatera bolj učinkovito delujejo oziroma opravljajo svoje področje dela, ki je predvsem spodbujanje domačega prebivalstva za sodelovanje pri turističnih akcijah, izvajanju turistično informacijske dejavnosti, ohranjanju kulturne dediščine ter pri organizaciji in oblikovanju turističnih prireditvev.

V zadnjih letih je pospeševanje turizma in nastanek številnih lokalnih turističnih organizacij (v nadaljevanju LTO) omogočil Zakon o pospeševanju turizma (Uradni list RS št. 57/1998), ki ne velja več, saj ga je nadomestil Zakon o spodbujanju razvoja turizma (Uradni list RS št. 2/2004). Njihov glavni cilj je skupno trženje obstoječe turistične ponudbe ter sodelovanje pri oblikovanju nove turistične ponudbe v turistični destinaciji.

LTO v nadgradnji organiziranosti lokalne ravni ostaja ključni deležnik, vendar je sedaj definiran po konceptu javno zasebnega partnerstva. Izpostavljeni sta predvsem zasebna in civilna javnost, ki skozi LTO prinašata pregledno sliko ponudnikov turističnih storitev posameznega okolja in vlogo preostalega lokalnega prebivalstva (civilne javnosti). Bistvena inovacija so ukrepi, ki omogočajo organizacijo in izvedbo posameznih storitev, sestavljenih storitev in nenazadnje ITP. Gre za horizontalno povezane ponudnike storitev, za katere je LTO oziroma več LTO skupaj zainteresiranih in odgovornih. Temeljna vloga LTO v horizontalni ravni je povezati obe javnosti in realizirati skupen interes ter zagotoviti take oblike organiziranosti turizma in storitev, ki bodo doprinesle vsem zainteresiranim. V vertikalni osi odigrajo LTO oz. skupine LTO pomembno vlogo pri razvoju novih destinacijskih ITP. Skupaj z Regionalno destinacijsko turistično organizacijo (RDO) skrbijo za razvoj, dobro izvedbo in prepoznavnost le-teh in skrb za infra- in suprastrukturo. Za lažjo ponazoritev je nadgrajeni model slovenskega turizma grafično prikazan v Prilogi 1.

1.2 GLAVNI STRATEŠKI CILJI SLOVENSKEGA TURIZMA

Slovenija je zaradi svoje majhnosti in neodkritosti drugačna od drugih velikih uveljavljenih destinacij. V prihodnje se pričakuje vse lažji dostop do destinacij v Evropi, za ceno, ki večini omogoča nekajdnevni obisk destinacije. Poleg tega je v naraščanju segment ljudi, katerih glavno vodilo pri izboru destinacije je iskanje avtentičnosti in povezanosti z njihovo (samo)podobo. Tu ima Slovenija priložnost, saj lahko z raznoliko in kakovostno turistično ponudbo postane razvita turistična destinacija, s poudarkom na krajših počitnicah. Sčasoma pa lahko s postopnim razvijanjem atraktivnih in raznolikih integralnih turističnih proizvodov postane zaželena destinacija tudi za daljše počitnice (Uran et al., 2006, str. 18).

Uran et al. (2006, str.18-20) postavljajo 6 temeljnih strateških ciljev, ki bi jih morali v prihodnje zasledovati in sicer 3 kvantitativne in 3 kvalitativne. Med kvantitativne cilje štejemo povečanje obsega turističnega prometa, in sicer povprečno letno povečanje števila turistov za 6%, nočitev pa za 4%. Povprečna letna rast turistične potrošnje mora znašati 8%, potrebno pa je izboljšati tudi prepoznavnost Slovenije, saj mora znotraj ciljnih skupin, na katerih se bodo izvajale trženjske aktivnosti doseči vsaj 50 % prepoznavnost.

Kvalitativni cilji gredo v smeri decentralizacije, desezonalizacije in promocije. Na globalnem turističnem trgu so v glavnem prisotni samo slovenski tradicionalni turistični kraji in ponudniki nastanitev, premalo pa ITP, saj ti še niso povsem oblikovani. Zaradi raznovrstnosti na malem prostoru, bi bilo potrebno oblikovati do deset temeljnih tematskih turističnih proizvodov. V ponudbo tradicionalnih in že razvitih turističnih centrov pa bi morali vključiti naravne in kulturne privlačnosti tudi drugih, turistično še ne poznanih krajev. Poleg tega, je potrebno ponudbo oblikovati na takšen način, da bo ustvarjala motive za prihod turistov tudi zunaj glavne sezone. To bi prispevalo k trajnostnemu in sonaravnemu razvoju destinacij, kakor tudi k višji kakovosti storitev, boljši letni izkoriščenosti turističnih zmogljivosti, boljšim delovnim pogojem ter k boljšemu odnosu lokalnega prebivalstva do turizma.

Slovenija mora kljub slabi uvrstitvi na lestvici turističnih destinacij izkoristiti dane priložnosti, ki jih ima ter predstaviti svojo turistično ponudbo, ki mora postati bolj povezana, kakovostna, specializirana, inovativna, avtentična ter biti utemeljena na znanju in informacijah, saj si bomo le tako pridobili večjo prepoznavnost v Evropi in širše.

2 TURIZEM V ZGORNJEM POSOČJU

Zgornje Posočje (občine Bovec, Kobarid in Tolmin) je obmejno gorsko in hribovsko območje v porečju reke Soče s pritoki Idrijco, Bačo, Zadlaščico, Učjo in Koritnico. Preko doline Nadiže, Učje, Kaninskega pogorja in preko Predila se povezuje s slovenskim življenjem v Benečiji in Terskih dolinah v Italiji. Na jugu alpski svet zgornje soške doline in predalpski svet doline Idrijce prehajata v kraški svet Banjške in Trnovske planote ter Kolovrata, na severu pa preko južnih obronkov vzhodnih Julijcev na Gorenjsko (Posoški razvojni center, 2006, str. 17). Podrobnejši zemljevid Zgornjega Posočja z nekaterimi znamenitostmi, je prikazan v Prilogi 2.

Turistično območje Zgornje Posočje je redko poseljeno (20,3 prebivalcev/ km²). Na površini 942 km², je decembra 2009 v 118 naseljih živelo 19.097 ljudi. Območje je tako po geološki sestavi, biotski raznovrstnosti in konfiguraciji terena zelo raznoliko. Nikjer v Sloveniji ni na tako majhni površini toliko strmih bregov, globokih grap, nedostopnih gozdov, prepadnih sten in gorskih poti kot prav v Zgornjem Posočju. Kmečki punt, prve čitalnice, vihre prve svetovne vojne, upor proti fašizmu in boj za slovenski jezik, organizacija TIGR, rapalska meja, po drugi svetovni vojni pa izkušnje življenja ob »železni zavesi« med Zahodno in Vzhodno Evropo, so del zgodovinskega spomina ljudi v Posočju. Poleg pogostih poplav, plazov in erozij so temelje stavb, gospodarstva in socialne varnosti prebivalcev že večkrat zamajali potresi, zadnja dva v letih 1998 in 2004 (Lokalna razvojna strategija za hribovski del Severne Primorske, 2008, str. 8)

Turizem je gospodarska dejavnost, ki je v Zgornjem Posočju dokaj dobro razvita. Temu priča podatek, da je v letu 2009, kar 282 ležišč na 1000 prebivalcev. To je skoraj 6-krat več od slovenskega povprečja. Prenočitve, ki jih ustvarijo turisti v Zgornjem Posočju, predstavljajo 3,3 odstotke prenočitev turistov v Sloveniji, kar znaša 14.469 prenočitev na 1000 prebivalcev (povpr. Slovenije: 4.151 prenoč. / 1000 preb.). Struktura gostov je razmeroma ugodna, saj ima Zgornje Posočje večji delež tujih turistov, ki ustvarijo okoli 65% vseh prenočitev na tem območju. Med tujimi gosti so najštevilčnejši Nemci (27,1%), sledijo Avstrijci (10,2%) in Italijani (10%) (SURS, 2010).

Turizem bi po mojem mnenju v povezavi z naravnimi danostmi, kulturno dediščino in lokalno tipičnimi izdelki in storitvami, omogočil hitrejši razvojni zagon in napredek v Zgornjem Posočju. Burna zgodovina ter posledično težek boj za preživetje v okolju z zahtevnimi pogoji za življenje, je namreč močno zaznamovala ljudi in prostor Zgornjega Posočja. Vendar, če so slabši pogoji do sedaj oteževali razvoj, predstavljajo mladim generacijam prav na področju turizma v povezavi z kulturno dediščino, športnimi atrakcijami, odpiranjem v svet, razvojem podjetništva in pozitivnim odnosom do ohranjanja narave in življenja nasploh, razvojni izziv in priložnost.

2.1 TURISTIČNA PONUDBA

Začetki turizma v Zgornjem Posočju segajo v drugo polovico 19. stoletja, ko je dr. Julius Kugy v svojih knjigah, vodnikih, opisal lepoto gorskega sveta ter tako predstavil prve planinske poti na območju Bovca in Trente. Sčasoma se je postopoma razvilo vodništvo po gorah in prenočevanje kot prvi dve pravi turistični dejavnosti (Pretner, 2003). Kasneje postane Zgornje Posočje priljubljeno tudi zaradi smučanja na Kaninu, planinstva in ribolova. V zadnjih desetletjih pa je poznano predvsem po prvi svetovni vojni in vodnih športih na reki Soči ter njenih pritokih.

Turistično ponudbo Zgornjega Posočja sem razdelil na primarno in sekundarno. Primarna turistična ponudba obsega dobrine, ki niso proizvod dela ali jih človek več ne more proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo. Sekundarna turistična ponudba pa zajema dobrine, ki so proizvod dela in jih človek ob drugih nespremenjenih okoliščinah še vedno

lahko proizvaja v zahtevani količini ter kakovosti. Primarne dobrine nadalje delimo na naravne¹ in antropogene² dobrine, medtem ko sekundarne dobrine nadalje delimo na osnovno infrastrukturo³, turistično infrastrukturo⁴ ter na turistično superstrukturo⁵ (Planina & Mihelič, 2002, str. 154-158).

Zgornje Posočje ima pestro primarno turistično ponudbo. Področje zaznamujejo veličastni slapovi, izviri, gorska jezera, potoki, reka Soča, Nadiža in Koritnica mimo katerih vodijo mnoge pohodniške poti. Izmed visokogorskih kraških posebnosti so najznačilnejša korita, ki so jih izoblikovale reke in potoki. Po vsej dolini Soče je opaziti vplive prve svetovne vojne (bunkerji, obrambni in strelski jarki) ter mnogo drugih privlačnosti, povezanih z njo (trdnjave, cerkve, pokopališča,...). V spodnji Tabeli 1 so podane le pomembnejše naravne in antropogene dobrine, ki povečujejo privlačnost destinacije ter privabljajo turiste, ki jih zanimajo predvsem naravne ter kulturne danosti.

Tabela 1: Primarna turistična ponudba v Zgornjem Posočju

NARAVNE DOBRINE	ANTROPOGENE DOBRINE
Okno v Prestreljeniku: 6 m široko in 7 m visoko naravno okno v SV grebenu Prestreljenika, v pogorju Kanina. Je eno največjih naravnih oken v Julijskih Alpah na nadmorski višini 2498 m.	Vojaško pokopališče v vasi Soča: Na njem so pokopani avstrijski in italijanski vojaki, padli v »Soški« fronti. Na pobočju nad pokopališčem je iz kamnov zgrajen velik križ.
Dolina Bavšice: Je po mnenju nekaterih najlepša alpska dolina v Sloveniji. Do nje se pride pri odcepu pri trdnjavi Kluže.	Žičnica Golobar – tehnični spomenik: Zgrajena je bila v letih 1931–1935, namenjena kot pravilno sredstvo za prevoz lesa iz težko dostopnega Golobarja. Žičnica je prenehala obratovati leta 1969.
Izvir Soče (1050m): Se nahaja v Trenti in predstavlja enega najlepših izvirov v Alpah. Dostop do izvira je urejen ter zavarovan. Reka Soča je dolga 136 km in ima na poti do izliva v Jadransko morje številne pritoke. Do sotočja s Tolminko je zavarovana kot naravni spomenik.	Cerkev Device Marije Lavretanske v Trenti: Je rudarska cerkev, ki so jo leta 1690 zgradili grofje Atemis, tedanji lastniki trentarskih fužin. V začetku 20. stoletja je bila preurejena. Notranjost je leta 1945 poslikal Tone Kralj. Od baročne cerkve se je ohranil kip »črne matere božje« v oltarni niši.
Čezsoški prodi: So eni najrazsežnejših prodiv v Alpah, ki se jih najlepše vidi s sosednjih gora. Pri vasi Čezsoča se Soča na široko razliva po obsežnih prodivih in se razcepi v številne rokave.	Cerkev Sv. Jožefa v Soči: Je bila sezidana leta 1718, posvečena pa leta 1823. Leta 1944 jo je v celoti poslikal Tone Kralj, ki je notranjost cerkve oblikoval v barvah slovenske zastave in na steno postavil slovanske svetnike.
Korita Koritnice in soteska pri Klužah: Sodijo med najimennitnejša korita v Sloveniji. Izoblikovala jih je Koritnica. Korita so globoka približno 60 m in dolga 200 m.	Spomenik padlim v Golobarski bitki: Stoji ob cesti pri vasi Kal – Koritnica, v spomin padlim partizanom v najhujši bitki 2. svetovne vojne na Bovškem.

»se nadaljuje«

¹ Naravne dobrine: niso predmet človekovega dela, njihova količina in kakovost sta dani samo na določenem kraju in v določenem času;

² Antropogene dobrine: so proizvod človekovega dela (v bližnji ali daljni preteklosti), vendar jih danes ni mogoče proizvajati z enako uporabno vrednostjo in v enaki kakovosti ;

³ Osnovna infrastruktura: Naprave in objekti, ki jih turist uporablja samo posredno, sicer po njih ne povprašuje

⁴ Turistična infrastruktura: sestavljajo jo objekti in zmogljivosti, kjer se proizvajajo proizvodi in ponujajo storitve, po katerih turist neposredno povprašuje;

⁵ Turistična superstruktura: sestavljajo jo turistični proizvodi in storitve, ki so rezultat proizvodnje v obratih turistične infrastrukture.

»nadaljevanje«

NARAVNE DOBRINE	ANTROPOGENE DOBRINE
Reka Učja: Izvira v Italiji, njena največja posebnost je pet korit, globokih do 10 m, ter v povprečju širokih 2 - 3 m, ki jih je reka izdolbla na razdalji borih 6 km. Tolmuni Učje so primerni za kopanje, reka pa je zanimiva tudi za organizirani kanjoning.	Vojaško pokopališče v Bovcu: Se nahaja 2 kilometra iz Bovca. Je pokopališče avstrijskih vojakov, padlih v prvi svetovni vojni med letoma 1915 in 1917. Ob pokopališču je obelisk iz rezanega kamna z napisom v nemščini, posvečen padlim.
Potok Sušec: Ima številne slapove, voda dere v brzicah in zastaja v tolmunih modrozeleni barve. Večino leta je spodnji del struge suh, medtem ko voda v soteski nikoli ne presahne. Zgornji del je primeren za organizirani kanjoning.	Cerkev Sv. Duha na Javorci: Nahaja se v neposredni bližini izvira Tolminke. Zgradili so jo avstro-ogrski vojaki leta 1916, v spomin padlim sotrpinom na bližnjih vrhovih. V kamnito-leseni kombinaciji zgradbe, ki so jo obnovili leta 1983, so v lesene plošče ob stenah vžgana imena padlih vojakov.
Potok Slatenik: Izvira 1200 m visoko in teče po nekdanji ledeniški dolini. V preteklosti so imeli Slatenikovo vodo za zdravilno. V bližini izliva Slatenika je urejeno kopališče.	Cerkev Sv. Antona in Italijanska kostnica: Zgradili so jo Italijani med leti 1935 in 1938 v spomin svojim 7014. padlim vojakom med prvo svetovno vojno v Zgornjem Posočju.
Dolina Možnice: Kratka in izredno divja dolina je vredna obiska v vseh letnih časih, saj se v njej nahaja vrsto naravnih znamenitosti, kot so slapovi, korita in naravni mostovi.	Spomenik in rojstna hiša Simona Gregorčiča: Spomenik posvečen enemu največjih slovenskih pesnikov stoji na glavnem trgu v Kobaridu, rojstno hišo pa lahko obiščemo v vasi v Vrsno.
Korita in slapovi Predilnice: Za Predilnico je značilna dolga in globoka soteska. Potok ima velik strmec, tako da pada v treh slapovih, visokih približno 10, 20 in 35 m. Ob primerni opreми in vodenju je primerna za zahtevnejši kanjoning.	Alpinum Juliana (botanični vrt): Julijana je edini alpski botanični vrt v naravnem okolju v Sloveniji. Ustanovil ga je prijatelj J. Kugyja ing. Albert Bois de Chesne leta 1926. Nahaja se na nadmorski višini 800m. Predstavlja rastlinski svet Alp in Krasa. Od leta 1951 je zavarovan kot spomenik.
Korita Soče: Soča je na svoji poti izoblikovala celo vrsto korit, najznamenitejša so Velika in Mala korita pred in za vasjo Soča v dolini Trente. Velika korita so dolga 750 m ter globoka 10 – 15 m, na najožjih delih pa so široka 2 – 3 m.	Soška pot: Naravoslovna učna pot, ki poteka od izvira Soče mimo Kugyjevega spomenika, Mlinarice, botaničnega vrta Juliana, cerkve Device Marije Lavretanske v Trenti, po desni strani reke Soče, mimo kampa Trenta, sotočja Soče in Krajcarce do Markovega mostu. Ker ni zahtevna, je primerna za obiskovalce vseh starosti.
Kriška jezera (1800 - 2200m): So tri gorska jezera: spodnje, srednje in zgornje, na Kriških podih visoko nad Trento. Do njih vodi planinska pot, v bližini pa se nahaja planinska koča Pogačnikov dom. Zgornje jezero je najvišje jezero v Sloveniji (2154 m) .	Spomenik Julius Kugy: Dr. Julius Kugy (1858 – 1944) sodi med največje občudovalce in je eden izmed odkriteljev Julijskih Alp in doline Trente. V svojih knjigah je opeval lepoto gorskega sveta in na umetniški način izražal naklonjenost do ljudi, ki bivajo v gorah in ljubezni do drobnih in skritih vrednot, ter tako postavil trajen spomenik Julijskim Alpam in Trentarjem.
Krn in krnsko jezero: Leži v TNP in je izredno priljubljena izletniška točka. Krnsko jezero se nahaja na višini 1385 m in meri v dolžino 380m v širino pa 150m. Dostopno je iz Lepene, Komne in iz vasi Krn.	Tolminski muzej: Tolminska muzejska zbirka, ki se nahaja v prostorih nekdanje Coronijeve graščine, vsebuje številne arheološke predmete iz Tolmina in bližnje okolice, poleg nje pa tudi bogato etnološko in zgodovinsko zbirko. Občasno v muzeju gostijo tudi razne likovne in druge razstave.
Izvir Gljuna in slap Virje: Poleg Boke je Gljun drugi kraški izvir kaninskih voda, kjer se številni izviri združijo v potok. Pod akumulacijskim jezerom je 15 -metrski slap Virje, ki je posebno veličasten spomladi, ko je voda visoka.	Dom Trenta: Etnološki muzej in informacijsko središče TNP. Predstavlja naravo edinega narodnega parka v Sloveniji in bogato kulturno dediščino doline Trente. V njem je možno organizirati seminarje, kongrese, poslovna in strokovna srečanja. Na voljo so tudi prenočišča.

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

NARAVNE DOBRINE	ANTROPOGENE DOBRINE
Mangrt (2679 m): Do Mangrtskega sedla (2072m), se lahko pripeljemo po najvišji gorski cesti v Sloveniji, ki jo pozimi uredijo v sankališče. Področje Mangrta je primerno tudi za gorsko kolesarjenje, planinstvo in jadralno padalstvo.	Spomenikom padlim žrtvam iz NOB pri Dolenji Trebuši: Pozidan je iz naravnega kamna. Spredaj je pozidano korito z zelenico, bočno dva stebra zaključena z betonsko kroglo. Med njima je marmornata plošča z vklesanimi in obarvanimi napisi. Sprednji del je zaključen z betonsko ploščo, zaključeno kot Triglav in izbočeno peterokrako zvezdo.
Koseška korita: V stenah Korit izvira kraška voda in odlaga lehnjak, ki so ga uporabili pri zidavi cerkvice sv. Justa. Tik pred izlivom Brsnika v Ročico je narava oblikovala naravni prehod skozi Korita.	Cerkev Sv. Štefana v Logu pod Mangrtom: Sezidana je bila ob koncu 18. stoletja. V prezbiteriju je znamenita stropna freska "kamenjanje sv. Štefana", delo slovenskega Ivana Groharja. V cerkvi hranijo gotško leseno plastiko Marije kraljice (1490 – 1500) in oljno sliko sv. Boštjana, najverjetneje delo slikarja Antona Cebeja.
Jama in Mala Boka: Mala Boka je 1355 m dolg jamski splet. V spodnjem nadstropju je stalna voda, po hudem deževju pa teče tudi iz vhoda.	Cerkev svetega Lenarta na Ravnah : Zgrajena je bila v letih 1450 - 1500 v gotškem stilu. Freske je v letih 1520 - 1530 poslikal Jernej iz Loke. Zgodovinska sekcija je cerkev postopoma popravila in jo rešila pred propadom.
Tolminska korita: So najnižja točka TNP. Približno 1000 m dolga, do 60 m globoka in med 5 in 10 metrov široka korita, ki jih je izdolbla reka Tolminka. Poleg neverjetne lepote slovijo še po Hudičevem mostu, Dantejevi jami in nenavadnem izviru tople vode - termalnem vrelcu, kar je v alpskem svetu prava redkost.	Trdnjava na Predelu : Ruševine avstrijske trdnjave si lahko ogledamo približno 1 km pred mejnim prehodom Predel. Na tem mestu je bila 1809 leta huda bitka med enotami Napoleonove armade in avstrijskimi branilci tedaj lesene trdnjave. Trdnjava je bila leta 1848 obnovljena, poleg ruševin pa si lahko danes ogledamo še mogočen spomenik žrtvam - litoželezno plastiko ranjenega leva, odkrit leta 1851.
Žvepleni izvir: Voda izvira iz skalne razpoke približno 1,5 m od gladine Trebušice Okrog izvira se nahajajo bele usedline. Geološko izvir ni raziskan, največja možnost pa je, da dobiva voda primesi žveplениh spojin v skladih sadre. Izvir je eden izmed dveh izvirov v Sloveniji.	Cerkev Device Marije v Polju: Prvič se omenja leta 1192 v listini papeža Celestina III. V njej se nahaja najstarejši ohranjeni zvon na tolminskem iz leta 1615, ulit v Vidmu. Ima zanimiv rebrast obok v prezbiteriju in šilasta gotška vrata na južni strani. Predstavlja spomenik prve kategorije in je poleti odprta tudi za kulturne dejavnosti.
Gregorčičev slap in slap Brinta: Gregorčičev slap je visok 88m. Lahko ga opazujemo z Vrsnega ali iz vasi Selce, kjer je urejena tudi pot do vznožja slapa. Po tej poti pridemo tudi do slapa Brinta, ki je manj vodnat, vendar višji, saj meri kar 104m.	Vojaško pokopališče v Trenti: Je pokopališče avstrijskih vojakov in ruskih ujetnikov v prvi svetovni vojni.
Reka Nadiža: Teče v bližini italijanske meje. V poletnem času je med domačini in tudi turisti priljubljena za kopanje. Urejena pa so tudi plačilna parkirišča.	Ravelnik : Obnovljen del I. obrambne linije avstroogrške vojske.
Raznoliko rastlinstvo in živalstvo: V bližini Krnskega jezera uspeva redek Kernerjev mak, zanimiva pa je tudi endemična ozkolistna preobjeda ter rastišče blagajevskega volčina, ki ga najdemo na levem bregu Trebušice. Od živali je na tem območju najbolj znana Soška postrv. Zanj veljajo posebna pravila ribolova in je na nekaterih predelih lov nanjo celo prepovedan. Soška postrv je največja evropska postrv in endemit severnega Sredozemlja.	Kobariški muzej: Odprli so ga leta 1990. V muzeju si je možno ogledati eksponate, velike reliefe okoliškega gorovja, bogato fotografsko gradivo in multimedijsko projekcijo, ki pripovedujejo zgodbo o težkih in krvavih dni ob Soči. Muzej, ki s svojo predstavitvijo spada med vodilne muzeje z vojno tematiko in protivojnim sporočilom na svetu, je leta 1993 Komisija Sveta Evrope razglasila za Evropski muzej leta. V letu 2008 je muzej obiskalo 63.904 obiskovalcev, kar ga uvršča na 12. mesto med najbolj obiskanimi turističnimi znamenitostmi v Sloveniji.

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

NARAVNE DOBRINE	ANTROPOGENE DOBRINE
Slap Boka: Je najvišji slap v Zgornjem Posočju oziroma drugi najvišji ter najmogočnejši in najbolj vodnat slap v Sloveniji, vendar količina vode v slapu niha. Največ vode ima spomladi. Voda prosto pada 106 m, takoj za tem pa še 30 m. Ob ustju je širok 30 m.	Muzeji na prostem: Muzeji so na tistih delih frontne črte, kjer je gostota ostalin večja in so relativno lahko dostopni. V letu 2007 je bilo 6 muzejev na prostem ter najpomembnejše ostaline in spominska obeležja soške fronte v Zgornjem Posočju povezanih v Pot miru. Posvečena je spominu na številne žrtve prve svetovne vojne.
Kanin in kaninska brezna: Njegovo površje odlikujejo raznolike površinske in podzemelske kraške oblike, značilne za visokogorski kras: žlebiči, škraplje, lašte, kotlici. Na Kaninskih podih se nahajajo tudi tri najgloblja brezna v Sloveniji - Čehi 1533 m, Črnelsko brezno 1198 m, Skalarjevo brezno 911 m - ki sodijo tudi med najgloblja na svetu; leta 1996 so v breznu Vrtiglavica namerili najglobljo navpičnico na svetu -640 m prostega pada. Skupaj tvorijo 911 m globok in 3200 m dolg sistem podzemnih jam. Na vzhodnem robu Kaninskih podov je smučišče.	Cerkvica Sv. Justa na Koseču: Je bila zgrajena v drugi polovici 14. stoletja in predstavlja enega najstarejših sakralnih spomenikov na Tolminskem. V svoji notranjosti se ponaša s čudovitimi freskami, ki segajo v leto 1470 in so jih ponovno odkrili šele leta 1963 in leta 1972. Freske sestavljata dva ciklusa. V prvem so predstavljeni prizori iz Stare zaveze, drugi del pa prikazuje Kristusovo trpljenje. Častljive starosti je tudi cerkveni zvon z napisom OPUS BERNARDINI FRANCHI GORITIAE MDCCXXX.
Slapa Kozjak: Veliki Kozjak pada kar 15 metrov v temačno globino, kamor lahko svetloba prodre le skozi ozko razpoko. Nekoliko nižje si lahko ogledamo še manjši slap Mali Kozjak, ki pod kamnitim mostičem pada 8 metrov globoko v kratka korita. Oba slapa predstavljata priljubljeni sprehajalni točki iz Kobarida.	Trdnjava Kluže: V drugi polovici 15. stoletja je bila najprej zgrajena lesena utrdba, ki naj bi preprečevala turške plenilne pohode na Koroško. Leta 1613 je Georg Philipp von Gera postavil kamnito trdnjavo in v bližini odkril studenec, kar je omogočalo lažje življenje v trdnjavi. Leta 1797 je avstrijska posadka branila trdnjavo pred Napoleonovimi četami. Današnjo podobo pa je trdnjava dobila leta 1882. Ko so v letih 1945 - 1947 širili cesto in obnavljali porušeni most, so odstranili obrambni zid z vhodnim portalom, ki je zapiral cesto. Trdnjava v sedanjem času služi kot prostor za razne kulturne prireditve.
Potok Mlinarica: Je v zgornjem delu težko dostopen, tik pred izlivom v Sočo pa teče skozi tesen vintgar - divja, na najvišjem delu 70 - 80 m globoka korita. Dostop je možen iz Trente in je urejen le do ustja in prvega slapu.	Tonocov grad: Po propadu rimskega cesarstva je bila na griču zgrajena naselbina z več kot dvajsetimi stanovanjskimi hišami in več cerkvami. Na lažje dostopnih mestih je naselje varovalo obzidje. Arheološke raziskave, ki so načrtovane dolgoročno, dokazujejo, da spada Tonocov grad med najpomembnejše in najbolj ohranjene višinske poznoantične utrdbe v vzhodnih Alpah.

Vir: STO, 2010; LTO Sotočje, 2010; Občina Bovec, 2009; Občina Kobarid, 2009; P. Skoberne, 1988, str. 40-69; D. Rojšek, 1991.

Za enkrat še ne morem govoriti o visoki razvitosti sekundarne turistične ponudbe Zgornjega Posočja, vendar je opaziti napredek predvsem v vlaganju v osnovno in turistično infrastrukturo. Vedno več turističnih ponudnikov se namreč zaveda pomembnosti oblikovanja boljše ponudbe ter turističnih proizvodov, saj jim le tako uspe privabiti večje število turistov. Razne podporne institucije (PRC, podjetniški skladi,...) veliko pripomorejo k izboljšanju turistične ponudbe predvsem pa infrastrukture. Prek njihovih razpisov lahko turistični subjekti pridobijo denarna sredstva ter druge oblike spodbud za različne namene (urejanje apartmajev,

izobraževanje, zaposlovanje,...). Tudi turistična superstruktura se počasi izboljšuje. Za njen nadaljnji razvoj, je potrebno oblikovanje večjega števila turističnih proizvodov, predvsem pa vzpostaviti večjo povezanost in sodelovanje med že oblikovanimi proizvodi. Trenutna sekundarna turistična ponudba je podrobneje predstavljena v Tabeli 2.

Tabela 2: Sekundarna turistična ponudba v Zgornjem Posočju

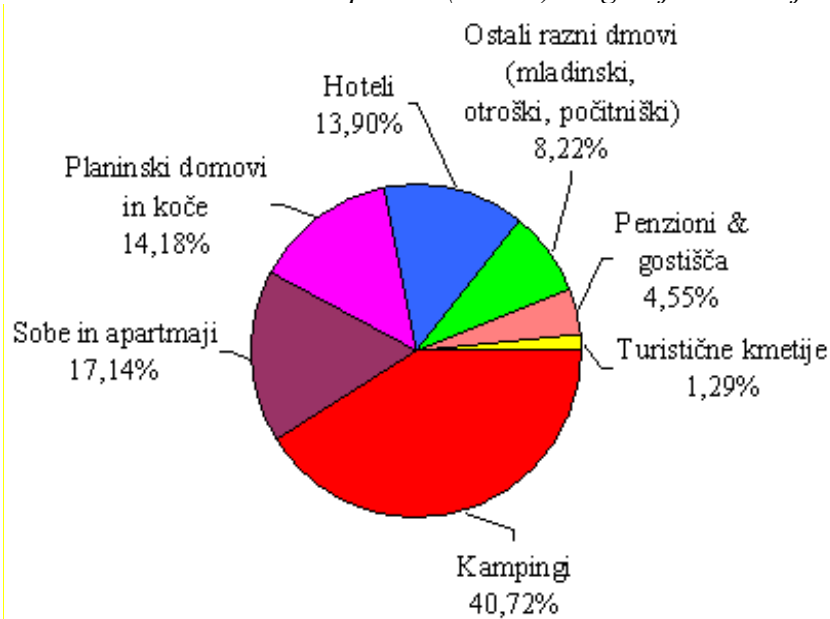
Osnovna infrastruktura	Turistična infrastruktura	Turistična superstruktura
Večje število lokalnih cest ter regionalna cesta (cca. 806 km cest).	Kobariški muzej, Tolminski muzej, krajevne in zasebne spominske zbirke.	Vodenje in informacije: TIC Bovec, TIC Kobarid, LTO Sotočje, TIC Podbrdo, Informacijsko središče TNP.
Slabša prometna dostopnost in povezave z javnim prevozom	Številna gostišča in penzioni s skupno 244 ležišči.	Turistična agencija Metulj, Kam, Tmin Tours, Gotour, Sportmix-Traft, Adventure center Bovec,...
Kanalizacija urejena v mestih Tolmin, Bovec, Kobarid in Mostu na Soči, v največjih naseljih ter v večini vaseh.	Devet hotelov (<u>Občina Tolmin</u> : Krn, Lucija, Zlata ribica, <u>Kobarid</u> : Hvala, <u>Bovec</u> : Dobra vila, Alp, Kanin, Mangart, Šola) s skupno 746 ležišči.	Tematske poti: Bavščica, Plužna, Zadnjica, Log pod Mangrtom, slap Boka, Loška Koritnica, Čez most po modrost (Most na Soči).
Zadovoljiv vodovodni sistem	Ponudniki apartmajev in sob (skupaj 920 ležišč)	Ekološko kmetijstvo, čebelarstvo – možnost nakupa izdelkov.
Zdravstveni dom v Tolminu in Kobaridu (dializni center).	Domovi (planinski, dijaški, ipd.) s skupno 1202 ležišči.	Izleti: izlet s pasjo vprego, hoja s krpljami, Kobariška zgodovinska pot, Pot miru, Tolminska korita, Mengore,...
Urejeni ekološki otoki v nekaterih krajih in naseljih.	Turistične kmetije s skupno 69 ležišči.	Kulinarika: Čompe, ovčja skuta, tolminski sir, Šebreljski želodec, Kobariški štruklji, kislo mleko ("metuda").
Slabša pokritost področja s sodobnimi telekomunikacijskimi napravami (internet, stacionarna in mobilna telefonija) izven večjih naseljih.	Urejene lokacije ob reki Soči in Nadiži – 12 urejenih kampov (2185 ležišč)	Ribištvo v rekah Soči, Nadiži, Tolminki, Bači, Trebuščici in Beli (z ribiškimi dovolilnicami).
Živilske prodajalne (Eurospin, Mercator).	Smučarski center Kanin	Številne urejene pohodniške, učne in kolesarske poti.
Urejene čistilne naprave v večjih krajih in nekaterih vaseh.	Trije turistično info. centri (TIC) in informacijsko središče TNP	Organizirana izvedba turističnih produktov
Urejene in razvijajoče se štiri poslovne cone.	Igrišča za veliki ter dvoranski nogomet, teniška igrišča, golf.	Vodni športi: soteskanje, hydro-speed, kajak, kanu, rafting.
Kljub razgibanemu površju ima Zgornje Posočje ustrezno urejeno omrežje z električno energijo.	Igralnica Aurora	Prireditve: <i>festivalne</i> (Metalcamp, Riversplash, Sajeta, Soč'n'fest), <i>kulturne</i> (Festival Kluže, kmečke igre, sejmi, prazniki), <i>športne</i> (kolesarstvo, tek, padalstvo, pohod, vodni športi, Emaus), <i>zabavne</i> (koncerti, silvestrovanje), <i>otroške</i> , <i>mladinske</i> in druge veselice.

Vir: Prenositvene zmogljivosti po občinah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010; Slovenija info, 2010.

V nadaljevanju bom analiziral turistično infrastrukturo Zgornjega Posočja. Osredotočil se bom predvsem na prenočitvene zmogljivosti. V naslednjem poglavju pa bom s pomočjo SWOT analize, podrobneje predstavil tudi turistično superstrukturo.

Spodnja Slika 5 kaže, da gre za raznoliko strukturo namestitvenih kapacitet (skupaj okrog 5.400 ležišč), ki pa v končni fazi dokazuje relativno nerazvitost Zgornjega Posočja kot turistične destinacije. V glavnem prevladujejo kampi, ki v občini Kobarid, predstavljajo kar 52,48 % vseh nastanitvenih kapacitet. Struktura namestitvenih kapacitet občine Bovec je približno enaka strukturi Zgornjega Posočja, medtem ko v občini Tolmin večji delež dosegajo domovi, hoteli ter planinske koče, kampi pa predstavljajo le 13,99%. Ne glede na nekoliko nerazvito strukturo, menim, da je struktura glede na trenutni razvoj turizma v omenjenih občinah zadovoljiva. Potrebno se je zavedati dejstva, da v to turistično območje prihajajo večinoma turisti, ki jih vlečejo športnorekreacijski motivi ter raziskovalci narave, ki pa raje zahajajo v kampe, koče in domove. Poleg tega je v času trenutne gospodarske krize takšna namestitvena struktura lahko kar precej ugodna. V prihodnje pa je nujno potrebna zagotovitev večjega števila visoko-kakovostnih nastanitvenih kapacitet, saj je to eden izmed osnovnih pogojev za pridobivanje zahtevnejših gostov.

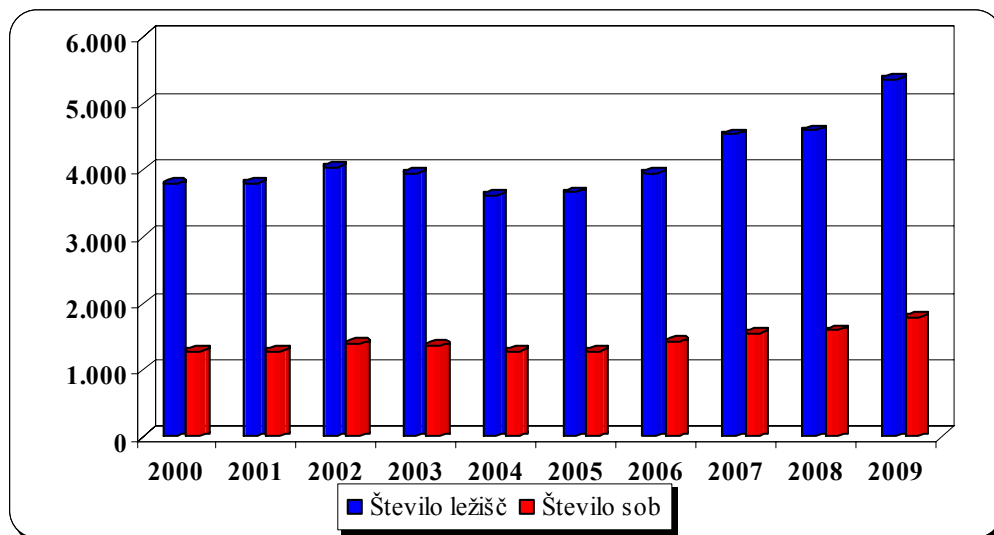
Slika 5: Struktura namestitvenih kapacitet (ležišča) v Zgornjem Posočju leta 2009



Vir: Prenoitvene zmogljivosti po občinah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

Kot prikazuje Slika 6, se je število sob v Zgornjem Posočju v letu 2009 glede na leto 2000 povečalo za 40,5 %, medtem ko se je število ležišč povečalo za 41,8%. Ta rast je v večji meri posledica povečanja zmogljivosti v letu 2009. Število ležišč se je namreč glede na leto 2008 povečalo kar za 17%, število sob pa za 13%. Vpad števila ležišč in sob je opaziti v letih naravnih katastrof (plaz, potres). Za razliko od povpraševanja turistov, kar bo razvidno v nadaljevanju diplomskega dela, je negativen vpliv opazen že v letu naravnih nesreč.

Slika 6: Nastanitvene zmogljivosti Zgornjega Posočja v obdobju 2000-2009



Vir: Prenočitvene zmogljivosti po občinah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

2.1.1 Turistični produkti Zgornjega Posočja

V vseh treh občinah je trenutno najbolj razvit predvsem športnorekreacijski turizem. Prevladujejo vodni športi, pohodništvo, ribištvo in jadralno padalstvo. Tovrstna ponudba pa je le delček vsega, kar bi Zgornje Posočje lahko ponujalo potencialnim turistom. Raznoliko naravno okolje z rekami Sočo, Idrijco in Nadižo, številni sakralni objekti, tehnični spomeniki, zgodovinski objekti in ostanki prve svetovne vojne ter rapalske meje so odlična podlaga za sistematičen razvoj posameznih turističnih dejavnosti. V prihodnosti se pričakuje porast turističnih produktov, ki jih ponujajo kulinarčni, podeželski, športno-rekreativni, vitalni turizem ter kulturnozgodovinski turizem. Prav slednji je zelo pomemben in dobro organiziran s številnimi muzeji, zbirkami, označenimi tematskimi potmi, obnovljenimi bunkerji, sakralnimi spomeniki ipd. Vedno več je tudi ponudnikov podeželskega in ekoturizma, medtem ko je wellness ponudba še v zametkih, a kot kaže se obeta napredek tudi tu, saj je v načrtu občine Tolmin projekt izgradnje večjega hotelsko-apartmajskega kompleksa z »wellness« ponudbo v okolici Tolmina.

Buhalis (2000, str. 1-2) je faktorje oziroma značilnosti turistične ponudbe klasificiral v šest kategorij (6 A's model). Te kategorije so dostopnost, atrakcije (znamenitosti), namestitve, infrastruktura, spremljevalne storitve in razpoložljivi turistični paketi. Glede na omenjene kategorije, sem posamezne turistične produkte razvrstil glede na njihovo vlogo v Zgornjem Posočju. Kot je razvidno iz spodnje Tabele 3, so za razvoj turistične ponudbe v Zgornjem Posočju, zelo pomembne aktivnosti in znamenitosti. Nekoliko manj pomembna pa je turistična infrastruktura. Dostopnost do destinacije je ocenjena kot slaba, ponudba pomožnih storitev pa kot zadovoljiva.

Tabela 3: Buhalisov 6A's okvir in nekateri turistični produkti Zgornjega Posočja

BUHALIS-ov 6A OKVIR	POMEMBNOST				
	NIZKA 1	2	3	4	VISOKA 5
ZNAMENITOSTI				Zgodovinska in kulturna dediščina	Naravne znamenitosti
AKTIVNOSTI		Kulinarika	Prireditve		Športne aktivnosti
			Tematske in učne poti		
INFRASTRUKTURA (turistična infrastruktura)	Igralnica	Restavracije	Namestitve		
RAZPOLOŽLJIVI PAKETI		Posebni dogodki	Kulturno- zgodovinski turistični paketi	Športno- rekreacijski turistični paketi	
	KVALITATIVNA OCENA				
DOSTOPNOST	Slaba prometna povezanost in cestna infrastruktura do turističnih atrakcij Slabo vzdrževanje državnih cest Dokaj slabo označene znamenitosti				
POMOŽNE STORITVE	Zadovoljive bančne storitve v večjih krajih Pomanjkanje javnih sanitarij Podpovprečne nakupovalne storitve Dokaj razpoložljivi turistični uradi Dokaj zadovoljiva telekomunikacija, pošte in druga infrastruktura				

Glede na zgornjo tabelo in značilnosti turistične ponudbe Zgornjega Posočja lahko izpostavimo tri najbolj pomembne turistične produkte, ki jih Zgornje Posočje ponuja turistom. To so aktivne počitnice, kulturnozgodovinska dediščina ter naravne znamenitosti.

Produkt aktivne počitnice, ki ga ponujajo številni turistični subjekti, predstavljajo ključen turistični produkt Zgornjega Posočja. Športne aktivnosti pritegnejo v to območje številne goste, ki si želijo različnih vrst športa. Dolina reke Soče jim ponuja pestro ponudbo vodnih športov in polno mero adrenalina. Wellness ponudba je slabo razvita, saj primanjkujejo ustrezni pogoji, infrastruktura in delovna sila. Potrebne bodo večje investicije, da bi wellness ponudba postala razvitejša. Razvoj wellness ponudbe bi predstavljal dodaten motiv za prihod turistov, saj bi s športnimi aktivnostmi nudili celostno ponudbo športnorekreacijskih počitnic.

Kulturnozgodovinski turizem privablja turiste, ki se zanimajo za zgodovinske dogodke (1. svetovna vojna, Napoleon) in kulturo. Privablja pa tudi skupine šolskih otrok, svojce padlih v

vojni ter obiskovalce, ki jim kultura in zgodovina nista primaren namen obiska, temveč splet okoliščin oziroma dodatna vrednost na svoji poti (pohodniki, kolesarji,...).

Produkt naravne znamenitosti se v glavnem nanaša na turistično ponudbo namenjeno obiskovalcem, ki si želijo mirnega dopusta v neokrnjeni naravi. Ob tem pa zahtevajo tudi določene animacije, aktivnosti, kot so npr. doživetje idilične narave, lokalne prireditve, obiski slapov, turističnih kmetij, itd.

S pomočjo SWOT analize⁶ so v nadaljevanju analizirane prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti za vsak posamezni turistični produkt, kar je razvidno iz Tabele 4.

Tabela 4: Turistični produkti Zgornjega Posočja s SWOT analizo

Turistični produkt	Prednosti	Slabosti	Priložnosti	Nevarnosti
Aktivne počitnice (Športne aktivnosti & rekreacija)	▪ Reka Soča in njeni pritoki omogočajo pestro ponudbo vodnih športov (kajakaštvo, rafting, soteskanje, hydrospeed,...). ▪ Znana Soška postrv privablja ribiče z vseh koncev Evrope. ▪ Razgibano in raznoliko naravno okolje nudi nepozabne užitke pohodnikom in kolesarjem. ▪ Dobra klima, naravno okolje in prirejanje vsakoletnih prireditev na visokem nivoju mika vsakega pravega padalca. ▪ Kanin kot smučišče na najvišji nadmorski višini v Sloveniji, s pogledom na morje ob jasnem vremenu. V letu 2010, povezan tudi s italijanskim smučiščem Sella Nevea. Primeren je tudi za nordijsko smučanje. ▪ Nočno sankanje z Mangartskega sedla.	▪ Ni pravega sodelovanja z morebitnimi ponudniki komplementarnih storitev. ▪ Sezonsko in vremensko pogojene aktivnosti. ▪ Vožnja na črno po reki Soči. ▪ Pomanjkanje zaposlenih (izkušeni vodiči). ▪ Neustrezna ureditev razmer med domačimi in tujimi izvajalci na reki Soči ▪ Pomanjkanje adrenalinskih objektov (adrenalinski parki, tobogani,...).	▪ Razvoj zimskih športov (smučanje, sankanje, smučarski tek). ▪ Nove naravne plezalne stene. ▪ Povezava z Novo Gorico (šola kajaka). ▪ Razvoj športne infrastrukture (višinske priprave za kolektivne športe) ▪ Ribištvo (vodič po reki Soči, specializirana trgovina) ▪ Spust po dolini (napeljava žice od hriba do hriba, po kateri se spustimo in si ogledamo dolino Soče). ▪ Padalstvo (dodatni ponudnik, nastanitvene kapacitete z internetnimi storitvami, boljše informiranje o vremenskih razmerah na vzletiščih).	▪ Slabša ekonomska razvitost območja ovira za uresničevanje potrebnih večjih investicij. ▪ Pomanjkanje delovne sile in partnerjev za vlaganje v turizem. ▪ Podnebne spremembe (vpliv na vodni sistem in živih bitij v njem). ▪ Nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva zaradi poseganja v naravo in večjega števila turistov.

»se nadaljuje«

⁶ SWOT analiza sestoji iz dveh delov: 1.del je *Analiza prednosti in slabosti* (nanaša na sedanost): z njo skušam ugotoviti kateri dejavniki ali turistični proizvodi so več ali manj prispevali k uspešnosti destinacije. 2. del je *Analiza priložnosti in nevarnosti* (nanaša na prihodnost): z njo poskušam ugotoviti, kateri dejavniki ali turistični proizvodi pomenijo za prihodnjo poslovno uspešnost predvsem priložnost in kateri nevarnost.

»nadaljevanje«

Turistični produkt	Prednosti	Slabosti	Priložnosti	Nevarnosti
Wellness (savne, bazeni, masaže,...)	Dobro usklajevanje trenutne »wellness« ponudbe ter neokrnjene narave v povezavi z drugimi športnimi aktivnostmi v Zgornjem Posočju.	- Pomanjkanje rekreacijskih ter drugih »wellness« objektov (plavalni bazeni, savne, ipd.). - Primanjkovanje usposobljenih delavcev - Pomanjkanje termalne vode in zdravilišč. - Primanjkovanje hotelov z več zvezdicami.	- Investicije v turistično infrastrukturo, ki bo aktivno usmerjena (plavalni bazeni, tobogani,...). - Privabljanje zahtevnejših tujih gostov. - Postavitev hotelsko-apartmajskega kompleksa z »wellness« ponudbo v okolici Tolmina ter Bovca.	- Neinvestiranje in pasiven razvoj turistične ponudbe lahko še oteži kasnejši vstop na trg. - Konkurenčne destinacije v Sloveniji s pestrejšo paleto »wellness« storitev.
Zgodovinska in kulturna dediščina	- Bogata zgodovina 1. svetovne vojne (ostaline Soške fronte). - Trdnjava Kluže, Kobariški muzej in muzeji na prostem, Italijanska kostnica. - Francoski pohodi (Napoleon Bonaparte). - Simon Gregorčič, Ciril Kosmač.	- Težja dostopnost do muzejev na prostem in odvisnost vodniške službe od števila obiskovalcev. - Premalo trženja in prodaje spominkov in drugih turističnih artiklov na samem turističnem kraju.	- Razvijanje že obstoječih prireditev in praznovanj v vseslovenske in mednarodne dogodke. - Možna uporaba zgodovinskih ostankov kot osnova za avtentične turistične storitve (muzeji na prostem, gostišča).	- Izginjanje starih običajev. - Propadanje arhitekture. - Potrebna velika vlaganja v obnovo.
Podeželski turizem	- Sproščanje in mir v neokrnjeni naravi. - Doma pridelana tradicionalna hrana.	- Slabo povezovanje in primanjkovanje turističnih ter ekoloških kmetij. - Slabo trženje (delo na kmetiji, prikazovanje sirarjenja, molžnje, spanje na senu ipd.).	- Privlačna in dodelana ponudba ekoloških kmetij. - Organizirano vodenje turistov na planine, prikazovanje ter možnost opravljanja kmečkih opravil.	- Možnost naravnih vplivov (potres, plazovi), ki lahko najbolj prizadenejo višje ležeče planine. - Konkurenca v sosednjih državah.
Kulinarika	- Gostišča z domačo kulinariko (Kobariški gastronomski krog). - Tradicionalne domače jedi (Tolminski sir, Šebreljski želodec, Kobariški štruklji,...).	- Turistična ponudba v regiji večinoma nedorečena. - Manjka visoko kakovostna ponudba - Nezmožnost sprejema večjega števila gostov.	- Kulinarično zadovoljstvo naredi iz turista stalnega gosta. - Povezovanje med planinami, eko-kmetijami in gostišči (sir, skuta,...). - Ponudnik, ki bi ponujal vse tradicionalne jedi.	Nekakovostna ponudba lahko dolgoročno negativno vpliva na vtis o regiji.

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

Turistični produkt	Prednosti	Slabosti	Priložnosti	Nevarnosti
Naravne znamenitosti	▪ Neokrnjena narava. ▪ Naravne danosti (visoka vodnatost, poraščenost z gozdovi). ▪ Specifična pokrajina (slapovi, gorovja, jezera, korita, naravni mostovi).	▪ Dokaj neurejeni dostopi do rečnih dolin, slapov itd. ▪ Slabo označevanje atrakcij. ▪ Nerazvito oglaševanje in trženje naravnih atrakcij. ▪ Pomanjkanje javnih sanitarij.	▪ Narava omogoča dodatne turistične aktivnosti. ▪ Izboljšan marketing naravnih atrakcij. ▪ Organizirano vodenje do naravnih znamenitosti. ▪ Brošure z zgodbami, pripovedmi in zgodovinskim pridihom.	▪ Ohranjanje statusa quo pomeni nazadovanje prepoznavnosti naravnih znamenitosti. ▪ Preveliko število turistov in onesnaževanje negativno vplivata na neokrnjenost narave in zadovoljstvo domačinov.
Tematske in učne poti	▪ Veliko zgodovinskih in kulturnih tematskih poti. ▪ Nekatere zelo lepo urejene (Tolminska korita, zgodovinska pot,...).	▪ Slabo označene poti.	▪ Boljša ureditev, koncept, označitev, dodatna ponudba na poti. ▪ Izdaja brošur.	▪ Vandalizem, pomanjkanje denarja za urejanje in vzdrževanje.
Poslovni (MICE) turizem	▪ Mir, narava in ponudba raznovrstnih motivacijskih ter sprostitvenih aktivnosti.	▪ Pomanjkanje ustrezne infrastrukture (dvorane, nastanitve). ▪ Oddaljenost od večjih središč, mest.	▪ Odmik poslovnih srečanj od hrupa, večjih mest. ▪ Ob ustreznem interesu izgraditev večnamenske multimedijske dvorane.	▪ Mesta s podobnimi značilnostmi bolj konkurenčna (lega, infrastruktura).
Prireditve	▪ Mednarodno priznani glasbeni festivali v Tolminu (Metalcamp, Riversplash, Sajeta in Soč'n'fest (v manjši meri)). ▪ Festival Kluže. ▪ Ugodna in že uveljavljena lokacija za festivale. ▪ Unikatni tradicionalni običaji.	▪ Težave s hotelom Paradiso v neposredni bližini festivalov (odklop elektrike, opuščanje dejavnosti). ▪ Festivali skoraj prerasli zmožnost lokacije (potrebna vlaganja in preureditev).	▪ Uveljavljena lokacija je možnost še za nove festivale večjega obsega. ▪ Obuditev tradicionalnih prireditev v posameznih krajih (bolj marketinško usmerjene). ▪ Novoletne, praznične in druge prireditve. ▪ Adrenalinska tekmovalna (downhill, ekstremno smučanje).	▪ Organizatorji festivalov se odločijo za drugo lokacijo. ▪ Nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva zaradi hrupa, mase ljudi, ki jih povzročajo festivali.

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

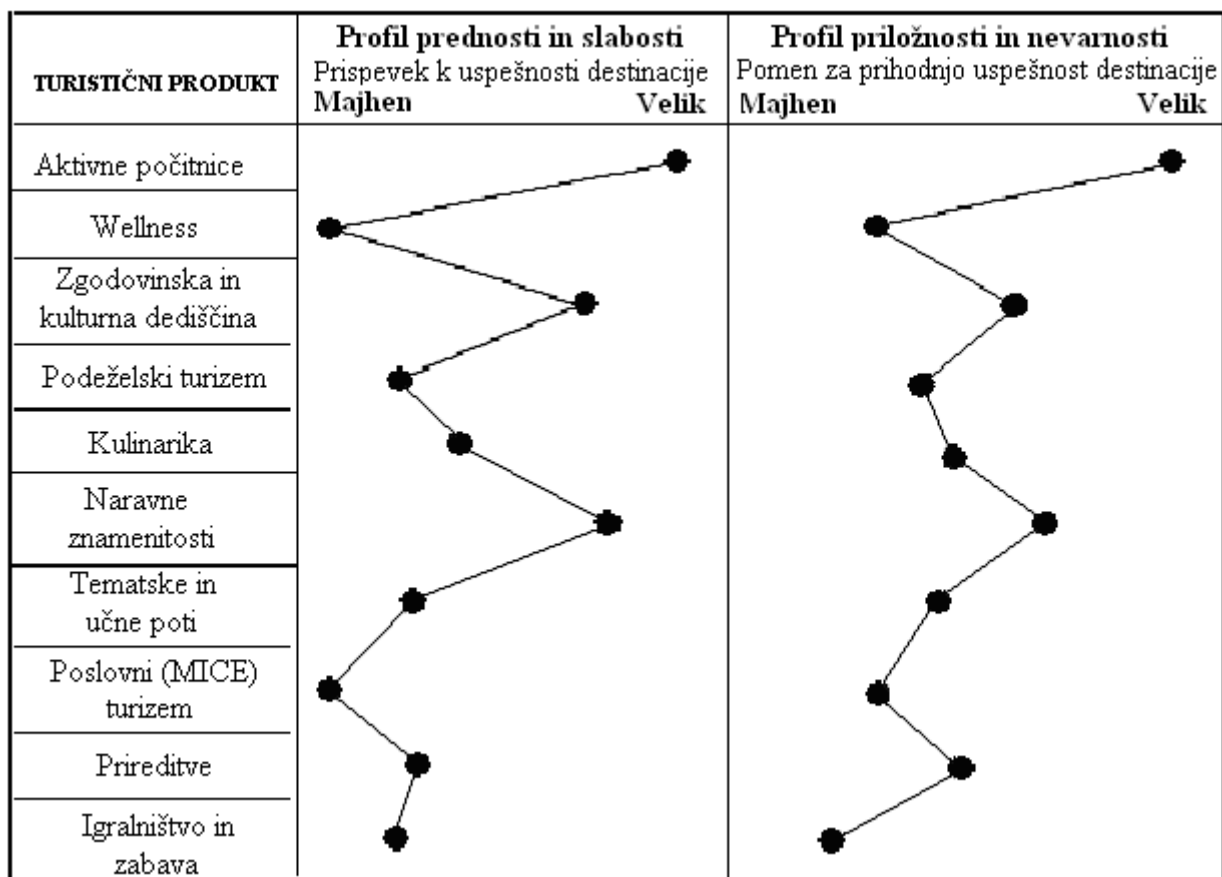
Turistični produkt	Prednosti	Slabosti	Priložnosti	Nevarnosti
Igralništvo in zabava	▪ Podjetje Hit d.d., ki se ukvarja z igralništvom tudi v Posočju, je že priznано podjetje v tej panogi (lahko privablja goste iz bolj oddaljenih krajev) ▪ Omejena zakonodaja v Italiji	▪ Manjši kraji (posledično manj obiskovalcev igralnic ter zabav) ▪ Premalo nočnega življenja med tednom in večjih zabav ▪ Pomanjkanje nočnih ter drugih objektov za zabave	▪ Poleg igralništva in zabave nuditi tem gostom še kakšne druge oblike sprostitve (masaže, savne, športne aktivnosti, ogleda)	▪ Nestrinjanje lokalnega prebivalstva z igralniško dejavnostjo ▪ Naraščanje kriminala, vandalizma

Iz SWOT analize kot iz Slike 7 je razvidno, da je turistični produkt aktivne počitnice nosilec turističnega razvoja v Zgornjem Posočju. Za nadaljnji razvoj produkta aktivne počitnice največjo oviro predstavlja predvsem pomanjkanje športne in »wellness« infrastrukture ter programov, ki bi pospešili prihod večjih skupin in športnih ekip. Potrebna pa je tudi bolj organizirana in občinsko povezana kontrola dovolilnic na reki Soči ter pestrejša dodatna ponudba ponudnikov vodnih športov.

Nekoliko manjši pomen za prihodnjo uspešnost destinacije pričakujem za naravni in kulturnozgodovinski program. Programa potrebujeta predvsem večjo vpetost in sodelovanje lokalnega okolja, ki bi moralo zagotoviti kakovostne kulinarične produkte, nastanitve ter pristno domače vzdušje. Povečati pa bi bilo potrebno tudi prepoznavnost in dostopnost do naravnih, kulturnih ter zgodovinskih atrakcij.

Turistični produkti, ki naj bi v prihodnje več prispevali k uspešnosti Zgornjega Posočja, so po mojem mnenju podeželski turizem (ekološke kmetije, domača hrana, spanje na senu, prikazovanje domačih opravil, mir), poslovni turizem (mir, motivacijske in sprostitvene aktivnosti), wellness (Žabče) ter prireditve (festivali, silvestrovanje).

Slika 7: Ocena prispevka in pomena turističnih produktov k uspešnosti Zgornjega Posočja



2.1.2 Opredelitev deležnikov na strani turistične ponudbe

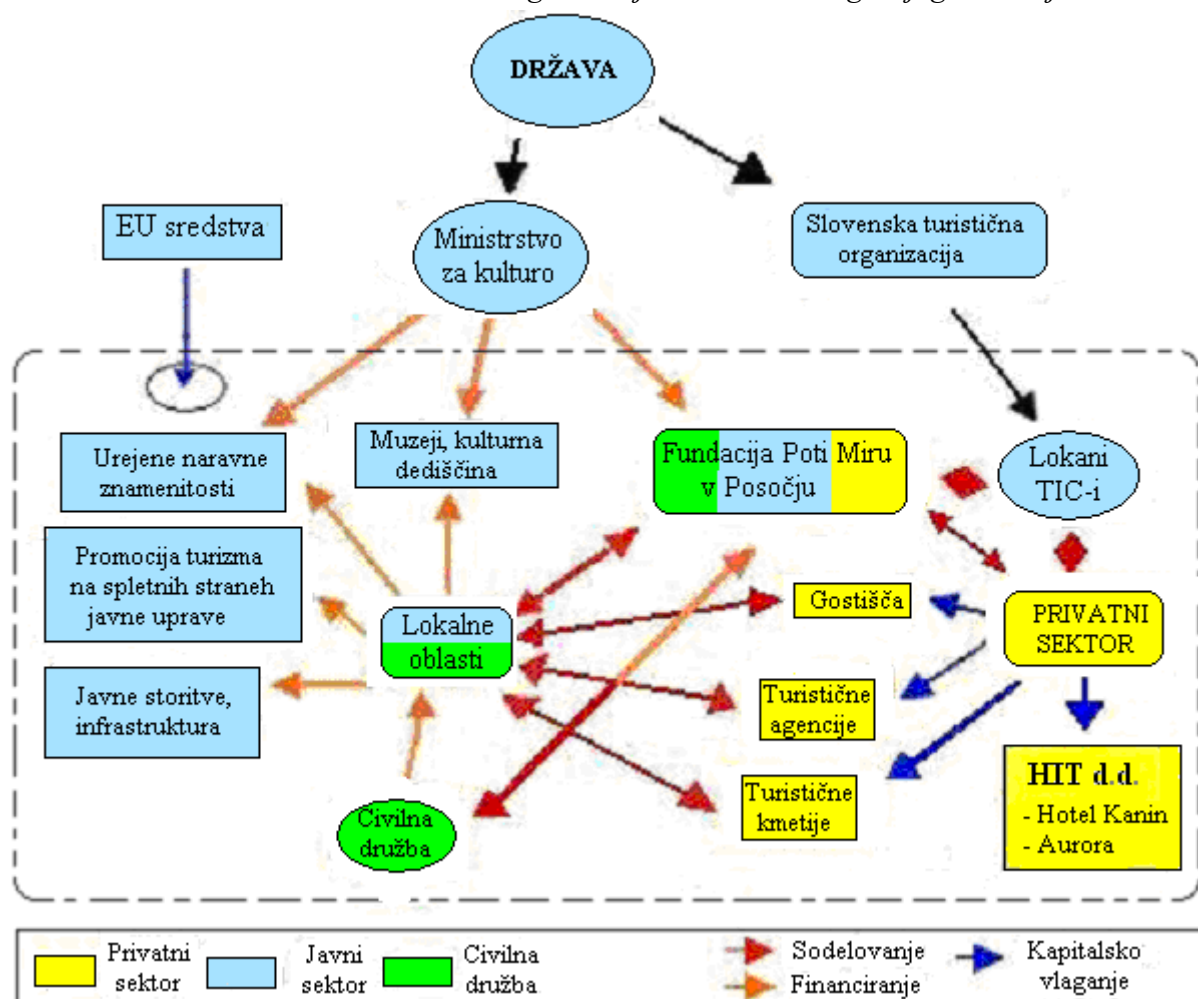
Iz Slike 8, ki prikazuje strukturo turističnih organizacij v Zgornjem Posočju, so razvidni predvsem trije glavni deležniki, in sicer javni sektor (državne in lokalne oblasti), privatni sektor ter civilna družba.

Država s svojo povezovalno vlogo spodbuja in finančno podpira razvoj turizma v regiji. Preko Ministrstva za kulturo skrbi za urejanje naravnih in kulturnih spomenikov, muzejev in galerij. S pomočjo Slovenske turistične organizacije (STO), ki deluje preko lokalnih turistično-informacijskih centrov (TIC-ev), pa pripomore k vzpostavljanju boljšega destinacijskega managementa. V tem okviru velja omeniti še razpise Posoškega razvojnega centra (PRC) ter evropska sredstva, ki so na voljo tudi za potrebe turizma. Lokalne oblasti po drugi strani, skrbijo za razvoj in urejanje komunalne in osnovne turistične infrastrukture, razpolagajo z naravno in kulturno dediščino in so zlasti pomembne za celovito turistično promocijo lokalne turistične ponudbe. Vsaka od omenjenih občin namreč vzdržuje svojo spletno stran, katere del namenjajo tudi turizmu kot pomembni gospodarski dejavnosti v Zgornjem Posočju. Občine s sofinanciranjem pomembnih investicijskih projektov na področju turističnega razvoja skrbijo tudi za privabljanje podjetništva in razvojnega kapitala na področju turizma. Poleg naštetega spodbujajo in zagotavljajo pogoje za delovanje civilne družbe na lokalnem nivoju ter oblikujejo, usklajujejo turistične politike in strateške usmeritve tudi na regionalni ravni.

Naslednji nosilec je privatni sektor, ki srbi predvsem za izvajanje poslovno komercialnega trženja obstoječih storitev in turistične ponudbe, dodatno usposabljanje in izobraževanje zaposlenih, investicije v razvoj novih potrebnih kapacitet, turističnih programov in proizvodov ter sooblikovanje celovite turistične ponudbe Zgornjega Posočja. Najpomembnejšega akterja je težko izpostaviti, saj prevladujejo predvsem manjša podjetja in zasebniki. V ospredje bi postavil podjetje HIT d.d., ki se v zadnjih letih, kot investitor bolj aktivno vključuje v Zgornje Posočje. Trenutno ima v lasti hotel Kanin v Bovcu ter igralnico Aurora v bližini Kobarida, aktivno pa je sodelovalo tudi pri izgradnji modernega golf igrišča v Bovcu. Ostali akterji, od gostišč, turističnih kmetij in turističnih agencij pa predstavljajo dodatno specifično ponudbo Zgornjega Posočja.

Civilna družba (različna društva in interesna združenja) predstavlja tretjega deležnika na ravni destinacije. Njena glavna vloga in dejavnost je spodbujanje domačega prebivalstva, da z različnimi akcijami, tekmovanji in urejanjem okolja, sodelujejo pri pospeševanju turizma. Pomembno vlogo ima tudi pri informiranju turistov, izvajanju nekaterih promocijskih aktivnosti v krajih ter povezovanju s sorodnimi društvi v drugih občinah in regijah ter širše. Dejavnost civilne družbe se do sedaj največ pozna na kulturno-zgodovinskem področju, saj so že pred ustanovitvijo Fundacije Poti Miru nekatera zgodovinska in turistična društva v Zgornjem Posočju obnavljala in urejala dele frontne črte 1. svetovne vojne. Fundacija se je vključila v pobude teh društev in skupaj z njimi začela urejati šest muzejev na prostem. Muzeji na prostem ter najpomembnejše ostaline in spominska obeležja soške fronte v Zgornjem Posočju, so bili v letu 2007 povezani v Pot Miru. Posvečena je spominu na številne žrtve prve svetovne vojne. Njen namen je obiskovalcu predstaviti kulturnozgodovinsko dediščino in naravne znamenitosti Zgornjega Posočja. V primeru nadaljnjega intenzivnega razvoja turizma v Zgornjem Posočju je pričakovati, da bo vloga civilne družbe še izrazitejša. Njeno večjo vlogo vidim predvsem v turistično nerazvitih krajih, kjer prve pomembne zametke turizma naredi prav civilna družba ter v ozaveščanju lokalnega prebivalstva o ohranjanju narave ter pomenu turizma z vidika poslovnih priložnosti (Fundacija Poti miru, 2009).

Slika 8: Struktura turističnih organizacij in deležnikov Zgornjega Posočja



2.1.3 Organiziranost turizma

Celotno območje Zgornjega Posočja je bilo do leta 1994 pod skupno občino Tolmin. Po tem letu so nastale občine Bovec, Kobarid in Tolmin, ki so s svojo lokalno politiko in strategijo začele bolj načrtno razvijati turistično dejavnost. Občina Bovec je leta 2005 sprejela strategijo razvoja turizma na Bovškem, v kateri so podrobneje razvidne smernice in prioritete bovškega turizma. Strategija občine Tolmin je bila napisana za obdobje 2001–2005, medtem ko kobariška občina tega dokumenta še nima. Kot vse kaže, bo ta dokument v letu 2010 vendarle dobila, saj LTO Sotočje pripravlja turistično strategijo za tolminsko kot tudi kobariško občino, ki jo bosta kljub enotnemu turističnemu prostoru, morali sprejeti obe občini ločeno.

Zgornje Posočje kot celoto pokriva Turistična zveza Gornjega Posočja (TZGP). Združuje 36 turističnih in drugih društev povezanih s turizmom, ki delajo majhne, a pomembne korake že več desetletij. Ker pa gre za neprofitna društva z veliko prostovoljnega dela, v današnjem času velikih učinkov na razvoj turizma nima. V občini Bovec je 7, v občini Kobarid 13 in v občini Tolmin 13 turističnih društev. Po potresu leta 1998 je z Zakonom o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (Uradni list RS št. 60/1999) nastal Posoški razvojni center (PRC), katerega naloga je skrb za razvoj Zgornjega Posočja. Z dodeljevanjem razvojnih spodbud za vzpostavljane razvojne infrastrukture, s pospeševanjem podjetniškega vlaganja, z razvojem

gospodarstva in odpiranjem novih delovnih mest ter z usposabljanjem in razvojem kadrov ima pomembno vlogo tudi pri razvoju in spodbujanju turizma. Za ohranjanje in urejanje zgodovinskih ostankov prve svetovne vojne, skrbijo različna društva in Fundacija Poti miru v Posočju, ki ima sedež v Kobaridu (TZGP, 2010; TZS, 2010).

Leta 2000 sta nastali LTO Bovec in LTO Sotočje, ki pokriva občini Kobarid in Tolmin. Tovrstna razdrobljenost, se na tako majhnem prostoru s podobnimi in pomembnimi skupnimi težavami, predvsem pa zaradi slabega sodelovanja, pomanjkanja kadrov ter sredstev ni izkazala kot učinkovita. V letu 2006 se je namreč zasnova regijska destinacija Smaragdna pot, ki je prvotno nastajala kot turistični razvojni koncept Zgornjega Posočja. Kmalu pa se je pokazal interes nosilcev turističnega gospodarstva za povezovanje na nivoju celotne Goriške statistične regije. Izkazalo se je, da vse občine v regiji želijo, da se začne oblikovati enotna in celovita turistična destinacija, ki naj obsega vse štiri subregionalne enote in s tem celotno območje regije. V okviru tega projekta sta nastali dve strategiji. Strategija razvoja turistične destinacije Smaragdna pot, ki opredeljuje razvoj turizma v regiji, in Tržna strategija Smaragdne poti. Ti strategiji sta pripomogli k izvedbi številnih investicij tudi v Zgornjem Posočju. V dokajšnji meri so obnovili in posodobili sistem žičnic in smučišč na Kaninu, urejeni so kampi (Kamp Koren, Kamp Lazar idr.) ter nekatere tematske poti (Bavščica, Plužna, slap Boka, Loška Koritnica) in podobno (Posoški razvojni center, 2006, str. 14).

V zadnjem desetletju je opazno boljše sodelovanje posoških občin s skupnostjo Julijskih Alp (Bled, Bohinj, Kranjska Gora) predvsem pri nastopanju na sejnih v tujini. Poleg regijskega sodelovanja velja omeniti tudi skupno sodelovanje pri kandidaturi za Evropsko destinacijo odličnosti 2008 (European Destination of Excellence – EDEN), ki sta jo pripravili LTO Bovec in Fundacija Poti miru v Posočju. Koncept predstavitve je bila celotna soška dolina s poudarkom na naravni in kulturnozgodovinski dediščini, ki je bila predstavljena skozi prireditve v trdnjavi Kluže. Kandidatura je bila uspešna in Dolina Soče je bila na koncu izbrana kot prva slovenska destinacija odličnosti.

Velik korak naprej je opaziti tudi pri pobudi za oblikovanje prave regionalne destinaijske organizacije (v nadaljevanju RDO). Svet regije Severna Primorska je namreč na svoji seji 19. 11. 2008 izbral zavod LTO Sotočje kot nosilca aktivnosti RDO za območje celotne statistične regije. Tej odločitvi je v večji meri botroval razpis Ministrstva za gospodarstvo, namenjen spodbujanju razvoja destinaijskih organizacij, skozi katerega naj bi razdelili 4,2 milijona EUR evropskih sredstev. Razpis je bil zaradi političnih razlogov (pokrajine še niso oblikovane) razveljavljen, vendar je svet regije na svoji decembrski seji ponovno potrdil zavod LTO Sotočje za opravljanje nalog RDO do konca leta 2012 in s tem direktorja LTO Sotočje za direktorja RDO (LTO Sotočje, 2008, str. 15).

Takšna sodelovanja in projekti pomembno vplivajo na razvoj celotnega območja turistične destinacije Smaragdna pot, vendar so v regiji kot tudi v Zgornjem Posočju še vedno neizkoriščeni razvojni potenciali in še vedno je prisotna nepovezanost med produkti ter neprepoznavnost regije. Zato je zelo pomembno nadaljevati z začetimi programi razvoja turizma v regiji tudi v prihodnje.

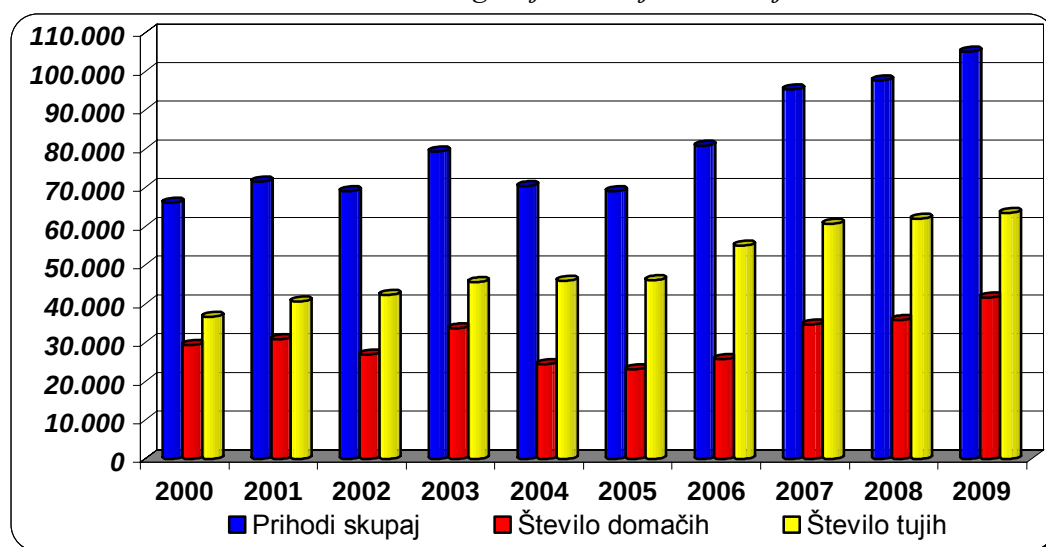
2.2 TURISTIČNO POVPRASEVANJE

2.2.1 Analiza turističnega povpraševanja v Zgornjem Posočju

Turistično povpraševanje po Zgornjem Posočju se v zadnjih letih povečuje, kar se odraža v številu prihodov in prenočitev tako domačih kot tujih turistov. V prihodnje je pričakovati, še večje povpraševanje in prepoznavnost Zgornjega Posočja. Leta 2008, je namreč Dolina Soče (občine Bovec, Kobarid, Tolmin) z naravnimi lepotami in zgodbami Soče, ki govorijo o soški fronti, med 16-imi slovenskimi nominiranci, postala prva turistična destinacija odličnosti v Sloveniji. Kljub gospodarski krizi od konca leta 2008, je v letu 2009, opazno povečanje števila turistov za 7,5%. To je v nasprotju z napovedmi sindikata gostinstva in turizma, ki je pričakoval padec števila turistov. Deloma pa se uresničuje napoved zmanjšanja povprečne dobe bivanja (PDB) ter padec turistične potrošnje. V prihodnje naj bi imele prednost destinacije z ugodnim razmerjem cena / kakovost, saj cena postaja vse bolj pomemben dejavnik. Potrebna pa bo tudi učinkovita povezava ukrepov in aktivnosti javnega in zasebnega sektorja. Kot je opazno iz podatkov leta 2009, bo turistična dejavnost temeljila na prihodu turistov iz bližnjih trgov, predvsem pa bo poudarek na domačem trgu (Turizem in mednarodna finančna kriza-nabor ukrepov in aktivnosti, 2009). V nadaljevanju je predstavljena analiza turističnega povpraševanja v Zgornjem Posočju.

Spodnja Slika 9 prikazuje gibanje števila turistov v letih od 2000 do 2009. Opaziti je naraščanje števila turistov z manjšimi padci, ki so v glavnem posledica naravnih katastrof, kar se odraža predvsem v zmanjšanju števila domačih gostov. Plaz ob koncu leta 2000, je negativno vplival na prihod domačih turistov v začetku leta 2001. Padec v letu 2002, deloma pripisujem oslabljenim svetovnim gospodarskim razmeram ter napetem ozračju v svetu, predvsem zaradi povečanega obsega terorističnih akcij po svetu (vrhunec je bil teroristični napad na World Trade Center v ZDA). Dogajanje v letu 2004, kateremu je botroval predvsem močan potres v Posočju, se je odrazilo v zmanjšanem številu turistov tudi v letu 2005. Kljub temu je skupno število domačih in tujih turistov v Zgornjem Posočju v letu 2009 glede na leto 2000, naraslo za 58,9 %, kar povprečno predstavlja 4,74 % letno rast. To pa je za 1,39 % več kot znaša v istem obdobju slovensko povprečje. Število domačih turistov se je v letu 2009 glede na leto 2000, kljub negativnim naravnim vplivom, povečalo za 41,3 %. Število tujih turistov pa se je v enakem obdobju povečalo za 73,04%, med njimi so bili leta 2008 najštevilčnejši Nemci (26,2%), sledijo Čehi (10,9%) in Italijani (9,6%) V zadnjih letih je opaziti porast števila gostov tudi iz drugih držav. Največjo rast v zadnjih letih beležijo predvsem gosti iz Velike Britanije, Portugalske, Finske ter Španije.

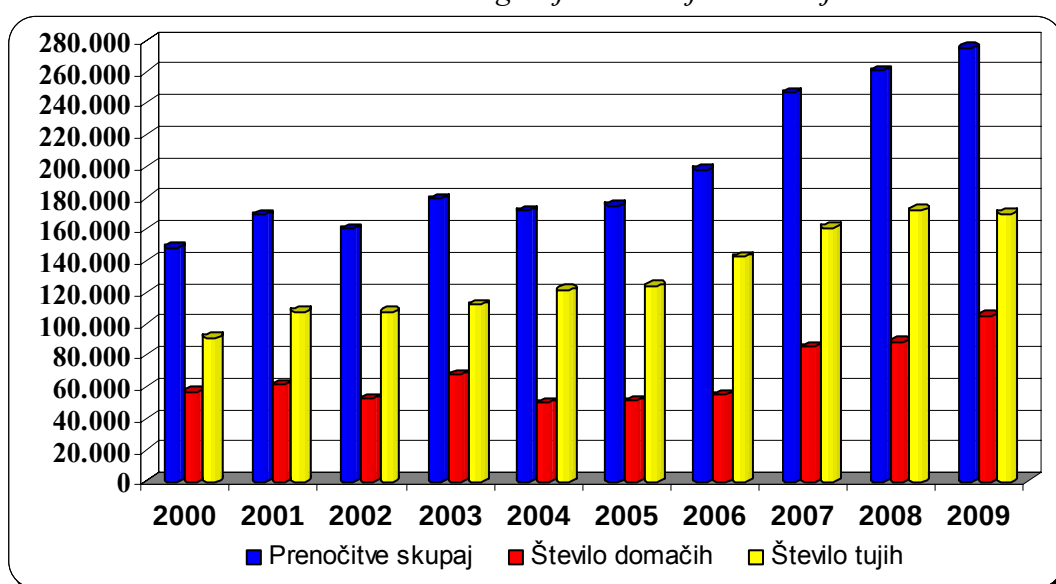
Slika 9: Prihodi turistov v Zgornje Posočje v obdobju 2000-2009



Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

Tudi število prenočitev, kot je razvidno iz Slike 10, beleži pozitiven trend z izjemami v že prej omenjenih letih, kjer je opazen negativen naravni vpliv na gibanje števila nočitev. Skupno število nočitev se je leta 2009 glede na leto 2000 povečalo za 85,4%, od tega se je število nočitev domačih gostov povečalo za 84,4%, tujih pa za 85,9%. Glede na razpoložljive nočitvene kapacitete in razvojne možnosti turizma, je kljub naraščanju obsega povpraševanja, število nočitev v Zgornjem Posočju premajhno. Podariti pa velja, da je na tem območju veliko dnevnih obiskovalcev in izletnikov tako iz Slovenije kot tudi iz drugih držav, kar se pa ne odraža v številu prenočitev. Struktura tujih gostov glede na nacionalnost, ki so odločijo za bivanje v Zgornjem Posočju, se nekoliko razlikuje od strukture števila prihodov tujih gostov. Tudi po prenočitvah so na vrhu Nemci s 32%, sledijo jim Čehi (8,7%) ter Britanci (7,6%). Dolžina bivanja turistov je kratka, v povprečju znaša 2,6 dni.

Slika 10: Prenocitve turistov v Zgornjem Posočju v obdobju 2000-2009



Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

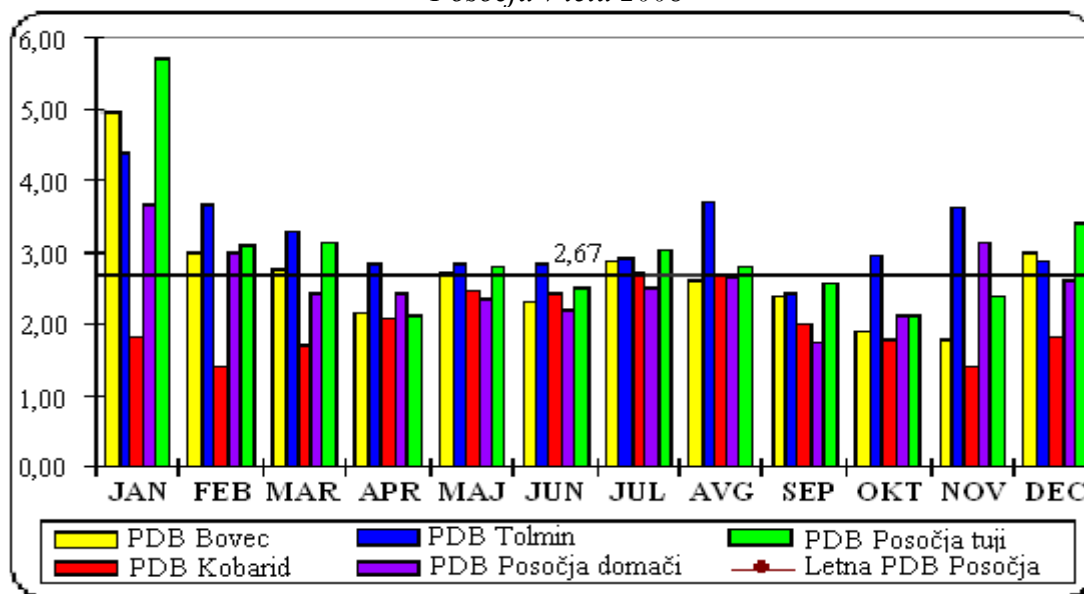
Iz Slike 11, ki prikazuje povprečno dobo bivanja (PDB) turistov v posameznih mesecih v letu 2008, je razvidno, da največ turistov Zgornjega Posočja biva dlje v zimskih mesecih (december, januar, februar). Največ k temu pripomorejo tuji državljani, saj v mesecu januarju ostanejo v Zgornjem Posočju skoraj 6 dni, čeprav tudi domači gostje v omenjenih mesecih presegajo letno povprečje bivanja, ki znaša 2,67 dni. Vzroke za daljše bivanje gre iskati predvsem v smučarski sezoni na Kaninu ter novoletnemu rajanju. Opaziti pa je, da občina Kobarid v zimskem času ne dosega niti povprečne dobe bivanja, kar je po mojem mnenju posledica zanemarjanja novoletnega dogajanja s strani občine in slabših pogojev za zimski turizem. Poleg tega pa daljše bivanje onemogoča tudi struktura namestitvenih kapacitet. Občina Kobarid ima namreč prevelik delež kampov (v zimskem času ne delujejo) in premajhno število hotelskih ležišč ter planinskih koč, ki v novoletnem času predstavljajo pravo idilo v teh krajih. Za razliko od občine Kobarid je v ostalih dveh občinah, predvsem kar se novega leta tiče, opaziti napredek. Občini skrbita za zabavne prireditve in večjo okrasitev mesta, poleg tega pa je občina Tolmin v letu 2008 bolj intenzivno privabljala goste tudi prek turističnih agencij in poskrbela za celotedenski novoletni program.

V poletnih mesecih (junij, julij, avgust), ko je število gostov največje, se doba bivanja giblje okoli letnega povprečja. Nekoliko dlje se gosti zadržijo v občini Tolmin, kar je predvsem posledica odmevnih festivalov (Metalcamp, Riversplash, Sajeta) ter padalskih tekmovanj visokega nivoja. Občina Kobarid v poletnih mesecih dosega svoje najvišje dobe bivanja v letu, ki se vrtijo okoli letne povprečne dobe bivanja v Zgornjem Posočju. Večinoma gre za goste, ki jih privabljajo vodni športi, ribolov ter kulturnozgodovinska dediščina. Podobno lahko govorim tudi za občino Bovec. Tudi tu je opaziti večinoma le nekajdnevne goste s podobnimi motivi, le da pohodništvo predstavlja večji pomen pri zadržanju gostov.

Spomladi predvsem pa jeseni dosega Zgornje Posočje najkrajšo dobo bivanja. Pomlad se po dobi bivanja lahko primerja s poletjem. V marcu in aprilu je še vedno opazen vpliv smučarske sezone, saj je ta z visokogorskim smučiščem Kaninom, lahko dolga do maja. Prvega aprila se odpira sezona ribolova, kar se odraža v Tolminu ter Kobaridu. Maja se začno vodne aktivnosti na reki Soči, velik vpliv pa ima tudi pohodništvo. Zgornje Posočje jeseni ne ponuja turističnih proizvodov, ki bi goste zadržali več dni. V povprečju gosti ostanejo okoli 2 dni. Dodatni razlog za krajše bivanje je tudi dejstvo, da se po poletni sezoni večina gostov ne odloča za večdnevne oziroma tedenske dopuste, temveč predvsem za nekajdnevne izlete. Najbolj priljubljeni turistični proizvodi v jesenskem času so pohodništvo ter vodni športi.

Glede na ugotovitve iz Slike 11 lahko trdim, da Zgornje Posočje spada bolj med tranzitne kot med stacionarne destinacije, saj je povprečna doba bivanja giblje pod 3-mi dnevi.

Slika 11: Povprečna doba bivanja (PDB) po mesecih v posoških občinah in Zgornjem Posočju v letu 2008



Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

2.2.2 Analiza zadovoljstva gostov

Zadovoljstvo gostov v Zgornjem Posočju sem ugotavljal s pomočjo ankete, ki je bila izvedena med 24. avgustom in 14. septembrom 2008. Podrobnejši podatki o anketi, njenem izvajanju ter njeni rezultati so predstavljeni v nadaljevanju ter v Prilogi 5.

2.2.2.1 Cilji in vsebina ankete

Glavni cilj ankete je bil pridobiti podatke o zadovoljstvu domačih kot tujih turistov s turistično ponudbo ter spoznati značilnosti njihovega bivanja v Zgornjem Posočju. Pridobljeni rezultati ankete mi bodo pomagali tudi pri oblikovanju predlogov za izboljšanje turistične ponudbe v Zgornjem Posočju.

Struktura ankete je sestavljena iz štirih skupin z naslednjo vsebino:

1. osnovni podatki o turistih (država po potnem listu, starost, status ekonomske aktivnosti, spol),
2. podatki o prihodu in bivanju turistov v Zgornjem Posočju (kako so izvedeli za turistični kraj, glavni razlog za prihod, število obiskov, splošno mnenje o bivanju v kraju, stroški bivanja),
3. podatki o turistični ponudbi Zgornjega Posočja (splošna kakovost, ocena elementov ponudbe, ipd.),
4. vtisi, mnenja ter zadovoljstvo turistov z bivanjem in turistično ponudbo v kraju anketiranja.

2.2.2.2 Enota opazovanja

Enota opazovanja je turist, star 15 let ali več, ki sam ali z več osebami potuje oziroma biva v Zgornjem Posočju. Turist je oseba, ki potuje in biva v kraju, ki ni del njenega običajnega

okolja, tam vsaj enkrat prenoči, vendar zaporedno ne več kot 365-krat, in sicer zaradi preživljanja prostega časa, poslov ali drugih razlogov, vendar ti v kraju potovanja niso pridobitnega značaja (turist ne prejme plačila, nagrade).

2.2.2.3 Čas in kraj izvajanja ankete

Anketiranje je potekalo od 24. avgusta do 14. septembra 2008 in je zajelo naključno izbrane turiste, ki so v tem času bivali v Zgornjem Posočju (občine Bovec, Kobarid, Tolmin). Podrobneje so kraji in omejitve anketiranja navedeni v Prilogi 5.

2.2.2.4 Metoda vzorčenja in vzorec

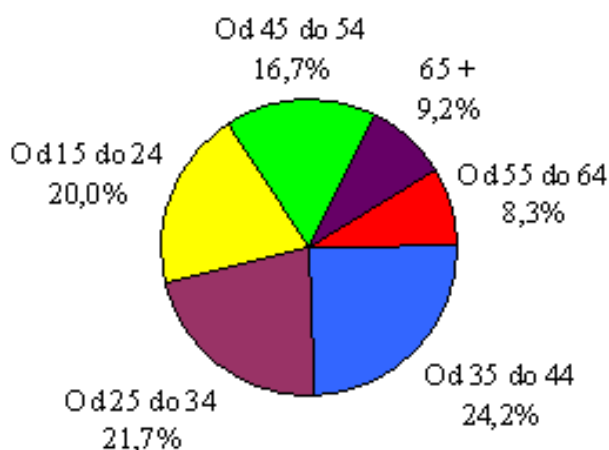
Metoda vzorčenja je priložnostni vzorec. V vzorec sem zajel 120 naključno izbranih tujih in domačih turistov na različnih turističnih točkah v Zgornjem Posočju. V vsaki občini sem izvedel 40 anket ter tako prostorsko zajel Zgornje Posočje. Naključne turiste sem anketiral v kampih, okolici hotelov ter turističnih znamenitosti. Anketo so izpolnjevali anketiranci sami, z možnostjo pomoči pri nerazumevanju vprašanja. Večina turistov se je z veseljem odzvalo na anketo (stopnja odgovora enote opazovanja: 77,6%). Izpolnjevanje jim je vzelo približno 10 minut časa. Predhodno sem tudi preveril ali naključno izbrani turisti zares ustrezajo kriterijem opazovane enote.

2.2.2.5 Rezultati ankete

Najprej bom predstavil socio- demografsko strukturo anketirancev, ki je podrobneje prikazana v Prilogi 4. Med anketiranci prevladujejo Slovenci, ki predstavljajo 69% vseh vprašanih. Med tujimi vprašanimi obiskovalci prednjačijo obiskovalci iz Češke, Nemčije in Italije. Spolna struktura je dokaj izenačena, prevladujejo moški s 59%, medtem ko ženske predstavljajo 41%.

Ugotavljam lahko tudi, da skoraj četrtina anketirancev po starostni strukturi pripada kategoriji starosti med 35 in 44 let (AS: 39,03, SO: 14,948). Podrobnejša struktura je razvidna iz spodnje Slike 12.

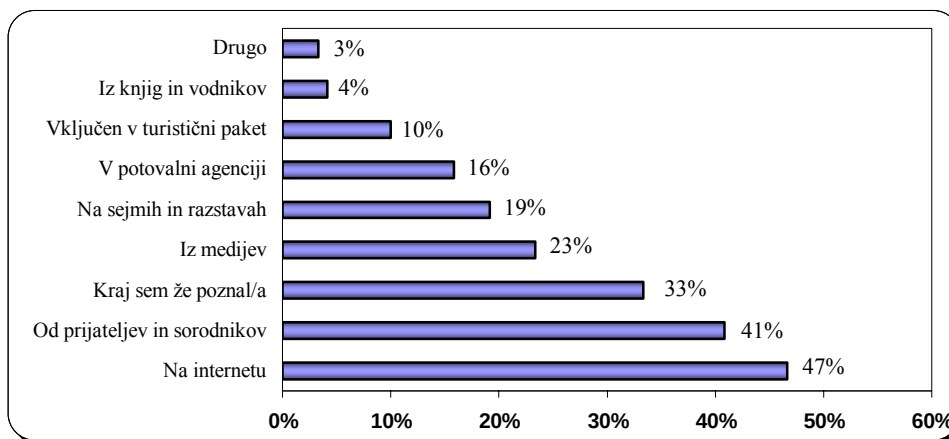
Slika 12: Struktura anketirancev po starostnih skupinah



Največ anketirancev glede na ekonomsko aktivnost je zaposlenih ali samozaposlenih, kar predstavlja skoraj dve tretjini anketirancev. 18,3 % delež predstavljajo anketiranci, ki vključeni v šolsko izobraževanje, sledijo jim upokoјenci (10%), medtem ko je brezposelnih 7,5%.

Na prvo vprašanje, ki se je nanašalo na poznavanje turističnega kraja, je bilo možnih več odgovorov. Skoraj polovica vprašanih je za kraj izvedelo na internetu, medtem ko je za kraj od prijateljev in sorodnikov izvedelo 40% vprašanih. Prvič je turistični kraj obiskalo 85 oziroma 70,8 % vprašanih, medtem ko je kraj v preteklosti že obiskalo 29,2 % vprašanih. Od tega jih je največ obiskalo kraj drugič, in sicer 17 vprašanih. Večji vpliv na poznavanje kraja imajo tudi mediji, sejmi ter razstave, saj je na takšen način za kraj izvedela petina vprašanih. Podrobnejši rezultati so razvidni iz spodnje Slike13.

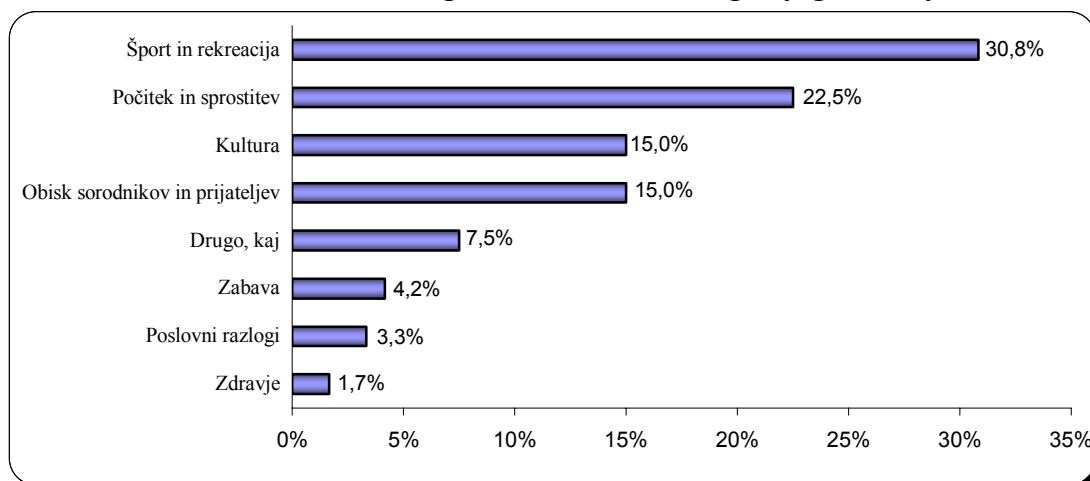
Slika 13: Viri informacij o turističnem kraju



Anketirance sem spraševal tudi po razlogih, zaradi katerih so se odločili za turistični obisk Zgornjega Posočja. Rezultati kažejo, da je bil glavni razlog za prihod vprašanih šport in rekreacija, saj je zaradi tega razloga prišlo skoraj ena tretjina vprašanih. Ta delež je mogoče malenkost večji, saj je prav v obdobju anketiranja potekalo državno prvenstvo v padalstvu. Na drugem mestu je počitek in možnost za sprostitev z 22,5 %, sledi pa jim kultura in obisk

prijateljev in sorodnikov z 15%. Nekateri vprašani so glavni razlog navedli kar sami, kar predstavlja 7,5%. Od tega so največkrat navedli, da je bil glavni razlog lepa narava in naravne znamenitosti ter ugodna ponudba. V nadaljevanju so na Sliki 14 prikazani glavni razlogi za prihod v Zgornje Posočje. Izpuščena sta v anketi podana razloga »Konferenca, kongres, druge oblike izobraževanja« ter »Verski razlogi«, ki nista bila med razlogi za prihod vprašanih.

Slika 14: Glavni razlogi za turistični obisk Zgornjega Posočja



Trditve, ki so se večinoma nanašale na splošno podobo turističnega kraja v Zgornjem Posočju, kot tudi v ostalih podobnih vprašanjih sem preverjal z Likertovo petstopenjsko ocenjevalno lestvico. Iz spodnje Tabele 5 je razvidno, da je največja stopnja strinjanja s 3. trditvijo, saj povprečna vrednost dosega 3,73. Kljub nekoliko višjemu standardnemu odklonu 0,874, lahko trdim, da se anketiranci strinjajo, da je turistični kraj anketiranja nekaj posebnega. Večina tudi meni, da v turističnem kraju spoštujejo naravno okolje in imajo dobro mnenje o njem ter da je turistični kraj priljubljen. Nekoliko manjše ocene so anketiranci pripisali prijaznosti do gostov ter postavljanju gostov na prvo mesto.

Tabela 5: Mnenja o splošni podobi turističnega kraja

Trditve	Aritmetična sredina*	Standardni odklon
1. Menim, da ima večina ljudi ima o tem turističnem kraju dobro mnenje.	3,58	0,749
2. V tem turističnem kraju so prijazni do gostov.	3,51	0,854
3. Ta turistični kraj je nekaj posebnega.	3,73	0,874
4. Zdi se mi, da je ta turistični kraj priljubljen.	3,60	0,878
5. V tem turističnem kraju postavljajo gosta na prvo mesto.	3,38	0,914
6. V tem turističnem kraju spoštujejo naravno okolje.	3,78	0,852
SPLOŠNA PODOBA TURISTIČNEGA KRAJA ⁷	3,68	0,827

Legenda: * AS na lestvici od 1 do 5, N=120

⁷ Skupna ocena o splošni podobi turističnega kraja je izračunana kot povprečna vrednost vseh pripadajočih merjenih spremenljivk anketirancev posebej, pri čemer sem upošteval le tiste anketirance, ki pri nobeni od merjenih spremenljivk nimajo manjkajoče vrednosti (odgovora).

Povprečna ocena anketirancev o splošni kakovosti ponudbe v turističnem kraju je na lestvici od 1 do 5 dosegla vrednost 2,98. Tudi relativno nizek standardni odklon 0,780, dokazuje da so bili odgovori dokaj zgoščeni okoli povprečne vrednosti in kaže na enotnost vprašanih. To pomeni, da je za večino anketirancev splošna kakovost ponudbe dosega povprečje oziroma niti ne dosega njihovih pričakovanj glede kakovosti ponudbe.

Tabela 6: Ocena splošne kakovosti turistične ponudbe

Trditev	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Kakšna je splošna kakovost ponudbe v turističnem kraju?	2,98	0,780

S 6. vprašanjem sem dobil odgovore, koliko je posamezni element turistične ponudbe pomemben za anketiranca in kako dober je ta element ponudbe v tem turističnem kraju. S spodnje Tabele 7 je mogoče razbrati, da so bili anketiranci enotni (SO je 0,624), da je najbolj pomembna osebna varnost, saj dosega na lestvici od 1 do 5 povprečno vrednost 4,33. Osebni varnosti sledijo še naslednji z visoko povprečno vrednostjo izbrani elementi turistične ponudbe: neokrnjena narava, čistoča turističnega kraja ter gostoljubnost domačega prebivalstva. Poudariti velja, da za razliko od rezultatov o splošni kakovosti ponudbe turističnega kraja pri 5. vprašanju ankete, dobimo pri posameznih elementih turistične ponudbe boljše rezultate od pričakovanj anketirancev. Večina anketirancev je bilo navdušenih nad možnostjo za počitek, rekreacijskimi dejavnostmi, raznovrstnostjo kulturne dediščine, klimatskimi razmerami, ponudbo lokalne kulinarike, čistočo turističnega kraja ter neokrnjeno naravo. Slabše rezultate turističnega kraja beležijo dostopnost, organiziranost lokalnega transporta, ponudba zabave in nočno življenje, wellness ponudba, možnost nakupov itd., kar je razvidno tudi iz spodnje Tabele 7 in Priloge 6.

Tabela 7: Ocena pomembnosti posameznih elementov turistične ponudbe pri izbiri turističnega kraja na splošno ter v obiskanem turističnem kraju

ELEMENTI TURISTIČNE PONUDBE	»KAKO POMEMBEN JE TA ELEMENT?«		»V TEM KRAJU JE TA ELEMENT IZJEMEN/IZJEMNO DOBER«	
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1. Osebna varnost med bivanjem v turističnem kraju.	4,33	0,624	4,18	0,661
2. Dostopnost turističnega kraja.	3,15	0,976	2,67	0,803
3. Čistoča turističnega kraja.	3,80	0,795	3,97	0,685
4. Neokrnjena narava.	3,95	0,696	3,99	0,667
5. Klimatske razmere.	3,34	0,941	3,50	0,733
6. Raznovrstnost kulturne dediščine (npr. arhitektura, tradicija in običaji ...).	3,43	0,979	3,54	0,811
7. Kakovost namestitve (hotel, motel, apartma ...).	3,24	0,906	3,05	0,941
8. Gostoljubnost domačega prebivalstva.	3,69	0,858	3,76	0,799
9. Organiziranost lokalnega transporta v turističnem kraju.	3,28	0,842	2,58	0,717
10. Ponudba lokalne kulinarike.	3,38	0,822	3,46	0,809
11. Ponudba zabave in nočno življenje.	2,98	1,115	2,70	0,798
12. Možnost za počitek.	3,17	0,920	3,60	0,801
13. Razpoložljivost športne infrastrukture in rekreacijskih dejavnosti.	3,40	0,782	3,72	0,795
14. Ponudba kulturnih in drugih prireditev.	3,21	0,916	2,98	0,869
15. Možnost nakupov	3,10	0,892	2,90	0,850
16. Wellness ponudba.	3,25	0,931	2,63	0,749
17. Igralniška ponudba.	2,57	0,917	2,58	0,615

Rezervacija bivanja v Zgornjem Posočju naj ne bi predstavljala večjega problema, saj je povprečna ocena 3,34, poleg tega je tudi standardni odklon dokaj nizek. Cena nočitve z zajtrkom, polpenzionom ali penzionom je solidna, vendar je potrebno opozoriti, da kar 78 anketirancev ni znalo odgovoriti na zastavljeno vprašanje. Rezultat kaže, da je lahko glavni razlog nevednosti, posledica anketiranja v kampih. Tudi cene izvenpenzijske ponudbe so anketirancem kar ugodne, poleg tega pa za razliko od 2. trditve na vprašanje ni odgovorilo le 12 anketirancev, kar kaže na večjo verodostojnost podatka.

Tabela 8: Zaznava stroškov povezanih z bivanjem v izbranem turističnem kraju.

Trditve	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1. Rezervacija bivanja v tem turističnem kraju je bila enostavna.	3,34	0,815
2. Cena nočitve z zajtrkom / polpenziona / penziona v tem turističnem kraju je primerna.	3,29	0,995
3. Cene izvenpenzijske ponudbe (npr. cene hrane in pijače, cene spominkov, cene izdelkov domače obrti, cene izletov, cene lepotnih in sprostitvenih programov...) so v tem turističnem kraju ugodne.	3,27	0,982

Na vprašanja, ki so se nanašala na občutke in dožemanje vrednosti izkušenj v turističnem kraju je večina vprašanih odgovorilo pritrdilno. Z največjo povprečno vrednostjo so pritrdili koristnosti bivanja v turističnem kraju. Prav tako se je večina vprašanih strinjala, da je v turističnem kraju pridobila veliko novih spoznanj in izkušenj in da je bivanje z denarnega vidika ugodno.

Tabela 9: Vrednotenje gostovih izkušenj pridobljenih v izbranem turističnem kraju

Trditve	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1. Bivanje v tem turističnem kraju je bilo v celoti gledano zame zelo koristno.	3,72	0,978
2. V tem turističnem kraju sem pridobil/a veliko novih spoznanj in izkušenj.	3,43	0,925
3. Bivanje v tem turističnem kraju je vredno vsakega plačanega Eura.	3,46	0,932
KORISTNOST BIVANJA ⁸	3,60	0,923

Vprašani so bili na splošno zadovoljni z obiskom turističnega kraja, saj je povprečna vrednost na lestvici od 1 do 5 dosegla vrednost 3,59. Relativno visok standardni odklon, ki zanaša 0,923, dokazuje da so bili odgovori dokaj nezgoščeni okoli povprečne vrednosti kar kaže na spremenljivo mnenje vprašanih. Zadovoljstvo anketirancev se je potrdilo tudi pri drugi trditvi, saj je povprečna ocena zadovoljstva z obiskom turističnega kraja 3,63. Poleg tega, je obisk presegel njihova pričakovanja, kar kaže da so se gosti v turističnem kraju dobro počutili. To dejstvo daje tudi večje možnosti, da bodo anketiranci ponudbo turističnega kraja priporočili tudi prijateljem in sorodnikom, kar je razvidno že iz 4. trditve, saj dosega visoko povprečno oceno strinjanja.

⁸ Skupna ocena o koristnosti bivanja je izračunana kot povprečna vrednost vseh pripadajočih merjenih spremenljivk anketirancev posebej, pri čemer sem upošteval le tiste anketirance, ki pri nobeni od merjenih spremenljivk nimajo manjkajoče vrednosti (odgovora).

Tabela 10: Ocena zadovoljstva s turističnim krajem

Trditve	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1. Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo z obiskom tega turističnega kraja ?	3,59	0,923
2. Zadovoljen/zadovoljna sem, da sem obiskal/a ta turistični kraj.	3,63	0,855
3. Obisk tega turističnega kraja je presegel moja pričakovanja.	3,67	0,878
4. Prijateljem in znancem bom pohvalil/a turistično ponudbo v tem turističnem kraju.	3,48	0,964
ZADOVOLJSTVO ⁹	3,61	0,917

Na 11 vprašanje o morebitnih razlogih za pritožbe je 113 vprašanih odgovorilo negativno, 7 oseb pa je imele razloge za pritožbo, ena od njih je pritožbo tudi podala. Nekoliko drugačna slika je pri morebitnih pohvalah, saj je 23 oziroma 19 % vprašanih imelo razloge za pohvalo, 6 jih je podalo pohvalo tudi podalo.

Zelo spodbudne rezultate je opaziti tudi pri 13. vprašanju, kar je razvidno tudi iz spodnje Tabele 11. Anketiranci bi se namreč ponovno vrnil v turistični kraj, če bi se odločali še enkrat. Visoko povprečno oceno 3,74, dosega 2. trditve, kar je izrednega pomena za nadaljnji razvoj turizma v Zgornjem Posočju, saj je že iz prvega vprašanja ankete razvidno, da okoli 41% anketirancev izve za turistični kraj prav iz priporočil prijateljev in sorodnikov. Odgovori o ponovni vrnitvi v turistični kraj niso prav enotni, saj gre za velik standardni odklon od povprečne vrednosti, kar pa je glede na naravo vprašanja tudi razumljivo.

Tabela 11: Ravnanje gosta v prihodnje

Trditve	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1. Če bi se ponovno odločal/a, bi ponovno obiskal/a ta turistični kraj.	3,47	0,927
2. Obisk tega turističnega kraja bom priporočil/a svojim prijateljem in znancem.	3,74	0,932
3. V ta turistični kraj se bom še vrnil/a.	3,29	1,082
4. V tem turističnem kraju se počutim kot doma.	3,09	0,947
ZVESTOBA ¹⁰	3,49	0,923

Na podlagi skupne ocene zadovoljstva lahko trdim, da je kljub nekoliko večjemu standardnemu odklonu, večina turistov zadovoljnih s turističnim obiskom Zgornjega Posočja. To zadovoljstvo se odraža tudi v skupni oceni zvestobe, ki dosega na lestvici od 1 do 5 povprečno oceno 3,49, kar je vzpodbuden pokazatelj tudi za bodoče turistične prihode.

⁹ Skupna ocena o zadovoljstvu je izračunana kot povprečna vrednost vseh pripadajočih merjenih spremenljivk anketirancev posebej, pri čemer sem upošteval le tiste anketirance, ki pri nobeni od merjenih spremenljivk nimajo manjkajoče vrednosti (odgovora).

¹⁰ Skupna ocena o zvestobi je izračunana kot povprečna vrednost vseh pripadajočih merjenih spremenljivk anketirancev posebej, pri čemer sem upošteval le tiste anketirance, ki pri nobeni od merjenih spremenljivk nimajo manjkajoče vrednosti (odgovora).

3 PREDLOGI ZA IZBOLJŠANJE TURISTIČNE PONUDBE ZGORNJEGA POSOČJA

Glede na ugotovitve iz prejšnjih poglavij, lastnih sklepov in predvidevanj, sem v nadaljevanju podal nekaj predlogov in mnenj, ki bi lahko ob ustreznem vodenju in organizaciji posameznih turističnih deležnikov, izboljšali turistično ponudbo Zgornjega Posočja ter tako pospešili povpraševanje po njej. Predlagal sem rešitve za turistične proizvode ter se do nekaterih posameznih proizvodov tudi podrobneje opredelil.

Za analizo je uporabljena matrika konkurenčnosti in privlačnosti turističnih proizvodov Zgornjega Posočja, ki je predstavljena v Tabeli 12. Pod vsakim scenarijem so podane lastne rešitve ter mnenje o nadaljnjem razvoju nekaterih turističnih proizvodov, ki so ali bodo na turističnem trgu za Zgornje Posočje med pomembnejšimi v naslednjih letih. Turistični proizvodi destinacije namreč niso neodvisni in samostojni segmenti, ampak zastopajo celotno kakovost in pestrost turistične ponudbe destinacije in imajo od celotnega ugleda in pozicioniranja turistične destinacije tudi koristi. Tako lahko govorim o privlačnosti proizvodov turistične destinacije, ki poleg trendov sektorja in proizvoda, pozicioniranja destinacije in povpraševanja, vpliva na povečanje števila turistov ter o konkurenčnosti proizvoda, s katerim mislim predvsem na kakovost, ugled, stopnjo zavedanja za posamezni proizvod v destinaciji ter dostopnost destinacije s tem proizvodom glede na emitivne¹¹ trge.

¹¹ Emitivni trg: trg iz katerega prihaja večje število turistov v Zgornje Posočje, predvsem Nemčija, Italija in Avstrija.

*Tabela 12: Matrika privlačnosti in konkurenčnosti izbranih turističnih (pol) proizvodov
Zgornjega Posočja*

KONKURENČNOST	Visoka	Intenzivno investirati • vodni športi (rafting, soteskanje, kanu, kajak) • pohodništvo, tematske poti • jadrarno padalstvo	Investiranje v privlačnost • butična prodaja domačih izdelkov • tipična kulinarična ponudba	Selektivno investirati • Odkrivanje in raziskovanje visokogorskega krasa
	Srednja	Investiranje v konkurenčnost • zimske aktivnosti (smučanje, sankanje) • kolesarstvo • alpinizem in planinstvo • golf • ribolov • festivali • pristna »domača« zabava • družinske počitnice na deželi	Selektivno investirati • raziskovalni (tudi počitniški) tabori • kampiranje • prireditve • jahanje • kulturni turizem	Kontrolirana rast • igralništvo • jadrarno letalstvo • izleti (s pasjo vprego, hoja s krpljami in drugi) • šole v naravi
	Nizka	Selektivno investirati v konkurenčnost • wellness ponudba • incentive potovanja in team building • manjši seminarji in izobraževanja	Upravljanje rasti • vaški prazniki in prireditve • nočno življenje in zabava	Striktno upravljanje • poslovni (MICE) turizem večjega formata
		Visoka	Srednja	
		PRIVLAČNOST		

Vir: Prirejeno po Strategija razvoja turizma na Bovškem, 2009, str. 85.

Intenzivno investirati

Turistični produkt, aktivne počitnice Zgornjega Posočja, je zelo privlačen in konkurenčen tako na domačem kot mednarodnem turističnem trgu. Vodni športi na reki Soči in njenih pritokih predstavljajo gonilno silo destinacije, zato je potrebno dodatno investiranje v oglaševalske aktivnosti, nove programe ter vlaganje v nadaljnjo privlačnost in konkurenčnost. Za poslovne subjekte, ki se ukvarjajo z dejavnostmi na Soči, predlagam naslednje:

- Potrebno je večje povezovanje s ponudniki nastanitev (hoteli, apartmaji, kampi) tudi z oblikovanjem turističnih paketov, saj bi tako obe strani pridobili na številu gostov ter jih tako tudi dlje zadržali v Zgornjem Posočju.
- Potrebno se je potruditi in pričarati gostom čim boljše vzdušje in doživetje. To bi lahko naredili z raznimi igrami, slikanjem pred, med in po končani športni aktivnosti. Vodič bi lahko povedal kakšno prigodo, zgodbo, pripetljaj oz. zanimivost s soške fronte. Hrana in pijača se na koncu športne aktivnosti vedno prileže, tako bi lahko na koncu gostom ponudili tradicionalne domače jedi iz Zgornjega Posočja, ki bi jih pripravili sami oziroma se povezali z določenimi gostinskimi ponudniki.

- Poiskati možne nove soteske za soteskanje ter urediti dostope do reke Soče, kar se sedaj slabo oziroma sploh ne izvaja.
- Gosti bi lahko imeli možnost kupiti spominke z motivom Soče v povezavi z vodnimi aktivnostmi ali ustekleničeno vodo iz Soče pri izviru.

Jadrarno padalstvo in zmajarstvo se v Zgornjem Posočju hitro razvijata, saj smo priča večjim prireditvam tako na državni kot tudi mednarodni ravni. Poleg zdajšnjih dveh društev (Adrenalin in DPL Posočje), posoškega aerokluba, Jelkinega hrama in Paragliding centra Tandem, bi na trg lahko prišel še kakšen ponudnik ter tako zagotovil še večji nabor storitev in posledično večje zadovoljstvo strankam. Občini Kobarid, ki trenutno edina ureja padalstvo z odloki, bi lahko sledili še ostali dve. Tako bi imeli bolj urejene pristajalne in vzletne točke ter tako omogočili tudi večjo varnost padalcem. Precej lažje pa bi ponudili tudi internetne storitve, informacije o razmerah na vzletiščih, sanitarije in podobno.

Produkt pohodništvo je relativno dobro razvit, saj naravne in kulturne danosti Zgornjega Posočja (neokrnjena narava, soška fronta,...) kot tudi ostala infrastruktura in ponudba (planinske kočje, urejene poti, usmerjevalne table,...) pritegnejo marsikaterega pohodnika. Potrebno pa bi bilo več vlagati v marketinške aktivnosti, urejene pohodniške ter tematske poti in dodatno ponudbo v planinskih kočah. Prav planinske kočje bi lahko z bolj raznoliko ponudbo, največ pripomogle k večjemu zadovoljstvu pohodnikov. Tu mislim predvsem na :

- Spodbujanje in povezovanje med samimi poslovnimi subjekti na pohodniški poti ter tudi z drugimi pohodniškimi potmi (oglaševanje, popusti in nagrade za obisk več različnih pohodniških poti, vrhov, ...)
- Povezovanje zaradi cenejšega oglaševanja (izdelave promocijskega materiala, nastop na sejnih, izobraževanje vodnikov)
- Poskušati sodelovati s poslovnimi subjekti iz različnih dejavnosti, ki bi pripomogli k boljši ponudbi (kmetije (sir, skuta,...), šolstvo (pohodi, izobraževanje), turizem (turistični paketi, nastanitve))
- Poskušati z različnimi načini povečati zadovoljstvo pohodnikov vsaj v glavni sezoni (razne masaže, sprostitvene tehnike, glasbeni nastopi, igre)

Investiranje v privlačnost

Proizvodi v tej kategoriji dosegajo visok nivo konkurenčnosti in srednji nivo privlačnosti. Potrebna so intenzivna vlaganja v oglaševalske aktivnosti, da bi povečali privlačnost in prepoznavnost proizvodov, kar bi vplivalo v povečanje povpraševanja po teh proizvodih.

Butična prodaja domačih izdelkov v Zgornjem Posočju je konkurenčna (kvaliteta, specifični okusi) v primerjavi z drugimi destinacijami, vendar zaradi premajhnih oglaševalskih aktivnosti in nastopa na trgu ni še dovolj privlačna za turiste. Kljub konkurenčnosti pa bi bilo potrebno investirati tudi v ustrezno infrastrukturo, predvsem zaradi lažje prodaje, hitrejšega dela in boljših možnosti ponuditi turistom večje zadovoljstvo. Vsaj nekateri bi se lahko bolj

tržno usmerili. Svoje izdelke bi morali primerno označiti in tržiti pod unikatnim imenom ter jih take ponujati turističnim kmetijam, gostilnam in restavracijam.

Selektivno investirati

V ta sklop sem umestil raziskovanje in odkrivanje visokogorskega krasa, ker je zaradi naravnih danosti ta proizvod zelo konkurenčen, vendar je njegova privlačnost zaradi slabšega dostopa, znanja in spretnosti omejena na ozki krog raziskovalcev, jamarjev in drugih strokovnih kadrov na tem področju. Ti gosti lahko z novim odkritjem, ugotovitvami vplivajo na razpoznavnost in zanimivost destinacije, zato jim je potrebno poskrbeti ustrezne nastanitve, storitve (internet, prevoz), da bi njihovo delo potekalo nemoteno.

Investiranje v konkurenčnost

Ti turistični proizvodi so zelo atraktivni, vendar so zaradi slabše infrastrukture manj konkurenčni na trgu. Razvojni programi za te turistične proizvode morajo biti usmerjeni na izboljšanje kakovosti, atrakcij, storitev, infrastrukture kar bi povečalo konkurenčnost le teh ter nudilo nadaljnje možnosti za uspeh Zgornjega Posočja kot turistične destinacije.

V zimskem času v Zgornjem Posočju glede športnih aktivnosti največ ponuja Bovec, kjer lahko govorimo o zimski sezoni. Bovec bi s primernimi zunanjimi investitorji poleg prenovitve smučišča Kanin (posodobitev žičnic in druge infrastrukture, ureditev širših in morebitnih novih prog, povezava s Sello Neveo, nadgradnja gorskega kolesarskega parka,...), moral uvesti tudi druge novosti. Tu mislim predvsem na ponujanje dodatne vrednosti, ki bi jo gosti znali ceniti. Na smučišču Kanin bi bilo primerno:

- Nadalje razvijati idejo o golfu na snegu, predvsem v zaključku smučarske sezone.
- Večkrat bi lahko priredili tekmovanje v turno smučanju ali kakšno drugo tekmovanje (downhill kolesarjenje, smučanje, golf) in poskušali zagotoviti varnost za turno smučarje tudi med smučarsko sezono.
- Kaninsko smučišče ima izredno lep razgled. Ob jasnem vremenu je s prostim očesom vidno tudi morje v Tržaškem zalivu. Primerno bi bilo postaviti daljnogledne in več ležalnikov, ki so ob sončnem vremenu izredno prijetni, ter tako obiskovalcem v zimskem času pričarati stik z morjem.
- Prirediti več zabavnega vzdušja (igre za otroke, nagradne igre, postavljanje snežaka, sneženih skulptur)
- Postavitev primerne steklene hišice, kjer bi se izvajala masaža, stranka pa bi imela pogled proti morju. Preučiti bi morali tudi možnost postavitve sončne ali vetrne elektrarne, kar bi omogočalo pridobitev statusa okolju prijaznega smučišča.

Poleg smučišča bi bilo potrebno bolje razvijati proizvod sankanje (izboljšati ponudbo ter pridobiti še kakšno sankarsko progo poleg Mangarta in Stola) ter tek na smučeh. Poskusili pa bi lahko tudi z raftingom na snegu, spustom s snežnim kolesom ali kaj podobnega.

Zimska sezona aktivnosti je v Kobaridu omejena, marsikaj pa bi se lahko postorilo na dodatni ponudbi. V višjih legah so lepe možnosti za ureditev prog za tek na smučeh, pa za razne spuste s sankami, kajakom, raftom in podobno. Obstajata tudi dve manjši skakalnici (do 35m), kjer bi lahko prikazovali, učili in tudi ponujali skoke. Poleg tega bi v kombinaciji s smučarskim tekom organizirali tekmovanja oziroma prireditve. Hoja s krpljami na višje ležeče vrhe, planine bi pritegnila marsikaterega turista. Lahko pa bi jo bilo moč kombinirati tudi s turno smučanjem po neurejenih progah (kot npr. z gore Krn).

Tudi v Tolminu zimski šport nima ustreznega zaledja, vendar bi ravno tako kot v Kobaridu poskušali z dodatno ponudbo, ki bi poleg bovškega smučišča turiste zadržala dlje oziroma bila celo vzrok za njihov prihod. Za zimske aktivnosti manjšega obsega skrbi Smučarsko skakalni klub Ponikve, ki ponuja učenje skakanja na dveh skakalnicah s plastično maso (17m, 35m), tek na smučeh ter smučanje. To pa je premalo za privabljanje turistov v zimskem času, zato bi morali v občini poskrbeti za dodatna vlaganja v infrastrukturo in projekte, ki bi omogočili privlačnejšo ponudbo zimskih aktivnosti (smučanje, sankanje, hoja s krpljami,...) za turiste. Lahko bi poskrbeli tudi za poživitev mesta v zimskem času ter uredili odprto zimsko drsališče v športnem parku Tolmin.

Kolesarstvo je v Zgornjem Posočju v zadnjem času postalo priljubljeno, vendar primanjkujejo urejene kolesarske poti. Ni tudi še razvite prave spremljajoče neprometne infrastrukture (servisi, shranjevanje koles, izposoja koles), kar velja tudi za celotno državo. Kljub temu, da STO vzpostavlja sistem turističnega produkta kolesarstvo (določanje nacionalne mreže turističnega kolesarjenja s povezovanjem turističnih centrov, ponudniki nastanitev, servisov,...), bi bilo potrebno najprej oblikovati svoj sistem kolesarskih poti in ponudnikov na tej poti. Tako bi se lažje povezali v skupno nacionalno mrežo. Občine, lokalne organizacije ter turistični subjekti ti morali poskrbeti za dodatno urejanje novih kolesarskih stez, tras, med drugim tudi za ekstremne kolesarje. Ponudniki nastanitev bi se morali več povezovati, skupaj oglaševati, vključevati v sistem kolesarskih poti ter ponujati poleg prenočevanja tudi možnost hrambe, najnujnejše rezervne dele in orodja, popravila ter po možnosti tudi servis koles, lahko tudi v dogovoru z bližnjim servisom. Kamp Koren (v bližini Kobarida) je eden izmed treh kampov v Sloveniji, ki ima urejeno ponudbo za kolesarje. Slediti bi mu morali tudi drugi kampi v Zgornjem Posočju in Sloveniji ter tudi ponudniki apartmajev in sob, ki so v bližini prometnejših kolesarskih poti. Kolesarjem je potrebno ponuditi ne le ogled naravnih danosti, temveč v njih prebuditi zanimanje, da so v okolici kjer se trenutno nahajajo tudi druge zanimivosti (kulturne, zabavne, kulinarične, ...) in jih na to opozarjati z usmerjevalnimi tablami, v prospektih, kolesarskih vodnikih, na internetnih straneh (LTO, kampov in drugih ponudnikov nastanitev) in podobno. Ponudbo bi lahko tudi bolj specializirali in uredili kolesarske poti do planin, skozi privlačne vasi z zanimivim podeželskim življenjem, do muzejev na prostem, cerkva ipd.

Festivali v Tolminu (Metalcamp, Riversplash, Sajeta, Soč'n'Fest) so v nekaj letih postali izredno priljubljeni, zato jih je potrebno zadržati ter jih še nadgraditi. Poleg lepega prizorišča je potrebno gostom ponuditi več dodatnih informacij (kulinarika, kultura, rekreacija),

nastanitev in storitev. Prireditveni prostor bi bilo potrebno preurediti za namene festivalov, če se seveda občina odloči za dolgoročno prirejanje oziroma pomoč pri prirejanju teh festivalov. Zapletov z hotelom Paradiso pri Sotočju je kot kaže konec. Novi lastnik si prizadeva za čimprejšnjo obnovo hotela, kar vzbuja dodatni motiv za nadaljnji razvoj tamkajšnjih festivalov. Obnovljen hotel bi omogočil dodatne in primerne nastanitve za glasbene skupine ter zahtevnejše goste. Bivanje v neposredni bližini dogajanja festivala, bi bilo za navdušenca nad tako glasbo verjetno izredno privlačno, za kar bi bil pripravljen tudi dobro plačati. Lokalni poslovni subjekti bi se morali tudi več angažirati in oglaševati svojo ponudbo (atrakcije, storitve, aktivnosti), saj bo le tako večji del dobička ostal v Zgornjem Posočju.

Selektivno investirati

Turistični proizvodi v tem sklopu dosegajo srednji nivo privlačnosti in konkurenčnosti. S povečanjem oglaševalskih aktivnosti je potrebno povečati nivo privlačnosti, s spodbujanjem investiranja v ustrezno infrastrukturo pa povečati njihovo konkurenčnost.

Fundacija Poti miru je z muzeji na prostem, promocijo ter drugimi aktivnostmi zelo pripomogla k uveljavljanju kulturnozgodovinskega turizma, saj ta v Zgornjem Posočju temelji predvsem na prvi svetovni vojni. Vendar je po mojem mnenju potrebno na tem področju še marsikaj postoriti. Ker sakralno in etnografsko dediščino v Zgornjem Posočju večinoma predstavljajo predvsem cerkve, spomeniki, vojaška pokopališča in trdnjave, je prav tu potrebno izkoristiti potencial ter privabljati turiste z vključevanjem in ureditvijo dodatnih tematskih ter učnih poti. LTO-ji in ostali deležniki bi morali ozaveščati ljudi o zgodovinskih ter kulturnih dogodkih tudi na sejmi, internetu, šolah in razstavah. Bolje bi se morali povezovati z drugimi kraji v tujini, ki jih veže zgodovina s Soško fronto, kar bi prispevalo k boljšemu poznavanju ter povečanju tranzitnih gostov v kulturno zanimivejših krajih.

Kontrolirana rast

Proizvode te kategorije odlikuje srednje visoka konkurenčnost ter nižji nivo privlačnosti. Zato je potrebno vlagati predvsem v privlačnost, vendar manj kot v bolj atraktivnih scenarijih.

Igralniško podjetje Hit d.d. v zadnjih nekaj letih predstavlja pomembnega soinvestitorja v Zgornjem Posočju (igrišče za golf, igralnica, hotel). Vendar izgraditev igralnice in načrtovanje nove v Bovcu, ne predstavlja dovolj velikega interesa za igralniške turiste. Ne samo, da je potrebno urediti ustrezne hotele z wellness in ostalo ponudbo, kar se nekako načrtuje, temveč je nujno zagotoviti več zabavnega dogajanja ter aktivnosti tudi s strani ostalih ponudnikov.

Selektivno investirati v konkurenčnost

Turistični proizvodi v tem sklopu so izjemno atraktivni na turističnem trgu, vendar v Zgornjem Posočju niso še dovolj širok in aktiven proizvod. Potrebno bo dolgoročno postopno vlaganje v konkurenčnost, saj z večjo razvitostjo teh proizvodov Zgornje Posočje pridobi na večji razpoznavnosti, povečanjem povpraševanju ter podaljšanju sezone aktivnega trženja.

Wellness ponudba je v Zgornjem Posočju še v povojih. V glavnem temelji na manjših masažnih in sprostitevnih centrih. Bazenske površine so omejene, vendar je v načrtu izgradnja večjih bazenskih površin v bližini Tolmina (Žabče). V kratkem roku bi na wellness ponudbi največ lahko naredili hoteli. Ponujali bi razne wellness programe za telesne aktivnosti (fitness, uporaba savn, jakuzzijev, različnih kopeli), zdravo prehrano (izbor lokalnih in mednarodnih jedi, predpisane diete, sveže pripravljena hrana) ter duševne aktivnosti (vodeni izleti v okolico, meditacija, joga, akupunktura,...).

Upravljanje rasti

Značilnost teh proizvodov je nizka konkurenčnost in srednja privlačnost. Zanimanje turistov je, zato obstaja potencial za ustvarjanje prihodkov iz teh turističnih proizvodov.

Turisti v posameznem turističnem kraju radi spoznavajo pristne tradicionalne običaje in navade ljudi, ki živijo v tem kraju. Zato bi bilo potrebno vaše praznike in prireditve bolj približati obiskovalcem krajev in ne le pritegniti pozornost lokalnega prebivalstva, ki običaje in tradicijo kraja dokaj dobro pozna. Turisti bi tako bolje spoznali turistični kraj in imeli občutek, da so doživeli nekaj novega, drugačnega. Zaradi večjega zadovoljstva bi lahko dlje ostali v kraju, poskusili tradicionalne jedi, odšli še na kakšen izlet, priporočili prijateljem ogled kraja ipd. Posamezne vaše ter druge prireditve bi morale biti opisane tudi v prospektih, internetnih straneh iz katerih bi bil razviden datum in kraj prireditve ter opis praznika.

Striktno upravljanje

Zgornje Posočje za poslovni turizem večjega formata ne razpolaga z ustrezno konkurenčno infrastrukturo. Destinacija je tudi preveč oddaljena in relativno težje dostopna od konkurenčnih. Primerno pa bi bilo oblikovanje različnih oblik izobraževanj ali izpopolnjevanj v mirnem naravnem okolju, predvsem za manjše skupine in različna mednarodna srečanja manjšega obsega.

SKLEP

Zgornje Posočje je edinstven turistični prostor na SZ Slovenije s prometno relativno manj ugodnim dostopom. V tem delu Slovenije lahko občudujemo izjemne naravne danosti kot so Soča (med najčistejšimi evropskimi rekami), najvišje slovenske slapove (Boka, Brinta, Gregorčičev slap,...), Kanin (najvišje in edino visokogorsko smučišče v državi), Tolminska korita ter mnoge druge znamenitosti. Prostor ponuja več različnih turističnih proizvodov, med katerimi so glavne turistične atrakcije predvsem neokrnjena narava (gore, alpske doline in reka Soča), aktivno in pasivno doživljanje naravne in kulturne dediščine ter možnost različnih aktivnosti in rekreacije.

V diplomskem delu sem z analizo podatkov, ki sem jih pridobil iz različnih virov (anketa, intervjuji, poročila, članki, itd.) ugotovil, da obstaja kar veliko možnosti nadgradnje turistične ponudbe Zgornjega Posočja. Turistična ponudba Zgornjega Posočja se nezadostno prilagajanja turističnemu povpraševanju, v segmentih kot so trženje turizma in samih

turističnih nastanitev, oblikovanju turističnih produktov ter v sodelovanju nosilcev turizma in ostalih gospodarskih subjektov. Po ugotovitvah iz opravljenih analiz, turistična ponudba vsaj deloma zaostaja za pričakovanji turistov. To je zaznati pri ocenah kakovosti turistične ponudbe, iz strukture namestitvenih kapacitet ter iz predlaganih rešitev. Po mojem mnenju je slabše prilagajanje turistične ponudbe, odraz pomanjkanja medsebojnega povezovanja turističnih ponudnikov z drugimi gospodarskimi subjekti, neustreznega trženja (preveliko zanašanje na LTO in STO), turistične dejavnosti kot dodatne dejavnosti, slabše razvitosti območja, pomanjkanja kvalificirane delovne sile, spodbud PRC-ja (pomoč pri sobodajalstvu, ki pa se ne odraža v kvalitetnejši turistični ponudbi; nekateri izrabljajo denar za ureditev lastnega stanovanja, slaba kontrola) in premajhnega števila izvirnih idej.

Kljub nekoliko slabši infrastrukturi, nepovezanosti, naravnim nesrečam, neopredeljeni ponudbi in že omenjenim slabostim, menim, da obstaja razvojni potencial za oblikovanje ustrezne turistične ponudbe, ki bi temeljila na trajnostnem in sonaravnem pristopu. Nekateri elementi turistične ponudbe namreč dosegajo dobre rezultate, tako da je vzporedno z njimi potrebno razvijati tudi druge elemente. S turistično ponudbo je potrebno presegati oziroma vsaj zadovoljevati pričakovanja turistov ter omogočiti, da turistična dejavnost, ki je izrednega pomena za dvig blaginje v Zgornjem Posočju, postane bolj dobičkonosna ter tržno usmerjena.

Čeprav je že prisotno regijsko povezovanje v širši statistični regiji Goriška, bi bilo po mojem mnenju potrebno najprej obiskovati turistično ponudbo Zgornjega Posočja s svojim destinacijskim managementom v sodelovanju z vsemi tremi občinami, LTO –jema ter ostalimi deležniki v turistični dejavnosti, kar je bil že prvoten načrt turistične destinacije Smaragdna pot. Regijsko povezovanje omogoča znižanje stroškov organiziranja, tržnega načrtovanja, izvajanja nastopov na sejnih in razstavah, tržnega komuniciranja z javnostmi doma in v tujini, oblikovanja in izdajanja skupnega propagandnega materiala ipd. Kljub vsem tem ugodnostim, pa je potrebno paziti, da ne bo večji delež gostov nastanjenih izven Zgornjega Posočja, kar bi lahko imelo negativne posledice na ponudnike nastanitev, gostinstvo ter tudi na druge dejavnosti v Zgornjem Posočju. Nova Gorica, Idrija, Bled in ostali večji kraji, lahko ponudijo kvalitetnejše nastanitve, igralništvo, poslovni in mestni turizem, medtem ko se z vodnimi aktivnostmi, naravnimi danosti in deloma kulturno dediščino, ne morejo primerjati s ponudbo Zgornjega Posočja.

Kljub zadovoljivemu številu nastanitvenih kapacitet v Zgornjem Posočju, je opaziti pomanjkanje kvalitetnejših nastanitev, zato je potrebno ustrezno angažiranje pri državnih in evropskih razpisih ter iskanje ustreznih investitorjev. Občine in ostali akterji bi tako lahko uspešno zgradili ustrezno infrastrukturo ter povezali in nadgradili turistično ponudbo Zgornjega Posočja. Tako bi kljub majhnosti destinacije, uspešno konkurirali in ponujali privlačne turistične proizvode na trgu. Po mojem osebnem mnenju je potrebno biti pozoren, da sosednje regije, kot so Gorenjska (Kranjska gora, Jezersko, Kranj), južna Primorska (Nova Gorica, Koper) pa tudi iz sosednjih držav (avstrijska Koroška, Furlanija Julijska krajina) ne bi izkoriščale to destinacijo le za krajše, enodnevne izlete, predvsem pa obstaja tudi bojazen odliva usposobljenih turističnih delavcev v te destinacije.

LITERATURA IN VIRI

1. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*. Najdeno 20. maja na spletnem naslovu <http://epubs.surrey.ac.uk/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=tourism>
2. Fundacija Poti miru v Posočju. Najdeno 15. junija 2009 na spletnem naslovu http://www.potimiruvposocju.si/_si/index.php?lang=si&page=muzejinaprostem
3. Lokalna razvojna strategija za hribovski del Severne Primorske. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu www.prc.si/file/download/227_74e31de6d84b/stat
4. Lokalna turistična organizacija Sotočje (2008). Poslovno letno poročilo 2008. Tolmin: Lokalna turistična organizacija Sotočje.
5. Lokalna turistična organizacija Sotočje. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.lto-sotocje.si/slovensko>
6. Makovec Brenčič, M. (2009, november). Metodologija za stalno spremljanje zadovoljstva turistov. Najdeno 20. novembra 2009 na spletnem naslovu http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Prirocnik-metodologija_za_merjenje_zadovoljstva_EF_splet.pdf
7. Ministrstvo za gospodarstvo. Najdeno 16. junija 2009 na spletnem naslovu http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/zagotavljanje_kakovosti
8. Občina Bovec. Najdeno 15. junija 2009 na spletnem naslovu <http://www.bovec.si>
9. Občina Kobarid. Najdeno 15. junija 2009 na spletnem naslovu http://www.kobarid.si/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=32
10. Planina, J. & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Planinska zveza Slovenije. Najdeno 19. junija 2009 na spletnem naslovu <http://www.pzs.si/index.php>
12. Posoški razvojni center (2006). *Regionalni razvojni program Severne Primorske (Goriške statistične regije) 2007-2013*. Tolmin: Posoški razvojni center.
13. *Prenočitvene zmogljivosti po občinah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno*. Najdeno 8. aprila 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_21181_nastanitev_obcine/01_21181_nastanitev_obcine.asp
14. Pretner, M. (2003). *Razvoj dodatne turistične ponudbe*. Bovec: Občina Bovec.
15. *Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno*. Najdeno 8. aprila 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_21181_nastanitev_obcine/01_21181_nastanitev_obcine.asp
16. Pučko, D. (2006). *Strateško upravljanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
17. Rojšek, D. (1991). *Naravne znamenitosti Posočja*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
18. Skoberne, P. (1988). *Sto naravnih znamenitosti Slovenije*. Ljubljana: Prešernova družba
19. Slovenija info. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/si/Turisti%C4%8Dno-informacijski-centri.htm?tourist_information_center=0&lng=1

20. Slovenska turistična organizacija (2007, maj) *Strategija trženja slovenskega turizma 2007-2011*. Najdeno 2. februarja 2010 na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2007%5Cpovzete_k_strategija_06_09_5555.pdf
21. Slovenska turistična organizacija. Najdeno 15. februarja 2010 na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/si/Regije/Julijske-Alpe.htm?_ctg_regije=9&lng=1
22. Statistični urad Republike Slovenije. (2006). *Statistični letopis Republike Slovenije 2006*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije
23. Statistični urad Republike Slovenije. (2009a). *Obiskanost izbranih turističnih znamenitosti, muzejev, kopališč, igralnic in igralnih salonov ter število dni njihovega poslovanja, Slovenija, 4. četrtletje 2008. Statistične informacije*. (št. 18, 6. april 2009). Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
24. Statistični urad Republike Slovenije. (2009b). *Statistični letopis Republike Slovenije 2009*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije
25. Statistični urad Republike Slovenije. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_21181_nastanitve_obcine/01_21181_nastanitve_obcine.asp
26. *Strategija razvoja turizma na Bovškem*. Najdeno 2. marca 2009 na spletnem naslovu http://www.bovec.si/filelib/old/Strategija_%2023.7.05_končna.pdf
27. Turistična zveza Gornjega Posočja. Najdeno 15. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.lto-sotocje.si/tzgp/drustvo.asp?id=40>
28. Turistična zveza Slovenije. Najdeno 15. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.turisticna-zveza.si/drustva.php>
29. *Turizem in mednarodna finančna kriza-nabor ukrepov in aktivnosti*. Najdeno 10. junija 2009 na spletnem naslovu http://www.sindikar-git.si/index.php?option=com_content&view=article&id=102:rturizem-in-mednarodna-finanna-kriza-nabor-ukrepov-in-aktivnostil&catid=1:latest-news&Itemid=83
30. Uran M., Ovsenik, M., & Ovsenik R. (2006). *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
31. Zakon o pospeševanju turizma. *Uradni list RS* št. 57/1998.
32. Zakon o spodbujanju razvoja turizma. *Uradni list RS* št. 2/2004.
33. Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja. *Uradni list RS* št. 60/1999.
34. Zemljevid Najdi.si. Najdeno 10. maja 2009 na spletnem naslovu <http://zemljevid.najdi.si>

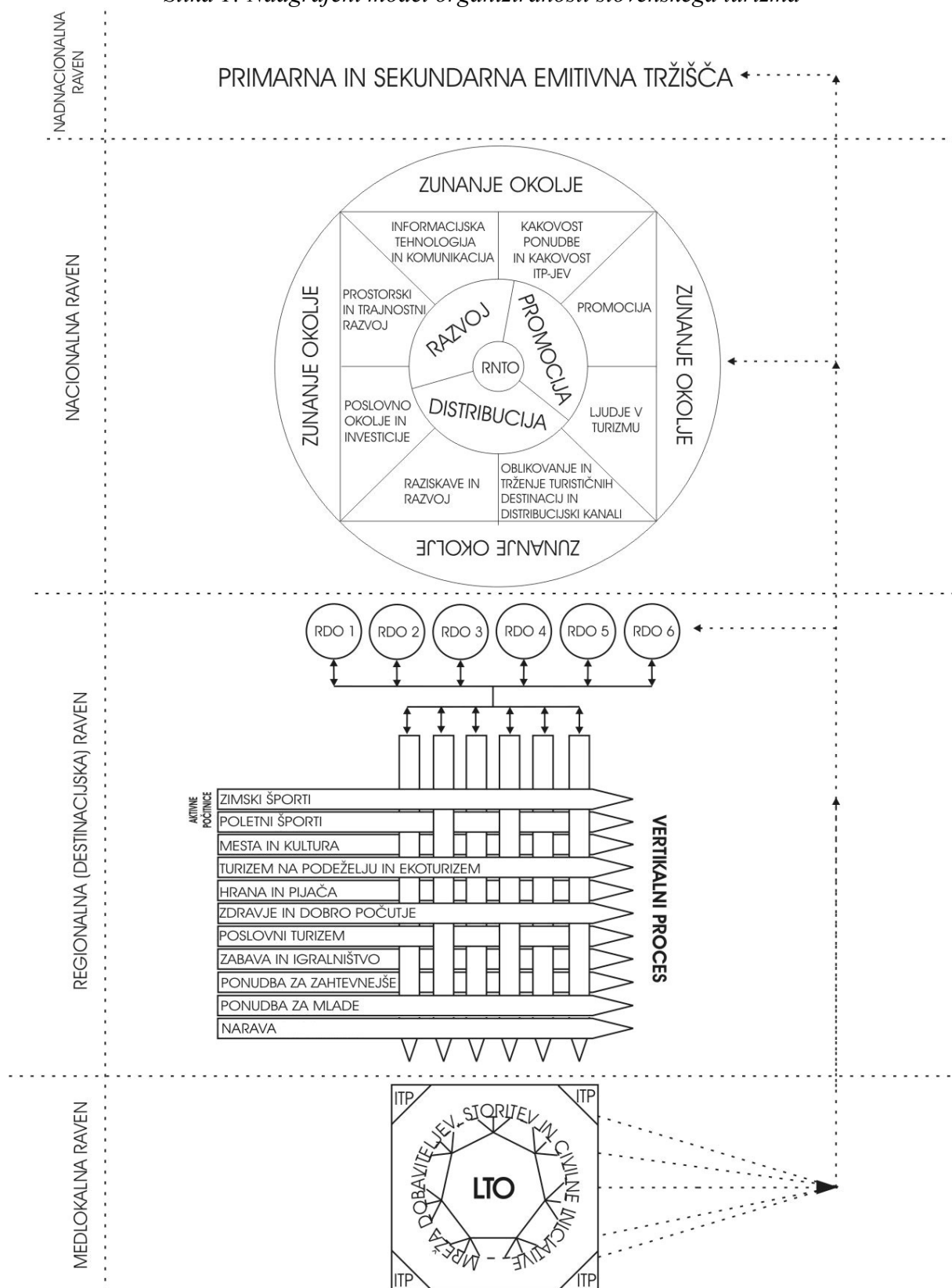
PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: Nadgrajeni model organiziranosti slovenskega turizma	1
PRILOGA 2: Grafični prikaz Zgornjega Posočja in nekaterih znamenitosti	2
PRILOGA 3: Anketa	3
PRILOGA 4: Demografska struktura vzorca	9
PRILOGA 5: Kraji in omejitve anketiranja.....	10
PRILOGA 6: Analiza posameznih elementov turistične ponudbe.....	11
PRILOGA 7: Turizem v Zgornjem Posočju.....	12
PRILOGA 8: Turizem v Sloveniji.....	14
PRILOGA 9: Obiskanost turističnih znamenitosti v Sloveniji v letu 2008.....	16
PRILOGA 10: Seznam pogosto uporabljenih kratic	18

PRILOGA 1: Nadgrajeni model organiziranosti slovenskega turizma

Slika 1: Nadgrajeni model organiziranosti slovenskega turizma



Vir: M.Uran et al., Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011, 2006, str. 24.

PRILOGA 2: Grafični prikaz Zgornjega Posočja in nekaterih znamenitosti

Slika 2: Grafični prikaz Zgornjega Posočja ter nekaterih znamenitosti



Vir: Zemljevid.Najdi.si, 2009, lastna priredba.

PRILOGA 3: Anketa

Pozdravljeni!

Sem Tomaž Skočir, absolvent Ekonomske fakultete v Ljubljani in v okviru svojega diplomskega dela delam raziskavo s področja turizma. Predvsem me zanima vaše zadovoljstvo z izbranim turističnim krajem (Posočje). Lepo bi vas prosil, če si lahko vzamete 10 minut časa in rešite anketo, ter mi tako pomagate pri mojem delu. Vprašalnik je anonimen in bo uporabljen IZKLJUČNO za namene diplomske naloge. Za sodelovanje se vam že vnaprej zahvaljujem!

1. Kje ste izvedeli za ta turistični kraj? (ustrezno obkrožite, možnih je več odgovorov)

1. Kraj sem že poznal/a.
2. Na internetu.
3. Od prijateljev in sorodnikov.
4. Iz medijev.
5. Iz knjig in vodnikov.
6. V potovalni agenciji.
7. Na sejnih in razstavah.
8. Je bil vključen v aranžma/turistični paket.
9. Drugo, kaj: _____

2. Je to vaš prvi obisk v tem turističnem kraju? (ustrezno obkrožite)

1. Ne. → Navedite, kolikokrat ste v preteklosti že obiskali ta turistični kraj:

2. Da.

3. Kateri so glavni razlogi, da ste obiskali ta turistični kraj? (ustrezno obkrožite)

1. Počitek in sprostitev.
2. Obisk sorodnikov in prijateljev.
3. Poslovni razlogi.
4. Konferenca, kongres, seminar, druge oblike izobraževanja.
5. Kultura.
6. Zabava.
7. Šport in rekreacija.
8. Zdravje.
9. Verski razlogi.
10. Drugo, kaj : _____

4. V nadaljevanju je navedenih je nekaj trditev, ki se nanašajo na splošno podobo tega turističnega kraja. Za vsako od njih ocenite, v kolikšni meri se z njo strinjate. »1« pomeni, da se s trditvijo sploh ne strinjate, »5« pa, da se z njo popolnoma strinjate.

	Se sploh ne strinjam			Se popolnoma			Ne vem
	1	2	3	4	5		
1. Menim, da ima večina ljudi ima o tem turističnem kraju dobro mnenje.	1	2	3	4	5		
2. V tem turističnem kraju so prijazni do gostov.	1	2	3	4	5		
3. Ta turistični kraj je nekaj posebnega.	1	2	3	4	5		
4. Zdi se mi, da je ta turistični kraj priljubljen.	1	2	3	4	5		
5. V tem turističnem kraju postavljajo gosta na prvo mesto.	1	2	3	4	5		
6. V tem turističnem kraju spoštujejo naravno okolje.	1	2	3	4	5		

5. V nadaljevanju vas prosim, da ocenite splošno kakovost turistične ponudbe v tem turističnem kraju na lestvici od 1 do 5, kjer pomeni »1« – kakovost ponudbe je zelo nizka; in »5« – kakovost ponudbe je zelo visoka.

	Zelo nizka			Zelo visoka			Ne vem
	1	2	3	4	5		
Kakšna je splošna kakovost ponudbe v turističnem kraju?	1	2	3	4	5		

6. V nadaljevanju navajam vrsto elementov turistične ponudbe in za vsakega od njih vas prosim, da ga ocenite na dva načina. Najprej ocenite, KAKO POMEMBEN je za vas posamezen element ko NA SPLOŠNO izbirate turistični kraj, od »1« – povsem nepomemben do »5« – zelo pomemben. Nato za vsakega od elementov ocenite, V KOLIKŠNI MERI SE STRINJATE s tem, da je v tem turističnem kraju IZJEMEN/IZJEMNO DOBER, na lestvici od »1« – sploh se ne strinjam do »5« – popolnoma se strinjam.

ELEMENTI TURISTICNE PONUDBE	»KAKO POMEMBEN JE TA ELEMENT?«						»V TEM KRAJU JE TA ELEMENT IZJEMEN/IZJEMNO DOBER«					
	Povsem nepomemben			Zelo pomemben		Ne vem	Se sploh ne strinjam			Se popolnoma strinjam		Ne vem
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1. Osebna varnost med bivanjem v turističnem kraju.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
2. Dostopnost turističnega kraja.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
3. Čistoča turističnega kraja.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
4. Neokrnjena narava.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
5. Klimatske razmere.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
6. Raznovrstnost kulturne dediščine (npr. arhitektura, tradicija in običaji ...).	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
7. Kakovost namestitve (hotel, motel, apartma ...).	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
8. Gostoljubnost domačega prebivalstva.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
9. Organiziranost lokalnega transporta v turističnem kraju.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
10. Ponudba lokalne kulinarike.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
11. Ponudba zabave in nočno življenje.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
12. Možnost za počitek.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
13. Razpoložljivost športne infrastrukture in rekreacijskih dejavnosti.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
14. Ponudba kulturnih in drugih prireditev.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
15. Možnost nakupov	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
16 Wellness ponudba.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
17 Igralniška ponudba.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	

7. Naslednji sklop vprašanj se nanaša na stroške, povezane z vašim bivanjem v tem turističnem kraju. V nadaljevanju so navedene tri trditve. Za vsako od njih ocenite, v kolikšni meri se z njo strinjate. »1« pomeni, da se z njo sploh ne strinjate, »5« pa, da se z njo popolnoma strinjate.

	Se sploh ne strinjam			Se popolnoma strinjam		Ne vem
	1	2	3	4	5	
1. Rezervacija bivanja v tem turističnem kraju je bila enostavna.	1	2	3	4	5	
2. Cena nočitve z zajtrkom/polpenziona/penziona v tem turističnem kraju je primerna.	1	2	3	4	5	
3. Cene izvenpenzijske ponudbe (npr. cene hrane in pijače, cene spominkov, cene izdelkov domače obrti, cene izletov, cene lepotnih in sprostitvenih programov ...) so v tem turističnem kraju ugodne.	1	2	3	4	5	

8. Ta del vprašalnika se nanaša na vaše občutke in dožemanje vrednosti izkušnje v tem turističnem kraju. Za vsako od navedenih trditev ocenite, v kolikšni meri se z njo strinjate. »1« pomeni, da se z njo sploh ne strinjate, »5« pa, da se z njo popolnoma strinjate.

	Se sploh ne strinjam			Se popolnoma strinjam		Ne vem
	1	2	3	4	5	
1. Bivanje v tem turističnem kraju je bilo v celoti gledano zame zelo koristno	1	2	3	4	5	
2. V tem turističnem kraju sem pridobil/a veliko novih spoznanj in izkušenj.	1	2	3	4	5	
3. Bivanje v tem turističnem kraju je vredno vsakega plačanega Eura.	1	2	3	4	5	

9. V tem delu vprašalnika vas najprej prosim, da na lestvici od 1 do 5 ocenite, kako ste na splošno zadovoljni z obiskom tega turističnega kraja. Pri tem pomeni »1« – sem popolnoma nezadovoljen, in »5« – sem popolnoma zadovoljen).

	Sploh nisem zadovoljen /a Sem popolnoma zadovoljen/a					Ne vem
	1	2	3	4	5	
Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo z obiskom tega turističnega kraja?	1	2	3	4	5	

10. Zdaj pa vas prosim, da za naslednje trditve navedete, v kolikšni meri se z njimi strinjate (»1« – sploh se ne strinjam, »5« – popolnoma se strinjam).

	Se sploh ne strinjam		Se popolnoma strinjam			Ne vem
	1	2	3	4	5	
1. Zadovoljen/zadovoljna sem, da sem obiskal/a ta turistični kraj	1	2	3	4	5	
2. Obisk tega turističnega kraja je presegel moja pričakovanja.	1	2	3	4	5	
3. Prijateljem in znancem bom pohvalil/a turistično ponudbo v tem turističnem kraju.	1	2	3	4	5	

11. Ste imeli, odkar bivate v tem turističnem kraju, že razlog za pritožbo? (ustrezno obkrožite)

1. Da. → Ali ste podali pritožbo? (ustrezno obkrožite)

1. Da.

2. Ne.

2. Ne.

12. Po drugi strani, ste že imeli razlog za pohvalo, odkar bivate v tem turističnem kraju? (ustrezno obkrožite)

1. Da. → Ali ste podali pohvalo? (ustrezno obkrožite)

1. Da.

2. Ne.

2. Ne.

13. Ponovno vas prosim, da na lestvici od »1« (sploh se ne strinjam) do »5« (popolnoma se strinjam) ocenite svoje strinjanje z naslednjimi trditvami.

	Se sploh ne strinjam		Se popolnoma strinjam			Ne vem
	1	2	3	4	5	
1. Če bi se ponovno odločal/a, bi ponovno obiskal/a ta turistični kraj.	1	2	3	4	5	
2. Obisk tega turističnega kraja bom priporočil/a svojim prijateljem in znancem.	1	2	3	4	5	
3. V ta turistični kraj se bom še vrnil/a.	1	2	3	4	5	
4. V tem turističnem kraju se počutim kot doma.	1	2	3	4	5	

14. Ali pričakujete, da bodo celotni stroški vašega obiska v tem turističnem kraju? (ustrezno obkrožite)

1. V mejah načrtovanega.
2. Večji od načrtovanih.
3. Manjši od načrtovanih.

15. Država bivanja: _____

16. Kakšen je status vaše ekonomske aktivnosti? (ustrezno obkrožite)

1. Zaposlen
2. Samozaposlen.
3. Nezaposlen.
4. Upokojenec/rentnik.
5. Študent/dijak.
6. Drugo, kaj: _____

17. Letnica rojstva: _____

18. Spol (ustrezno obkrožite):

1. Moški.
2. Ženski.

Iskrena hvala za vaš čas in odgovore!

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo, 2009, lastna priredba.

PRILOGA 4: Demografska struktura vzorca

Tabela 1: Demografska struktura vzorca

SPOL	Število	%
Moški	71	59,2
Ženski	49	40,8
Skupaj	120	100,0
STAROST	Število	%
Od 15 do 24	24	20,0
Od 25 do 34	26	21,7
Od 35 do 44	29	24,2
Od 45 do 54	20	16,7
Od 55 do 64	10	8,3
65 +	11	9,2
Skupaj	120	100,0
DRŽAVA	Število	%
Avstrija	4	3,3
Belgija	4	3,3
Češka Republika	8	6,7
Francija	2	1,7
Madžarska	2	1,7
Italija	6	5,0
Nemčija	6	5,0
Nizozemska	4	3,3
Slovenija	83	69,2
Velika Britanija	1	0,8
Skupaj	120	100,0
ZAPOSLOTVENI STATUS	Število	%
Zaposlen	71	59,2
Samozaposlen	6	5,0
Nezaposlen	9	7,5
Upokojenec / rentnik	12	10,0
Študent / dijak	22	18,3
Skupaj	120	100,0
Pričakovani celotni stroški obiska	Število	%
V mejah načrtovanega	73	60,8
Večji od načrtovanih	26	21,7
Manjši od načrtovanih	21	17,5
Skupaj	120	100,0

PRILOGA 5: Kraji in omejitve anketiranja

Tabela 2: Kraji anketiranja v posamezni občini

Občina	Kraj anketiranja
Bovec	Trdnjava Kluže, Kamp Triglav, Slap Boka, hotel Kanin, hotel Alp, Kamp Soča
Kobarid	Kamp Koren, Kamp Lazar, Kobariški muzej, Italijanska kostnica, Slap Kozjak, Kamp Podbela, Napoleonov most, hotel Hvala
Tolmin	Tolminski muzej, Tolminska korita, hotel Lucija, Kamp Vili

Potek in omejitve ankete

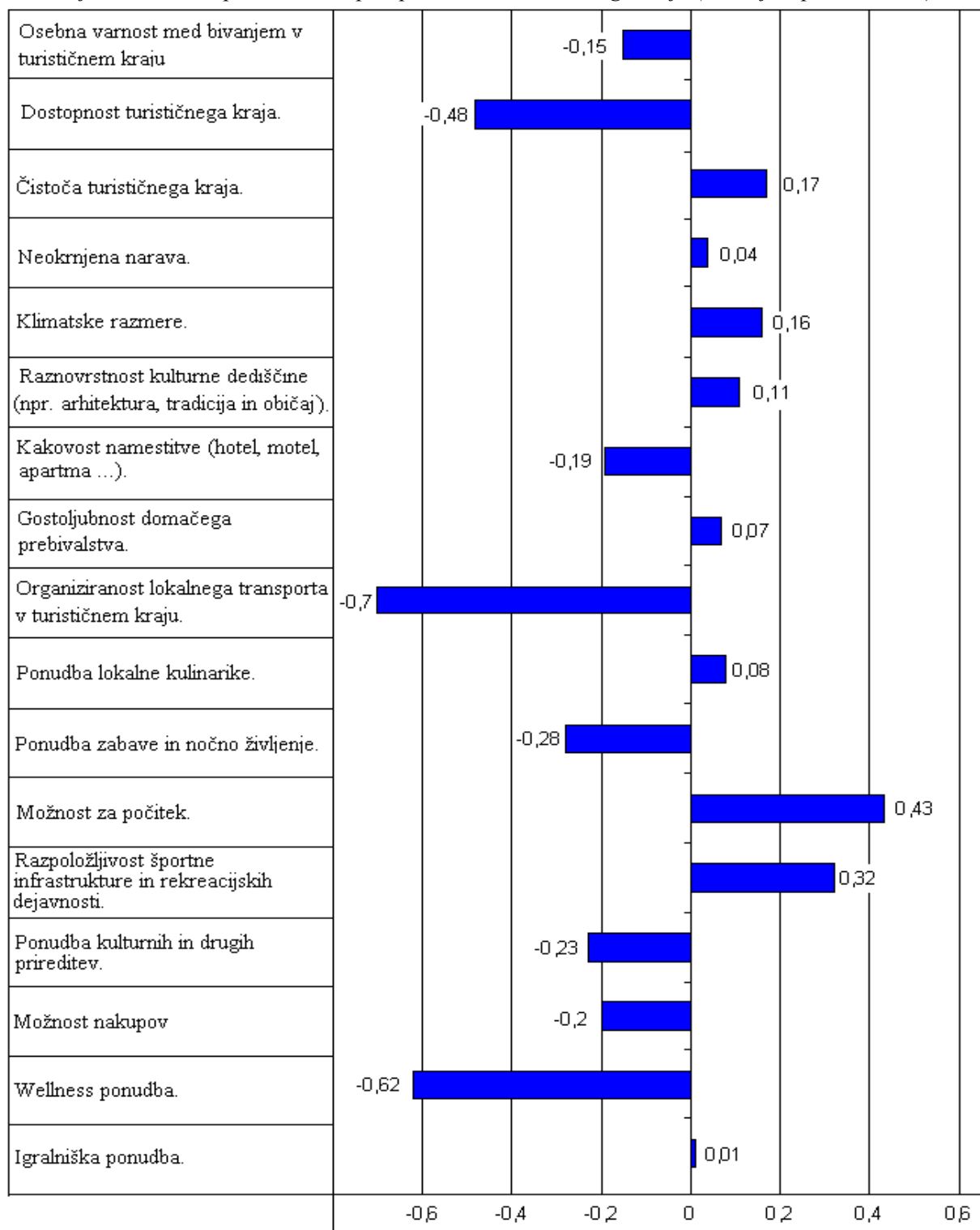
Pri pripravi ankete sem si pomagal z anketo za preverjanje zadovoljstva turistov, ki jo je bilo mogoče najti na spletni strani Ministrstva za gospodarstvo - Sektor turizem. Vprašalnik sem nekoliko spremenil, tako da je bil primeren za namene moje raziskave. Podatke sem pridobil z metodo anketiranja. Anketiranec je vprašalnik izpolnjeval sam. Anketa je bila anonimna in razen državljanstva, starosti, statusa ter poklica ni zajemala osebnih podatkov. Moja naloga pri anketiranju je bila, da sem naključne turiste pridobil za sodelovanje in jim razložil namen ter potek ankete. Po končanem anketiranju sem izpolnjene vprašalnike vnesel v osebni računalnik. Dobljene podatke sem nato statistično analiziral s pomočjo programske opreme SPSS ter Excela.

Pri analizi rezultatov sem ugotovil, da se struktura naključnih anketirancev razlikuje od splošne strukture turistov v Zgornjem Posočju. V moji raziskavi namreč predstavljajo tuji turisti le 31%, medtem ko je običajen delež tujih turistov v Zgornjem Posočju okoli 64%. Za možnost različne strukture anketirancev, sem pomislil že pred anketiranjem, samo nisem predvideval, da bo razlika tako velika. Ker gre za naključno izbiranje anketirancev menim, da razlika v strukturi turistov na splošno nima večjega vpliva na sam rezultat ankete. Poleg tega tudi ne bi šlo za naključno izbrane turiste, če bi turiste izbiral po določeni strukturi. Naključna izbira se deloma pozna tudi pri starostni strukturi, saj je večina anketirane populacije mlajša od 40 let.

V občini Bovec sem najlažje pridobil 40 naključnih anketirancev, saj je tam prisotno večje število turistov, poleg tega je bila stopnja neodgovora enote najmanjša (18,8%). V občini Kobarid je bila stopnja neodgovora enote 20,6%. Večino anketirancev sem pridobil v okolici kampov, drugače pa pri anketiranju nisem imel večjih omejitev. V občini Tolmin je bila stopnja neodgovora enote največja, in sicer 27,8%. Poleg tega je bilo pridobivanje anketirancev zaradi manjšega števila turistov oteženo.

PRILOGA 6: Analiza posameznih elementov turistične ponudbe

Slika 3: Razlika med ocenami pomembnosti elementov turistične ponudbe obiskanega turističnega kraja ter ocenami pomembnosti pri splošni izbiri turističnega kraja (Posočje- splošna izbira).



PRILOGA 7: Turizem v Zgornjem Posočju

Tabela 3: Turistični prihodi v Zgornjem Posočju

Leto	SKUPAJ	SKUPAJ Indeks (leto/00)	Število domačih	Indeks (leto/00)	Delež (%)	Število tujih	Indeks (leto/00)	Delež (%)
2000	66.088	100	29.419	100,0	44,5	36.669	100,0	55,5
2001	71.478	108,2	30.925	105,1	43,3	40.553	110,6	56,7
2002	69.126	104,6	26.933	91,5	39,0	42.193	115,1	61,0
2003	79.258	119,9	33.633	114,3	42,4	45.625	124,4	57,6
2004	70.348	106,4	24.426	83,0	34,7	45.922	125,2	65,3
2005	69.128	104,6	23.053	78,4	33,3	46.075	125,7	66,7
2006	80.731	122,2	25.781	87,6	31,9	54.950	149,9	68,1
2007	95.313	144,2	34.615	117,7	36,3	60.698	165,5	63,7
2008	97.708	147,8	35.808	121,7	36,6	61.900	168,8	63,4
2009	105.031	158,9	41.579	141,3	39,6	63.452	173,0	60,4

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

Tabela 4: Turistične prenočitve v Zgornjem Posočju

Leto	SKUPAJ	SKUPAJ Indeks (leto/00)	Število domačih	Indeks (leto/00)	Delež (%)	Število tujih	Indeks (leto/00)	Delež (%)
2000	148.304	100,0	56.913	100,0	38,4	91.391	100,0	61,6
2001	169.222	114,1	61.499	108,1	36,3	107.723	117,9	63,7
2002	160.172	108,0	52.676	92,6	32,9	107.496	117,6	67,1
2003	179.575	121,1	67.488	118,6	37,6	112.087	122,6	62,4
2004	171.586	115,7	50.143	88,1	29,2	121.443	132,9	70,8
2005	175.194	118,1	51.122	89,8	29,2	124.072	135,8	70,8
2006	197.820	133,4	55.173	96,9	27,9	142.647	156,1	72,1
2007	246.690	166,3	85.446	150,1	34,6	161.244	176,4	65,4
2008	260.633	175,7	88.388	155,3	33,9	172.245	188,5	66,1
2009	274.913	185,4	104.997	184,5	38,2	169.916	185,9	61,8

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 5: Turistične nastanitvene zmogljivosti Zgornjega Posočja

Leto	Število sob	Indeks (leto/00)	Število ležišč	Indeks (leto/00)
2000	1.279	100,0	3.784	100,0
2001	1.280	100,1	3.805	100,6
2002	1.383	108,1	4.038	106,7
2003	1.354	105,9	3.947	104,3
2004	1.277	99,8	3.618	95,6
2005	1.278	99,9	3.661	96,7
2006	1.416	110,7	3.958	104,6
2007	1.545	120,8	4.533	119,8
2008	1.588	124,2	4.593	121,4
2009	1.797	140,5	5.366	141,8

Vir: Prenositvene zmogljivosti po občinah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

Tabela 6: Povprečna doba bivanja (PDB) v Zgornjem Posočju

Leto	PDB domači	PDB tuji	PDB skupaj
2000	1,93	2,49	2,24
2001	1,99	2,66	2,37
2002	1,96	2,55	2,32
2003	2,01	2,46	2,27
2004	2,05	2,64	2,44
2005	2,22	2,69	2,53
2006	2,14	2,60	2,45
2007	2,47	2,66	2,59
2008	2,47	2,78	2,67
2009	2,53	2,68	2,62

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 7: Povprečna doba bivanja po letnih časih v letu 2008

Letni čas	Prihodi	Prenočitve	PDB
Zima	6.578	21.526	3,27
Pomlad	14.633	38.121	2,61
Poletje	62.672	169.820	2,71
Jesen	13.825	31.166	2,25
	Skupaj 97.708	Skupaj 260.633	Povprečje 2,67

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 8: Države z največ prihodi in prenočitvami v Zgornjem Posočju leta 2008

PRIHODI		PRENOČITVE	
Država	Odstotek	Država	Odstotek
Nemčija	26,23	Nemčija	31,96
Češka republika	10,97	Češka republika	8,74
Italija	9,63	Združeno kraljestvo	7,64
Avstrija	9,21	Italija	7,46
Madžarska	7,34	Avstrija	7,34
Združeno kraljestvo	5,62	Nizozemska	7,20
Nizozemska	5,29	Madžarska	5,82
Francija	4,00	Francija	3,98
Hrvaška	2,96	Belgija	2,94
Belgija	2,57	Hrvaška	2,85
Poljska	2,05	Poljska	2,16
ZDA	1,93	Švica	1,43
Slovaška	1,80	Slovaška	1,35
Švica	1,64	ZDA	1,14

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

PRILOGA 8: Turizem v Sloveniji

Tabela 9: Turistični prihodi v Sloveniji

Leto	SKUPAJ	SKUPAJ Indeks (leto/00)	Število domačih	Indeks (leto/00)	Delež (%)	Število tujih	Indeks (leto/00)	Delež (%)
2000	1.957.116	100,0	867.567	100,0	44,3	1.089.549	100,0	55,7
2001	2.085.722	106,6	867.001	99,9	41,6	1.218.721	111,9	58,4
2002	2.161.960	110,5	859.941	99,1	39,8	1.302.019	119,5	60,2
2003	2.246.068	114,8	872.931	100,6	38,9	1.373.137	126,0	61,1
2004	2.341.281	119,6	842.429	97,1	36,0	1.498.852	137,6	64,0
2005	2.395.010	122,4	840.041	96,8	35,1	1.554.969	142,7	64,9
2006	2.484.605	127,0	867.955	100,0	34,9	1.616.650	148,4	65,1
2007	2.681.178	137,0	929.846	107,2	34,7	1.751.332	160,7	65,3
2008	2.766.199	141,3	994.960	114,7	36,0	1.771.239	162,6	64,0
2009	2.722.002	139,1	1.053.904	121,5	38,7	1.668.098	153,1	61,3

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 10: Turistične prenočitve v Sloveniji

Leto	SKUPAJ	SKUPAJ Indeks (leto/00)	Število domačih	Indeks (leto/00)	Delež (%)	Število tujih	Indeks (leto/00)	Delež (%)
2000	6.718.998	100,0	3.314.901	100,0	49,3	3.404.097	100,0	50,7
2001	7.129.602	106,1	3.316.125	100,0	46,5	3.813.477	112,0	53,5
2002	7.321.061	109,0	3.300.262	99,6	45,1	4.020.799	118,1	54,9
2003	7.502.569	111,7	3.327.184	100,4	44,3	4.175.385	122,7	55,7
2004	7.588.737	112,9	3.225.954	97,3	42,5	4.362.783	128,2	57,5
2005	7.572.584	112,7	3.173.338	95,7	41,9	4.399.246	129,2	58,1
2006	7.722.267	114,9	3.233.438	97,5	41,9	4.488.829	131,9	58,1
2007	8.261.308	123,0	3.393.408	102,4	41,1	4.867.900	143,0	58,9
2008	8.411.716	125,2	3.569.144	107,7	42,4	4.842.572	142,3	57,6
2009	8.302.231	123,6	3.775.678	113,9	45,5	4.526.533	133,0	54,5

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 11: Turistične nastanitvene zmogljivosti Slovenije

Leto	Število sob	Indeks (leto/00)	Število ležišč	Indeks (leto/00)
2000	30.242	100	79.225	100
2001	30.086	99,5	79.893	100,8
2002	30.274	100,1	80.034	101,0
2003	30.261	100,1	80.724	101,9
2004	29.619	97,9	78.654	99,3
2005	29.718	98,3	78.960	99,7
2006	30.794	101,8	80.737	101,9
2007	31.464	104,0	82.515	104,2
2008	31.954	105,7	83.157	105,0
2009	34865	115,3	91332	115,3

Vir: Prenositvene zmogljivosti po občinah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010.

Tabela 12: Povprečna doba bivanja (PDB) v Sloveniji

Leto	PDB domači	PDB tuji	PDB Slovenija skupaj
2000	3,82	3,12	3,43
2001	3,82	3,13	3,42
2002	3,84	3,09	3,39
2003	3,81	3,04	3,34
2004	3,83	2,91	3,24
2005	3,78	2,83	3,16
2006	3,73	2,78	3,11
2007	3,65	2,78	3,08
2008	3,59	2,73	3,04
2009	3,58	2,71	3,05

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 13: Povprečna doba bivanja po letnih časih v letu 2008

Letni čas	Prihodi	Prenočitve	PDB
Zima	482.036	1.519.485	3,15
Pomlad	625.035	1.729.728	2,77
Poletje	1.043.189	3.429.244	3,29
Jesen	615.939	1.733.259	2,81
	Skupaj	Skupaj	Povprečje
	2.766.199	8.411.716	3,04

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

Tabela 14: Države z največ prihodi in prenočitvami v Sloveniji leta 2008

PRIHODI		PRENOČITVE	
Država	Odstotek	Država	Odstotek
Italija	13,60	Italija	10,78
Nemčija	7,09	Avstrija	7,30
Avstrija	7,06	Nemčija	6,96
Hrvaška	3,86	Hrvaška	3,46
Združeno kraljestvo	2,87	Združeno kraljestvo	3,32
Nizozemska	2,23	Nizozemska	2,75
Francija	2,12	Ruska federacija	1,91
Madžarska	1,90	Madžarska	1,68
Češka republika	1,68	Belgija	1,49
Srbija	1,60	Francija	1,44
ZDA	1,58	Srbija	1,29
Japonska	1,40	Češka republika	1,24
Belgija	1,38	ZDA	1,23
Poljska	1,18	Izrael	1,01

Vir: Prihodi in prenočitve turistov po občinah, državah in vrstah nastanitvenih objektov, Slovenija, letno, 2010

PRILOGA 9: Obiskanost turističnih znamenitosti v Sloveniji v letu 2008

Tabela 15: Obiskanost turističnih znamenitosti v Sloveniji v letu 2008

Turistična znamenitost	Število obiskovalcev	Indeks 08/07	Domači turisti	%	Tuji turisti	%	Število dni poslovanja
SKUPAJ	2.469.804	95	1.281.780	52	1.184.634	48	366
ZGORNJE POSOČJE	108.912	100	49.555	46	59.357	54	366
DESTINACIJA SMARAGDNA POT (*)	132.827	99	66.905	50	65.922	50	366
1. Postojnska jama	548.424	97	74.758	14	473.639	86	366
2. Muzej na Blejskem gradu	221.230	106	76.052	34	145.178	66	366
3. ZOO Ljubljana	214.239	80	212.103	99	2.136	1	366
4. Virtualni muzej in Razgledni stolp na Ljubljanskem gradu	122.753	81	65.844	54	56.909	46	366
5. Predjamski grad	115.079	98	26.300	23	88.779	77	366
6. Škocjanske jame	100.299	101	27.045	27	73.254	73	366
7. Kobilarna Lipica	95.730	109	25.510	27	70.220	73	357
8. Slap Savica, Bohinj	80.077	96	23.824	30	56.253	70	232
9. Blejski vintgar	76.916	93	41.712	54	35.294	46	294
10. Stari grad Celje	65.700	113	51.760	79	13.940	21	366
11. Pokrajinski muzej Ptuj	64.865	86	48.992	76	15.873	24	363
12. Kobariški muzej	63.904	103	23.051	36	40.853	64	366
13. Savinjski gaj Mozirje	52.000	106	43.500	84	8.500	16	183
14. Loški muzej Škofja Loka	50.500	104	40.939	81	9.561	19	313
15. Tehniški muzej Slovenije, Bistra	43.028	100	39.853	93	3.175	7	318
16. Arboretum Volčji Potok	41.152	88	37.585	91	3.567	9	263
17. Narodni muzej Slovenije, Ljubljana	37.510	175	32.229	86	5.281	14	357
18. Muzej premogovništva Slovenije	25.787	88	23.281	90	2.506	10	302
19. Galerija Božidar Jakac, Kostanjevica na Krki	25.628	102	23.097	90	2.531	10	312
20. Trubarjeva domačija, Rašica	24.314	202	23.724	98	590	2	361
21. Prešernova rojstna hiša, Vrba	24.248	113	23.920	99	328	1	315
22. Krajinski park - Soline Sečovlje	23.147	89	19.556	84	3.591	16	312
23. Prirodoslovni muzej Slovenije	22.250	110	18.797	84	3.453	16	357
24. Muzej na prostem Rogatec	22.224	133	19.939	90	2.285	10	210
25. Belokranjski muzej Metlika	21.826	87	21.019	96	807	4	363
26. Tolminska korita	20.452	109	9.052	44	11.400	56	363
27. Romanska cerkev sv. Trojice, Hrastovlje	19.640	100	9.726	50	9.914	50	359
28. Florina - mestni akvarij s terarijem	19.383	107	17.469	90	1.914	10	366
29. Kartuzije Žiče	19.280	75	17.246	89	2.034	11	365
30. Samostan Stična - slovenski verski muzej	18.067	97	16.555	92	1.512	8	323
31. Podzemlje Pece - Turistični rudnik in Muzej, Mežica	17.047	92	15.824	93	1.223	7	311
32. Rudnik živega srebra Idrija - Antonijev rov	16.958	96	12.709	75	4.249	25	351
33. Jama Pekel pri Šempetru v Savinjski dolini	13.638	100	12.610	92	1.028	8	226
34. Trentarski muzej. Bovec	12.814	83	6.555	51	6.259	49	308

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

Turistična znamenitost	Število obiskovalcev	Indeks 08/07	Domači turisti	%	Tuji turisti	%	Število dni poslovanja
35. Tolminski muzej	11.742	94	10.897	93	845	7	366
36. Čebelarški muzej Radovljica	11.307	96	6.038	53	5.269	47	227
37. Rimska Nekropola, Šempeter v Savinjski dolini	11.045	92	9.300	84	1.745	16	216
38. Posavski muzej, Brežice	10.965	100	8.291	76	2.674	24	363
39. Grad Bogenšperk, Šmartno pri Litiji	10.284	74	10.132	99	152	1	210
40. Stara lekarna in minoritski samostan Olimje	10.062	49	5.569	55	4.493	45	366
41. Kovaški muzej Kropa	7.750	76	4.166	54	3.584	46	76
42. Pokrajinski muzej Celje	7.564	91	6.575	87	989	13	290
43. Rojstna hiša pisatelja Frana Saleškega Finžgarja, Doslavce	7.333	82	7.333	100	0	0	343
44. Kartuzije Pleterje	7.040	100	5.410	77	1.630	23	366
45. Goriški muzej, Grad Kromberk	6.957	87	4.641	67	2.316	33	362
46. Mestna hiša v Kranju	6.428	60	6.175	96	253	4	311
47. Rojstna hiša Matija Copa, Žirovnica	6.142	101	6.031	98	111	2	252
48. Jama pod Predjamskim gradom	6.133	79	950	15	5.183	85	214
49. Križna jama, Bloška polica	4.935	146	4.164	84	771	16	271
50. Županova (Taborska) jama, Grosuplje	4.008	99	3.972	99	36	1	128

Legenda: * brez partizanske bolnišnice Franja

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, 2009a.

PRILOGA 10: Seznam pogosto uporabljenih kratic

AS	Aritmetična sredina
BDP	Bruto domači proizvod
EDEN	European Destination of Excellence (Evropska destinacija odličnosti)
EU	European Union (Evropska unija)
GZS	Gospodarska zbornica Slovenije
ITP	Integralni turistični proizvod
LTO	Lokalna turistična organizacija
MICE	(angl. Meetings Incentives Conventions Exhibitions)
NRTO	Nacionalna razvojna turistična organizacija
NTZ	Nacionalno turistično združenje
PDB	Povprečna doba bivanja
PRC	Posoški razvojni center
RDO	Regionalna destinacijska turistična organizacija
RNUST	Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma
RRP	Regionalni razvojni program
SO	Standardni odklon
STO	Slovenska turistična organizacija
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
SWOT	akronim za prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (angl. Strenght Weakness Opportunity Threats)
TD	Turistično društvo
TIC	Turistični informacijski centri
TNP	Triglavski narodni park
TZGP	Turistična zveza Gornjega Posočja
TZS	Turistična zveza Slovenije
WTC	World Trade Center
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Svetovna turistična organizacija)