

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

**DIPLOMSKO DELO**

TURIZEM IN REGIONALNI RAZVOJ ZGORNJE VIPAVSKE  
DOLINE

Ljubljana, april 2004

GORAN ŽVOKELJ

## **IZJAVA**

Študent \_\_\_\_\_ izjavljam, da sem

avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom

\_\_\_\_\_ in dovolim objavo diplomskega dela  
na fakultetnih spletnih straneh.

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

Podpis:

\_\_\_\_\_

# KAZALO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>UVOD</b> .....   | <b>1</b>  |
| <b>1. TURIZEM</b> .....   | <b>2</b>  |
| 1.1. OPREDELITEV POJMOV .....   | 2         |
| 1.2. RAZVOJ TURIZMA V SLOVENIJI .....                                   | 3         |
| 1.2.1. Strategija razvoja turizma 2002-2006 .....                       | 3         |
| 1.2.1.1. Pomen turizma na globalni in nacionalni ravni.....             | 3         |
| 1.2.1.2. Ocena stanja turizma v Sloveniji.....                          | 5         |
| 1.2.1.3. Konkurenčne prednosti slovenskega turizma.....                 | 6         |
| 1.2.1.4. Vizija razvoja slovenskega turizma.....                        | 6         |
| 1.2.1.5. Strateški cilji razvoja slovenskega turizma .....              | 7         |
| 1.2.2. Vpliv turizma na razvoj.....                                     | 8         |
| 1.2.2.1. Ekonomski pomen turizma.....                                   | 9         |
| 1.2.2.2. Neekonomski pomen turizma.....                                 | 10        |
| 1.3. VLOGA TURIZMA PRI RAZVOJU PODEŽELJA .....                          | 10        |
| 1.3.1 Turizem na podeželju .....  | 10        |
| 1.3.2. Turizem na kmetijah v Sloveniji .....                            | 12        |
| <b>2. REGIONALNI RAZVOJ</b> .....                                       | <b>13</b> |
| 2.1. OPREDELITEV POJMOV .....   | 13        |
| 2.2. STATISTIČNE REGIJE V SLOVENIJI .....                               | 14        |
| 2.2.1. Razdelitev Slovenije na statistične regije.....                  | 14        |
| 2.2.2. Razlike v razvitost slovenskih statističnih regij .....          | 14        |
| 2.3. REGIONALNI RAZVOJ V SLOVENIJI .....                                | 16        |
| 2.3.1. Kratka zgodovina regionalnega razvoja v Sloveniji .....          | 16        |
| 2.3.2. Prenova regionalne politike.....                                 | 17        |
| 2.3.2.1. Vizija in cilji Strategije regionalnega razvoja Slovenije..... | 18        |
| 2.3.2.2. Nosilci izvajanja regionalne razvojne politike .....           | 19        |
| 2.3.4. Razvoj podeželja kot eden izmed ciljev regionalne politike.....  | 20        |
| <b>3. TURIZEM IN REGIONALNI RAZVOJ ZGORNJE VIPAVSKE DOLINE</b> .....    | <b>21</b> |
| 3.1. KRATKA PREDSTAVITEV VIPAVSKE DOLINE.....                           | 21        |
| 3.2. REGIONALNI RAZVOJNI PROGRAM SEVERNE PRIMORSKE .....                | 22        |
| 3.2.1. Ocena stanja in razvojnih trendov .....                          | 22        |
| 3.2.2. Razvojna vizija .....  | 23        |
| 3.2.3. Strateški cilji.....   | 24        |
| 3.3. RAZVOJ TURIZMA V ZGORNJI VIPAVSKI DOLINI .....                     | 24        |
| 3.3.1. Ocena možnosti za razvoj turizma v Zgornji Vipavski dolini ..... | 25        |
| 3.3.2. Pomen turizma za razvoj Zgornje Vipavske doline .....            | 25        |
| 3.4. TURISTIČNA PONUDBA .....   | 26        |
| 3.4.1. Aktivne počitnice .....  | 26        |
| 3.4.2. Odkrivanje regije.....   | 27        |
| 3.4.3. Ustvarjanje in duhovna bogatitev.....                            | 28        |
| 3.4.4. Prireditve in izleti .....                                       | 28        |
| 3.4.5. Turizem na kmetijah.....   | 29        |
| 3.5. ANALIZA TURISTIČNIH TOKOV .....                                    | 30        |
| 3.6. SWOT ANALIZA TURIZMA.....  | 35        |
| 3.6.1. Analiza prednosti in slabosti .....                              | 35        |
| 3.6.2. Analiza priložnosti in nevarnosti.....                           | 37        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.6.3. Rezultati analize .....   | 38        |
| 3.7. VIZIJA IN CILJI .....   | 38        |
| 3.7.1. Kvantitativni cilji.....  | 39        |
| 3.7.2. Kvalitativni cilji.....   | 39        |
| <b>4. VIPAVSKA VINSKA CESTA .....</b>  | <b>40</b> |
| 4.1. PREDSTAVITEV PROJEKTA VIPAVSKA VINSKA CESTA .....                       | 40        |
| 4.1.1. Ponudniki na Vipavski vinski cesti .....                              | 40        |
| 4.1.2. Obiskovalci na Vipavski vinski cesti .....                            | 41        |
| 4.2. AKTIVNOSTI V OKVIRU VIPAVSKE VINSKE CESTE.....                          | 41        |
| 4.3. UČINKI VIPAVSKE VINSKE CESTE NA RAZVOJ ZGORNJE VIPAVSKE<br>DOLINE ..... | 42        |
| <b>SKLEP.....</b>  | <b>43</b> |
| <b>LITERATURA .....</b>  | <b>45</b> |
| <b>VIRI.....</b>   | <b>46</b> |

# UVOD

Turizem postaja v Sloveniji dejavnost, ki omogoča razvoj, zaposlovanje, zaslužek in socialno varnost, predvsem če upoštevamo, da večina gospodarskih storitvenih dejavnosti sodeluje v turistični ponudbi in da ima skoraj vsak kraj v državi možnost za razvoj turizma. Projekti na tem področju povezujejo ljudi med seboj v skupno ustvarjalno sodelovanje, kar potrjuje človeško solidarnost in vrednote, ki so temeljno vezno tkivo vsake družbe.

Turizem na podeželju je ena izmed dopolnilnih dejavnosti, ki ustreza novejšim pristopom k razvoju podeželja in ki temelji na ohranitvi kulturne identitete ter spodbujanju dopolnilnih dejavnosti. Razvoj turizma na podeželju prispeva k skladnejšemu regionalnemu razvoju in s tem odpravlja razlike v razvitosti regij.

Glavni namen tega diplomskega dela je predstaviti turizem kot eden od dejavnikov, ki lahko doprinese k blagostanju posameznih slovenskih pokrajin, v mojem primeru Zgornje Vipavske doline. Turizem predstavlja za dolino dolgoročno veliko razvojno možnost in priložnost, saj so tu na razpolago vse danosti za razvoj take vrste turizma, ki daje v ospredje ohranjeno naravno okolje, spoznavanje kulture in lokalne zgodovine ter veliko skrb za zdravje.

Delo je vsebinsko razdeljeno na štiri poglavja. V prvem delu so najprej opredeljeni osnovni pojmi. Predstavljena je strategija slovenskega turizma za obdobje 2002-2006. Prikazal sem tudi, kakšno vlogo ima turizem za celotni razvoj in kakšna je vloga turizma pri razvoju podeželja.

Drugo poglavje obravnava regionalni razvoj. Opredelitvi pojmov regionalnega razvoja sledi predstavitev razdelitve Slovenije po statističnih regijah in prikaz razlik v razvitosti med njimi. Opisan je regionalni razvoj v Sloveniji, kratka zgodovina regionalnega razvoja in prenova regionalne politike. Eden izmed ciljev regionalne politike je tudi razvoj podeželja.

V tretjem poglavju sem se osredotočil na turizem in regionalni razvoj v Zgornji Vipavski dolini. Poleg kratke predstavitve doline sem opisal tudi regionalni razvojni program za Severno Primorsko. Proučil sem možnosti za razvoj turizma in prikazal njegov pomen za razvoj Zgornje Vipavske doline. Predstavil sem turistično ponudbo v dolini in opravil analizo turističnih tokov. Narejena je tudi SWOT analiza turizma in prikazani so vizija in cilji na tem področju.

Četrto poglavje predstavlja Vipavsko vinsko cesto, ki je ena izmed 21 vinskih turističnih cest v Sloveniji, kot zelo primeren dejavnik za razvoj podeželja. Predstavljeni so ponudniki na tej vinski cesti in aktivnosti v njenem okviru. Kot najbolj odmevna in največja po številu obiskovalcev je opisana prireditev Vinski hrami Vipavske doline. Na koncu so prikazani učinki Vipavske vinske ceste na razvoj Zgornje Vipavske doline.

# 1. TURIZEM

## 1.1. OPREDELITEV POJMOV

Turizem je največja svetovna gospodarska dejavnost, v katero se vlaga vedno več denarja. Turizem je civilizacijski dosežek sodobnega časa in eden temeljnih faktorjev ekonomskega razvoja. V preteklosti so potovali predvsem bogati ljudje in plemstvo, danes pa je turizem del življenjskega stila večine prebivalstva razvitih dežel.

Turizem ni samo gospodarska dejavnost, ampak je tudi sestavljen družbeni in ekonomski pojav. Turizma zato ni mogoče enostavno definirati. Prav zato se je s tem pojmom ukvarjala vrsta znanstvenikov in praktikov ter tudi številne mednarodne organizacije.

Beseda turizem ima etimološki izvor v grški besedi »tornos«, ki se je kasneje spremenil v latinski izraz »tornus«, nato v starofrancoski izraz »tourn« ter nazadnje še v srednjeangleški izraz »turn«. Vsi ti izrazi pomenijo »krožno gibanje«.

Leta 1971 je zveza turističnih strokovnjakov AIEST– Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme definirala turizem takole: »Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, v kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve« (Planina, Mihalič, 2002, str. 29).

Dvajset let pozneje, torej leta 1991 pa je WTO - Svetova turistična organizacija na pobudo UNSTAT-a (Statistične zveze združenih narodov) organizirala Mednarodno konferenco o potovanju in turizmu z namenom poenotiti definicije, terminologijo in merila v turizmu. Definicija se glasi: »Turizem so vse aktivnosti ljudi, ki so usmerjene v potovanja in bivanja v krajih, ki niso njihova glavna ali stalna bivališča, zaradi počitka, posla ali kakega drugega namena (Middleton, 2001, str. 9).

Pojem turizem se uporablja tudi kot izraz za turistično gospodarstvo oz. kot skupni izraz za turistično povpraševanje in turistično ponudbo.

Turistično povpraševanje je funkcija potreb po potovanju in bivanju zunaj stalnega bivališča, količine in kakovosti naravnih in kulturnih dobrin, količine finančnih sredstev, ki izvirajo iz dohodka in so na voljo za turistično potrošnjo, količine prostega časa, ki je razpoložljiv za začasno zapustitev stalnega bivališča, iracionalnih oziroma subjektivnih dejavnikov ter cen za agregat turističnih storitev raznih vrst. Posledica spremenljivosti dejavnikov, ki vplivajo na turistično povpraševanje, je velika občutljivost turističnega gospodarstva, ki v času pozitivnega delovanja dejavnikov dosega izredne uspehe, ob najmanjšem vplivu negativnih dejavnikov pa se kmalu postavi vprašanje ekonomske uspešnosti (Planina, Mihalič, 2002, str. 87-93).

Turistična ponudba ima na področju turističnega gospodarstva drugačne značilnosti kot povpraševanje, pogosto prav nasprotno. Značilnost turistične ponudbe je velika raznovrstnost gospodarskih in negospodarskih dejavnosti, kar je posledica raznolikosti turističnega povpraševanja, ki zahteva sodelovanje številnih dejavnosti in panog, ne samo turističnega gostinstva in turističnih agencij, ampak posredno in neposredno tudi prometa, obrti, kulture, zdravstva, pa tudi kmetijstva in drugih kmetijskih panog (Planina, Mihalič, 2002, str. 149).

## **1.2. RAZVOJ TURIZMA V SLOVENIJI**

Razvoj turizma ustvarja priložnosti, ki ugodno vplivajo na celoten gospodarski, socialni in prostorski razvoj države. Razvoj turizma v zadnjem obdobju jasno kaže, da so turizem, potovanja in počitnice postali pomembna, če ne celo najpomembnejša dejavnost prebivalstva izven delovnega časa.

### **1.2.1. Strategija razvoja turizma 2002-2006**

Strategija razvoja slovenskega turizma je dokument slovenskega turističnega gospodarstva, ki postavlja globalne usmeritve, cilje in temeljna področja turističnega razvoja, ter določa vlogo in pomen temeljnih nosilcev turistične dejavnosti.

Za slovensko gospodarstvo in družbeni razvoj je turizem pomembna poslovna priložnost. Kovač (2002, str.1) predvideva, da bo slovenski turizem v tem desetletju postal ena vodilnih panog slovenskega gospodarstva. Načrtovani investicijski cikel v vrednosti 1,5 mrd EUR pomeni pomembno narodnogospodarsko, regionalno, lokalno in podjetniško razvojno možnost. Temeljni kvantitativni cilj slovenskega razvoja turizma je povečanje letnega turističnega prometa na 1,6 mrd EUR do leta 2006, povečanje števila nočitev turistov na 9,5 mio turistov in število postelj v hotelski ponudbi za 4000 ležišč. Kovač pričakuje tudi nadaljnji razvoj turističnih kmetij s prenočitvenimi kapacitetami in povečanje prenočitvenih kapacitet drugih oblik namestitvev. Slovenski turizem bo v obdobju 2002-2006 imel predvidoma dvakrat hitrejšo povprečno realno stopnjo letne rasti od slovenskega povprečja rasti BDP-ja.

Temeljne razvojne usmeritve so kombinacija produktnega, geografskega in tržno-marketingškega pristopa. To naj bi na vseh turističnih področjih spodbudilo podjetniško inovativnost, povezanost turističnih proizvodov v okviru destinacijskega menedžmenta, trženje slovenskih turističnih blagovnih znamk in uporabo sodobnih promocijskih in drugih marketingških orodij. Slovenija si želi v prihodnjih desetih letih postati razvita turistična država s primerljivo kakovostjo turističnih storitev in čimbolj raznoliko ponudbo, ki bo konkurenčna z razvitimi turističnimi državami.

Strategija omenja regionalni razvoj v okviru ene od petih temeljnih politik razvoja slovenskega turizma. Politika prostorskega in regionalnega razvoja turizma sledi temeljnim načelom in ciljem Politike urejanja prostora republike Slovenije, ki upošteva vzdržen razvoj na celotnem ozemlju Slovenije.

Del strategije slovenskega turizma predstavlja turizem na podeželju kot pomemben dejavnik regionalnega razvoja. Poudarek je na razvoju turističnih kmetij, ki v svoji ponudbi združuje vsa tri temeljna programska področja, podeželski, rekreativni, doživljajski turizem in obenem predstavlja pomemben, atraktiven del dopolnilne turistične ponudbe temeljnim produktim in geografskim področjem.

#### **1.2.1.1. Pomen turizma na globalni in nacionalni ravni**

Turizem je globalni fenomen 21. stoletja. Turizem je največja svetovna gospodarska panoga, ki beleži 7% povprečno rast v obdobju 1960-2000. Predstavlja 10,2% svetovnega BDP, to je 3.527 milijard USD ekonomske vrednosti, 195 milijonov delovnih mest, kar je 7,6% svetovne zaposlenosti. Povpraševanje na trgu predstavlja 11,2% vsega izvoza, v turizmu se ustvari

9,6% vseh kapitalskih investicij (WTO, 2003). Zaradi svoje poslovne širine je turizem dejansko »gospodarstvo vseh gospodarskih dejavnosti«. Temeljne razvojne lastnosti in vrednote turističnega gospodarstva (storitve, globalizacija, svoboda) predstavljajo najznačilnejše razvojne elemente »informacijske družbe« prihodnosti.

V zadnjem desetletju se je izkazalo, da je prav turizem s svojimi sestavnimi podsektorji primarna gonilna sila svetovnega gospodarstva in pomembnejši celo od mobilne telefonije, avtomobilske industrije in drugega blaga. Potrebni je bilo več let, da so politiki in gospodarstveniki po svetu začeli razumeti, kako pomemben vpliv ima turizem na zaposlovanje oziroma multiplikativni učinek na nacionalno gospodarstvo. Zato vse države, ne glede na ekonomsko razvitost, politično usmerjenost in kulturno različnost, poudarjajo razvoj turizma kot svojo strateško razvojno usmeritev.

Svetovna turistična industrija je v letu 2002 ustvarila nadpovprečno dobre rezultate (WTO, 2003):

- čez meje svojih držav je kljub črnogledim napovedim in pričakovanju krize potovalo že skoraj 715 milijonov ljudi (3,1% rast glede na leto 2001),
- Evropa, še vedno daleč pred vsemi, ima 411 milijonov potnikov, kar predstavlja 57,5% mednarodnega turizma,
- Azija in Pacifiški bazen (18,3) sta z več kot 130 milijoni potnikov zavzela drugo mesto, imata pa tudi najhitrejšo rast, zato ju mnogi imenujejo destinacija prihodnosti,
- obe Ameriki (16,8%) sta imeli nekaj manj kot 1 odstotek negativne rasti, kar je učinek dramatičnega leta 2001,
- med petnajstimi najpomembnejšimi destinacijami še vedno vodi Francija z 11% tržnim deležem, pred Španijo in ZDA, toda najhitreje rastejo trgi Kitajske, Hong Konga in Rusije.

Na regionalni ravni, ki je pomembnejša za slovenski turizem, smo v letu 2002 zaznali naslednja gibanja (Kovač, 2002, str. 17):

- Južna Mediteranska Evropa s Španijo, Italijo in Grčijo vodi z več kot 20 odstotnim tržnim deležem v svetovnem turizmu,
- Nemčija je v primerjavi z letom 2001 ohranila enak položaj, Avstrija pa je zabeležila rahlo rast,
- visoke stopnje rasti imajo jugovzhodni evropski trgi (Slovenija, Hrvaška, BiH, Jugoslavija),
- mednarodni prihodki so se v Srednji in Vzhodni Evropi povprečno povečali za 3,9 odstotka, negativni izjemi sta Poljska in Češka, ki sta zabeležili več kot 5 odstotni padec.

Velik pomen za slovenski turizem imajo regionalne dežele velikega evropskega četverokotnika, kjer ležijo najbogatejše in najvplivnejše evropske regije (četverokotnik Milano/Genova – Munchen/Stuttgart – Dunaj/Praga – Budimpešta/Zagreb). Evropa še vedno ostaja vodilna svetovna turistična destinacija, njen delež pa se znižuje, znotraj Evrope pa bodo hitreje napredovala turistična območja Južne in Vzhodne Evrope pred Zahodno in Srednjo Evropo.

Turizem postaja osrednja panoga sodobnega svetovnega gospodarstva in eden stebrov njegove globalizacije, na kar kažejo pomembni razvojni trendi v zadnjih desetih letih. Kovač



navaja, da je bila za turizem do devetdesetih let značilna koncentracija prostora (morska obala, vodna področja), časa (poletne počitnice) in potovalnih motivov (počitek, razvedrilo). V zadnjih desetih letih pa se je turizem prostorsko in časovno globaliziral in diverzificiral glede na namen potovanj in različne načine potrošnje. Na trgu se pojavljajo nove in nove destinacije z izjemno raznovrstno ponudbo, turistična konkurenca je vedno večja in boj za turistično razpoznavnost (identiteto) postaja ključna naloga turistične industrije .

### **1.2.1.2. Ocena stanja turizma v Sloveniji**

Slovenijo je leta 2002 obiskalo okrog 2 milijona domačih in tujih turistov oziroma skupaj z dnevnimi gosti več kot 6 milijonov turistov. Število nočitev se v zadnjih letih povečuje, leta 1997 je preseglo 6 milijonov, v zadnjih dveh letih pa že 7 milijonov. Leta 2002 je bilo tako evidentiranih 7321000 nočitev, od tega so jih tuji turisti ustvarili 55%. Skoraj tri četrtine prenočitev tujih turistov so ustvarili turisti iz šestih emitivnih trgov (Nemčije 21%, Italije 18%, Avstrije 17%, Hrvaške 6%, Velike Britanije 5% in Nizozemske 4%) (Statistični letopis RS 2003, str.432-434). Ti podatki kažejo, da je najpomembnejša izvozna regija slovenskega turizma Zahodna Evropa. Kar dve tretjini tujih gostov prihaja iz držav Evropske Unije (v nadaljevanju EU) in ti ustvarijo 70% vseh tujih turističnih prenočitev. Kljub temu, da se število nočitev iz leta v leto povečuje, pa še vedno precej zaostajamo za rekordnim letom 1986, ko je bilo ustvarjenih preko 9 milijonov nočitev. Zanimivo je, da je domačih nočitev za 12% več kot takrat, število tujih nočitev pa je občutno manjše.

Večji del prenočitev ustvarijo tuji turisti v obmorskih in gorskih krajih. Tudi število prenočitev v Ljubljani in zdraviliščih je iz leta v leto večje. Največ prenočitev v zdraviliških krajih ustvarijo domači gostje, kar je petina vseh prenočitev. Med petnajstimi vodilnimi turističnimi kraji v Sloveniji je po številu prenočitev daleč pred drugimi Portorož, kjer se ustvari 14% vseh nočitev, sledi mu Bled s 7% ter Čatež ob Savi in Ljubljana s 6%. Domači gostje prevladujejo v Podčetrtku, Čatežu ob Savi, Ankaranu in Strunjanu, kjer ustvarijo okrog tri četrtine vseh nočitev (Statistični letopis RS 2003, str. 435-436).

Kovač (2002, str.7) v strategiji navaja, da ima Slovenija v zadnjih petih letih stabilno, toda nezadostno ponudbo nastanitvenih kapacitet. Ta obsega okoli 25.000 kakovostnih turističnih ležišč v hotelih in še 7.000 kakovostnejših ležišč v drugih turističnih objektih, medtem ko je skupno število dopolnilnih ležišč nihalo okoli 40.000. Največ namestitvenih zmogljivosti je v Portorožu (12%), sledi mu Bled (6%), Ljubljana (5%) in Čatež ob Savi (4,5%). Vendar pa so v Portorožu in ostalih obmorskih krajih opazna velika nihanja v številu zmogljivosti med zimsko in letno sezono. V gorskih krajih je to nihanje precej manjše, v zdraviliških krajih in Ljubljani pa nihanje v številu zmogljivosti skoraj ni zaznati. 36% namestitvenih zmogljivosti je lociranih v gorskih krajih, v obmorskih krajih 27%, 17% v zdraviliških ter 5% v Ljubljani. Preostanek je porazdeljen med drugimi turističnimi in manj turističnimi kraji (Statistični letopis RS 2003, str. 438-440).

V turističnem gospodarstvu deluje okoli 7500 poslovnih subjektov. Od tega je okoli 1750 poslovno aktivnih gospodarskih družb, 4500 zasebnih gostiln, 482 turističnih kmetij in 165 planinskih koč in bivakov. Prav tako se s turizmom kot poslovno dejavnostjo posredno ukvarja 63 turistično informativnih centrov in 520 turističnih društev in zvez, včlanjenih v TZS. Če pri tem upoštevamo še multiplikacijski faktor slovenskega turizma na organizacijski ravni, lahko sklepamo, da je s slovenskim turizmom povezanih okoli 13.000 poslovnih subjektov (Kovač, 2002, str.7).

Po podatkih Banke Slovenije so tuji turisti v devizno blagajno Slovenije leta 2002 prispevali več kot milijardo evrov, kar je za 2% več kot v prejšnjem letu. To predstavlja skoraj polovico celotnega izvoza storitev iz Slovenije in približno dve tretjini vsega uvoza storitev v Slovenijo. 14% teh deviznih prihodkov so ustvarile slovenske igralnice, ki prirejajo posebne igre na srečo in jih je v letu 2002 obiskalo več kot dva milijona obiskovalcev.

### **1.2.1.3. Konkurenčne prednosti slovenskega turizma**

Slovenija je obkrožena z izjemno neposredno konkurenco turističnih držav. Z Italijo in Avstrijo zaradi svoje velikosti in razvitosti nima pravih konkurenčnih prednosti v tradicionalni turistični ponudbi. To še posebej velja za mestni in kulturni turizem (Italija, Avstrija), podeželski turizem (Avstrija), pomorski turizem (Italija) in zdraviliški turizem (Avstrija). Od ostalih turističnih konkurentov se razlikuje kot majhna, toda raznolika, zelena, dinamična in izzivalna, varna in dostopna, gostoljubna država.

Absolutno konkurenčno prednost pred konkurenco za Slovenijo predstavlja njena geografska lega na stičišču Alp in Jadrana ter širše področje Krasa. Relativne konkurenčne prednosti Slovenije pa so njena majhnost, raznovrstnost turistične ponudbe, uravnotežen razvoj turizma in okolja, hitra dostopnost do raznovrstnih turističnih področij. Slovenija je edinstvena evropska država, ki lahko na svojem omejenem, toda hitro dostopnem prostoru ponudi izjemno biotsko raznovrstnost, bogastvo naravnih vrednot in kulturne dediščine ter različnost turističnih atrakcij in storitev.

### **1.2.1.4. Vizija razvoja slovenskega turizma**

Razvojna vizija poudarja temeljne smeri razvoja slovenskega turizma in je izhodišče za oblikovanje srednjeročne strategije, strateških razvojnih projektov ter vsakoletne vladne razvojne politike, oblikuje pa lahko tudi referenčni okvir za strateške in poslovne politike turističnih podjetij, regionalnih in lokalnih skupnosti.

Kovač (2002, str. 25-26) navaja, da se Slovenija tržno pozicionira do konkurenčnih destinacij kot mlada, majhna, raznovrstna, zanimiva dežela, polna novih doživetij in nenavadnih ponudbenih kombinacij.

- Slovenija je majhna, gostoljubna in prijazna evropska dežela, ki jo lahko odkrivamo na varen in lahko dostopen način.
- Slovenija je edina evropska dežela na stičišču Alp in Jadrana, kjer lahko turist v kratkem času doživi lepote gora, krasa, jezer, rek in skrivnosti morja.
- Slovenija je dežela z ohranjeno in bogato naravo ter kulturo, ki ponuja mir in kakovostne turistične storitve v avtentičnem okolju.
- Slovenija je dežela, ki ima konkurenčne turistične programe in gostu ponuja veliko doživetij za porabljen sredstva.
- Slovenija je dežela z zanimivo ponudbo turističnih programov za mlade in vse tiste, ki cenijo drugačnost in zabavo, aktiven oddih in zdravje, raznovrstnost in varnost.

Slovenska turistična ponudba je usmerjena:

- k vrednotam kot so zdravje, varovanje okolja, naravne vrednote in kulturna dediščina, ki zbujejo ugodje, domačnost ter spodbujajo turista k spoznavanju avtohtone kulture,

- k povečevanju možnosti izbire oziroma čim širše turistične ponudbe, ki s svojo raznovrstnostjo in kakovostjo za ponujeno ceno zadovoljuje pričakovanja gostov,
- k doživetjem, ki prinašajo spremembo, zabavo, gibanje in preizkušanje lastnih sposobnosti.

Slovenska turistična ponudba se deli na deset temeljnih turističnih območij, na katerih se razvija deset temeljnih turističnih usmeritev, ki so združene v tri temeljna področja, in sicer na produktno, geografsko in programsko področje. Temeljna turistična območja so geografske celote, ki ponujajo relativno zaokroženo ponudbo z integriranimi turističnimi proizvodi. Ta območja so: Obala, Goriška, Kras, Ljubljana, širše območje Julijskih Alp, Pohorje-Maribor, Pomurje-Obotlje, Dolenjska, slovensko podeželje in mesta z zaledjem.

Temeljne usmeritve slovenskega turizma so opredeljene na treh temeljnih področjih. Prvo je produktno področje, ki ga sestavljajo zdraviliški, igralniško-zabavišni in poslovni turizem. Drugo geografsko področje sestavlja turistično območje Julijske Alpe, turistično območje Pohorje-Maribor ter turistični območji Krasi in Obale. Zadnje, tretje programsko področje pa obsega 3 E - podeželski turizem, 3 A - rekreativni turizem in 3 D - doživljajski turizem.

V mojem diplomskem delu se bom osredotočil predvsem na 3-E turizem, ki pomeni združitev turističnih storitev s pomočjo marketinškega poudarjanja ekoloških, etnoloških in etoloških danosti. Njegova središčnica je podeželski turizem z vrsto pomembnih etnoloških posebnosti. Vino, kulinarika, slovenska etnološka dediščina in podeželski način življenja predstavljajo široko možnost za razvoj turizma.

#### **1.2.1.5. Strateški cilji razvoja slovenskega turizma**

Strateški cilji so konkretne opredelitve prihodnjega razvoja slovenskega turizma. Sestavljajo jih kvalitativni in kvantitativni cilji, ki so usmerjeni v povečanje globalne konkurenčnosti slovenskega turizma in obsega turistične dejavnosti.

Temeljni kvalitativni strateški cilji razvoja slovenskega turizma (Kovač, 2002, str. 30) so:

- Povečati prepoznavnost Slovenije kot zanimive, atraktivne in varne turistične destinacije s pestrimi doživetji in raznovrstnimi oblikami turistične ponudbe na stičišču Alp in Jadrana.
- Preoblikovati Slovenijo kot pretežno tranzitno državo v deželo s prevladujočim stacionarnim turizmom.
- Povečati vlogo znanja in izboljšati izobrazbeno strukturo zaposlenih na vseh področjih in ravneh razvoja slovenskega turizma.
- Izboljšati prostorske pogoje za razvoj turizma na območjih, ki so strateškega pomena za razvoj turizma.
- Ohranjati varovana naravna območja in opredeliti njihovo rabo za mirno, izobraževalno in doživljajsko pestro turistično ponudbo.
- Izboljšati splošno kakovost in konkurenčnost slovenske turistične ponudbe, še posebej na varovanih območjih.
- Povečati kakovost naravnih vrednot in kulturne dediščine, ki postaja pomemben sestavni del slovenske turistične ponudbe.
- Izboljšati ponudbo posteljnih kapacitet v planinskih kočah, v mladinskih domovih in kampih.

- Povečati pestrost in kakovost ponudbe turističnih kmetij z raznovrstno dodatno ponudbo izdelkov domače obrti in ekološko pridelanih in predelanih živil.
- Izpeljati investicijski cikel, ki bo temeljil na kakovostni obnovi obstoječih in izgradnji novih turističnih kapacitet.

Kvalitativni cilji razvoja slovenskega turizma so še vedno v okvirih naravnih in kulturnih možnosti in sposobnosti, ki jih ima država Slovenija. Vsi kvalitativni cilji slovenskega turizma izražajo potrebno ravnotežje med potrebnim varovanjem naravnih vrednot in kulturne dediščine, prostorskimi in turističnimi možnostmi razvoja.

Temeljni kvantitativni strateški cilji slovenskega turizma (Kovač, 2002, str. 31) pa so:

- povečati letni turistični promet na 1,6 mrd EUR do leta 2006,
- doseči dvakratnik povprečne letne gospodarske rasti Slovenije,
- izpeljati investicijski cikel v vrednosti 1.5 mrd EUR do leta 2010,
- povečati potrošnjo povprečnega hotelskega gosta na 80 EUR/dan do leta 2006,
- povečati povprečno število nočitev za 7% letno do leta 2006,
- povečati povprečno zasedenosti hotelskih prenočitvenih kapacitet na najmanj 50% do leta 2006,
- povečati hotelsko ponudbo za 2500 postelj (4-5 zvezdic) v razvitih turističnih centrih,
- povečati ponudbo za 1500 kakovostnejših ležišč (3 zvezdice) v hotelih družinskega tipa, v manjših hotelih, gostiščih, penzionih, zasebnih sobah in apartmajih,
- povečati število turističnih kmetij (izletniške turistične kmetije, vinotoči) na kapaciteto 6500 sedežev in število turističnih kmetij s prenočišči za najmanj 38 novih do leta 2006.

Slovenski turizem naj bi dosegel in presegel rezultate iz obdobja 1985-1987 in se s tem približal nekaterim fizičnim omejitvam razvoja. Temeljni kvantitativni cilji povečujejo obseg slovenskega turizma približno za tretjino glede na njegov obseg leta 2001. Kvantitativni cilji ne pomenijo množičnega turizma v Sloveniji in ostajajo v okvirih, ki jih omogoča kakovosten in uravnotežen razvoj turistične ponudbe.

Moje mnenje je, da so tako kvalitativni kot kvantitativni cilji dokaj visoko zastavljeni. Sicer so za doseg teh ciljev v turistični politiki predvidena štiri ključna področja delovanja, ki vključujejo konkretne ukrepe in dejavnosti države na področju turizma. Menim pa, da bo uspeh že, če se bo uresničil vsaj del zastavljenih ciljev v celoti.

### **1.2.2. Vpliv turizma na razvoj**

Razvoj turizma ima tako pozitivne kot negativne posledice. Govorimo lahko o prednostih in slabostih razvoja turizma, o njegovih pozitivnih in negativnih učinkih oziroma vplivih. Le ti so očitni predvsem na gospodarskem področju, na sociopsihološkem področju, na kulturnem področju ter na področju ekologije. Vplivi so med seboj povezani in drug od drugega odvisni (Dekleva, 1992, str. 6).

Razvoj turizma vpliva na pospešitev prestrukturiranja gospodarstva. Izvirna turistična ponudba zadovoljuje potrebe gostov le na začetku odkritja neke turistične privlačnosti, a kmalu se pokaže, da to ni dovolj in potrebno jo je dopolniti. To pomeni pospeševanja prestrukturiranja gospodarstva v prid storitvam, ki so sestavni del turistične ponudbe.

Turizem, ki se razvija, ima pozitiven učinek tudi na promocijo nacionalnega gospodarstva in države v celoti.

Na turizem se gleda kot na sredstvo za pospeševanje gospodarskega razvoja in kot na sredstvo, ki bo pomagalo zmanjšati prepad med razvitimi in manj razvitimi deželami in regijami. Istočasno pa obstajajo številni dejavniki, ki negativno vplivajo na tako opredeljeno vlogo turizma in zmanjšujejo njegove pozitivne ekonomske vplive (Mihalič, 2002, str. 1).

### **1.2.2.1. Ekonomski pomen turizma**

Ekonomski pomen turizma se kaže z njegovimi vplivi na razvoj narodnega gospodarstva, ekonomski učinki pa izvirajo iz turistične potrošnje, saj se sredstva, ki so bila ustvarjena v domači državi, pogosto trošijo v drugi turistični državi. Posredno ima turizem vpliv na celo vrsto drugih dejavnosti.

Turizmu danes priznavamo po Mihaličevi (2002, str. 13-63) šest ekonomskih funkcij:

- Devizna funkcija, ki kaže vpliv meddržavnega turizma na devizno in plačilno bilanco ter na mednarodne ekonomske odnose.
- Kompenzacijska funkcija, ki temelji na usmerjenosti fizičnih in monetarnih turističnih tokov in izraža vpliv na izenačevanje stopnje ekonomske razvitosti med državami in regijami.
- Konverzijska funkcija, ki kaže, kako so naravne in kulturne dobrine s pomočjo turističnega gospodarstva pretvarjajo v del turistične ponudbe.
- Absorpcijska funkcija, ki jo nekateri avtorji razumejo kot vpliv turističnega gospodarstva na zaposlenost delovne sile, drugi pa tudi kot vpliv na uravnovešanje kupnih skladov z blagovnimi skladi.
- Multiplikacijska funkcija, ki kaže, v kolikšni meri turistična potrošnja kot oblika osebne potrošnje vpliva ne samo na dohodek turističnega sektorja gospodarstva, temveč tudi na kroženje denarja v narodnem gospodarstvu in tudi na dohodek številnih neturističnih dejavnosti.
- Indukcijska funkcija, ki izraža vplive na povečanje družbenega proizvoda in narodnega dohodka v turističnem gospodarstvu kot tudi v neturističnih sektorjih narodnega gospodarstva.

Z vidika regionalnega razvoja je pomembna predvsem kompenzacijska funkcija, ki se navezuje na sposobnost turizma, da kompenzira razlike v gospodarski razvitosti. V klasični obliki se pojavlja kot teorija konvergence v gospodarski razvitosti. Ločimo svetovni, to je na nivoju držav, in regionalni vidik te teorije.

Kompenzacijska funkcija naj bi zmanjševala razlike v gospodarski razvitosti med regijami v državi, predvsem med glavnim mestom in periferijo. To funkcijo povzroča tako tuj kot domači turizem znotraj ene države, je pa navadno manj opazna, ker se prilivi od obiskovalcev v lokalnem gospodarstvu ali regiji ne registrirajo na plačilni bilanci regije. V primeru prelivanja dohodka med regijami so učinki domače turistične potrošnje enaki učinkom mednarodne turistične potrošnje. Z vidika regije ima namreč domači turizem enak ekonomski učinek kot mednarodni receptivni turizem (Mihalič, 2002, str. 27-28).

### 1.2.2.2. Neekonomski pomen turizma

Turizem je tudi neekonomski pojav, katerega vzroki so posledica doseženega razvoja družbe in katerega posledice segajo na številna neekonomska področja. Neekonomski dejavniki, od katerih je turizem močno odvisen, so predvsem motivi in potrebe, ki nastajajo z industrializacijo, urbanizacijo, motorizacijo in z življenjem v neprimernem okolju. Zadovoljitev potreb po spremembi okolja in načina življenja, po počitku in rekreaciji, zdravju, naravnih in kulturnih dobrinah, pa ima odločilne vplive tudi zunajekonomskega področja.

Neekonomske prednosti turizma na splošno so (Sirše, Stroj, Pobega, 1993, str. 24):

- vpliv na vrednotenje naravne in kulturne dediščine,
- vpliv na kakovost življenja,
- vpliv na kulturno izmenjavo in kulturno ustvarjalnost,
- vpliv na učenje tujih jezikov,
- vpliv na ugled dežele v svetu,
- razbijanje negativnih stereotipov,
- vpliv na politično stabilnost,
- razvita turistična društvena dejavnost,
- vpliv na povezovanje z Evropo.

## 1.3. VLOGA TURIZMA PRI RAZVOJU PODEŽELJA

Podeželje ima velike možnosti za turistični razvoj, s katerim se razvija samozavest in sprememba mišljenja podeželskih ljudi, da je potrebno marsikaj spremeniti v smeri izboljšanja ekonomike poslovanja, da je perspektiva podeželja v višji stopnji predelave in neposredne ponudbe v obliki zadovoljevanja potreb turistov, ki se vse bolj vračajo k naravi, iščejo možnosti rekreacije in doživetij, želijo zdravo ekološko neoporečno ponudbo hrane in pijače (Šauperl, 2000, str. 17).

### 1.3.1 Turizem na podeželju

Ena od razvojnih možnosti oziroma ena izmed možnih dopolnilnih dejavnosti, ki ustreza novejšim pristopom razvoja podeželja, je turizem na podeželju. Njegova osnovna usmeritev je nasprotje koncentriranemu, množičnemu turizmu v razvitih turističnih krajih, kajti turizem v tem primeru ni osnovna, temveč dopolnilna dejavnost. Takšen turizem ima prihodnost zaradi naslednjih dejavnikov (Butler, Hall, 1997, str. 47-56):

- Vse večja ekološka osveščenost in težnja po doživljanju neokrnjene narave.
- Ljudje so spremenili način izrabe dopusta, več potujejo, menjavajo kraj dopusta, radi hodijo na krajše izlete v naravo.
- Oddih želijo preživeti aktivno: ukvarjajo se s športom, nabirajo gozdne sadeže, jahajo, kolesarijo, sodelujejo pri kmečkih opravilih.
- Dežela je za mnoge neodkrita možnost, posebnost, kamor ni prodrla turistična industrija in spremljajoči objekti.
- Obiskovalec na deželi se ne počuti kot turist, temveč kot gost, katerega posamezne zahteve so lažje rešljive.

- Mestni človek želi v prostem času spremeniti svoje bivalno okolje, zato postajajo zaledja urbanih središč vse bolj cilj nedeljskih izletnikov.
- Razvojne težnje gredo v smeri celovite, pestre in svojevrstne ponudbe (npr. povezovanje gostinske, turistične, kulturne in sprostitvene ponudbe).

V okviru razvoja podeželja je mišljen pod pojmom turizem na podeželju predvsem turizem na kmetijah ali kmečki turizem. Poleg kmečkega turizma poznamo še turizem na vasi in turizem na deželi, kar pa ni isto, čeprav se ti izraz v praksi med seboj mešajo. Običajno za vsako turistično obliko na podeželju ljudje uporabljajo izraz kmečki turizem. Turizem na vasi je turistična dejavnost, ki se pojavlja v okviru celotne vasi, celotnega naselja. Pri turizmu na deželi pa se poleg kmetov ponudnikov pojavljajo kot ponudniki tudi gostilničarji, lastniki zasebnih sob... Kmečki turizem je oblika turistične ponudbe, ki je povezana s kmetijsko dejavnostjo, ki vključuje v svoji turistični ponudbi prenočišče, hrano, različne dodatne dejavnosti, povezane s kmetijstvom (možnost soudeležbe pri kmečkih opravilih), ter posebne oblike rekreacije (kolesarjenje, jahanje, ribarjenje...) (Šauperl, 2000, str. 15-16).

Turizem ima lahko pozitivne ali negativne vplive na podeželske skupnosti, kar spreminja njihov gospodarski položaj, družbeno - kulturno življenje in naravno okolje. Turizem se obnaša podobno kot druge gospodarske panoge, njihov razvoj je namreč težko nadzorovati in nikoli ni mogoče vzpostaviti začetnega stanja. Mnogi primeri kažejo, da je zelo težko doseči soglasje o tem, kako daleč naj bi razvijali turizem in še težje, kakšen turizem naj bi razvijali. Hkrati je v praksi razvoj turizma pogosto načrtovan izven kraja samega, kar pomeni, da potrebe in interesi lokalnih skupnosti pogosto niso zastopani.

V okviru turizma se uveljavlja pojem trajnostnega turizma. Načelo trajnosti temelji na uravnoteženem upoštevanju okoljskih, ekonomskih in socialnih dejavnikov pri načrtovanju razvoja. Koristi, ki jih lahko ima lokalna skupnost od trajnostnega turizma, so po navedbah Svetovne turistične organizacije naslednje (WTO: Developing Sustainable tourism, 1998, str.13):

- Turizem ustvarja lokalna delovna mesta in dohodek.
- Turistični razvoj lahko stimulira ustanavljanje lokalnih turističnih podjetij. S tem se ponudi možnost za lokalno investiranje, zaposlitev, dohodek. Na splošno pa pripomore k razvijanju občutka za podjetništvo, ki prej na takem območju ni bilo prisotno.
- Povečanje dohodka na račun novih služb in podjetji vodi k izboljšanju lokalnega življenjskega standarda.
- Lokalna turistična renta je lahko namenjena za izboljšanje infrastrukture, storitev za lokalno prebivalstvo, kot so šole, zdravstveni domovi.
- Turizem lahko oskrbi nove trge z lokalnimi produkti (povezanimi z agrikulturo, umetnostjo, obrtjo) in tako spodbuja razvoj drugih lokalnih ekonomskih sektorjev.
- Turizem spodbuja razvoj novih trgovin, rekreativnih in kulturnih možnosti (posebnih trgovin, parkov, kulturnih centrov), ki jih lahko uporablja tudi lokalno prebivalstvo. Turizem lahko zagotovi sredstva za kulturne dejavnosti, na primer gledališke predstave, ki si jih lokalno prebivalstvo sicer ne bi moglo privoščiti.

Lokalna skupnost pa mora vedeti, da v primeru, da razvoj turizma ni načrtovan najbolje, lahko pride do negativnih posledic za lokalno območje, ki so odraz nenadzorovanega in preneglega razvoja turizma. Najbolj sporen problem razvoja turizma predstavljajo ekološke posledice (Dekleva, 1992, str. 7):

- Hrup zaradi večjega prometa in problemi s parkirnimi prostori.
- Onesnaževanje zraka zaradi avtomobilov in drugih storitvenih kapacitet.
- Uničevanje vegetacije (nabiranje rastlin, požari, poseki, odlagališča smeti).
- Onesnaževanje kakovostne pitne vode ter vznemirjanje divjih živali.

S skrbnim načrtovanjem in učinkovitim vodenjem turizma so koristi lahko maksimalne in problemi zminimizirani. Nekatere tržne pomanjkljivosti so neizogibne v vsakem razvoju, vključno s turističnim. Vsaka skupnost mora maksimizirati koristi ter zmanjšati pomanjkljivosti in probleme pri razvijanju turizma.

### **1.3.2. Turizem na kmetijah v Sloveniji**

Turizem na kmetijah ima v Sloveniji dolgo tradicijo in je danes vsekakor najpomembnejša dopolnilna dejavnost na kmetijah. Glede na sodobne trende v turizmu je tržno zanimiv in kakovosten turistični proizvod, ki temelji na privlačnosti naravne in kulturne dediščine podeželja, gostoljubnosti, domačnosti, znanju podeželskih ljudi in individualnosti.

Zametki podeželskega turizma v Sloveniji segajo že pred drugo svetovno vojno, ko so kmetje oddajali sobe turistom. Ko se je povpraševanje po možnostih preživljanja počitnic na kmetijah povečalo, so kmetje poleg prenočišč začeli nuditi tudi hrano. Danes kmetje s turizmom pridobivajo dodatni dohodek in si s tem izboljšujejo svoj ekonomski položaj. S tem se ohranja tudi naseljenost in urejenost kmetij in podeželja. Ljudje, ki ostajajo na kmetijah v odročnih predelih Slovenije, ohranjajo in zagotavljajo turistično zaledje, kajti brez ljudi, urejenih kmetij in lepe narave ta svet za turiste ne bi bil zanimiv.

Temeljni razvojni okvir razvoja turizma na turističnih kmetijah v obdobju 2002-2006 predstavlja (Kovač, 2002, str. 52):

- razvoj celotne turistične ponudbe vasi in novih turističnih kmetij, med katerimi prevladujejo predvsem kmetije z nastanitvenimi kapacitetami,
- spodbujanje trženjskih aktivnosti v okviru turističnih agencij in nadaljevanje domače in mednarodne promocije v okviru združenja turističnih kmetij Slovenije in STO,
- povezovanje razvoja turizma na kmetijah oziroma na podeželju z evropskimi predpristopnimi pomočmi (SAPARD),
- vzpostavitev registra turističnih kmetij in povezava turističnih kmetij v integralni turistični informacijski sistem na ravni države.

Za razvoj turizma na kmetijah skrbi Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano skupaj z organi ministrstva v sestavi in Kmetijsko gospodarsko zbornico preko kmetijske svetovalne službe. Od leta 1997 je za marketinško predstavitev z domačimi in tujimi gosti zadolženo Združenje turističnih kmetij Slovenije, ob finančni podpori Ministrstva za gospodarstvo in Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano in promocijski podpori Slovenske turistične organizacije na tujih trgih.



## 2. REGIONALNI RAZVOJ

### 2.1. OPREDELITEV POJMOV

V povezavi z regionalnim razvojem se pojavljajo različni pojmi, kot so regija, razvoj. Iz teh dveh pojmov izhaja tudi sam pojem regionalni razvoj in regionalna politika. Zaradi lažjega razumevanja nadaljevanja bom najprej opredelil te pojme in podal njihove razlage.

Pokrajino ali regijo tvori homogena teritorialna enota s skupnimi narodnogospodarskimi, geografsko - prometnimi in zgodovinsko - kulturnimi pogoji in tradicijami. Navadno je to gravitacijsko polje njenega največjega urbanega središča. Tako oblikovana regija je enotno vodena in je gospodarsko zaokrožena celota, s čimer se pri njenih prebivalcih ustvarja občutek pripadnosti in odgovornosti za stvari skupnega pomena. Pokrajina je običajno odgovorna za poln razvoj lastnih gospodarskih resursov, za ohranjanje proizvodnih možnosti in ustvarjanje bogastva (Šmidovnik, 1993, str. 200). V mojem diplomskem delu je regija obravnavana kot območje, ki je geografska celota in kjer živi prebivalstvo, ki ga vežejo skupen jezik, kultura, zgodovina ter skupni gospodarski in drugi interesi.

Razvoj je celovit in večdimenzionalen proces družbenih sprememb, v katerem se preobrazata značaj in struktura gospodarstva ter družbe. Ta proces spodbuja oblikovanje aktivnega, ustvarjalnega in inovativnega odnosa razvojnih subjektov do preteklosti, sedanjosti in predvsem do prihodnosti. Procesu družbenih sprememb vodijo k trajnostnejši izrabi razpoložljivih razvojnih potencialov, zviševanju kakovosti življenja vseh članov družbe, zmanjšanju odvisnosti ter izboljšanju razpoznavnosti in avtonomnosti družbe na globalni ravni (Gulič, Praper, 2000, str. 134).

Pojem regionalni razvoj se je izoblikoval in uveljavil po drugi svetovni vojni in postaja v sodobnih državah vedno bolj pomemben. Ena od razlag regionalnega razvoja pravi, da se regionalni razvoj ukvarja s tem, kako stremeljenja in ukrepe globalne (državne in nacionalne) gospodarske politike prenesti ali implicirati na regije, proučuje pa tudi, kakšni so regionalni učinki zastavljene politike in kakšna naj bo politika naložb glede na regionalne razlike (Vrišer, 1978, str. 52). Namen regionalnega razvoja je zmanjševanje in odpravljanje razlik v stopnji razvitosti regij in tudi razlik v kakovosti življenja njihovih prebivalcev. S tem se zmanjšuje obseg medsebojne odvisnosti razvoja bolj in manj razvitih regij. Spodbujanje regionalnega razvoja je zaradi ekonomskih, socialnih, prostorskih in tudi političnih razlogov pomemben del nacionalne gospodarske politike v razvitih državah.

Regionalna politika pomeni prenos gospodarske in družbene politike na regionalno raven. Deluje v smeri bolj enakomernega regionalnega, predvsem gospodarskega razvoja. Cilj regionalne politike je ustvariti ekonomsko ustrezne odnose v teritorialni strukturi gospodarstva in prispevati k aktiviranju vseh razpoložljivih možnosti gospodarskega razvoja (Kavaš, Strmšnik, Pečar, 2000, str. 88). V enciklopediji Slovenije je regionalna politika definirana kot del splošne gospodarske, razvojne ali strukturne politike, ki se izrecno nanaša na prostorsko porazdelitev dejavnosti, kot ukrepi za zmanjšanje razlik v življenjskih in delovnih pogojih med posameznimi regijami v državi in kot državno pomoč regijam s posebnimi razvojnimi problemi. Regionalna politika je tudi vgrajena v druge gospodarske politike (industrijsko, kmetijsko, zaposlitveno, transportno,...) kot "regionalni" vidik razvoja ali kot regionalizacija ciljev, ki si jih zastavlja gospodarska politika.

## **2.2. STATISTIČNE REGIJE V SLOVENIJI**

Obstoj regij je osnova za obvladljiv razvoj Slovenije, saj kvalitetnega razvoja ni mogoče voditi le z enega mesta. Potrebe po oblikovanju regij pa izhajajo tudi z vidik vključevanja Slovenije v EU. V tem primeru so regije potrebne zaradi primerljivosti z deželami EU, velikega prenosa sredstev strukturnega sklada EU za regionalni razvoj in prekomejnega sodelovanja ter vzpostavitve regionalne statistike (Ravbar, 2002, str. 321).

### **2.2.1. Razdelitev Slovenije na statistične regije**

V EU so regije določene po statistični nomenklaturi NUTS (Nomenclature of territorial units for statistics). V Sloveniji smo ta izraz prevedli kot SKTE (Statistična Klasifikacija Teritorialnih Enot). Celoten prostor EU je po tej nomenklaturi razdeljen na pet ravni. Prva, NUTS-1 raven, zavzema 77 regij, druga, NUTS-2, raven zajema 206 upravno-administrativnih regij. Tretja raven NUTS-3, ki deli NUTS-2 na 1031 enot (provincije v Italiji, okrožja v Nemčiji). Raven SKTE-4 predstavljajo upravne enote, NUTS-5 pa občine. Statistične regije v Sloveniji odgovarjajo enotam NUTS-3.

V Sloveniji obstajajo tri možne opcije za delitev na pokrajine: na šest, osem ali dvanajst. Najboljša bi bila členitev na šest pokrajin. Ob taki členitvi se namreč izravnavajo razlike med posameznimi pokrajinami. Najmanjše so razlike med njimi po številu prebivalcev, velikosti in ostalih kazalcih. Vendar je šest pokrajin manj verjetnih od osmih, saj je težko pričakovati, da bi Koprška in Goriška ter Štajerska in Prekmurje želeli, da so združeni v eni pokrajini. Členitev na osem pokrajin ima tudi največjo podporo v strokovnih krogih, saj še vedno zadosti cilju, da bi bile pokrajine močne (Taškar, 2003, str. 2). Potrebna bi bila čim hitrejša vzpostavitev vsaj programskih regij, s pomočjo katerih bi lahko ta področja gospodarsko in kulturno okrepili in s tem bolje pripravili na regionalne izzive v prihodnosti.

V odsotnosti pokrajin se za vodenje evropske strukturne politike uporabljajo statistične regije, ki so se izkazale kot zelo primerne za prikaz razčlenitvenih ravni po klasifikaciji NUTS in se uporabljajo pri evidentiranju, zbiranju, obdelovanju, analiziranju, posredovanju in izkazovanju podatkov o teritorialni razdelitvi (Uradni list RS, št. 60/99). Slovenija je razdeljena na dvanajst statističnih regij: Goriško, Obalno-kraško, Notranjsko-kraško, Osrednjeslovensko, Gorenjsko, Dolenjsko, Zasavsko, Spodnjeposavsko, Savinjsko, Koroško, Podravska in Pomurska.

### **2.2.2. Razlike v razvitost slovenskih statističnih regij**

Velike medregionalne razlike v sestavi proizvodnje, višini dohodka na prebivalca, stopnji nezaposlenosti, migracijah in starostni sestavi prebivalstva so temeljni razlog za nastanek problemskih območij oziroma regij s posebnimi razvojnimi težavami. Mednje uvrščamo ekonomsko šibke regije, regije s slabo gospodarsko strukturo in visoko brezposelnostjo, težje dostopne in obmejne regije ter okoljsko degradirane regije (Nared, 2002, str. 34).

Tabela 1: Bruto domači proizvod na prebivalca po statističnih regijah v letu 2001

| Statistične regije    | Bruto domači proizvod na prebivalca |       |                          |
|-----------------------|-------------------------------------|-------|--------------------------|
|                       | Tekoče cene<br>1000 SIT             | USD   | Indeksi<br>Slovenija=100 |
| SLOVENIJA             | 2380                                | 9803  | 100,0                    |
| Pomurska              | 1692                                | 6968  | 71,1                     |
| Spodnjeposavska       | 2071                                | 8533  | 87,0                     |
| Podravska             | 1975                                | 8137  | 83,0                     |
| Zasavska              | 1810                                | 7457  | 76,1                     |
| Savinjska             | 2129                                | 8772  | 89,5                     |
| Koroška               | 1991                                | 8203  | 83,7                     |
| Notranjsko- kraška    | 1869                                | 7699  | 78,5                     |
| Jugovzhodna Slovenija | 2158                                | 8890  | 90,7                     |
| Goriška               | 2347                                | 9666  | 98,6                     |
| Gorenjska             | 2132                                | 8747  | 89,2                     |
| Obalno-kraška         | 2512                                | 10348 | 105,6                    |
| Osrednjeslovenska     | 3302                                | 13603 | 138,8                    |

Vir: Statistični letopis RS 2003, str. 549.

Analiza po bruto domačem proizvodu na prebivalca kaže na veliko razliko med statističnimi regijami. Največji odklon od slovenskega povprečja v negativnem smislu beleži pomurska regija, sledita pa ji zasavska in notranjsko-kraška. Te tri regije ne dosežajo niti 80 indeksnih točk od slovenskega povprečja. V sredini, to je med 80 in 90 indeksnimi točkami, so podravska, spodnjeposavska, savinjska, koroška in gorenjska regija ter Jugovzhodna Slovenija. Blizu slovenskemu povprečju sta goriška regija, nekoliko pod, in obalno-kraška nekoliko nad tem povprečjem. Najvišji bruto domači proizvod na prebivalca pa ima Osrednjeslovenska regija, kar 138,8 indeksnih točk, to pa znese 13603 ameriških dolarjev in je že blizu povprečnemu bruto domačem proizvodu na prebivalca v EU.

Pri podrobnejši analizi drugih kazalcev razvitosti (razvoju prebivalstva, stopnji nezaposlenosti, migracijah, starostni sestavi prebivalstva,...) po statističnih regijah se kažejo velike razlike v razvitosti med vzhodnimi, pretežno slabo razvitimi regijami in zahodnejšimi, ki so precej bolj razvite. Dobro so razvite regije ob meji z Italijo in osrednjeslovenska regija z glavnim mestom Ljubljano, predvsem zaradi dobre povezave in orientiranosti na zahod. Slabše razvite vzhodne regije so veliko izgubile z razpadom bivše skupne države, na katerega so bile bolj orientirane, tare pa jih tudi slaba cestna povezava z ostalimi regijami. Vsem regijam pa primanjkuje skupne vizije, kako bi razvili določene gospodarske dejavnosti. Tu mislim predvsem na turistično dejavnost, v kateri obstaja se veliko priložnosti za razvoj tako dobro razvitih regij (goriške, obalno-kraške, gorenjske) kot tudi slabše razvitih regij (pomurske, podravske, savinjske) (Vrišer, 2001, str. 74-84).

Največje razvojne možnosti ima osrednjeslovenska regija, ki predstavlja glavni razvojni pol Slovenije, ki sloni na gospodarski moči, izobraženi delovni sili, visoki tehnologiji, na vključenosti v omrežje evropskih mest, povezanosti gospodarstva in razvojnih ustanov, pa tudi na zgostitvi vseh pomembnejših državnih služb. Sledita ji obalno-kraška in gorenjska regija, ki imata tudi veliko razvojnih možnosti. Na dnu po razvojnih možnostih so zasavska, spodnjeposavska in pomurska regija. Te slednje bi še posebej morale pritegniti pozornost

odgovornih za regionalno razvojno politiko v Sloveniji, saj jim brez ustrezne pomoči grozi nadaljnja stagnacija in morda celo industrijski zaton v povezavi z depopulacijo regij, kar je v nasprotju z interesi skladnega regionalnega razvoja Slovenije.

Pri analizi statističnih regij je zelo opazno tudi dejstvo, da obstajajo precejšnje razlike tudi znotraj samih regij. Razlike so prisotne tako v razvitosti kot poseljenosti in po prevladujočih gospodarskih dejavnostih. Tak primer je osrednjeslovenska regija, kjer so opazne velike razlike med občinami, ki so v bližini občine Ljubljana in so z njo dobro transportno in infrastrukturno povezane ter občinami južno in jugovzhodno, to so občine v okolici Kočevja in Ribnice, ki so precej slabše razvite in tudi precej slabše poseljene.

## **2.3. REGIONALNI RAZVOJ V SLOVENIJI**

S pospeševanjem regionalnega razvoja skušamo odpraviti ali vsaj ublažiti posledice tržnega gospodarstva, ki povzročajo regionalne razlike med pokrajinami in zaradi katerih nekateri deli Slovenije uživajo prednosti, drugi pa so zapostavljeni in njihov razvoj stagnira ali celo relativno nazaduje. Vzroki za ta gibanja so zgodovinski razvoj, privlačnost za naložbe, prometni položaj, obmejna lega, socialne razmere in tudi družbena psihološka naravnost za uvajanje novosti in dosego napredka. Regionalne razlike ustvarjajo neutemeljeno razlikovanje med posameznimi območji, ki gre v končnih posledicah na škodo celotne družbene skupnosti. Povzročajo tudi politične probleme, ki se jim v naprednih državah poizkušajo izogniti s preiščeno regionalno politiko (Načrtovanje regionalnega razvoja v Sloveniji, 2003).

Regionalni razvoj Slovenije je vedno bolj odvisen od vpletenosti v omrežje evropskih gospodarstev. Gospodarski razvoj predvsem mest in mestnih regij je namreč neločljivo povezan z razvojem produkcije, finančnega gospodarstva in služnostnih dejavnosti. Z vstopom Slovenije v EU se bodo vplivi le še krepili in poglobljali. Sloveniji gre v prid dejstvo, da se zaradi gospodarskega odpiranja "vzhoda" najpropulzivnejša gravitacijska žarišča Evrope predstavljajo proti vzhodu in jugu, v trikotnik Frankfurt- Dunaj (Praga)- Benetke (Trst). Gestrateški položaj Slovenije omogoča torej povezovanje tako na ravni mestnih regij kot tudi na ravni različnih evropskih regij.

Sodobni regionalni, naselbinski in demografski razvoj Slovenije se ne razlikuje bistveno od strukturnih sprememb v Srednji Evropi. Prepoznavna je gospodarska krepitev mest in širitev njihovih urbaniziranih vplivnih območij, povezanih s koncentracijo delovnih mest v uslužnostnih dejavnostih.

### **2.3.1. Kratka zgodovina regionalnega razvoja v Sloveniji**

V Sloveniji so se pričeli ukvarjati s politiko pospeševanja razvoja manj razvitih območij leta 1971. Sprejetih je bilo več zakonov: Zakon o ukrepih za pospeševanja razvoja manj razvitih območij SR Slovenije, Zakon o pospeševanju skladnejšega regionalnega razvoja SRS, zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o pospeševanju skladnejšega regionalnega razvoja v SRS. Glavni cilj teh zakonov je bilo postopno odpravljanje razlik v stopnji gospodarske razvitosti med posameznimi občinami in geografskimi območji in postopno izenačevanje pogojev za življenje in delo prebivalstva. To naj bi dosegli z gospodarskim vlaganjem, razvojem infrastrukture in z razvojem družbenih dejavnosti ter pomočjo prebivalstvu manj razvitih območij.

Z novimi družbenoekonomskimi razmerami in uvedbo tržnega gospodarstva po letu 1990 se opusti dotedanji način izvajanja regionalne razvojne politike. Sprejet je bil Zakon o spodbujanju razvoja demografsko ogroženih območij v Republiki Sloveniji. V njem so opredelili demografsko ogrožena področja na podlagi dveh demografskih kriterijev, indeksa staranja in indeksa rasti prebivalstva. S tem se je obseg območij, ki so upravičena do posebnih sredstev, močno povečal. Temeljni cilji regionalne politike v tem obdobju so bili izboljšanje pogojev za življenje in delo na ruralnih območjih in ohranjanje poseljenosti podeželskih območij.

V devetdesetih letih so se poleg tradicionalnih razlik med bolj ali manj razvitimi območji pojavile še nove oblike regionalnih disparitet. Posebno skrb so vzbujale razmere v starih, tradicionalnih industrijskih in rudarskih območjih, kjer so se razmere zaradi zastarelih proizvodnih programov, opuščanja nekaterih dejavnosti in organizacijske in duhovne okostenelosti hitro poslabševale. Leta 1994 se pripravi Zakon o spodbujanju skladnejšega regionalnega razvoja, ko postane jasno, da so nekateri predeli Slovenije močno zaostali v razvoju. V tem času se začnejo krepiti dejavnosti v zvezi z priključitvijo Slovenije EU. S tem pride do novih zahtev po uskladitvi naše pravne ureditve v skladu z evropskimi pravili. Potrebna sta bila enoten in učinkovit koncept vodenja politike regionalnega razvoja in zagotavljanje učinkovitosti medresorskega usklajevanja razvojnih programov ob sodelovanju lokalnih skupnosti (Kavaš, Strmšnik, Pečar, 2000, str. 88-92).

### **2.3.2. Prenova regionalne politike**

Prenova regionalne politike, ki jo obravnava Strategija regionalnega razvoja Slovenije, je širok projekt, ki prinaša reformo institucij na nacionalni in lokalni ravni ter vzpostavitev novih institucij na regionalni ravni. Prenova regionalne politike temelji na analizi regionalnih razlik, analizi obstoječe regionalne politike, primerjavi slovenske regionalne politike z regionalno politiko razvitih držav in analizi razvojnih možnosti slovenskih regij.

Slovenija je v letu 1998 pričela z reformo regionalne politike in rezultat tega je regionalna strukturna politika, ki vzpostavlja nov sistem spodbujanja regionalnega razvoja. Ta je skladen z razvojno politiko razvitih držav, ki temelji na strategiji endogenega razvoja, torej na konceptu razvoja, ki je zasnovan na razvojnih potencialih regije, katere dopolnjujejo ukrepi za pritegovanje novih podjetij in investicij v regijo (Državni razvojni program 2001-2006, 2003).

Prejšnja regionalna politika v Sloveniji je zasledovala drugačne cilje od prenovljene regionalne politike. Prenova regionalne politike ima ambicioznejše cilje in je bila narejena (Kavaš, Strmšnik, Pečar, 2000, str. 84):

- zaradi premajhne učinkovitosti in nedoseganja ciljev dosedanje regionalne politike,
- zaradi priprav na vključitev Slovenije v EU,
- zaradi priprave in uveljavitve pogajalskih izhodišč pri vključevanju v EU,
- zaradi slabega izkoriščanja lokalnih razvojnih pobud in odsotnosti regionalne dimenzije v sektorskih razvojnih programih,
- kot pogoj izvajanja reforme kmetijske politike in drugih sektorskih razvojnih politik,
- zaradi dokončanja projekta reforme državne uprave,
- zaradi nedokončanja reforme lokalne samouprave.

Prenova regionalne politike prinaša nov integralni pristop k spodbujanju regionalnega razvoja, ki želi doseči hkratno izgrajevanje strategije, inštrumentarija in organiziranosti za izvajanje regionalne politike na vseh administrativnih ravneh. Želi se doseči tudi programsko in finančno koordinacijo regionalne s strukturnimi (sektorskimi) in področnimi politikami, še posebej tistimi z močnim regionalnim vplivom. V Sloveniji je zakon uveljavil termin regionalna strukturna politika, ki vsebinsko ustrezno odraža prepletanje regionalne in strukturne (sektorske oziroma področne) dimenzije ukrepanja države (Kavaš, Strmšnik, Pečar, 2000, str. 109).

Reforma slovenske regionalne politike črpa iz izkušenj regionalnih politik razvitih držav. Povezana je z regionalno politiko EU, čeprav ostaja osnovni razlog reforme slovenske regionalne politike notranji, torej povečanje regionalnih razlik in neuspešnost dosedanje regionalne politike. Z vstopom v EU bo prišlo do bolj neposrednega povezovanja regionalnih gospodarstev s sosednjimi regionalnimi gospodarstvi tudi izven Slovenije.

Pred kratkim je bil sprejet Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja, ki bo nadomestil leta 1999 sprejeti istoimenski zakon. Ta zakon je potreben, ker Slovenija še nima pokrajin, ki bi se lahko vključevale v regionalno strukturno politiko EU. Namesto dosedanjih dvanajst statističnih regij naj bi bila Slovenija razdeljena na 14 razvojnih regij.

### **2.3.2.1. Vizija in cilji Strategije regionalnega razvoja Slovenije**

Pri prenovi regionalne politike se je na novo opredelilo tudi vizijo regionalne politike v Sloveniji, ki se glasi: Vizija regionalnega razvoja v Sloveniji so uravnoteženi gospodarski, socialni, zdravstveni, kulturni, prostorski in okoljski vidiki razvoja v vseh slovenskih regijah, kar bo zagotovilo visoko življenjsko raven in kakovost zdravja ter bivalnega okolja vseh prebivalcev Slovenije. Vizija stremi k trajnostnemu razvoju v najširšem pomenu, ki optimalno izrablja vse potencialne v regiji, pri tem pa ne zmanjšuje virov in možnosti razvoja prihodnjih generacij (Strategija regionalnega razvoja Slovenije, 2001, str. 5).

Za zmanjšanje razvojnega zaostanka slovenskih regij za povprečjem EU bo potreben dolgotrajen proces, ki ga je možno pospešiti z dvigom konkurenčnosti Slovenije in njenih regij. Dolgoročni cilj Strategije regionalnega razvoja Slovenije je visok življenjski standard prebivalcev vseh slovenskih regij in hitrejša rast BDP na prebivalca od EU povprečja.

Srednjeročni cilji Strategije regionalnega razvoja (Strategija regionalnega razvoja Slovenije, 2001, str. 7) v obdobju do leta 2006 pa so:

- Zmanjševanje razlik v gospodarski razvitosti in pri življenjskih možnostih med regijami, s poudarkom na celostnem razvoju podeželja: zmanjšanje razlike v BDP na prebivalca iz 1,7:1 na razmerje 1,5:1 med regijo z najvišjim BDP na prebivalca in regijo z najnižjim BDP na prebivalca.
- Gospodarski, socialni in prostorski razvoj vseh slovenskih regij in preprečevanje nastajanja novih območij z večjimi razvojnimi potrebami: dvig BDP na prebivalca in zmanjšanje registrirane stopnje brezposelnosti v vseh statističnih regijah.
- Ohranjanje poseljenosti na celotnem ozemlju Republike Slovenije ob upoštevanju policentričnega sistema poselitve: neto medregijski selitveni saldo v nobeni slovenski statistični regiji ne bo večji od -0,5 prebivalca na 1000 prebivalcev.
- Izboljšanje relativnega položaja slovenskih regij, merjeno v BDP na prebivalca, v primerjavi s podobnimi regijami v Evropi.

- Pospeševanje razvoja okolju prijaznega gospodarstva ter varovanje naravnih dobrin, naravne in kulturne dediščine ter drugega javnega dobrega.

Poglavitni cilji regionalne politike so aktiviranje nezaposlenih virov in potencialov posameznih regij, pridobivanje manjkajočih faktorjev in povečanje proizvodnje ter prihodkov. V nadpovprečno razvitih regijah (osrednjeslovenska, obalno – kraška) je cilj lahko tudi razbremenitev regije in zavarovanje njenega okolja.

### **2.3.2.2. Nosilci izvajanja regionalne razvojne politike**

Nosilci regionalne razvojne politike so vsi akterji, ki lahko s svojo politično ali/in ekonomsko močjo vplivajo na regionalne politične odločitve oziroma aktivno vplivajo na razvoj posamezne regije.

Reforma regionalne strukturne politike je prinesla oblikovanje novih institucij na regionalni in lokalni ravni. Za območje ene ali več statističnih regij je bilo predvideno, da se ustanovi Regionalna razvojna agencija (RRA). Ustanovijo jo občine in osebe javnega in zasebnega prava, agencija pa bo opravljala razvojne naloge za regijo. Regionalna politika bo spodbujala oblikovanje racionalne mreže regionalnih razvojnih agencij za območje ene ali več statističnih regij. V Sloveniji je trenutno 12 regionalnih razvojnih agencij. Območja delovanja RRA so povečini skladna s statističnimi regijami, razen v petih regijah: Savinjska (brez Radeč), Zasavska (vključuje še občini Litija in Radeče), Osrednjeslovenska ( brez Litije), Obalno-kraška regija vključuje občino Ilirska Bistrica, ki spada v Notranjsko-kraško regijo. Štiri RRA so organizirane kot mrežne agencije, na Gorenjskem, Goriškem, Obalno-kraškem in v Podravju. Tu je pogodbeno povezanih več razvojnih agencij, ena od njih pa je nosilna (Pečar, Farič, 2001, str. 15-16).

Na nacionalni ravni je v okviru Ministrstva za gospodarstvo ustanovljena Agencija Republike Slovenije za regionalni razvoj. Agencija je osrednja državna institucija za koordinacijo strukturne politike. Njene glavne naloge so pospeševanje regionalnega razvoja, pripravljanje in spremljanje strategije regionalnega razvoja Slovenije in državnega razvojnega programa, ter tudi izdelovanje letnih poročil in analiz uresničevanja strukturne politike EU v Sloveniji. Skrbi tudi za časovno usklajenost postopkov za pridobivanje sredstev in za zagotavljanje financiranja iz domačih virov, ter zagotavlja svetovalno podporo regionalnim in lokalnim skupnostim ter institucijam.

Nosilec regionalne politike je tudi Svet za strukturno politiko, ki je bil ustanovljen kot usklajevalni organ Vlade Republike Slovenije za področje strukturne politike in regionalnega razvoja. Odgovoren je za vsebinski nadzor in ekonomsko politične odločitve v fazi izvajanja Državnega razvojnega programa. Svet obravnava in usklajuje glavne razvojne dokumente ter usklajuje pobude in predlaga spremembe teh dokumentov.

Poleg zgoraj naštetih institucij so za izvajanje regionalne razvojne politike zadolženi še nekateri drugi nosilci: Javni sklad za regionalni razvoj, Sklad za regionalni razvoj in ohranjanje poseljenosti slovenskega podeželja, ki je namenjen za trajnejše doseganje javnih ciljev na področju regionalne politike, lokalne skupnosti, občine in drugi.

### 2.3.4. Razvoj podeželja kot eden izmed ciljev regionalne politike

V Sloveniji podeželska območja obsegajo večino države. Ker velikih mest Slovenija nima, je njen podeželski značaj še toliko bolj izstopajoč. Slovensko podeželje je zelo raznoliko. Poleg naravno-geografskih dejavnikov je za to v veliki meri kriva preobrazba, ki je predvsem v zadnjih desetih letih hitro napredovala. Danes podeželsko prebivalstvo, z dobro dostopnostjo do središčnih naselij višjih stopenj, uživa prednosti življenja v prijetnejšem in običajno bolj zdravem okolju. Drugače pa je na območjih s slabšo dostopnostjo, kjer je povprečna življenjska raven precej nižja, drugačen je tudi način življenja in gospodarjenja tamkajšnjega prebivalstva. Večja je odvisnost od kmetijstva in gozdarstva. Navadno gre v takih primerih tudi za območja z manj ugodnimi pogoji za kmetovanje in posledica tega je slabša gospodarska uspešnost. Na takih področjih se srečujemo s številnimi razvojnimi problemi, kot so nizka življenjska raven, manjša gostota prebivalstva, odseljivanje mladega prebivalstva, neugodna starostna in izobrazbena sestava prebivalstva in drugo (Pelc, 2002, str. 228).

Pod pojmom "razvoj podeželja" razumemo številne razvojne aktivnosti na gospodarskem, kulturnem, naravovarstvenem in družbenem področju dela, z naslednjimi cilji:

- Ohranitev poseljenosti podeželskih območij.
- Zagotovitev ustrezne kakovosti življenja podeželskega prebivalstva (možnosti pridobivanja dohodka in tehničnih standardov bivanja: kakovost stanovanja, infrastrukturna opremljenost ter možnost oskrbe in dostopa do socialnih, izobraževalnih in kulturnih dobrin).

Z razvojem podeželja se ukvarja regionalna strukturna politika. Za razliko od tradicionalnih politik spodbujanja razvoja podeželja, ki je kot osnovni problem izpostavljala pomanjkanje kapitala in infrastrukture, temeljijo sodobni pristopi v regionalni politiki na spodbujanju samoiniciativnosti, inovativnosti, informacijskih povezav ter na razvoju novih dejavnosti na osnovi lokalnih razvojnih potencialov, naravnih danosti, dediščine, tradicionalnih znanj in spretnosti prebivalcev.

Ukrepi slovenske regionalne strukturne politike za razvoj podeželja, ki se odražajo v različnih programih, skušajo zasledovati naslednje cilje:

- dvigniti produktivnost kmetij in vzpodbuditi njihovo tržno naravnost,
- izboljšati dohodek kmeta in oblikovati možnosti za samozaposlitev na kmetiji,
- ustrezna infrastrukturna opremljenost podeželja,
- ohranjati poseljenost in kulturni videz krajine,
- dvigniti kvaliteto življenja na podeželju.

Razvoj podeželja je potrebno podpreti tudi z ustrežno infrastrukturo. Danes se v predvolilnih kampanijah pogosto zasledi načelo "enaki začetni pogoji in možnosti za vsakega prebivalca, ne glede na to, kje kdo stanuje". Z izboljšanjem infrastrukture (ceste do vasi in v vasi ter ureditev raznih tematskih poti, kot so učne, jahalne, kolesarske, pohodniške in gozdne poti ter oskrba vasi in posameznih kmetij z vodo) bodo ustvarjene boljše razmere za doseg ciljev regionalne politike (Ukrep 4, 2001, str. 3).

Izboljšanju razmer na podeželju so namenjeni tudi različni razvojni programi. Slovenija prejema v okviru programa SAPARD (Special Action for Pre-accession measures for



Agriculture and Rural Development) določena sredstva iz proračuna EU. Ta program je namenjen usklajevanju kmetijske politike kandidatki s kmetijsko politiko EU in reševanju problemov v kmetijstvu in razvoju podeželja. V okviru Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano se od leta 1991 izvaja program celostnega razvoja podeželja in obnove vasi-CRPOV. Namenjen je celostnemu reševanju kmetijske in podeželske problematike, kjer se enakovredno poudarjajo agrarno-proizvodni cilji in zaščita slovenskega podeželja in vasi, njen nadaljnji skladni razvoj, ohranjanje in vzdrževanje kulturne krajine, varovanje kmetijskih površin in ohranjanje poseljenosti slovenskega podeželja.

Dandanes na slovenskem podeželju prevladujejo predvsem številne majhne kmetije z razdrobljeno posestno sestavo. Te kmetije so večinoma nerentabilne, kar je vzrok za intenzivno zaposlovanje podeželskih prebivalcev v drugih panogah in posledično postaja značilen pojav "polkmetov". Zato je nujno potrebno kmetijska gospodarstva usmeriti v pridobivanje dohodka iz drugih dopolnilnih dejavnosti, povezanih s kmetijstvom. Spodbude pri neposredni prodaji izdelkov domače obrti ter uvajanje turizma in s turizmom povezanih dejavnosti na kmetiji so posebne možnosti za zagotavljanje dodatnega dohodka. Le tako je možno izkoristiti vse značilnosti kraja in jih vključiti v ponudbo izdelkov in storitev na podeželju (Ukrep 3, 2001, str. 3).

Že v poglavju 1.3. sem predstavil vlogo turizma pri razvoju podeželja. Turizem je realna priložnost za razvoj podeželja in oprijemljiva možnost za zaposlovanje, zaslužek in socialno varnost (Turizem – razvojna možnost podeželja, 2003). S turizmom podeželje postaja razvitejše in lažje se bo znašlo na zahtevni poti vključevanja v evropske integracije. S strani slovenske turistične ponudbe je bilo slovensko podeželje v zadnjih letih opredeljeno kot eno izmed desetih temeljnih turističnih območij.

### **3. TURIZEM IN REGIONALNI RAZVOJ ZGORNJE VIPAVSKE DOLINE**

"Pokrajina je kot ustvarjena za turizem: je lahko dostopna iz vseh smeri, naravne danosti pa se nevsiljivo, toda prijetno prepletajo s kulturno dediščino. Vipavska dolina kljub različnim vplivom tako ostaja nekaj izvirnega v slovenski kulturi in okolju. Samosvoja, uporna, prijazna in gostoljubna" (Blažina, 1995, str. 6).

#### **3.1. KRATKA PREDSTAVITEV VIPAVSKE DOLINE**

Zgornja Vipavska dolina leži na zahodnem delu Slovenije, na prehodu iz Furlanske nižine v osrednjo Slovenijo. Od vzhoda proti zahodu jo oklepajo planote Nanos, Hrušica in Trnovski gozd, na jugu jo od Krasa ločijo Vipavski griči. Za dolino je značilna precejšnja geografska razgibanost, saj se nadmorska višina razteza od 60 metrov (rokav Vipave pod Batujami) pa vse do 1495 metrov (Mali Golak). Območje pokrivata občini Ajdovščina in Vipava, njuna skupna površina je 352 kvadratnih kilometrov (Vipavska dolina - Mali Slovenski Eden, 1997, str. 1). Občina Ajdovščina ima 18095 prebivalcev, občina Vipava pa 5185 (Rezultati popisa prebivalstva, 2002).

Značilnost doline, ki vpliva na vse tukajšnje življenje, je odprtost samo proti zahodu. S te smeri prodira vpliv sredozemskega podnebja, zaradi česar je vegetacijska doba za dva meseca daljša kot v osrednji Sloveniji. To omogoča rast in vzgojo tipičnih sredozemskih in drugih

rastlinskih vrst, ki zahtevajo obilico sonca in toplote (smokve, kaki, lovor, oleander...). Kljub temu je podnebje na severnih visokih planotah povsem celinsko, zato tam pozimi ne manjka snega. Prepletanje sredozemskih in celinskih vplivov se odraža tudi v pestrosti živalskih in rastlinskih vrst. Vipavska dolina je znana po vipavski burji, ki z gorskih vrhov piha v dolino s hitrostjo do 180 km/h in s tem pomembno kroji življenje prebivalcev (Kolenc, 2002, str. 25).

Rodovitna in vinorodna Vipavska dolina je poseljena že zelo dolgo. Zgodovinarji domnevajo, da je bila naseljena že v času pred našim štetjem, morda celo v mlajši kameni dobi. Zagotovo pa je velik razcvet doživela v času rimskega imperija, o čemer priča vrsta najdišč. Na teh tleh se je tudi odvijala znana bitka med vojskama rimskega cesarja Teodizija in Evgenija, ki je vplivala na poznejši razvoj celotne Evrope. Bitka je trajala dva dni, 5. in 6. septembra 394, in je veljala za neposredni povod razpada rimskega cesarstva na dva dela.

V Vipavski dolini je doma kmetijstvo. V nižini so podnebni pogoji skoraj idealni za pridelovanje sadja in zelenjave. Na gričevju, kjer je veliko sonca, pa se razprostirajo vinogradi, ki dajejo kvalitetno vinsko kapljico. Vipavci so že v Valvazorjevih časih oskrbovali Dunaj in druga večja mesta z vinom in zgodnjim sadjem (češnje, breskve, marelice).

Po drugi svetovni vojni se je tako kot v preostali Sloveniji pričela hitra industrializacija. Na srečo se v dolini ni razvila težka, umazana industrija. Namesto nje so domačini postavili zlasti živilskopredelovalno obrate. Poleg teh pa je razvita še tekstilna, lesna in gradbena industrija. Najbolj znana podjetja so tako Agroind "Vipava 1894", Fructal, Mlinotest, Tekstina, Primorje, Lipa in drugi s področja malega gospodarstva in podjetništva.

V primerjavi z ostalo Slovenijo je za to območje značilna nekoliko nižja gostota števila prebivalcev na km<sup>2</sup>, prisoten je tudi proces depopulacije, saj ima še vedno preko 50 odstotkov krajevnih skupnosti status demografsko ogroženih krajevnih skupnosti. Delež kmečkega prebivalstva je višji od slovenskega povprečja, po kazalcu ekonomske moči prebivalstva pa se Zgornja Vipavska dolina skoraj izenači s slovenskim povprečjem.

## **3.2. REGIONALNI RAZVOJNI PROGRAM SEVERNE PRIMORSKE**

Severna Primorska (Goriška statistična regija) je sestavljena iz štirih območij: Idrijsko-Cerkljanske subregije, Novogoriškega območja, Zgornjega Posočja in Zgornje Vipavske doline. Regionalni razvojni program je bil narejen za celotno Goriško statistično regijo, ker pa je Zgornja Vipavska dolina del te statistične regije, ga bom predstavil v okviru mojega diplomskega dela.

Regionalni razvojni program (v nadaljevanju RRP) je temeljni programski in izvedbeni dokument za usklajen trajnostni razvoj Severne Primorske, pripravljen za programsko obdobje od leta 2002 do 2006. Dokument na podlagi ocene stanja opredeljuje razvojno vizijo in strateške cilje regije ter programe, podprograme in nekatere projekte za njegovo uresničitev.

### **3.2.1. Ocena stanja in razvojnih trendov**

Goriška statistična regija meri 2.326 km<sup>2</sup> ali 11,5 odstotka površine Slovenije. Značilna je velika raznolikost v geografsko-geološki sestavi, zgodovinski, kulturni in naravni dediščini, v

razmerah za kmetovanje in gospodarski razvitosti. Območje je redko poseljeno z izjemo Nove Gorice in okolice, število vseh prebivalcev regije pa se giblje okrog 120.000. Upravno je regija razdeljena na 12 občin, ki se tesneje povezujejo znotraj že prej omenjenih štirih območij.

Po ekonomskih kazalcih spada Goriška statistična regija med najuspešnejše slovenske regije. BDP na prebivalca je v letu 2001 znašal 2.347.000 sit. Po njegovi višini je Goriška regija v tem letu dosegla 98,6% slovenskega povprečja. Ekonomska moč regije, merjena z osnovo za dohodnino na prebivalca, je v letu 1999 presegala slovensko povprečje za 12% in je po tem kazalcu takoj za Osrednjeslovensko in Obalno-kraško regijo. Obstajajo pa velike razlike med občinami znotraj regije. Pozitivno izstopa občina Nova Gorica, ki v večini kazalcev presega slovensko povprečje. V letu 2002 je bila povprečna mesečna bruto plača v Sloveniji 235.436 SIT, v občini Nova Gorica pa 255.534 SIT. Precej nižja in tudi pod slovenskim povprečjem je bila povprečna bruto plača v občini Ajdovščina in to 219.062 SIT, še nižja, 209.722 SIT, pa v občini Vipava (Statistični letopis RS 2003, str. 583-584).

Na kmetijah se razvijajo dopolnilne dejavnosti predvsem kot turistična ponudba in predelava osnovnih pridelkov. Zelo počasi se razvijajo programi, ki bi vključevali širšo, celostno in kakovostno ponudbo na podeželju. Potenciali podeželja so še nezadostno izkoriščeni in predvsem medsebojno nepovezani, zlasti pri skupnem nastopu na trgu in s tem trženju lastnih pridelkov, izdelkov in storitev.

Turizem je ocenjen kot pomembna perspektivna gospodarska panoga regije, ki posredno in neposredno vključuje številne druge dejavnosti in se povezuje z njimi. Turizem se šteje kot eden od najbolj primernih dejavnikov regionalnega razvoja. Trenutno je najrazvitejši turistični produkt regije igralništvo, obstajajo pa še drugi, za razvoj turizma primerni potenciali, kot so naravno okolje in dediščina, ki pa so še premalo izkoriščeni. Turistični razvoj mora spodbujati dejavnosti lokalnega prebivalstva v smislu povezovanja, kakovosti, promocije in trženja lokalnih produktov. Strateški cilj razvoja turizma je pospeševati odličnost v turizmu, s tem dvigniti kakovost turistične ponudbe, zagotoviti večjo zasedenost turističnih kapacitet celo leto ter zgraditi prepoznavno identiteto regije.

Naravne in kulturnozgodovinske danosti pogojujejo vrsto turizma. V prihodnosti se pričakuje porast turističnih produktov, ki jih ponujajo kulinarično-vinski, športno-rekreativni, verski, vitalni, igralniški turizem ter turizem, ki temelji na bogati kulturnozgodovinski dediščini.

V izvedbenem delu RRP so opisani štirje glavni programi za uresničitev prednostne naloge razvoja turizma: Graditev celostne turistične podobe regije, Usposabljanje in izobraževanje v turizmu, Povezovanje turističnih subjektov v regiji in Zagotavljanje infrastrukturne opremljenosti regije za turizem.

### **3.2.2. Razvojna vizija**

Na delavnicah in sestankih se je izoblikovala naslednja razvojna vizija Goriške statistične regije (RRP statistične regije Goriška 2002-2006, 2002, str. 75): "Bogata v svoji raznolikosti in privlačna za življenje je Goriška regija zibelka mnogoterih možnosti, ki jih bomo skupaj izkoristili".

Želja je, da se Severna Primorska hitreje in bolj usklajeno razvija kot inovativna in gospodarsko uspešna regija, ki je prijazna do ljudi in okolja, prepoznavna v svetu in

primerljiva z razvitimi evropskimi regijami. Svoj razvoj gradi na principih trajnostnega razvoja in izkoriščanju lastnih razvojnih potencialov.

Razvojno vizijo bo regija uresničevala s (RRP statistične regije Goriška 2002-2006, 2002, str. 75):

- spodbujanjem izobraževanja, inovativnosti in ustvarjalnosti ljudi,
- pospešenim prestrukturiranjem in inoviranjem gospodarstva,
- spoštovanjem in upoštevanjem principov trajnostnega razvoja,
- sodelovanjem, povezovanjem in zaupanjem med vsemi razvojnimi akterji,
- zagotavljanjem kvalitetnega življenjskega okolja,
- razvijanjem skupne identitete in skupnim promoviranjem regije,
- izkoriščanjem lastnih razvojnih potencialov,
- z izvajanjem ukrepov razvojne pomoči na območjih s posebnim statusom.

Dolgoročni cilj razvojnih prizadevanj regije je, da Goriška postane prepoznavna kot regija uspešnih podjetij, ustvarjalnih ljudi, ohranjene naravne, bogate narave in kulturnozgodovinske dediščine, poseljenega podeželja, po ekonomskih kazalcih primerljiva z uspešnimi evropskimi regijami ter prijazna do lastnih prebivalcev in obiskovalcev.

### **3.2.3. Strateški cilji**

Strateški cilji razvoja Goriške statistične regije so (RRP statistične regije Goriška 2002-2006, 2002, str. 77):

- izboljšanje kadrovskega potenciala regije,
- odločitev in uresničevanje inovacijsko-tehnološkega preboja regije,
- razvoj odličnosti in konkurenčnosti v turizmu,
- ohranjanje poseljenosti in spodbujanje ekonomske diverzifikacije podeželja,
- optimalno varstvo okolja in skladen prostorski razvoj,
- zagotovitev uravnotežene infrastrukturne opremljenosti regije,
- povezovanje med razvojnimi akterji in oblikovanje regijske identitete.

Izobrazbena struktura prebivalcev regije je pod slovenskim povprečjem, vendar pa delež dijakov in študentov narašča. Povečevalo se bo torej število izobraženega kadra, tudi na področju turizma. To je podlaga za doseg zastavljenega cilja, da se dvignejo prihodki od turizma za 15% na leto. Cilj je tudi dvig bruto družbenega produkta regije za 8 do 10% na leto. Menim, da so vsi cilji dosegljivi. Bistveno je, da regija deluje odločno in povezano, z veliko pozitivne naravnosti. Upoštevati in spodbujati je potrebno tudi nas mlade, da aktivno in odgovorno sodelujemo pri razvoju regije in uresničevanju ciljev.

## **3.3. RAZVOJ TURIZMA V ZGORNJI VIPAVSKI DOLINI**

Zgornja Vipavska dolina z vsemi svojimi naravnimi, kulturnimi, zgodovinskimi, etnološkimi, gospodarskimi, okoljevarstvenimi in arhitektonskimi značilnostmi predstavlja pomembno priložnost za razvoj turizma. S tem ni mišljen kateri koli turizem, ampak turizem v skladu s turističnimi trendi v svetu, ki daje v ospredje ohranjeno naravno okolje, spoznavanje kulture in lokalne zgodovine ter veliko skrb za zdravje.

### 3.3.1. Ocena možnosti za razvoj turizma v Zgornji Vipavski dolini

Zgornja Vipavska dolina se s svojimi turističnimi proizvodi v največji meri uvršča v temeljno turistično območje slovenskega podeželja. Osnovni koncept turističnega območja podeželja sloni na ponudbi turističnih kmetij. Ta ponudba je na visokem kakovostnem nivoju, poudarek daje zdravi hrani, domačnosti, etnološkim posebnostim območij in krajev. Za posamezne ciljne skupine gostov je zelo pomembno upoštevati diferenciranost ponudbe. Poleg tega je potrebno poudarjati ekološko obnašanje posameznih kmetij in vzgojo gostov.

V tem okviru je za Zgornjo vipavsko dolino primeren tako imenovani "mehki turizem", saj ponuja obilo priložnosti za individualnost ter neposreden stik z naravo. Mehki turizem je priložnost za manj razvite ali še nerazvite turistične kraje, kjer se še ni pričel razvijati masovni turizem (Mihalič, 1999, str. 120). V prid "mehkega turizma" govorijo naslednja dejstva (Suban, Kline, Ažbe, 1998, str. 6):

- Ljudje potujejo najraje na krajše počitnice po večkrat v letu, pri tem pa spreminjajo kraj počitnikovanja.
- Turisti si želijo udobne nastanitve, zato delež najemov apartmajev, polpenzionov ter prenočevanja z zajtrkom narašča.
- Ljudje izkoristijo čas kosila za "dnevni" izlet.
- Povpraševanje po športnih in rekreativnih aktivnostih narašča, tako je izbira, kam gredo na dopust, v veliki meri povezana z možnostjo rekreacije.
- Posamezna okolja jim omogočajo spoznavanje novih ljudi in s tem navezovanje novih poznanstev in prijateljstev, pri čemer je torej čustven vidik zelo pomemben.

Za uspešno izvajanje "mehkega turizma" je zelo pomembno ohranjeno naravno okolje, v katerega so spretno vpletene posamezne storitve. Med njimi morajo biti predvsem takšne, ki vključujejo najrazličnejše aktivnosti, saj se turisti želijo vse bolj aktivno vključevati v preživljanje svojih počitnic. Ohranjanje naravnega okolja kot tudi popestritev ponudbe najrazličnejših storitev (umetniške delavnice, poletne šole, športne aktivnosti in podobno) sta osnovna trenda v razvoju turistične ponudbe v Zgornji Vipavski dolini. Z razvojem turizma se ukvarjata dve instituciji, Turistično informativni center TIC Ajdika in Razvojna agencija ROD.

### 3.3.2. Pomen turizma za razvoj Zgornje Vipavske doline

Zaradi navezanosti na določen prostor, ki sprva razpolaga z osnovnimi ter kasneje z izgrajenimi privlačnostmi, ima turizem značaj dejavnika regionalnega razvoja. Njegovi ekonomski in družbeni učinki potrošnje v dobrem delu puščajo sledi tam, kjer je turist fizično prisoten (Dekleva, 1992, str. 3).

Ob stalnem opuščanju kmetijstva in težavami v industrijski panogi se zdi, da je ravno turistična dejavnost tista, ki bi bila lahko rešiteljica podeželja pred njegovim demografskim, gospodarskim in okoljskim propadom. Zgornja Vipavska dolina razpolaga s primarnimi viri, po katerih je v mednarodnem turizmu veliko povpraševanje, zato zanjo turizem predstavlja dolgoročno veliko razvojno možnost in priložnost.

Turizem na kmetijah je danes vsekakor najpomembnejša dopolnilna dejavnost kmetij v Zgornji Vipavski dolini. Glede na sodobne trende v turizmu je tržno zanimiv in kakovosten

turistični proizvod, ki temelji na privlačnosti naravne in kulturne dediščine podeželja, gostoljubnosti, domačnosti, znanju podeželskih ljudi in individualnosti. Kmetijam zagotavlja pomemben vir dodatnega dohodka, zagotavlja ohranjanje delovnih mest in predstavlja možnost za direktno prodajo kmetijskih pridelkov. Ohranja pa tudi poseljenost in kulturno krajino, ohranja proizvodni potencial kmetij ter povečuje konkurenčno sposobnost in gospodarske aktivnosti kmetij.

Na petih turističnih kmetijah je zaposlenih že več kot 15 ljudi, število pa se bo iz leta v leto povečevalo. Največ, kar 4 zaposlene, ima kmečki turizem Birsa. Na Vipavski vinski cesti je 97 ponudnikov, katerim pomeni turizem predvsem dopolnilno dejavnost, vendar pa na ta način prodajo večino svojih pridelkov. V lasti samostojnih podjetnikov uspešno poslujejo planinske kočje na Čavnu in Golakih ter na Nanosu. Pomemben vir dohodka od turizma pomenijo tudi Osmice, kjer kmetje prodajo domačo hrano in pijačo. Delno se preživljajo s turizmom tudi kozjerejske kmetije in ena zeliščarska kmetija.

Razvoj turizma bo zagotovil hitrejšo gospodarsko rast, predvsem hitrejši razvoj terciarnega in kvartarnega sektorja, kar bo v končni fazi vplivalo na kakovost življenja tukajšnjih prebivalcev in s tem zmanjšanje odseljevanja.

### **3.4. TURISTIČNA PONUDBA**

Glede na ponudbo delimo Zgornjo Vipavsko dolino na tri ločena turistična območja: Vipavske griče, dno vipavske doline in gorsko območje, ki vključuje Nanos, Hrušico, Goro in Čaven. V okviru teh treh turističnih območij lahko določimo šest turističnih proizvodov (Suban, Kline, Ažbe, 1998, str. 12):

- vipavska vinska cesta, ki jo bom podrobneje opisal v naslednjem poglavju,
- aktivne počitnice: plezanje, letenje, kolesarjenje, jamarstvo, pohodništvo, planinarjenje itd.,
- odkrivanje regije: spoznavanje naravnih in kulturnih znamenitosti ter zgodovine krajev,
- ustvarjanje ter duhovna bogatitev,
- prireditve in izleti ter
- oddih, turistične kmetije.

#### **3.4.1. Aktivne počitnice**

Turisti danes iščejo vedno nove možnosti za svoje počitnice. Klasične počitnice počasi izgubljajo svoj pomen, v ospredje pa prihajajo aktivne počitnice. Za takšno obliko preživljanja počitnic obstajajo v Zgornji Vipavski dolini zelo ugodne razmere, tako podnebne, geografske in ekološke.

Obstajajo zelo dobre možnosti za kolesarjenje, jamarstvo, ribolov ter letenje. Aero klub Josip Križaj organizira panoramsko letenje, poslovne taxi lete, vleko transparentov, slikanje in snemanje iz zraka. Obstaja tudi možnost učenja letenja. Na letališču je na voljo primeren prostor za kampiranje in okrepčevalnica.

Športnim aktivnostim je namenjen Športni center Police, ki ga sestavljajo mala in velika dvorana, letno kopališče, velika in mala plezalna stena za prosto plezanje, savna in solarij ter

fitness studio. V bližini športnega centra se nahaja srednja šola z dijaškim domom, kjer lahko prenočijo posamezniki in skupine.

### 3.4.2. Odkrivanje regije

Največje naselje Zgornje Vipavske doline je Ajdovščina. Že v davnem 3. stoletju so Rimljani tu zgradili naselbino Ad Fluvium Frigidum (Ob mrzli reki). Iz tega obdobja si lahko obiskovalci ogledajo restavrirani del obzidja s stolpom in v obzidje vključenimi renesančnimi grajskimi arkadami. V obzidju je odprt muzej, v katerem je razstavljen zbirka fosilov. V pritličju stavbe nove tržnice pa je možen ogled starih rimskih term.

Na levem bregu Hublja ležijo Šturje, ki so bile včasih samostojno naselje, danes pa so del Ajdovščine. Hiše so stisnjene okrog cerkve sv. Jurija, jedro pa tvori večji, neoblikovan trg, kamor se stekajo krajše in daljše ozke ulice. Ohranjene so značilnosti tlorisne zasnove in arhitekture stavbnih mas, ki je značilna za vipavska naselja.

Ljubitelji umetnosti lahko v Ajdovščini obišejo Pilonovo galerijo. Komplex galerije zavzema dve stavbi, ki sta povezani v eno. Pritličje galerije je namenjeno občasnim razstavam, v prvem nadstropju pa je postavljena Pilonova stalna zbirka. Zanimiva je predvsem zbirka likovnih del z naslovom Prijatelji Vena Pilon., ki je sestavljena iz podarjenih del Pilonovih prijateljev ali njegovih občudovalcev.

Vipava je drugo največje naselje v Zgornji Vipavski dolini, kjer prebiva okrog 1700 meščanov. Vipavo imenujejo tudi druge Benetke, ker ima veliko mostov, saj reka Vipava izvira na treh različnih krajih. Na vzpetini se nahajajo ruševine gradu, v samem jedru mesta pa stoji Lanthierjev dvorec. Vipavsko pokopališče premore dva od le petih sarkofagov, starih okrog 4500 let, ki jih je tja pripeljal domačin Anton Lavrin, ki je služboval v Egiptu kot konzul. Obiskovalci si lahko ogledajo in obišejo tudi eno od največjih vinskih klet v Sloveniji Agroind Vipava 1894. V restavraciji Vipavski hram je na voljo paleta kakovostnih in vrhunskih vin ter značilna vipavska hrana.

Na gričku severozahodno od Vipave so grofje Lanthierji v 17. stoletju zgradili dvorec Zemono, ki predstavlja edini primer tovrstne arhitekture v Sloveniji. Nedaleč stran stoji Marijina cerkev v Logu, ki velja za eno najstarejših in največjih romarskih cerkev na Primorskem. Že v 10. stoletju naj bi na tem mestu zgradili kapelico, cerkev pa pisni viri prvič omenjajo leta 1430.

Nad Ložami so v 12. stoletju grofje iz Bogenja zgradili baročni grad Leutenberg, pet stoletij kasneje pa ga je prenovila rodbina Kobencel. Nedaleč stran, proti zahodu leži kraj Slap, ki se ponša z graščinskim in samostanskim kompleksom ter cerkvijo sv. Matije. Kraja Goče in Šmarje sta tipični primorski vasi, prvi je kot celota zaščiten kulturni spomenik, drugi pa ima zaščiten le staro jedro. Goče se odlikujejo po številnih gankih, zunanjih stopniščih in kamnitimi portalih, znane pa so predvsem po tem, da je v vasi več kot 60 obokanih klet. Šmarje so znane po značilnih gasah, mostovih, napuščih, konzolah in vodnjakih. Sredi vasi vodi do župnijske cerkve mogočno stopnišče.

Čez Hrušico je nekdanje vodila pomembna rimska cestna povezava med Oglejem in Ljubljano. Od 1. stoletja dalje je bila tu poštna postaja, kasneje pa so na Hrušici zgradili utrdbo. Utrdba je bila dolga 250 metrov in široka 75 metrov. Na mestu nekdanje poštne postaje sta danes gostišče in manjša arheološka zbirka, kjer so razstavljene tamkajšnje izkopanine. Na tem

gorskem območju, ki vključuje Nanos, Hrušico, Goro in Čaven si lahko izletniki ogledajo tudi Otliško okno, ki velja za naravno znamenitost Slovenije. Po njem, oziroma "votli steni", skozi katero se odpira nenavaden pogled v Vipavsko dolino, je dobila ime vas Otlica.

Vipavski Križ sodi med zgodovinsko najbolj zanimive kraje severnoprimskega prostora. Omenjen je bil že v 13. stoletju kot villa Crucis, ob koncu 15. stoletja je bil obdan z obzidjem zaradi nevarnosti vpadov Turkov in Benečanov, leta 1507 je dobil trške pravice, 1632 pa ga je cesar povzdignil v mesto. Od leta 1637 je v Vipavskem Križu kapucinski samostan, ki ima bogato knjižnico in je odprt za ogled obiskovalcev. Tu je živel prvi slovenski pridigar Janez Svetokriški.

### **3.4.3. Ustvarjanje in duhovna bogatitev**

Zgornja Vipavska dolina je znana tudi kot "raj za ustvarjanje". Preko nje teče tako imenovana deviška os, ki poteka od Triglava preko Vipavskega Križa, Štanjela, Lipice, Socerba, Hrastovelj do rta Kamenjak. Duhovno-energijski center Vipavske doline predstavlja Vipavski Križ, kjer se v prostor širijo štiri kraki krajinskega svetišča: Škol sv. Pavla nad Vrtovinom in Sveta Gora, izvir Hublja, preko Slapa do Nanosa ter sv. Martin nad Brjami.

Umetniki se tu zbirajo v okviru prireditev in ustvarjajo. Zelo bogato je tudi umetniško ustvarjanje domačih slikarjev, kiparjev, izdelovalcev glinenih izdelkov, fotografov. Umetniška dela so na ogled in naprodaj v Pilonovi galeriji, galeriji Stegovec, galeriji Duka, galeriji Sinji vrh in v Lavričevi knjižnici.

### **3.4.4. Prireditve in izleti**

Prireditve so skoncentrirane skozi celo leto, le v zimskih mesecih vlada manjše zatišje. Najbolj množično obiskane in tudi najboljše organizirane so (ROD Bilten za krajevno obveščanje in promoviranje, 2000, str. 4-12):

- Ajdovščina v maju in Vipavska trgatev,
- Martinovanje in Lokavška furenga,
- Miklavžev sejem, novoletni koncert in silvestrovanje,
- praznovanje občinskega praznika v Ajdovščini in Vipavi,
- kravja ruleta in konjeniško kolesarski praznik v Gozdu,
- poletna slikarska kolonija v Vipavskem Križu,
- srečanja pripovedovalcev slovenskih pripovedk, ljudskih bajk na Gori,
- stalna razstava v Pilonovi galeriji,
- mednarodna likovna delavnica Slovenija odprta za umetnost,
- letalski miting in pohod po Vrtovčevih poteh.

V Zgornji Vipavski dolin pridejo na svoj račun tudi izletniki. Obstajajo štiri vodeni izleti: splošni celodnevni izlet po Vipavski dolini, rimski izlet, obisk trgateve in ogled del Antona Cebeja. Izletnikom v naravo so namenjene tri urejene poti: Gozdna učna pot, pot po Dolu gor in dol in pot po Trnovski planoti.

Priljubljena izletniška točka tako za domačine, kot tudi za turiste je izvir Hublja, ki je od Ajdovščine oddaljen le slaba dva kilometra. V bližnji koči je urejena restavracija, kjer ponujajo različne vrste hrane, izletniki pa si lahko tudi oddahnejo ob šumenju izvirske vode.



Dostop do Izvira Hublja je možen iz štirih smeri: Ajdovščine, po Učni poti, iz Lokavca in Grivč.

### **3.4.5. Turizem na kmetijah**

Turizem na kmetijah se pojavlja kot dopolnilna dejavnost kmetije, medtem ko primarna dejavnost še naprej ostaja kmetijstvo. Na kmetijah se pojavljata v glavnem dve obliki turistične ponudbe. Kmetije, ki nudijo gostinske in prenočitvene zmogljivosti, se ukvarjajo s stacionarnim turizmom. Kmetije, ki pa ponujajo gostom le domačo hrano in pijačo, pa z izletniškim turizmom. V Zgornji Vipavski dolin sprejema goste 5 turističnih kmetij: Turistična kmetija Arkade, turistična kmetija Birsa, domačija Sinji vrh, turistična kmetija Na Hribu in turistična kmetija Abram.

Turistična kmetija Arkade je najbolj znana turistična kmetija na Vipavskem. Upravlja jo družina Cigoj in je že dobila priznanje za najboljšo turistično kmetijo. Posebnost kmetije je ta, da je hiša Cigojevih najstarejša v kraju Črniče, zgrajena že leta 1830. Gostu so na voljo stare primorske jedi, kot so svinjska ribica, polnjena s pršutom in zavita v trtin list, domači kunec s polento, popečena salama v vinski omaki in druge. Nudijo tudi kakovostno vino. Otroci imajo možnost jahanja ponija, starejši pa se lahko peš odpravijo na arheološko najdišče Tabor nad Črničami. Blizu je tudi akumulacijsko jezero Vogršček, kjer je možen ribolov. Kmetija premore 12 ležišč.

V vasi Brje, ki leži na vinorodnih gričih, kjer se pridelujejo kakovostna vipavska vina, se nahaja turistična kmetija Birsa. Izletnikom in obiskovalcem sta na voljo domača primorska hrana ter domače vipavsko vino. Značilnost kmetije so pečeni odojki, zelenjavne priloge ter zelenjavni namazi na različnih vrstah kruha. Gostje imajo tudi možnost odkupa domačih kmetijskih pridelkov. Lahko si tudi ogledajo, kako se sušijo pršuti ali pa se odpravijo na krajši izlet do cerkvice sv. Martina. Trenutno je na kmetiji 12 ležišč, v kratkem pa se bodo kapacitete precej povečale.

Domačija Sinji vrh se nahaja na višini dobrih 1000 metrov na obronkih Gore. Od tu se vidi celotno Vipavsko dolino, pogled pa seže vse tja do Benetk in Istre. V domačiji na Sinjem vrhu je 25 ležišč v sobah prve in druge kategorije. Med hišnimi specialitetami velja omeniti divjačino, jagenjčke in kozličke. Sinji vrh je tudi dobro izhodišče za ogled bližnjih jam, vrtač, ledenic, Smrekove drage in Otliskega okna. Domačija je znana predvsem po dveh prireditvah, ki se tu odvijata vsako leto, to sta mednarodna likovna delavnica Slovenija - odprta za umetnost in slikarska kolonija Umetniki za Karitas.

Na Slapu deluje turistična kmetija Žorževih. Obiskovalcem ponujajo doma pečeni kruh, vino iz lastne kleti, pršut, salame, doma pridelano zelenjavo... Na jedilniku so tudi dobre primorske jedi, kot so jota, različne mineštre in ocvirkovka. Poskrbljeno je tudi za vegetarijance. Na voljo je 8 ležišč v treh sobah prve kategorije. Slap je dobra izhodiščna točka za kolesarjenje ob reki Vipavi proti kraju Dolenje pri Ajdovščini.

Turistična kmetija Abram je locirana na planoti Nanos. Električnih drogov tu še vedno ne poznajo, kar goste obda s posebnimi občutki. Na Nanosu se tvori znamenita vipavska burja, zaradi bogate flore in favne ga cenijo botaniki, obiskujejo ga lovci, v zadnjem času pa tudi kolesarji in ljubitelji prostega plezanja. Na kmetiji imajo več gozdnih živali in tudi pravega medveda, kar privablja predvsem mlajše obiskovalce. Tu imajo gostje možnost opravljanja kmečkih opravil. Kmetija Abram ima deset sob prve kategorije s 23 ležišči.

### 3.5. ANALIZA TURISTIČNIH TOKOV

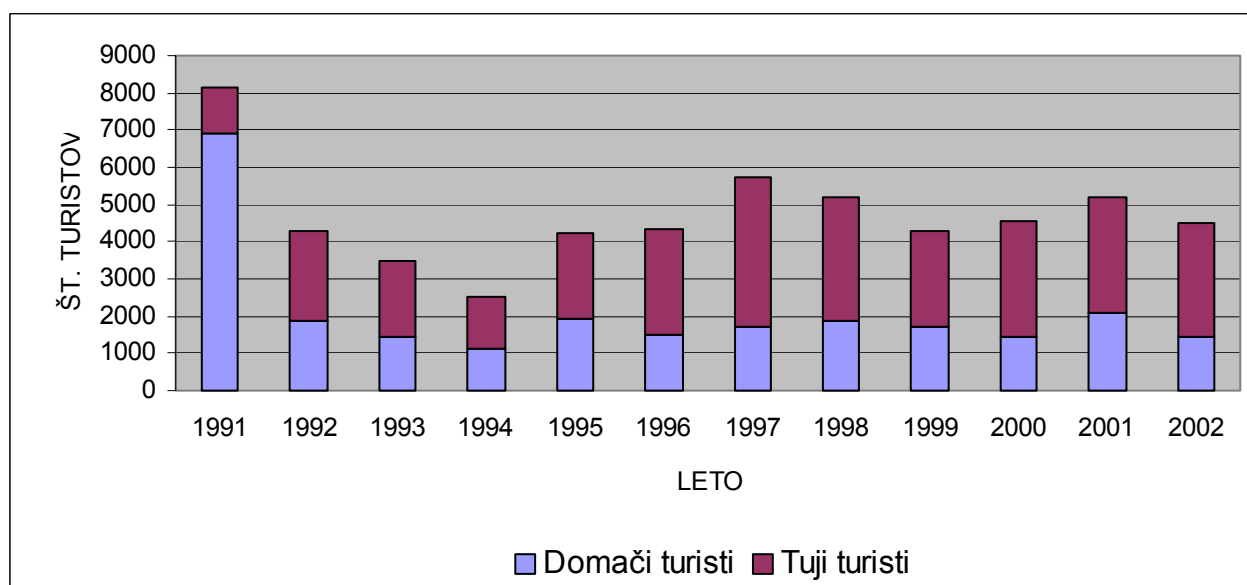
V analizi turističnih tokov bom predstavil gibanje števila turistov in števila nočitev v Ajdovščini. Potrebno je poudariti, da se sem šteje le tiste turiste, ki so uradno prijavljeni. V Zgornji Vipavski dolini je veliko več enodnevnih obiskovalcev, ki se nikjer natančno ne beležijo in o njih ni veliko podatkov. Zato bom naredil tudi analizo števila obiskovalcev na nekaj najzanimivejših turističnih točkah v Zgornji Vipavski dolini. Trenutno je na voljo 205 ležišč. Večji del odpade na hotel Pigal, ki ima 72 ležišč, ter na turistične kmetije, ki imajo skupaj 80 ležišč (Statistični letopis RS 2003, str. 600-601).

Tabela 2: Število in delež domačih in tujih turistov v Ajdovščini za obdobje 1991 – 2002

| LETO | Domači turisti | Tuji turisti | Skupaj turisti | Delež domačih turistov | Delež tujih turistov |
|------|----------------|--------------|----------------|------------------------|----------------------|
| 1991 | 6885           | 1252         | 8137           | 84,6                   | 15,5                 |
| 1992 | 1882           | 2382         | 4264           | 44,1                   | 55,9                 |
| 1993 | 1456           | 2016         | 3472           | 41,9                   | 58,1                 |
| 1994 | 1131           | 1391         | 2522           | 44,8                   | 55,2                 |
| 1995 | 1915           | 2342         | 4257           | 44,9                   | 55,1                 |
| 1996 | 1522           | 2816         | 4338           | 35,1                   | 64,9                 |
| 1997 | 1713           | 4000         | 5713           | 30,0                   | 70,0                 |
| 1998 | 1873           | 3336         | 5209           | 35,9                   | 64,1                 |
| 1999 | 1690           | 2575         | 4265           | 39,6                   | 60,4                 |
| 2000 | 1469           | 3062         | 4531           | 32,4                   | 67,6                 |
| 2001 | 2109           | 3080         | 5189           | 40,6                   | 59,4                 |
| 2002 | 1462           | 3018         | 4480           | 32,6                   | 67,4                 |

Vir: Statistični letopis RS 1992-2003.

Slika 1: Število domačih in tujih turistov v Ajdovščini za obdobje 1991 – 2002



Vir: Statistični letopis RS 1992-2003.

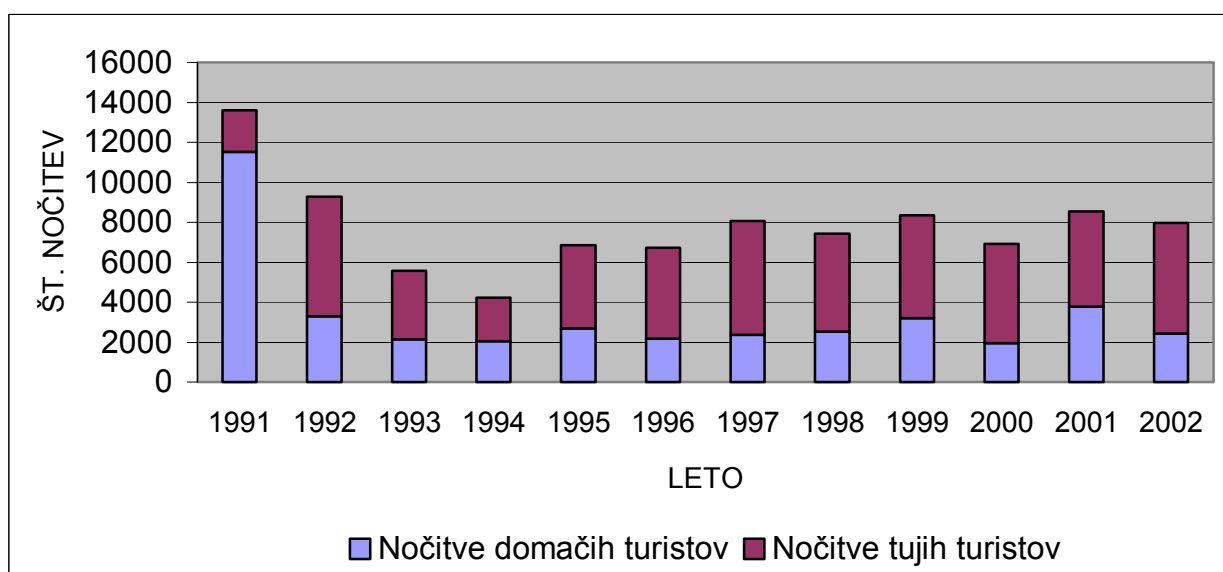
Število domačih in tujih turistov v občini Ajdovščina se v zadnjih letih giblje med 4000 in 5000, le v letu 2001 jih je bilo nekoliko več. Več je tujih kot domačih turistov. Če pogledamo nazaj v leto 1991, jih je bilo skupaj več kot 8000. Do tega leta je bilo v Ajdovščini in Vipavi veliko vojakov, ki so jih hodili obiskovat sorodniki iz celotne Jugoslavije, ki so se takrat beležili še kot domači turisti. Vojska se je potem umaknila in to je glavni razlog za drastičen padec domačih turistov v naslednjih letih. Po letu 1995 se je trend števila turistov obrnil rahlo navzgor. Leta 1997 jih je bilo že skoraj 6000, od tega več kot dve tretjini tujih. Takrat se je ustanovila VVC, ki je bila v začetku močno promovirana in je privabila veliko turistov. V zadnjih letih je število tujih turistov dokaj konstantno, okrog 3000. Razloge gre iskati predvsem v premajhnih vlaganjih v posodobitev in povečanje kapacitet in turistične ponudbe.

Tabela 3: Število domačih in tujih nočitev turistov v Ajdovščini za obdobje 1991 – 2002

| LETO | Nočitve domačih turistov | Nočitve tuji turistov | Skupaj nočitve turistov | Delež domačih nočitev | Delež tujih nočitev |
|------|--------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|
| 1991 | 11520                    | 2082                  | 13602                   | 84,7                  | 15,3                |
| 1992 | 3284                     | 5983                  | 9237                    | 35,6                  | 64,4                |
| 1993 | 2137                     | 3430                  | 5567                    | 38,4                  | 61,6                |
| 1994 | 2050                     | 2170                  | 4220                    | 48,6                  | 51,4                |
| 1995 | 2701                     | 4140                  | 6841                    | 39,5                  | 60,5                |
| 1996 | 2161                     | 4553                  | 6714                    | 32,2                  | 67,8                |
| 1997 | 2361                     | 5715                  | 8076                    | 29,2                  | 70,8                |
| 1998 | 2535                     | 4883                  | 7418                    | 34,2                  | 65,8                |
| 1999 | 3208                     | 5154                  | 8362                    | 38,4                  | 71,6                |
| 2000 | 1946                     | 4962                  | 6908                    | 28,2                  | 71,8                |
| 2001 | 3763                     | 4769                  | 8532                    | 44,1                  | 55,9                |
| 2002 | 2429                     | 5531                  | 7960                    | 30,5                  | 69,5                |

Vir: Statistični letopis RS 1992-2003.

Slika 2: Število domačih in tujih nočitev turistov v Ajdovščini za obdobje 1991 – 2002



Vir: Statistični letopis RS 1992-2003.

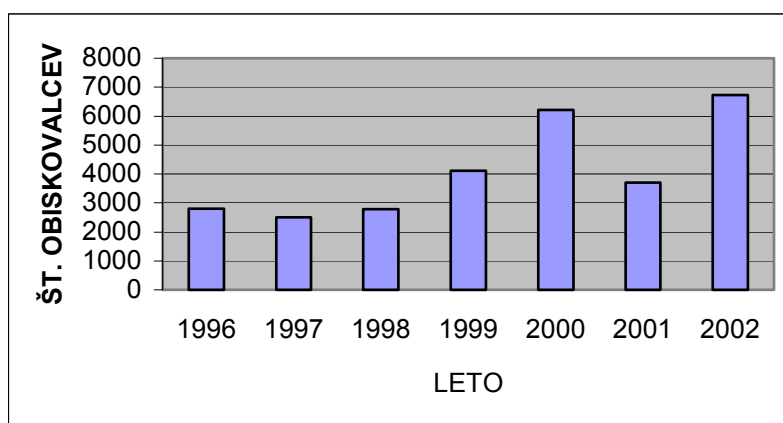
Gibanje števila nočitev v Ajdovščini je precej primerljivo z gibanjem števila turistov, kar pomeni, da so tudi razlogi za tako gibanje podobni. V veliki večini gostje prenočujejo v hotelu Pignal v Ajdovščini in na turističnih kmetijah. Opazen je drastičen padec števila nočitev domačih turistov po letu 1991, kar je posledica razpada bivše države in odhod vojske. Tega leta je bilo evidentiranih nekaj manj kot 14000 nočitev, kar je največ doslej, najmanj pa jih je bilo v letu 1994, le nekaj nad 4000. Razmerje med nočitvami domačih turistov in nočitvami tujih turistov je precej na strani tujih. Ti ustvarijo v zadnjih letih okrog 5000 nočitev letno. Večino teh nočitev gre pripisati italijanskim gostom igralnic Perla in Park, ki se želijo umakniti iz mestnega vrveža Nove Gorice. Tudi cenovno je Zgornja Vipavska dolina ugodnejša od goriškega konca. V zadnjih letih se povečuje število nočitev na turističnih kmetijah, ki odpirajo nove prenočitvene kapacitete. Kljub temu je moje mnenje, da v prihodnje ne gre pričakovati večjega povečanja števila nočitev.

Tabela 4: Povprečno število obiskovalcev Pilonove galerije v Ajdovščini 1996 – 2001

| Leto                 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000             |               | 2001             |               | 2002             |               |
|----------------------|------|------|------|------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
|                      |      |      |      |      | Občasne razstave | Stalna zbirka | Občasne razstave | Stalna zbirka | Občasne razstave | Stalna zbirka |
| Število obiskovalcev | 2807 | 2508 | 2788 | 4119 | 3497             | 2722          | 2478             | 1231          | 4102             | 2629          |

Vir: Interno gradivo Pilonove galerije 1996-2002

Slika 3: Povprečno število obiskovalcev Pilonove galerije v Ajdovščini za obdobje 1996 – 2002



Vir: Lasten izračun po podatkih iz tabele 3.

V Pilonovi galeriji ne pobirajo vstopnine, tako da so šteti le tisti, ki se vpišejo v knjigo obiskovalcev. Če bi delali pregled obiskovalcev med letom, bi ugotovili, da se jih večji del zvrsti v prvi polovici leta, okrog slovenskega kulturnega praznika. Takrat se namreč v medijih velikokrat omenja in poudarja pomen Vena Piona za slovensko umetnost. Med obiskovalci je več posameznikov kot skupin. Drastičen dvig števila obiskovalcev leta 1999 je vzrok praznovanja okrogle obletnice Pilonove galerije. V tem letu je bilo postavljenih na ogled več retrospektivnih razstav in restavrirane slike. Z letom 2000 so začeli ločeno beležiti obiskovalce na tiste, ki si ogledajo samo stalno razstavo in tiste, ki pridejo v času še drugih

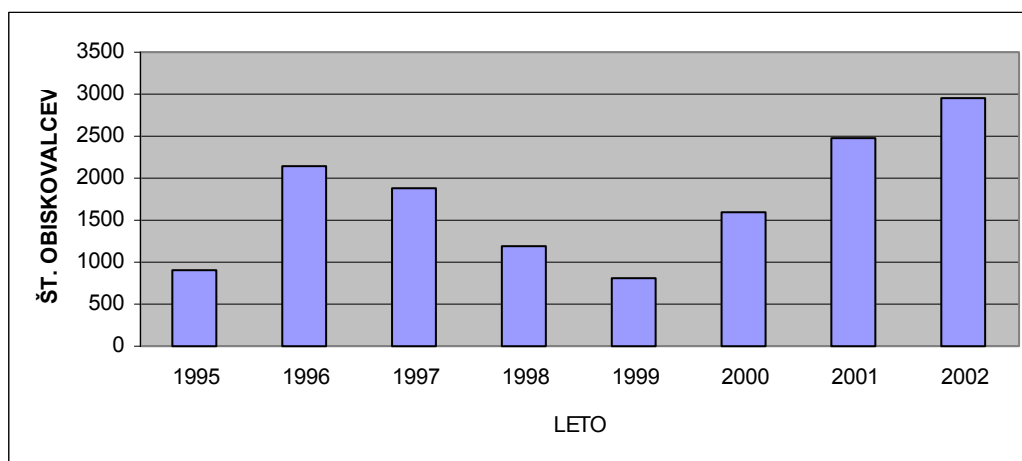
razstav, ki se vsake toliko časa menjujejo. Upad v letu 2001 je posledica zaprtja galerije za več mesecev zaradi prenove strehe. V letu 2002 je bil zabeležen rekorden obisk kar 6731 obiskovalcev, skupaj na stalni zbirki in občasnih razstavah.

Tabela 5: Povprečno število obiskovalcev samostana v Vipavskem Križu za obdobje 1995 – 2002

| LETO        | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Obiskovalci | 909  | 2147 | 1877 | 1181 | 815  | 1594 | 2482 | 3949 |
| Skupine     | 5    | 54   | 43   | 50   | 30   | 52   | 58   | 87   |

Vir: Interno gradivo samostana 1995 – 2002.

Slika 4: Povprečno število obiskovalcev Vipavskega Križa za obdobje 1995 – 2002



Vir: Lasten izračun po podatkih iz tabele 4.

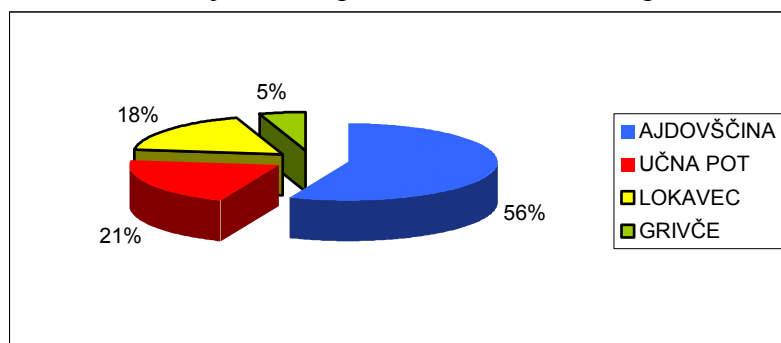
Tudi v samostanu v Vipavskem Križu so obiskovalci šteti glede na število vpisov v knjigo obiskovalcev. Leta 1996 je število obiskovalcev preseglo 2000. Tak porast je posledica praznovanja 360. obletnice obstoja samostana. Po tem letu je število počasi padalo do leta 99. Opravljala so se namreč prenovitvena dela v samostanu, ki so v letu 1999 dosegla višek. Takoj po obnovitvi se je število obiskovalcev začelo povečevati in v letu 2001 že preseglo rekordno vrednost. Do začetka novembra letos je samostan obiskalo nekaj manj kot 4000 obiskovalcev. Veliko obiskovalcev pride v samostan na duhovno obnovo, da bi našli svoj notranji mir.

Tabela 6: Povprečno število obiskovalcev Izvira Hublja v dveh sončnih vikendih jeseni 2002

| SMER      | Datum   | Moški | Ženske | STAROST OBISKOVALCEV |       |       |       |       |        |
|-----------|---------|-------|--------|----------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
|           |         |       |        | Do 15                | 16-25 | 26-40 | 41-60 | 61-80 | nad 80 |
| Ajdoščina | 29.9.02 | 171   | 114    | 17                   | 55    | 108   | 58    | 44    | 3      |
|           | 30.9.02 | 47    | 34     | 1                    | 12    | 23    | 30    | 15    |        |
|           | 5.10.02 | 73    | 54     | 6                    | 30    | 56    | 32    | 3     |        |
|           | 6.10.02 | 154   | 106    | 21                   | 31    | 95    | 63    | 49    | 1      |
| Učna pot  | 29.9.02 | 53    | 63     | 28                   | 29    | 37    | 13    | 9     |        |
|           | 30.9.02 | 21    | 26     | 29                   | 6     | 8     | 3     |       | 1      |
|           | 5.10.02 | 13    | 17     | 3                    | 9     | 10    | 2     | 5     | 1      |
|           | 6.10.02 | 31    | 52     | 10                   | 13    | 33    | 17    | 10    |        |
| Lokavec   | 29.9.02 | 44    | 34     | 5                    | 18    | 36    | 12    | 7     |        |
|           | 30.9.02 | 17    | 9      | 4                    | 7     | 12    | 2     | 1     |        |
|           | 5.10.02 | 19    | 10     | 4                    | 6     | 14    | 3     | 2     |        |
|           | 6.10.02 | 54    | 53     | 14                   | 28    | 33    | 20    | 12    |        |
| Grivče    | 29.9.02 | 20    | 14     | 6                    | 4     | 7     | 10    | 7     |        |
|           | 30.9.02 | 2     | 4      |                      |       | 3     | 3     |       |        |
|           | 5.10.02 | 6     | 9      | 2                    | 4     | 3     | 4     | 2     |        |
|           | 6.10.02 | 10    | 2      |                      | 4     | 4     | 2     | 2     |        |
| SKUPAJ    |         | 810   | 701    | 155                  | 269   | 513   | 326   | 246   | 6      |

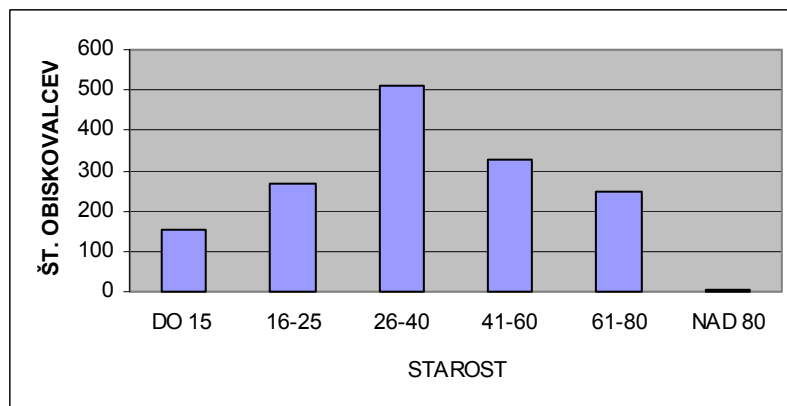
Vir: Interno gradivo Danijela Polizzi 2002.

Slika 5: Obiskovalci Izvira Hublja, ločeni po smereh, od koder so prišli



Vir: Lasten izračun po podatkih iz tabele 5.

Slika 6: Obiskovalci Izvira Hublja po letih



Vir: Lasten izračun po podatkih iz tabele 5.

Ta analiza obiskovalcev je bila opravljena v dveh sončnih vikendih (sobota in nedelja) jeseni leta 2002. Beležil se je prihod iz štirih različnih smeri, po spolu in po starosti. Izvir Hublja je obiskalo 810 izletnikov moškega spola in 701 izletnikov ženskega spola. Največ izletnikov je prišlo iz smeri Ajdovščine, kar dobro polovico. Približno enako število jih je prišlo iz Lokavca (240) in po Učni poti (276). Najmanj, le 5%, jih je pa prišlo iz Grivč. Pregled po starostnih kategorijah pokaže, da je največ izletnikov starih med 26 in 40 let. Približno enako število je tistih, ki so stari med 16 in 25, ter takih, ki so stari med 41 in 60 let. Najmanj pa je bilo starejših nad 80 let.

Z analizo turističnih tokov sem ugotovil, da je število turistov v Zgornji Vipavski dolini v zadnjih letih dokaj konstantno. Podobno je tudi gibanje števila nočitev. Med turisti se povečuje zanimanje za bivanje v zasebnih sobah. Število takih postelj se povečuje, saj vlada velik interes pri nekaterih interesentih, predvsem kmetih, ki želijo razvijati dopolnilne dejavnosti na svojih kmetijah. Obisk v Pilonovi galeriji narašča, poleg stalne zbirke se povečuje tudi število dodatnih razstav. Samostan v Vipavskem Križu je primer, po katerem bi se morali zgledovati drugi. V drugi polovici devetdesetih so samostan prenovili in od takrat naprej število obiskovalcev narašča. Končna ugotovitev je, da je število turistov konstantno, povečuje pa se število enodnevni obiskovalcev. V tej smeri je potrebno razvijati turistično ponudbo, kar bom prikazal v naslednjem poglavju.

### **3.6. SWOT ANALIZA TURIZMA**

SWOT analiza je instrument za analizo turistične destinacije. Pomeni sistematično raziskavo njenih naravnih, ekonomsko-demografskih značilnosti, glavnih konkurentov ter trendov in razvojnih smernic z namenom učinkovite analize prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (Kotler, Haider, Rein, 1993, str. 83). SWOT analiza je okrajšava za prednosti (strengths), ki so notranje zmogljivosti, s katerimi določena turistična destinacija razpolaga v primerjavi s konkurenco; slabosti (weaknesses); priložnosti (opportunities), ki so zunanje potrebe, ki jih lahko turistična destinacija donosno zadovolji; nevarnosti (threats) okolja.

V tem poglavju diplomskega dela bom naredil SWOT analizo turizma v Zgornji Vipavski dolini. Turizem je predstavljen kot dejavnik regionalnega razvoja.

#### **3.6.1. Analiza prednosti in slabosti**

Prednosti turizma v Zgornji Vipavski dolini so naslednje:

- Bogata zgodovinska dediščina z rimskimi ostanki ter srednjeveškimi dvorci in gradovi, po katerih je dolina dobila vzdevek Dolina dvorcev in gradov. Dobro poznan in ohranjen je Dvorec Zemono, zapuščino nekdanjih graščakov pa najdemo še v Vipavi, Ložah, Velikih Žabljah, Vipavskem Križu, na Colu, Slapu in drugod.
- Bogata kulturna dediščina. Imamo številne ohranjene cerkve, ki so nastajale od gotike naprej. Poleg njih štejemo med kulturne spomenike (razglašeni je 27 pomembnejših kulturnih in naravnih spomenikov) tudi cela naselja: Vipavski Križ, Goče in Šmarje ter urbani jedri Vipave in Ajdovščine. V Taboru nad Črničami pa je ohranjeno eno redkih taborskih naselji pri nas.
- Naravne lepote in raznolikost pokrajine.

- Ugoden geografski položaj med velikimi evropskimi tržišči in južnimi letovišči na Jadranu in v Sredozemlju. Ugodna tranzitna lega namreč predstavlja velik potencial za prihod turistov.
- Obmejno območje, bližina Italije predstavlja možnost večjega pritoka tujih turistov, ki želijo preživeti nekaj prostega časa v pristnem, naravnem okolju.
- Ravnovesje med kontinentalnim in mediteranskim podnebjem. Ugodna in zdrava klima skozi vse leto.
- Številne možnosti za razvoj športnih dejavnosti na prostem (kolesarjenje, ribolov, športno letenje, pohodništvo).
- Urejene ter označene gozdne, planinske in sprehajalne poti ter urejene razgledne točke.
- Ponudba jadralnega padalstva in zmajarstva na robu Čavna (ekološki način letenja).
- Ugodni pogoji za ustvarjanje in duhovno bogatitev.
- Dve odmevni prireditvi: Vipavska trgatev in Ajdovščina v maju, ter vrsta kulturnih in drugih prireditev.
- Razvita vinska kultura.
- Veliko število avtohtonih vrst grozdja (več kot 20) in sadja, ki je za tako majhno območje prava redkost. To pomeni, da je ponudba zelo raznolika in lahko zadovolji še tako zahtevnega kupca.
- Razvoj t.i. vinskega turizma (Vipavska vinska cesta). Število naselij, ki se vključujejo na vinsko cesto, se iz leta v leto veča, kar pomeni, da postaj ponudba čedalje večja in pestrejša.
- Pridelovanje kmetijskih pridelkov na zdrav oziroma naraven način. Naravni pridelki (sadje, zelenjava...) pritegnejo še posebej goste iz bolj industrializiranih dežel.
- Gostoljubnost domačinov do obiskovalcev.

Glavne slabosti turizma v Zgornji Vipavski dolini:

- Zelo pogosti problemi koordinacije med občinama Ajdovščina in Vipava, slabo sodelovanje med njima in neuskkljenost konceptov razvoja. Nerazumevanje za nove sodobnejše prijeme pri nadaljnjem turističnem razvoju.
- Pomanjkanje skladne strukture za trženje in promocijo turistične ponudbe Zgornje Vipavske doline, ni povezave med nacionalnimi strategijami v turizmu in lokalnimi turističnimi zmogljivostmi pri oblikovanju proizvoda.
- Slaba promocija turistične ponudbe Zgornje Vipavske doline, ki je osredotočena le na pomembnejše dogodke.
- Majhno število prenočitvenih kapacitet.
- Slaba fizična infrastruktura, dostopnost po cesti in železnici. Problem predstavljajo serpentine Razdrto, pa tudi preozke ceste in poti, ki vodijo do posameznih turističnih ponudnikov.
- Povečan promet zaradi zapor pri izgradnji avtoceste, poleg tega pa sama izgradnja pomembno posega v naravno okolje in ga preoblikuje.
- Neuskkljeni interesi na področju investicij, kar povzroča nedokončane projekte.
- Pomanjkanje finančnih virov za razvoj zanimivih projektov.
- Še vedno prenizka kakovost storitev in premajhna ponudba (zlasti atrakcij).
- Premalo animacije za turiste, ni turističnih programov, premalo dodatne turistične ponudbe.
- Slaba izkoriščenost naravnih danosti.
- Pomanjkanje strokovnega kadra v turizmu.



- Slaba usposobljenost kadra, pomanjkljivo znanje tujih jezikov, znanje s področja upravljanja, vodenja in trženja.
- Premalo finančnih sredstev ter neugodni kreditni pogoji za razvoj turističnih kmetij.
- Kmetije so majhne, z velikimi proizvodnimi stroški, ki so posledica dejstva, da je potrebno za vsak poseg pridobiti draga in dolgo pričakovana gradbena dovoljenja.
- Pomanjkanje delovne sile zaradi odseljavanja prebivalstva s podeželja. To predstavlja velik problem za nadaljnji razvoj podeželskega prostora.
- Odseljavanje mladih s podeželja in neugodna demografska struktura prebivalstva na podeželju.

### 3.6.2. Analiza priložnosti in nevarnosti

Glavne priložnosti za turizem v Zgornji Vipavski dolini so naslednje:

- Zgornja Vipavska dolina ima bogat potencial za obvladljiv, okolju prijazen turizem in za razvoj dejavnosti na prostem.
- Naraščanje zanimanja za nove, še neodkrite turistični destinacije.
- Klasične počitnice počasi izgubljajo svoj pomen, raste delež aktivnih počitnic.
- Narava bo tudi v prihodnosti pomembna komponenta turistične ponudbe, Zgornja Vipavska dolina pa ima še vedno relativno čisto okolje.
- Zgornja Vipavska dolina meji na postojnsko stran (Postojnska jama), Kras in Goriško.
- Skupna promocija in trženje celovite regionalne turistične ponudbe doma in v tujini.
- Nova delovna mesta v turizmu in povečanje BDP na prebivalca.
- Večje izkoriščanje naravnih danosti.
- Ugodne možnosti za razvoj turizma na kmetijah.
- Ohranjeno naravno okolje je možno izkoristiti za razvoj ekološkega kmetijstva in turizma.
- Povezovanje turizma in kmetijstva.
- Spodbujanje razvoja "zdravih" tradicionalnih izdelkov z blagovno znamko (na primer sir, med, mlečni izdelki, predelani mesni izdelki).
- Izmenjava informacij in sodelovanje med podeželskimi območji.

Srečamo se tudi z nevarnostmi za turizem v Zgornji Vipavski dolini. Glavne nevarnosti so:

- Konkurenti vlagajo v razvoj in promocijo turizma več sredstev, kot se vlaga v Zgornji Vipavski dolini.
- Pojavlja se nevarnost prevelikega izrabljanja naravnih virov in sprememba samega zunanlega izgleda.
- Onesnaževanje okolja.
- Vedno večje zahteve in pričakovanja turistov.
- Zapiranje v lokalne meje.
- Premajhna usposobljenost lokalnih ponudnikov za tekmovanje na odprtem trgu.
- Centralizacija in pomanjkanje usklajenega delovanja na področju regionalnega razvoja.
- Razlike v gospodarski razvitosti med regijami se povečujejo.
- Upadanje števila prebivalstva v nekaterih predelih podeželja.
- Aktivnosti v okviru vinske ceste, ki so v neposredni povezavi z vinom, so prisotne v večji meri le v jesenskem času, v ostalem delu leta pa znatno manj.
- Nevarnost naraščanja trenda nezanimanja za kmetijsko izobraževanje in delo na kmetijah, predvsem med mladimi.

### **3.6.3. Rezultati analize**

Veliko število prednosti turistične ponudbe Zgornje Vipavske doline izvira iz njene naravne lepote in raznolikosti pokrajine ter bogate zgodovinske in kulturne dediščine. Dolina ima ugoden geografski položaj, prednost je tudi bližina meje z Italijo. Dobro je razvito pohodništvo, veliko je urejenih gozdnih, učnih in sprehajalnih poti. Moje mnenje je, da so tu še vedno možne izboljšave, predvsem boljše označevanje poti in urejena infrastruktura. Z urejeno infrastrukturo mislim na boljšo urejenost počivališč, več klopi in smetnjakov. Dolina je poznana tudi po ekstremnih oblikah rekreacije, kot sta jadralno padalstvo in zmajarstvo. Visoko je razvita vinska kultura, veliko naselji je vključenih na vinsko cesto.

Glavna slabost je slabo sodelovanje med občinama Ajdovščina in Vipava in neuskkljenost konceptov razvoja. Promocija turistične ponudbe Zgornje Vipavske doline je slaba, osredotočena je le na pomembnejše dogodke. Majhno je število turističnih kapacitet, ter prenizka kakovost storitev in premajhna ponudba. Nujno je potrebno povečanje števila prenočitvenih kapacitet na turističnih kmetijah, po katerih se povečuje povpraševanje. Slabost predstavlja tudi pomanjkanje strokovnega kadra v turizmu in slaba usposobljenost teh, ki se s turizmom ukvarjajo. Potrebno bo izobraziti lokalne vodiče, ki bodo lahko organizirali vodene obiske in bili na voljo turistom.

V Zgornji Vipavski dolini je izredno veliko priložnosti za razvoj okolju prijaznega turizma, ki temelji na naravnih lepotah in raznolikosti ohranjene pokrajine. Obstajajo ugodne možnosti za razvoj turizma na kmetijah in s tem povezovanje kmetijstva in turizma. To bo omogočilo ustvarjanje novih delovnih mest ter dvig BDP na prebivalca. Ustavilo bo tudi zmanjševanje števila prebivalstva na podeželju. Turizem kot dopolnilna dejavnost predstavlja veliko priložnost za razvoj podeželja, ker zmanjšuje razlike v razvitosti znotraj same Goriške regije in tudi navzven. Z razvojem podeželja se izpolnjuje eden od ciljev regionalne politike. Nevarnost predstavlja zaostajanje za konkurenco, obstaja namreč veliko priložnosti, ki pa ostajajo neizkoriščene. Razlike v gospodarski razvitosti med regijami se ne zmanjšujejo in še vedno so prisotni neugodni pogoji za vlaganje v kmetijstvo in razvoj podeželja.

SWOT analiza kaže, da trenutna situacija turizma v Zgornji Vipavski dolini ni najbolj ugodna, saj je prisotnih veliko slabosti in tudi nevarnosti. Analiza me je pripeljala do ugotovitve, da ima Zgornja Vipavska dolina najboljše možnosti za nadaljnji razvoj rekreacijskega turizma in turizma na kmetijah. Z razvojem turizma se uresničujejo cilji regionalnega razvoja, kot so zmanjšanje razlik v gospodarski razvitosti, gospodarski, socialni in prostorski razvoj regije, ohranjanje poseljenosti in drugi. Da bo turizem postal pomembna gospodarska panoga v dolini, bo morala biti turistična ponudba celovita, potrebna bo načrtovana in dobro vodena promocija ter boljše sodelovanje vseh, ki se ukvarjajo s turizmom in vidijo v njem možnost za razvoja tega območja. Če povzamem, Zgornja Vipavska dolina je kljub vsem svojim priložnostim za turizem podpovprečno razvita kot turistična destinacija.

### **3.7. VIZIJA IN CILJI**

Vizija se je oblikovala pri pripravi osnutka strateškega plana turizma Zgornje Vipavske doline. Njen namen je vzpostaviti identiteto ter image Zgornje Vipavske doline kot turistične destinacije skozi razvoj razpoznavnih, ciljno usmerjenih kakovosti proizvodov ob sodelovanju vseh sektorjev in aktiviranju njenih razvojnih potencialov.

Na kratko lahko vizijo Zgornje Vipavske doline kot celote opredelimo s sloganom "Od kulturne identitete k razvoju", Zgornje Vipavske doline kot turistične destinacije pa "Mali slovenski Eden" (Suban, Kline, Ažbe, 1998, str. 31). Vizija naj bi podala osnovne smernice razvoja turizma za posamezne ponudnike.

### **3.7.1. Kvantitativni cilji**

Kvantitativni cilji so naslednji (Suban, Kline, Ažbe, 1998, str. 31):

- Povečati število turističnih poslovnih enot, zlasti prenočitvenih kapacitet tako za domače kot tuje turiste od 5 do 10% na letni ravni.
- Povečati število domačih in tujih turistov čez celo leto in do leta 2010 doseči raven pred razpadom Jugoslavije.

Uresničitev zadanih ciljev je odvisna od razpoložljivih sredstev, predvsem za področje trženja in izboljšanje stanja na področju kapacitet Zgornje Vipavske doline ter interesa ljudi in njihove pripravljenosti za sodelovanje.

### **3.7.2. Kvalitativni cilji**

Kvalitativni cilji se nanašajo na samo turistično ponudbo, ljudi in sodelovanje med njimi ter promoviranje Zgornje Vipavske doline. Najpomembnejši cilji so (Suban, Kline, Ažbe, 1998, str. 31):

- Podaljšanje turistične sezone.
- Izboljšanje obstoječih kapacitet in kvalitete turistične ponudbe.
- Razviti celovito ponudbo podeželskega turizma.
- Ohranjanje domačnosti, izvornosti, etnoloških posebnosti (navade, običaji) s hkratnim dvigom kakovosti in raznovrstnosti ponudbe za posamezne ciljne skupine.
- Povečati ponudbo aktivnih počitnic.
- Poudariti naravne in kulturne znamenitosti in poskrbeti za njihovo dobro označitev.
- Vse dejavnosti razvoja turizma morajo biti izvedene z občutkom do ljudi, ki jih je potrebno izobraziti, jim svetovati, pomagati pri uresničevanju njihovih poslovnih zamisli.
- Ohranjati pristnost ljudi.
- Uskladiti medsebojne cilje in skoordimirati aktivnosti turističnih dejavnosti z ostalimi dejavnostmi (gospodarstvo, razvoj infrastrukture, politične aktivnosti in podobno).
- Skupen nastop na sejmih in drugih organiziranih srečanjih ter skupno tržno komuniciranje pod krovno blagovno znamko Zgornje Vipavske doline.
- Bolj aktivno tržiti že obstoječe kapacitete.

Nekateri cilji se že uresničujejo. TIC Ajdika skrbi, da je turistična ponudba razpršena skozi celo leto, prireditve se odvijajo v vseh letnih časih. Večajo se tudi prenočitvene kapacitete, predvsem na račun turističnih kmetij. Povečuje se tudi ponudba aktivnih počitnic. Društvo Gora je uredilo na Gori več kolesarskih poti, v pripravi pa je tudi več površin za športno udejstvovanje.

## **4. VIPAVSKA VINSKA CESTA**

Vipavska vinska cesta (v nadaljevanju VVC) je projekt, ki je nastal v okviru pospeševanja razvoja in promoviranja celotne Vipavske doline. Predstavil ga bom kot primeren način pospeševanja regionalnega razvoja s pomočjo turizma.

### **4.1. PREDSTAVITEV PROJEKTA VIPAVSKA VINSKA CESTA**

VVC vključuje pestro ponudbo vina in spremljajočih storitev, ki so bolj ali manj povezane z vinom. Obiskovalci VVC lahko začutijo, da je Vipavska dolina dežela sonca, vina in prijaznih ljudi. Ker tradicija vinogradništva sega daleč v preteklost, lahko obiskovalci na vsakem koraku občudujejo prepletenost vina in vinskih trt z ljudskimi običaji. VVC je predstavljena v brošuri Mali slovenski Eden, ki jo je izdal Turistično informativni center Ajdika. Tam je zapisano: "Sončna južna pobočja so kot nalašč za gojenje vinske trte. Domačini že stoletja po vsej Sloveniji in tudi tujini slovijo kot odlični vinogradniki in vinarji. Njihovo vino je opeval že Vajkad Valvasor v svoji Slavi vojvodine Kranjske. Kasneje si je celo gospoda na Dunaju sladkala življenje z vipavskimi vini. Kljub tehnološkemu in drugemu napredku je danes za mnoge vino še vedno največja znamenitost Vipavske doline. Katerikoli kraj obišče popotnik v dolini, povsod bo naletel na obokane kleti s starimi hrastovimi sodi in žlahtno kapljico v njih" (Blažina, 1995, str. 7).

Za vina iz vipavskega vinorodnega okoliša je značilna svežina in lahkotnost ter nežen okus in opojna aroma. Vina so pretežno suha, a s prijetno poudarjeno kislino in brez dodatnega sladkorja. Vina blagodejno vplivajo na počutje. Naravne značilnosti vinarjem v Vipavski dolini ponujajo zelo dobre pogoje za pridelavo vrhunskega vina. Podnebje je mediteransko, sama dolina pa je bogata tudi z vodnimi viri. Tla so v večini laporna, kar pomeni, da ponujajo najboljše pogoje za trto.. Pri podnebnih razmerah ne smemo pozabiti na vipavsko burjo.

VVC obiskovalce s ponudbo 27 vinskih krajev ter ponudnikov, ki so označeni z usmeritvenimi tablami, vabi preko celega leta. Razprostira se od Nove Gorice na severni strani preko Potoč in Ajdovščine do Črnega Vrha in na južni strani do Razdrtega, preko Orehovice, Podrage, Lož, Goč in Branika vse do Sežane. V VVC so vključeni tudi naslednji kraji: Kamnje, Brje, Zavino, Šmarje, Ustje, Planina, Budanje, Vrhpolje, Vipava, Gradišče, Erzelj in Slap. V okviru Vipavske vinske ceste se razprostira mreža dvanajstih vinskih cest. Vse so označene s posebnimi predpisanimi tablami.

#### **4.1.1. Ponudniki na Vipavski vinski cesti**

Ponudniki predstavljajo enega od ključnih dejavnikov v uspešnosti turistične ponudbe. Zadovoljstvo turistov in njihova ocena kvalitete storitev se oblikuje ravno na izkušnjah turistov s ponudniki. Znanje, motivacija in samoizvajanje storitve ponudnikov so pri turistični ponudbi zelo pomembni.

Namen vinske ceste je, da pripelje turiste do ponudnikov vina, domače hrane, pa tudi do naravnih in kulturnih znamenitosti vinorodnega območja, kjer se nahaja (Drozg, 1993, str. 15). Vsega tega je v Zgornji Vipavski dolini veliko. Posledica tega je, da je na vinski cesti, ki pelje v delu Zgornje Vipavske doline skozi občini Ajdovščina in Vipava, trenutno kar 97 ponudnikov.

Vsi ponudniki morajo izpolnjevati določene pogoje oziroma zagotavljati neko raven kvalitete ponudbe. Potreben je stalen razvoj in nova, popestrena ponudba, ki privablja nove goste in spodbuja stare, da se vračajo. Ponudnikom se nudi pomoč v obliki izobraževanja, spodbujanja lastnega osebnega in poslovnega razvoja, obveščanja o možnostih, kako lahkoboljšajo ponudbo. Spodbuja se tudi sodelovanje med njimi samimi, brez katerega si je težko zamisliti uspešno turistično ponudbo.

#### **4.1.2. Obiskovalci na Vipavski vinski cesti**

VVC obiskujejo predvsem družine, upokoenci in sindikalne skupine. Družine obiščejo VVC predvsem zato, ker želijo preživeti skupaj nekaj kvalitetnega časa. Obisk razumejo kot družinski izlet z določenim namenom. Upokoenci prihajajo v organiziranih skupinah, si ogledujejo znamenitosti in se potem poveselejo ob dobrem vinu. Sindikalne skupine pa obiščejo VVC predvsem z namenom, da obiščejo vinsko klet. Med obiskovalci je največ domačinov, prihajajo pa tudi gostje iz različnih koncev Slovenije, največ iz Ljubljanskega področja, z Gorenjske in Notranjske ter gostje iz tujine (Suban, Kline, Ažbe, 1998a, str. 23).

Potrebno je natančno spoznati cilje turistov, ki obiskujejo VVC. Le tako se jim bo lahko ponudilo tisto, kar od obiska pričakujejo. Želja je, da bi VVC obiskovalo še več družin z otroki, za katere pa trenutno primanjkuje posebnih zanimivosti.

### **4.2. AKTIVNOSTI V OKVIRU VIPAVSKE VINSKE CESTE**

Sama raznolikost narave in močno razgibana pokrajina ponujata številne možnosti dodatnih storitev. Vendar pa dodatna ponudba, ki bi jo lahko ponujali izključno vinarji, trenutno še ni na dovolj kakovostni ravni. Kljub temu pa je sestavljena iz najrazličnejših aktivnosti, ki so bolj ali manj povezane z osnovno ponudbo.

Aktivnosti v okviru VVC (Suban, Kline, Ažbe, 1998a, str. 17):

- Običajna trgatav: to je najlepši praznik za vinogradnike in vinarje, ki na septembrsko trgatav vabijo obiskovalce, da bi občutili veličastnost vipavskih trt. Trgatav se na Primorskem začne prej kot v severnih deželah. Ker je sonca in toplote dovolj, grozdje hitreje dozoreva.
- Organiziranje martinovanj: le ta organizirajo mnogi ponudniki na Vipavski vinski cesti, kjer poleg nove žlahtne kapljice obiskovalce razvajajo z mnogimi tradicionalnimi domačimi jedmi.
- Organiziranje osmic: to je izraz za kmetije, ki za deset dni na leto odprejo svoja vrata in ponujajo domačo hrano in pijačo. Osmice so bile včasih označene z zeleno vejo, danes pa tudi s kažipot. Navada izvira iz časov Marije Terezije, ko se je oblast na tak način borila proti revščini med kmeti. Osmice se odpirajo skozi celo leto, večina pa se jih zvrsti v spomladanskih dneh.
- Vinotoči: To je mesto, na katerem vinarji prodajajo svoje vino. Lahko se nahaja v kraju, kjer se vino tudi pridelava, lahko pa ga vinar odpre tudi v notranjosti, kjer vinska trta ne uspeva.
- Ogledi vinskih kleti. Vinarji vsem obiskovalcem z veseljem pokažejo prostor, kjer predelujejo grozdje in kjer vzgajajo vino.
- Degustacije vin: pokušine vin, ki dobivajo odlične ocene na domačih in tujih sejmih in navdušujejo tako poznavalce kot manj izkušene ljubitelje žlahtne kapljice.

- Trgatve po starih običajih: gre za prikaz pobiranja grozdja, kot so ga poznali v starih časih, s takratno opremo, in s tem obujanje starih običajev.

Izvajajo pa se tudi aktivnosti, ki so posredno povezane z vinom, a predstavljajo pomemben dejavnik pestrosti turistične ponudbe VVC. To so (Suban, Kline, Ažbe, 1998a, str. 17):

- dejavnosti v okviru turističnih kmetij,
- možnost opravljanja kmečkih opravil,
- organiziranje izletov in piknikov,
- športne aktivnosti, kot so kolesarjenje, jahanje, balinanje, zmajarstvo...,
- prikaz starih običajev (furenga),
- kulturne in zabavne prireditve,
- ogledi galerij, razstav, muzejev,
- ogled etnoloških spomenikov, cerkva in gradov, ki jih je v naši dolini kar nekaj,
- planinarjenje po označenih planinskih poteh in podobno.

Celotna ponudba VVC kaže na to, kako je moč zelo uspešno preplesti naravne danosti s kulturnimi, zgodovinskimi, arheološkimi, etnološkimi, gospodarskimi, arhitektonskimi in okoljevarstvenimi značilnostmi nekega področja.

Najbolj odmevna in največja po številu obiskovalcev je prireditev Vinski hrami Vipavske doline. Vključuje sklop prireditev, ki potekajo med sv. Martinom in božičem. Z njimi se ob koncih tedna predstavljajo naselja s svojo kulturo, umetniško in predvsem vinsko podobo. V letu 2002 je sodelovalo 14 krajev iz občin Ajdovščina in Vipava. Prireditev se je začela v Gaberjah že par dni pred sv. Martinom, končala pa na Planini 10 dni pred božičem z zaključno prireditvijo.

Na dan prireditve so vse kleti v vasi odprte za obiskovalce. Le ti brezplačno pokušajo različna vina in temu sledi razglasitev najboljših vaških vin. Prireditev spremlja tudi kulturni program, nastopi raznih pevskih zborov in drugih skupin. Karavana se seli iz kraja v kraj in zbira najboljša vina. Na koncu pa se pripravi zaključna prireditev, na kateri se predstavijo vipavski vinarji in izberejo najboljša vina.

### **4.3. UČINKI VIPAVSKE VINSKE CESTE NA RAZVOJ ZGORNJE VIPAVSKE DOLINE**

VVC predstavlja s svojo bogato vinogradniško tradicijo in pestro ponudbo vina pomembno priložnost za razvoj turizma v Zgornji Vipavski dolini. Zaradi svoje splošne usmeritve, da mora ponudbo vina povezovati s ponudbo domače hrane, kulturno dediščino in bogato zgodovino, predstavlja vezni člen med vsemi ponudniki turističnih storitev. Pri tem mislim na turizem v skladu s turističnimi trendi v svetu, ki postavlja v ospredje ohranjeno naravno okolje, spoznavanje kulture in lokalne zgodovine ter veliko skrb za zdravje.

S pomočjo VVC kmetje veliko lažje tržijo svoje proizvode in s tem povečujejo prodajo in možnost uspeha v manj primernih tržnih okoliščinah. Direktna prodaja je edina priložnost manjših vinogradnikov, ki ne morejo zagotoviti stalnosti ponudbe. Pritok sredstev jim pripomore h kakovostnejši in povečani pridelavi. Z direktno prodajo odpadejo distribucijski stroški, neposreden stik s kupcem pa pomeni večjo zaupljivost in naklonjenost le tega. To pomeni tudi večjo prodajo ostalih kmetijskih proizvodov in s tem večji prihodek

vinogradniške kmetije. Poleg osnovne ponudbe vinarji ponujajo tudi sadne, zelenjavne in zeliščne pridelke ter izdelke iz žit, spominke ter ostale izdelke domače in umetne obrti. Kot sem že zapisal, je na VVC trenutno 97 ponudnikov, katerim pomeni turizem predvsem dopolnilno dejavnost, vendar pa na ta način prodajo večino svojih pridelkov. S prihodki od VVC torej živi 97 družin, kar pomeni blizu 500 ljudi, kar pa je več kot 2% prebivalcev doline. Z večjo prepoznavnostjo VVC se izboljšuje tudi podoba Zgornje Vipavske doline kot turistične pokrajine.

VVC spremljajo tudi dopolnilne dejavnosti, ki dopolnjujejo ponudbo na njej. To so rekreacijska območja, planinske in kolesarske poti, etnološke posebnosti, likovne galerije. Vedno več je ponudnikov, ki obiskovalcem ponujajo jahanje, lov, ribolov... Z VVC se povečuje ugled celotne pokrajine z vsemi naravnimi in kulturnimi znamenitostmi, zgodovino, tradicijo in posebnostmi. Vinska cesta je samo krovni pojem, ki obsega ponudbo celotnega območja, je sestavni del in proizvod okolja, po katerem poteka (Idejni projekt Vinske turistične ceste Slovenije, 1993, str. 109).

## SKLEP

Turizem postaja ena od najpomembnejših svetovnih dejavnosti, ki se neprestano vzpenja. Svetovne turistične smernice se počasi, a zanesljivo obračajo k oblikam mehkega turizma, v okviru katerega se poudarja predvsem ohranjeno naravno okolje in aktivno preživljanje počitnic.

S pospeševanjem regionalnega razvoja skušamo odpraviti ali vsaj ublažiti posledice tržnega gospodarstva, ki povzročajo regionalne razlike med pokrajinami in zaradi katerih nekateri deli Slovenije uživajo prednosti, drugi pa so zapostavljeni in njihov razvoj stagnira ali celo relativno nazaduje. Obstajajo namreč velike razlike v razvitosti med vzhodnimi, pretežno slabo razvitimi regijami in zahodnejšimi ter osrednjeslovensko regijo, ki so precej bolj razvite. Potrebno je razvijanje regionalnih razvojnih programov in realizacija le teh, kar bo okrepilo enakomerni razvoj vseh regij.

Podeželje danes izgublja tradicionalno vlogo območja za pridelavo hrane, ki jo je imelo nekoč. Podeželje niso samo območja, kjer so vasi, ampak sodijo k podeželju tudi podeželska mesta z zaledjem, ki danes tvorijo nujno potrebno partnerstvo. V funkcionalnem smislu postaja podeželje vedno bolj tudi prostor za bivanje in rekreacijo. Tako kot podeželje ni več samo kmetijsko, tudi kmetovanje nima le funkcije pridelovanja hrane. Doslej najpomembnejšima dejavnikoma kmetijstvu in gozdarstvu so se pridružile številne obrtne in proizvodne dejavnosti ter turizem.

Turizem na podeželju, ki je pomembna veja turizma v najširšem pomenu besede je zelo odvisen od kakovosti prostora. Na podeželju je potrebno zagotoviti širok razpon storitev in dejavnosti ter ustvariti nove ekonomske temelje, ki so uglaseni z ohranjanjem kulturne krajine in narave ter z ohranjanjem in razvojem funkcionalnih, ekoloških in estetskih potencialov tega prostora. Med mestom in podeželjem je potrebno okrepiti sožitje in partnerstvo, tako v prostorskem kot gospodarskem in kulturnem smislu, da bi se slednje lahko revitaliziralo.

Zgornja Vipavska dolina ima naravne lepote in raznoliko pokrajino. Ima bogato kulturno in zgodovinsko dediščino z rimskimi ostanki, srednjeveškimi gradovi, mnogimi cerkvami ter primeri podeželske arhitekture. Ima tudi ugodne klimatske pogoje, veliko število avtohtonih

sort trt in sadja, odlično vino in gostoljubne prebivalce. Obstajajo torej vsi pogoji za razvoj turizma, vendar sem prišel do ugotovitve, da je Zgornja Vipavska dolina kot turistična pokrajina podpovprečno razvita. Ugotovil sem, da je število turistov konstantno, povečuje pa se število enodnevnih obiskovalcev in ravno na teh je potrebno graditi turistično ponudbo. SWOT analiza pa me je pripeljala do ugotovitve, da ima Zgornja Vipavska dolina najboljše možnosti za nadaljnji razvoj rekreacijskega turizma in turizma na kmetijah. Da pa bo turizem postal pomembna gospodarska panoga v dolini, bo morala biti turistična ponudba celovitejša, potrebna bo načrtovana in dobro vodena promocija ter boljše sodelovanje vseh, ki se ukvarjajo s turizmom in vidijo v njem možnost za razvoja tega območja.

Vipavska vinska cesta predstavlja s svojo bogato vinogradniško tradicijo in pestro ponudbo vina pomembno priložnost za razvoj turizma v Zgornji Vipavski dolini. Zaradi svoje splošne usmeritve, da mora ponudbo vina povezovati s ponudbo domače hrane, kulturno dediščino in bogato zgodovino, predstavlja vezni člen med vsemi ponudniki turističnih storitev.

Glede na to, da razvoj turizma ugodno vpliva na celoten ekonomski, socialni in prostorski razvoj regije in celotne države, je turizem tako za državo kot za regijo razvojna priložnost, ki jo je potrebno izkoristiti.



## LITERATURA

1. Blažina Ivo.: Ni vse zelen, kar je zelen. Koper: Veritas, 1995. 47 str.
2. Butler Richard, Hall Michael: Tourism and recreation in rural areas. Chichester: John Wiley & Sons, 1997. 261 str.
3. Dekleva Marija Majda: Turizem in regionalni razvoj v Sloveniji. Ljubljana: Urbanistični inštitut RS, 1992. 21 str.
4. Drozg Vladimir: Vinske ceste kot element regionalnega razvoja obmejnih področji. Ljubljana: Oddelek za geografijo, 1993. 75 str.
5. Gulič Andrej, Praper Sergeja: Koncept regionalnega prostorskega razvoja Slovenije. Geographica Slovenica, Ljubljana, 2000, 33/II, str. 133-172.
6. Kavaš Damjan, Strmšnik Igor, Pečar Janja: Reforma slovenske regionalne politike: oblikovanje slovenske strukturne politike. Geographica Slovenica, Ljubljana, 2000, 33/II, str. 83-129.
7. Kolenc Drago: Kraji, kjer je prepil doma. Postojna: Zavod za turizem, 2002. 83 str.
8. Kotler Philip, Haider Donald H., Rein Irving: Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations. New York: The Free Press, A division of Macmillan, Inc., 1993. 388 str.
9. Kovač Bogomir: Strategija slovenskega turizma 2002-2006. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, 2002. 95 str.
10. Middleton Victor T.C.: Marketing in travel and Tourism. Oxford: Heinemann Professional Publishing, 2001. 9 str.
11. Mihalič Tanja: Ekonomske funkcije turizma. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2002. 71 str.
12. Mihalič Tanja: Uvod v trženje v turizmu. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 120 str.
13. Mihalič Tanja, Planina Janez: Ekonomika turizma. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2002. 279 str.
14. Nared Janez: Razvitost slovenskih občin in nadaljnje razvojne perspektive. Geografski vestnik, Ljubljana, 2002, 74-2, str. 33-45.
15. Pečar Janja, Farič Metka: Regionalni vidik razvoja Slovenije s poudarkom na finančnih rezultatih poslovanja gospodarskih družb v letu 1999. Ljubljana: ZMAR, 2001. 15-16 str.
16. Pelc Stanko: Geografija in celostni razvoj podeželja. Geografija in njene aplikativne možnosti, Ljubljana, 2002, str. 228.
17. Ravbar Marjan: Regionalizacija Slovenije. Geografija in njene aplikativne možnosti, Ljubljana, 2002, str. 321.
18. Sirše J., Stroj- Vrtačnik I., Pobega N.: Strategija razvoja slovenskega turizma. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja, 1993. 96 str.
19. Suban Iris, Kline Miro, Ažbe Petra: Strateški plan turizma Vipavske doline. Ajdovščina, 1998. 35 str.
20. Suban Iris, Kline Miro, Ažbe Petra: Tržni načrt za Vipavsko vinsko cesto. Ajdovščina, 1998a. 26 str.
21. Šaupperl Franjo: Položaj in vloga turističnih društev pri razvoju turizma na podeželju. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 2000. 53 str.
22. Šmidovnik Janez: Regionalizem v Evropi in pri nas. Teorija in praksa, Ljubljana, 1993, 3-4, str. 200.
23. Taškar Jana: Slovenija na dvanajst, osem ali šest delov. Delo, Ljubljana, 45 (2003), 81, str. 2.

24. Vrišer Igor: Regionalno planiranje. Ljubljana: Mladinska knjiga, 1978. 356 str..

## VIRI

1. Državni razvojni program 2001-2006.  
[URL: [http://www.pic.si/projekti/doc/NVO\\_DRP\\_pripombe.doc](http://www.pic.si/projekti/doc/NVO_DRP_pripombe.doc)], 29.9.2003.
2. Idejni projekt Vinske turistične ceste Slovenije. Maribor: Ministrstvo RS za kmetijstvo in gozdarstvo, 1993. 170 str.
3. Interna gradiva Razvojne agencije Rod 1996-2003.
4. Interna gradiva turistično informativnega centra TIC Ajdika 2001-2003.
5. Interna gradiva samostana v Vipavskem Križu 1995-2002.
6. Interna gradiva Pilonove galerije 1996-2002.
7. Interna gradiva Danijela Polizzi 2002.
8. Načrtovanje regionalnega razvoja v Sloveniji.  
[URL: [http://www.bf.uni-lj.si/iae/Tone/BF\\_PODIPL\\_NACRTRR.PDF](http://www.bf.uni-lj.si/iae/Tone/BF_PODIPL_NACRTRR.PDF)], 26.10.2003.
9. Regionalni razvojni program Severne Primorske (statistične regije Goriška) od leta 2002 do leta 2006. Idrija: Severnoprimorska mrežna regionalna razvojna agencija, 2003. 196 str.
10. Rezultati popisa 2002 po občinah.  
[URL: [http://www.stat.si/popis2002/si/rezultati\\_naselja.asp?crka=A](http://www.stat.si/popis2002/si/rezultati_naselja.asp?crka=A)], 19.10.2003.
11. ROD Bilten za krajevno obveščanje in promoviranje. Ajdovščina: Razvojna koalicija Rod, Občina Ajdovščina, 1998, 1, str. 7.
12. ROD Bilten za krajevno obveščanje in promoviranje. Ajdovščina: Razvojna agencija Rod, Občina Ajdovščina, 2000, 1, str.19.
13. ROD Bilten za krajevno obveščanje in promoviranje. Ajdovščina: Razvojna agencija Rod, Občina Ajdovščina, 2000, 2, str. 19.
14. Statistični letopis Republike Slovenije 1992-2003. Ljubljana: Zavod RS za statistiko, 1992-2002.
15. Turizem - razvojna možnost podeželja.  
[URL: [http://www.ds-rs.si/dejavnost/publikacije/publ\\_10.htm](http://www.ds-rs.si/dejavnost/publikacije/publ_10.htm)], 21.11.2003.
16. Ukrep 3- gospodarska diverzifikacija na kmetijah. Ljubljana: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 2001. 7 str.
17. Ukrep 4- razvoj in izboljšanje infrastrukture na podeželju. Ljubljana: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 2001. 7 str.
18. Vipavska dolina - Mali Slovenski Eden. Ajdovščina: TIC Ajdika, 1997.
19. World tourism organisation (WTO): Developing Sustainable tourism, 1998, str. 23.
20. World tourism organisation (WTO).  
[URL: [http://www.world-tourism.org/statistics/basic\\_statistics.html](http://www.world-tourism.org/statistics/basic_statistics.html)] 23.02.2003.
21. Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (ZSRR), (Uradni list št. 60/99).