

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

**FAKTORJI KONKURENČNOSTI IN TRAJNOSTI TURIZMA  
V JULIJSKIH ALPAH**

**MATIC JELOČNIK PELICON**

## **IZJAVA**

Študent Matic Jeločnik Pelicon izjavljam, da sem avtor te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisal pod mentorstvom mag. Janeza Siršeta, in dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 3. 3. 2009

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

# KAZALO

UVOD .....	1
1 POMEN KONKURENČNOSTI IN TRAJNOSTI TURIZMA .....	2
1.1 Pomen turizma v svetu.....	2
1.2 Problematika turizma.....	3
1.2.1 Trajnostni razvoj turizma.....	3
1.2.2 Konkurenčnost turizma.....	5
1.3 Smernice Evropske unije na področju trajnosti in konkurenčnosti turizma.....	6
1.3.1 Lizbonska strategija .....	6
1.3.2 Agenda 2007 .....	7
2 TURIZEM V SLOVENIJI .....	8
2.1 Kvantitativna in kvalitativna predstavitev turizma v Sloveniji .....	8
2.2 Opredelitev regije Julijskih Alp.....	10
2.3 Predstavitev izbranih občin regije Julijskih Alp.....	10
2.3.1 Površina izbranih občin.....	11
2.3.2 Število prebivalcev izbranih občin.....	11
2.3.3 Delovna aktivnost prebivalcev izbranih občin.....	12
2.3.4 Število brezposelnih oseb izbranih občin .....	12
2.3.5 Število prenočitvenih zmogljivosti izbranih občin .....	13
2.3.6 Število prihodov in prenočitev domačih in tujih turistov v izbranih občinah.....	13
2.4 Predstavitev turizma regije Julijskih Alp.....	14
3 KONKURENČNOST TURIZMA .....	15
3.1 Pomembnost konkurenčnosti turizma.....	15
3.2 Modeli konkurenčnosti turizma.....	16
3.3 Model konkurenčnosti turizma <i>Crouch &amp; Ritchie</i> .....	16
4. ANALIZA KONKURENČNOSTI TURIZMA REGIJE JULIJSKIH ALP .....	18
4.1 Analiza makro okolja regije Julijskih Alp .....	18
4.2 Analiza mikro okolja regije Julijskih Alp.....	20
4.3 Analiza glavnih privlačnosti regije Julijskih Alp .....	22
4.4 Analiza podpornih elementov regije Julijskih Alp .....	23
4.5 Analiza politike, planiranja in razvoja destinacije regije Julijskih Alp .....	23
4.6 Analiza managementa destinacije regije Julijskih Alp.....	24
4.7 Analiza dodatnih determinant regije Julijskih Alp .....	24
4.8 Faktorji konkurenčnosti in trajnosti turizma regije Julijskih Alp.....	25
SKLEP.....	26
LITERATURA IN VIRI .....	27

PRILOGE .....	1
---------------	---

## KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Razvrstitev držav po konkurenčnosti turizma .....</i>	6
<i>Slika 2: Prihodi turistov v Slovenijo v letih 1986–2006.....</i>	9
<i>Slika 3: Prenočitve turistov v Sloveniji v letih 1986–2006 .....</i>	9
<i>Slika 4: Prikaz velikosti površine izbranih občin regije Julijskih Alp .....</i>	11
<i>Slika 5: Prikaz števila prebivalcev izbranih občin regije Julijskih Alp dne 30. 6. 2008.....</i>	11
<i>Slika 6: Prikaz delovne aktivnosti prebivalcev izbranih občin regije Julijskih Alp dne 1. 1. 2007 .....</i>	12
<i>Slika 7: Prikaz števila brezposelnih oseb izbranih občin regije Julijskih Alp dne 1. 1. 2007..</i>	12
<i>Slika 8: Prikaz števila ležišč v izbranih občinah regije Julijskih Alp dne 1. 1. 2007.....</i>	13
<i>Slika 9: Prikaz števila prihodov domačih in tujih turistov v izbrane občine regije Julijskih Alp leta 2007 .....</i>	13
<i>Slika 10: Prikaz števila prenočitev domačih in tujih turistov v izbranih občinah regije Julijskih Alp leta 2007 .....</i>	14
<i>Slika 11: Število novo ustanovljenih podjetij brez predhodnika v Goriški in Gorenjski regiji v letih 2000–2006.....</i>	21

## KAZALO PRILOG

<i>Priloga 1: Slikovna predstavitev izbrane regije Julijskih Alp v okviru celotne Slovenije .....</i>	1
<i>Priloga 2: Analiza velikosti izbranih občin regije Julijskih Alp po površini .....</i>	1
<i>Priloga 3: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prebivalcev .....</i>	2
<i>Priloga 4: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu delovno aktivnega prebivalstva .....</i>	2
<i>Priloga 5: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu zaposlenih oseb.....</i>	3
<i>Priloga 6: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu brezposelnih oseb .....</i>	3
<i>Priloga 7: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prenočitvenih zmogljivosti... </i>	4
<i>Priloga 8: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prihodov turistov .....</i>	5
<i>Priloga 9: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prenočitev turistov .....</i>	6
<i>Priloga 12: Prikaz modela konkurenčnosti Crouch &amp; Ritchie .....</i>	7
<i>Priloga 11: Analiza posameznih kazalcev makro okolja regije Julijskih Alp.....</i>	8
<i>Priloga 12: Analiza posameznih kazalcev mikro okolja regije Julijskih Alp.....</i>	9

## UVOD

Turizem je v preteklosti in bo tudi v prihodnosti predstavljal pomemben vir prihodkov za narodna gospodarstva. V preteklosti je za razvoj turizma bila dovolj le posamezna privlačnost, ki je pritegnila pozornost turistov. V sodobnem svetu, ki je zaznamovan s hitrim življenjskim tempom in z vedno bolj omejeno količino prostega časa, pa posamezna privlačnost ne zadošča za zadosten prihod turistov v destinacijo. Sodobni turisti iščejo v destinaciji vse storitve, ki jih uporabljajo v domačem okolju, in posamezna privlačnost za njih ne predstavlja ključnega razloga za prihod v destinacijo. Zato poskušajo turistični ponudniki nuditi turistom »vse na enem mestu«, saj vedo, da če te storitve niso sposobni generirati, bodo to storitev potencialni turisti iskali pri konkurenčni destinaciji.

Destinacije se zato skušajo združevati v celovita zaokrožena območja, ki omogočajo turistom koriščenje vseh storitev, po katerih povprašujejo, obenem pa turisti ostajajo v tem zaokroženem območju in ne prehajajo v druge, konkurenčne destinacije.

Konkurenčnost turizma destinacij je v sodobnem svetu zelo velikega pomena, saj če destinacija ne omogoča turistom vsega, kar potrebujejo, ti preidejo v drugo destinacijo. Sodobni turist je zaradi hitro razpoložljivih informacij dobro obveščen o ponudbi vseh destinacij, zato bo svoje prihodke in omejen prosti čas namenil počitnikovanju v tisti destinaciji, ki mu omogoča vse, kar potrebuje.

Območje Julijskih Alp sem zato združil v celovito, smiselno zaokroženo regijo, ki sicer v realnosti zaradi različnih gospodarskih, političnih in drugih omejitev ne obstaja, vendar s svojimi privlačnostmi omogoča udejanjanje koncepta celovite turistične destinacije.

Namen zaključne strokovne naloge je analizirati faktorje konkurenčnosti in trajnosti turizma v oblikovani regiji Julijskih Alp na podlagi izbranega modela konkurenčnosti turizma.

Cilj zaključne strokovne naloge je na podlagi analize konkurenčnosti turizma ugotoviti, kateri faktorji predstavljajo konkurenčno prednost turizma v regiji Julijskih Alp pred drugimi konkurenčnimi destinacijami.

Struktura zaključne strokovne naloge obsega teoretične opredelitve turizma, pomembnost uveljavljanja konkurenčnega turizma na temeljih trajnostnega razvoja, stanje slovenskega turizma, predstavitev regije in merjenje konkurenčnosti turizma v izbrani regiji. Sama struktura tako omogoča ugotovitev, kateri so faktorji konkurenčnosti in trajnosti turizma v regiji Julijskih Alp.

# 1 POMEN KONKURENČNOSTI IN TRAJNOSTI TURIZMA

## 1.1 Pomen turizma v svetu

Svetovna turistična organizacija opredeljuje turizem kot (*World Tourism Organization*, 1995, str. 12) aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov.

Turizem je danes del življenjskega stila večine prebivalcev razvitih dežel in sredstvo za pridobivanje deviznih sredstev ter pospeševanje ekonomskega razvoja v mnogih manj razvitih državah. Postaja največja svetovna dejavnost, saj je od potovanj odvisno že vsako deseto delovno mesto na našem planetu (Planina & Mihalič, 2002, str. i).

V preteklih šestih desetletjih je turizem doživel nenehno rast in diverzifikacijo ter tako postal ena največjih in najhitreje rastočih gospodarskih dejavnosti na svetu. Skozi čas je vse več destinacij začelo spodbujati turizem in investirati vanj ter tako povzročilo, da je turizem danes najpomembnejši gonilnik za socialno–ekonomski napredek (UNWTO, 2008, str. 1).

Glavni kazalniki razvoja turizma so (UNWTO, 2008, str. 1):

- v letu 2007 so mednarodni turistični prihodi v svetu znašali 903 milijone, kar je za 6,6 odstotne točke več kot v letu 2006,
- v obdobju 1995–2007 je rast turizma v povprečju znašala 4 odstotne točke,
- v letu 2007 so mednarodni prejemki iz naslova turizma znašali 856 milijard USD, kar je 5,6 odstotne točke več kot v primerjavi z letom 2006,
- napovedi kažejo, da bodo do leta 2010 mednarodni prihodi turistov dosegli številko ene milijarde in 1,6 milijarde do leta 2020.

Zgoraj navedeno kaže, da ima turizem velik pomen tako za posamezna gospodarstva kot tudi za globalno gospodarstvo. Večina držav se pomena turizma zaveda, zato poskušajo postati kar se da privlačne za turiste, ki bodo s svojo turistično potrošnjo prispevali k večji gospodarski rasti in posledično k večji blaginji.

S hitro rastjo turizma v preteklih letih in desetletjih ter z velikim ekonomskim in socialnim vplivom na posamezna narodna gospodarstva pa so se začele pojavljati tudi slabosti razvoja turizma. Zaradi svoje dinamike je tako turizem postal dokaj problematičen, saj so ponekod zanemarjali trajnostni razvoj turizma.

Tako kot drugod po svetu ima tudi v državah Evropske unije turizem velik pomen. Evropska komisija se pozitivnih vplivov turizma zaveda, zato s svojimi strategijami poskuša zmanjšati negativne vplive turizma in povečati pozitivne.

## 1.2 Problematika turizma

Turistična dejavnost je postala glavna dejavnost v svetovni ekonomiji in velik generator ekonomske rasti ter zaposlovanja širom sveta. Kot ena izmed najhitreje rastočih dejavnosti, v smislu devizne izmenjave in ustvarjanja delovnih mest, zdrava turistična dejavnost zagotavlja pomembne priložnosti za države, za dvig življenjskega standarda, in kar je še posebej pomembno za države v razvoju – omogoča zniževanje revščine (*World Economic Forum*, 2008, str. xiii).

Z ekspanzijo turizma in njegovo veliko vlogo v narodnih gospodarstvih pa so se postopoma začeli pojavljati tudi problemi. Sam na prvo mesto uvrščam problem onesnaževanja okolja zaradi turistične aktivnosti. Širše gledano bi lahko ta problem uvrstili v koncept razvijanja trajnostnega turizma. Še do ne davnega je prevladovalo mišljenje »profit pred okoljem«, ki je na primer postavljalo v ospredje gradnjo novih prenočitvenih objektov in na drugi strani zanemarjalo na primer koristi od turizma za lokalno prebivalstvo, varovanje okolja itd.

Obenem pa se pojavlja popolnoma drug problem turizma, ki izhaja iz tekmovalnosti držav za pridobivanje čim večjega števila turistov. Ta problem se imenuje problem konkurenčnosti turizma in postavlja v ospredje dejstvo, da je za dobro počutje turista potrebno veliko več, kot le dober prenočitveni objekt. Govori o dodani vrednosti turizma, ki je potrebna za večjo konkurenčnost turizma neke države, in s katero se pridobi večje število potencialnih turistov ter se tako doseže večjo blaginjo v državi.

Podrobnejši predstavitvi problematik tako trajnostnega turizma kot konkurenčnosti turizma sta predstavljeni v nadaljevanju.

### 1.2.1 Trajnostni razvoj turizma

Turizem se je razvil v eno izmed najpomembnejših gospodarskih dejavnosti na svetu, saj je zadnjih 30. let rasel hitreje kot svetovni bruto domači proizvod. Tako hitremu razvoju turizma pa so sledili tudi negativni vplivi turizma predvsem na kulturo in okolje regij, ki so bile deležne turističnega razvoja. Prav tako tudi lokalno prebivalstvo regij, kjer se je turizem odvijal, ni imelo vseh ekonomskih koristi od razvoja turizma, ki bi ga lahko imelo (Fortuny, Soler, Canovas & Sanchez, 2007, str. 860).

Zaradi omenjenih razlogov poskuša turistična dejavnost definirati pojem trajnostnega turističnega razvoja že od zgodnjih 90. let prejšnjega stoletja. Do sedaj še ni bil sprejet univerzalni sporazum o definiciji trajnostnega turizma, ki bi vse udeležence turizma vodila k enakim ciljem in razvoju trajnostnega turizma. Kljub temu pa se vsi udeleženci pri razvoju turizma zavedajo, da mora biti razvoj turizma trajnostni, zato stremijo k oblikovanju poenotene definicije trajnostnega turizma, ki bi omogočala »začetek« univerzalnega razvoja trajnostnega turizma (Fortuny, Soler, Canovas & Sanchez, 2007, str. 860).

Čeprav enotna definicija trajnostnega turizma še ne obstaja, pa je danes najbolj sprejeta definicija trajnostnega turizma definicija UNWTO. Ta temelji na treh stebrih trajnostnega razvoja, ki so ekonomski, socialno-kulturni in ekološki. Po tej definiciji trajnostni turistični razvoj (Mihalič, 2006, str. 97):

- zagotavlja optimalno uporabo naravnega okolja, vzdržuje ekološke procese in pomaga varovati naravne vire in biološko raznovrstnost,
- spoštuje socialno-kulturno avtentičnost lokalnega prebivalstva, čuva njihovo izgrajeno in kulturno dediščino ter tradicionalne vrednote, prispeva k razumevanju in toleranci med različnimi kulturami,
- zagotavlja ekonomsko uspešnost poslovanja na dolgi rok, omogoča socialne in ekonomske koristi za vse udeležence in njihovo pravično razporeditev, vključno na področju stabilne zaposlenosti, pridobivanja dohodkov, socialnih storitev za lokalno prebivalstvo, prispeva pa tudi k odpravljanju revščine.

Opredelitev dodatno zahteva, da trajnostni razvoj tudi vzdržuje zadovoljstvo turistov in krepi njihovo ekološko odgovornost.

Pomen in značilnosti učinkov turizma na okolje so precej odvisni od značilnosti pokrajine, kjer je turizem prisoten. Turizem v Sloveniji je razvit v zelo različnih pokrajinah, ki so na človekove vplive različno občutljive, v skladu s tem pa se tudi pomen njegovih okoljskih učinkov zelo razlikuje (Turistična zveza Slovenije, 2006, str. 299).

Turistični razvoj v Sloveniji v preteklosti večinoma ni povzročil intenzivnih preoblikovanj razsežnejših pokrajinskih območij, kar se danes kaže tudi kot razvojna prednost, saj so bili tako vplivi na kakovost okolja manj izraziti, poleg tega pa je pokrajina ostala turistično bolj privlačna. Da vplivi na okolje ne bodo pretirani, je potrebno ustrezno načrtovanje in upravljanje turističnega razvoja ter spremljanje njegovih posledic. Pomembno je, da je razvoj turizma zasnovan v skladu z zmogljivostmi okolja, saj bodo od tega dolgoročno imeli koristi prebivalci turističnih območij in tudi turisti (Turistična zveza Slovenije, 2006, str. 299).

Trajnostni turizem, torej turizem, ki je prijazen do okolja v katerem se odvija, torej turizem, ki bo omogočal ogled turističnih privlačnosti našim zanamcem, pridobiva na pomenu in je oziroma bo del večine strategij razvoja turizma v razvitih državah. Države oziroma destinacije, ki ga ne bodo uvedle bodo vsekakor nazadovale in postale manj turistično konkurenčne. Lep primer »slabega« razvoja turizma so destinacije v Španiji, kjer so Balearski otoki, *Costa Brava*, *Costa del Sol*, zaradi prisotnosti masovnega turizma soočene s pomanjkanjem osnovnih virov, z veliko onesnaženostjo itd. Za destinacije postaja trajnostni turizem torej ključni element za doseganje konkurenčne prednosti.

## 1.2.2 Konkurenčnost turizma

Na vse bolj zasičenem trgu, je glavna naloga t. i. destinacijskega managementa razumeti, kako povečati in zadržati konkurenčnost turizma neke regije, destinacije oziroma države. Za razumevanje navedenega je potrebno poznati in raziskati konkurenčne prednosti in slabosti neke regije ter na ta način analizirati konkurenčni položaj. Turizem neke regije bo konkurenčen na turističnem trgu, če bodo turistične privlačnosti razvile neko vrednost za turista in če bo koncept destinacijskega managementa dobro uveljavljen (Gomezelj & Mihalič, 2006, str. 294).

Veliko poznavalcev turizma je podalo t. i. inpute za razumevanje in praktično uporabo konkurenčnosti na področju turizma. Med glavne sodijo: De Keyser & Vanhove, 1994; Evans & Johnson, 1995; Hassan, 2000; Kozak, 2001; Mihalič, 2000; Ritchie & Crouch, 1993; Sirše & Mihalič, 1999; Thomas & Long, 2000 (Gomezelj & Mihalič, 2006, str. 294).

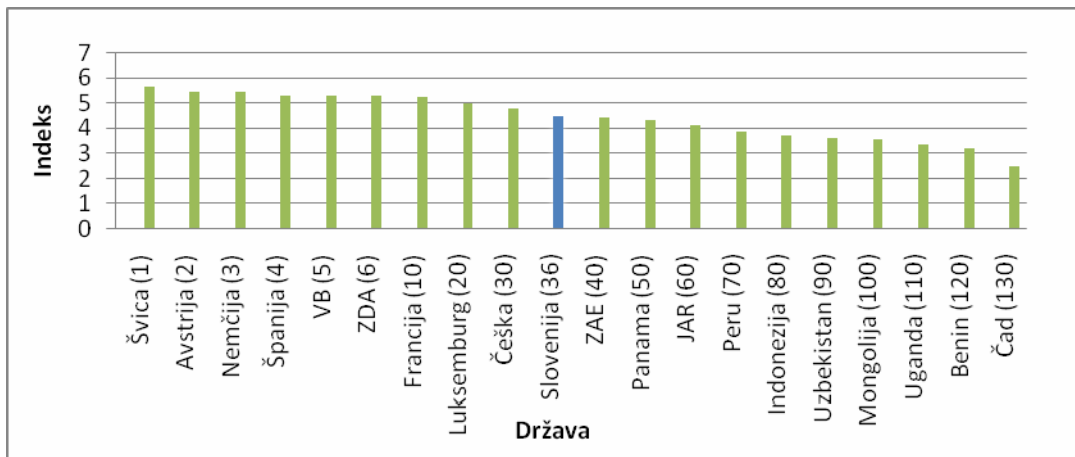
*Crouch & Ritchie* opredeljujeta konkurenčnost destinacije kot zmožnost države, da ustvari dodano vrednost in tako poveča družbeno blaginjo z upravljanjem sredstev in procesov, s privlačnostjo, z zmanjševanjem nasprotovanja razvoja turizma in da z integracijo navedenih odnosov oblikuje ekonomski in socialni model, ki se zaveda destinacijskega naravnega kapitala in njegovega varstva za naslednje generacije (Gomezelj & Mihalič, 2006, str. 295).

Po poročilu o konkurenčnosti slovenskega turizma, izvedenim leta 1998, se je slovenski turizem bolje odrezal na področju neproizvedenih privlačnosti, slabše pa v svoji izgrajeni infrastrukturi in superstrukturi ter v sposobnosti managementa, da doseže dodano vrednost. V tem obdobju je imela Slovenija tudi dosti turistično razvojnih priložnosti, ki pa jih ni dobro komercializirala na turističnem trgu (Gomezelj & Mihalič, 2006, str. 296).

Za lažje razumevanje konkurenčnosti slovenskega turizma je smiselno predstaviti poročilo o konkurenčnosti turizma (ang. *The Travel & Tourism Competitiveness Report*), ki ga vsako leto pripravlja Svetovni Gospodarski Forum (ang. *World Economic Forum*). V poročilu za leto 2008 se Slovenija uvršča na 36. mesto, pred Katar (7. mesto) in za Izrael (35. mesto). Kot je razvidno iz Slike 1, je prvo mesto zasedla Švica, drugo mesto je pripadlo Avstriji, Hrvaška se je uvrstila na 34. mesto, Italija na 28. mesto, zadnje mesto, torej 130., pa je pripadlo Čadu (*World Economic Forum*, 2008, str. 312).

Če analiziramo indeks konkurenčnosti ugotovimo, da se je Slovenija najboljše odrezala (zasedla 1. mesto) na področju dostopa do pitne vode, dostopu do sanitarij, prisotnosti podjetij za najem avtomobila itd. Najslabše (zasedla 130. mesto) pa se je odrezala na področju zaščiteneh kulturnih območjih, vzpostavljenih letalskih povezavah, področju zaposlovanja in odpuščanja delavcev itd. (*World Economic Forum*, 2008, str. 313).

Slika 1: Razvrstitev držav po konkurenčnosti turizma



Vir: World Economic Forum, 2008, str. xx.

V splošnem smo lahko z zasedenim 36. mestom zadovoljni, saj smo na primer prehiteli Združene Arabske Emirate (40. mesto), Latvijo (45. mesto), Poljsko (56. mesto) itd. Bolje od Slovenije pa so se uvrstile Francija (10. mesto), Irska (21. mesto), Ciper (24. mesto) itd. V skladu z rastjo življenjskega standarda, razvojno strategijo, usmeritvami in investicijami v slovenski turizem je mogoče v prihodnje pričakovati napredovanje po lestvici, s čimer bo slovenski turizem postal še bolj konkurenčen.

### 1.3 Smernice Evropske unije na področju trajnosti in konkurenčnosti turizma

V skladu s predstavljenimi problematiko turizma, obstajajo na ravni Evropske unije kot tudi na ravni posameznih članic strategije, ki s svojimi zahtevami skušajo izničiti negativne posledice turizma in povečati pozitivne. Izpostavil bi dve strategiji, s katerimi poskuša Evropska unija spodbuditi trajnostni razvoj turizma in tako doseči njegovo visoko konkurenčnost.

#### 1.3.1 Lizbonska strategija

Leta 2005 je Evropska komisija predstavila prenovljeno Lizbonsko strategijo, ki se v svoji vsebini osredotoča na dve glavni področji (Lizbonska strategija, 2008):

- doseganje močnejše in trajnostno usmerjene rasti gospodarstva,
- večje število in boljša kvaliteta delovnih mest.

Lizbonska strategija ni namenjena izključno razvoju trajnostnega turizma, temveč posega na vse industrije vseh članic Evropske unije. Z njo naj bi Evropska unija do leta 2010 postala najbolj konkurenčno, dinamično in na znanju temelječe gospodarstvo na svetu, ki zagotavlja polno zaposlenost, ekonomsko in socialno kohezijo ter varstvo okolja in trajnostni razvoj (Lizbonska strategija – Partnerstvo za rast in delovna mesta, 2008).

Evropska unija se zaveda velikega pomena turizma za posamezna gospodarstva, saj je prepoznala vpliv, ki ga ima turizem na generiranje novih delovnih mest in na rast tako posameznih gospodarstev kot tudi celotnega gospodarstva Evropske unije. Da bo turizem Evropske unije kos zunanji konkurenčnosti, zahtevam po trajnostnem razvoju in povpraševanju turistov po posebnih in novih oblikah turizma, mora Evropa usmeriti svojo pozornost k zagotavljanju njegove konkurenčnosti. Visoko konkurenčni turizem in destinacije, ki temeljijo na trajnostnem razvoju, bodo tako omogočale doseganje postavljenih ciljev prenovljene Lizbonske strategije, večjemu zadovoljstvu turistov in ohranjanju Evrope kot najbolj zaželene turistične destinacije na svetu (Lizbonska strategija, 2008).

Za doseganje trajnostnega in visoko konkurenčnega turizma Evropske unije je Evropska komisija oblikovala novo razvojno politiko turizma, katere glavni namen je doseganje ciljev Lizbonske strategije, torej povečanje konkurenčnosti evropskega turističnega sistema in generiranje večjega števila delovnih mest (Lizbonska strategija, 2008).

### 1.3.2 Agenda 2007

Turizem je dejavnost, ki ima velik potencial za generiranje prihodnje rasti in zaposlovanja Evropske unije. Turizem je v letu 2007 prispeval 4 % bruto domačega proizvoda Evropske unije in zaposloval 12 % celotnega delovno aktivnega prebivalstva (*Commission of the European communities*, 2007, str. 2).

Z zavedanjem pomembnosti turizma za gospodarstvo Evropske unije, je Evropska komisija obnovila leta 2006 sprejeto razvojno politiko turizma in jo usmerila k »izboljšanju konkurenčnosti Evropskega turizma in ustvarjanju dodatnih delovnih mest skozi trajnostni razvoj turizma v Evropi« (*Commission of the European communities*, 2007, str. 2).

V prejšnjem odstavku predstavljena razvojna politika turizma Evropske unije sodi v širši okvir Lizbonske strategije, ki je bila predstavljena v poglavju 1.3.1. Za uresničevanje ciljev Lizbonske strategije pa je potreben tudi »program«, s katerim je mogoče uveljavljati načela te strategije in posledično tudi nove razvojne politike. Ta »program« nosi ime Agenda 2007. Agenda 2007 poskuša skozi sledeča načela doseči čim bolj trajen in konkurenčen razvoj turizma Evropske unije (*Commission of the European communities*, 2007, str. 3):

- celotni in integrirani pristop,
- planiranje na dolgi rok,
- doseganje primerne hitrosti in primerne ritma razvoja turizma,
- vključitev vseh deležnikov,
- uporaba najboljšega dostopnega znanja,

- minimiziranje in obvladovanje tveganja,
- odražanje vplivov turizma v stroških,
- postavljanje in spoštovanje meje razvoja turizma,
- konstantno merjenje oziroma nadziranje razvoja turizma.

Skozi predstavljena načela skuša Evropska unija spodbujati takšen razvoj turizma članic, ki bo temeljil na trajnostnem razvoju in bo prispeval k večji konkurenčnosti evropskega turizma.

Na podlagi zgoraj navedenega je moč povzeti, da turizem predstavlja eno izmed največjih dejavnosti na svetu. S hitro rastjo turizma v preteklih desetletjih so se začeli pojavljati tudi negativni vplivi turizma na okolje, v katerem se je ta odvijal. Negativni vplivi so povzročili padec konkurenčnosti posameznih destinacij, saj je eden izmed poglobitnih vzrokov za turistično aktivnost ljudi vsekakor privlačno okolje, ki pa je bilo v navedenem primeru degradirano in nepriljubeno za turiste. Zato poskušajo turistične destinacije zavarovati svojo kulturno in naravno okolje, da bi ostale privlačne za turiste in na ta način kar se da dobro konkurirati z ostalimi turističnimi destinacijami.

## **2 TURIZEM V SLOVENIJI**

### **2.1 Kvantitativna in kvalitativna predstavitev turizma v Sloveniji**

Na prostoru današnje Slovenije se je začel razvijati turizem skoraj istočasno kot drugod po Evropi, vendar je bil njegov razvoj (zaradi pogostih političnih, družbenih in ekonomskih sprememb) počasnejši in neenakomeren (Zorko, 1999, str. 45).

Začetki slovenskega turizma se ne začnejo s prvimi obiski Postojnske jame, ampak že mnogo prej (prva potovanja Slovencev je mogoče iskati v potovanjih čez območje današnje Slovenije, romanjih, obiskovanjih prireditev itd.). Vrhunec slovenskega turizma je bil v poznih 80. letih prejšnjega stoletja, ko je število prihodov znašalo skoraj tri milijone, število prenočitev pa malo nad devet milijonov. Vzroke za tako množične obiske Slovenije je moč iskati dejstvu, da je bila Slovenija del nekdanje skupne države Jugoslavije.

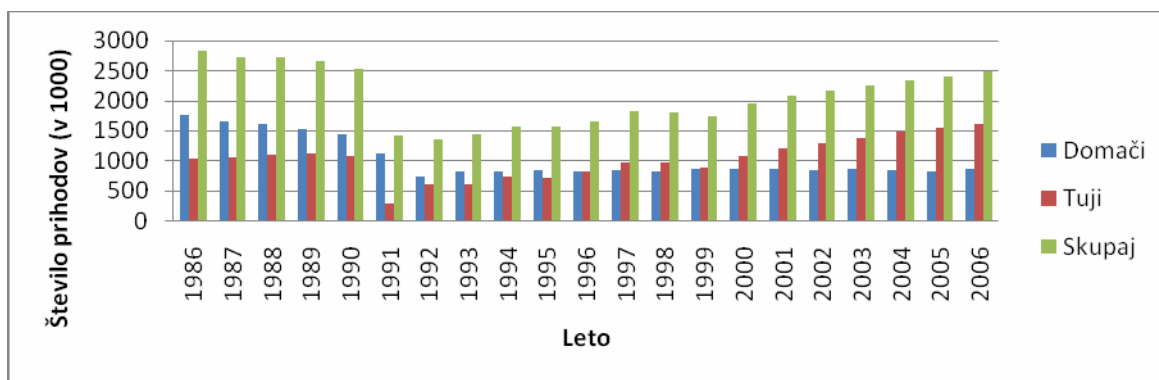
Od osamosvojitve Slovenije dalje, je za turizem odgovorna vlada Republike Slovenije. Po osamosvojitvi Slovenije, je bilo za turizem odgovorno Ministrstvo za turizem, ki pa so ga v sredini 90. let ukinili. Od takrat naprej sodi turizem v pristojnost Ministrstva za gospodarstvo. Ustanovljen je Direktorat za turizem, v okviru katerega delujeta dva sektorja (Direktorat za turizem, 2008):

- sektor za razvoj in promocijo turizma,
- sektor za investicijsko politiko in razvoj poslovnega okolja.

Direktorat za turizem se ukvarja s strateško pomembnimi področji razvoja slovenskega turizma. Rezultat razmišljanj in usmeritev razvoja slovenskega turizma je prav gotovo Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma (RNUST). Zadnje je narejeno za obdobje 2007–2011 in navaja, da turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za Slovenijo. Glede na sedanjo stopnjo razvitosti slovenskega turizma in obstoječ razvojni potencial lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih dejavnosti slovenskega gospodarstva in tako pomembno prispeva k doseganju razvojnih ciljev Slovenije (Ministrstvo za gospodarstvo, 2006, str. 4).

Kot je razvidno iz Slike 2, število prihodov tako domačih kot tujih turistov v Slovenijo od leta 1992 strmo narašča. Razlog za drastični upad števila prihodov turistov leta 1991, v primerjavi s predhodnim letom, je vsekakor v razpadu nekdanje skupne države Jugoslavije. Trend rasti je moč pričakovati tudi v prihodnjih letih.

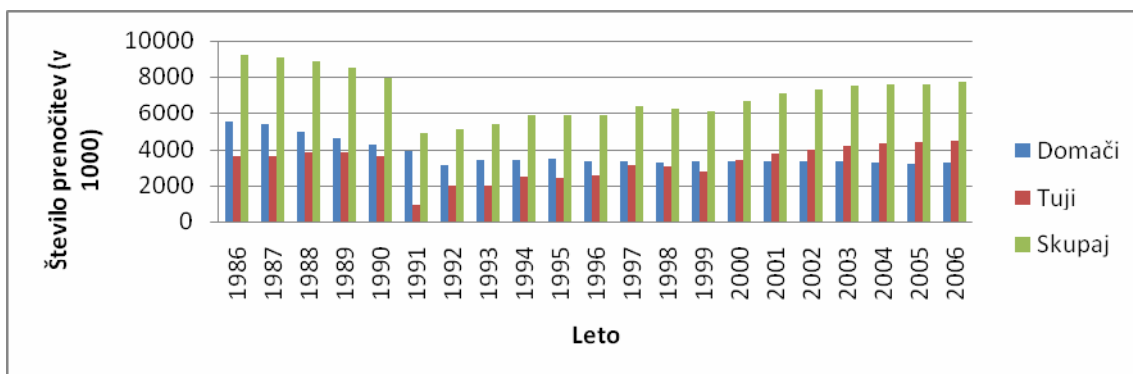
Slika 2: Prihodi turistov v Slovenijo v letih 1986–2006



Vir: Statistični letopis Republike Slovenije 2007, 2007.

Podoben trend rasti je moč opaziti tudi na Sliki 3, ki z razliko od Slike 2 prikazuje gibanje prenočitev turistov v Sloveniji. Upad prenočitev turistov v letu 1991 je prav tako kot upad prihodov turistov posledica časa osamosvajanja Slovenije. Vzroke za relativno počasno rast prenočitev turistov v 90. letih je moč iskati v vojni na Balkanu, ki je posledično v očeh turistov vplivala tudi na varnost Slovenije kot turistične destinacije.

Slika 3: Prenočitve turistov v Sloveniji v letih 1986–2006



Vir: Statistični letopis Republike Slovenije 2007, 2007.

Iz napisanega je mogoče ugotoviti, da turizem v Sloveniji ni mlad pojav, prisoten je že vrsto desetletij in kljub temu, da Slovenija v smislu prihodov turistov še ni dosegla številke iz 80. let prejšnjega stoletja, gre razvoj turizma v pravo smer. Trend rasti tako prihodov kot prenočitev turistov lahko pričakujemo tudi v prihodnje.

## **2.2 Opredelitev regije Julijskih Alp**

Namen tega poglavja je predstaviti regijo Julijskih Alp, ki je zajeta v analizo konkurenčnosti in trajnosti. Zaradi lažje analize, sem območje Julijskih Alp razdelil na sledečih dvanajst občin: Kranjska Gora, Jesenice, Bled, Bohinj, Gorje, Žirovnica, Radovljica, Bovec, Kobarid, Tolmin, Cerklje in Idrija.

Ime Julijske Alpe je latinskega izvora po Forum Juli, današnjem Čedadu. Delimo jih na Zahodne od Kanalske doline do Predela (1.156 metrov) in Vzhodne Julijske Alpe (Perko, 2001, str. 54).

Statistični urad RS uvršča izbrane občine pod dve regiji: Gorenjsko in Goriško. V nadaljevanju navajam glavne značilnosti regij, ki so predmet analize iz publikacije Statističnega urada RS.

Za Gorenjsko regijo navaja, da gre za regijo visokih gora, ki je skoraj v celoti Alpska in v velikem delu zaščiten kot nacionalni park (Triglavski narodni park). Razgiban relief in podnebje regije predstavljata dobro osnovo za turistično dejavnost tako v zimski kot tudi v poletni sezoni. Gorenjska regija ustvari blizu 20 % vseh prenočitev v državi, med katerimi prevladujejo gosti iz tujine (80 %). Najpomembnejša dejavnost te regije je predelovalna dejavnost (Statistični urad Republike Slovenije, 2008, str. 46).

Na zahodu države ob italijanski meji leži Goriška regija. Julijske Alpe, reka Soča in rodovitna Vipavska dolina so najznačilnejši predstavniki regije. Ta regija se lahko pohvali z najnižjo stopnjo brezposelnosti med vsemi regijami, saj je le 6,2 % aktivnega prebivalstva brez zaposlitve. Plače zaposlenih v podjetjih so blizu slovenskega povprečja oziroma na tretjem mestu v državi (Statistični urad Republike Slovenije, 2008, str. 50).

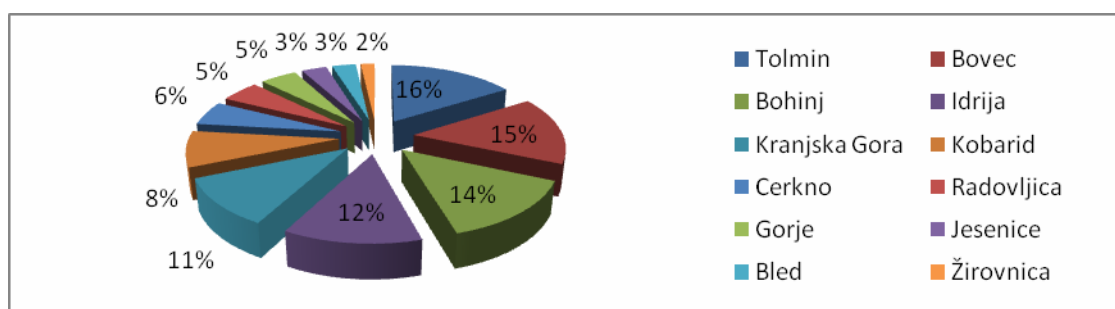
## **2.3 Predstavitev izbranih občin regije Julijskih Alp**

V tem poglavju na podlagi izbranih kriterijev analiziram izbrane občine regije Julijskih Alp. V analizo sem uvrstil kriterije, ki so z vidika raziskovalnega dela najbolj relevantni. Med izbrane kriterije sodijo: površina, število prebivalcev, delovna aktivnost prebivalcev, število brezposelnih oseb, število prenočitvenih zmogljivosti in število prihodov ter prenočitev turistov.

### 2.3.1 Površina izbranih občin

Skupna površina izbranih občin regije Julijskih Alp je 2.382,5 km<sup>2</sup>, kar predstavlja 11,7 % celotne površine Slovenije. Kot je razvidno iz Slike 4, je z 381,5 km<sup>2</sup> Tolmin največja občina, sledita ji občini Bovec in Bohinj. Najmanjša občina pa je z 42,6 km<sup>2</sup> Žirovnica.

Slika 4: Prikaz velikosti površine izbranih občin regije Julijskih Alp



Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

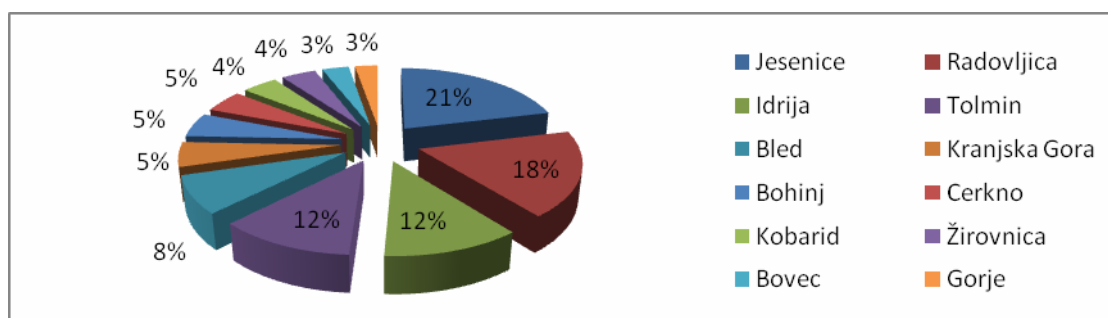
Ugotavljam, da je izbrano področje regije Julijskih Alp relativno veliko in da je njegova velikost primerna za razvijanje turizma.

### 2.3.2 Število prebivalcev izbranih občin

Skupno število prebivalcev izbranih občin regije Julijskih Alp je na dan 30. 6. 2008 znašalo 103.475 prebivalcev, kar predstavlja 5,1 % vseh prebivalcev v Sloveniji. Kot je razvidno iz Slike 5, imajo Jesenice z 21.945 prebivalci največ prebivalcev, sledita ji Radovljica in Idrija. Najmanjša občina po številu prebivalcev pa je s 3.325 prebivalci občina Bovec.

Na podlagi pridobljenih podatkov je mogoče povzeti, da je v izbranem območju 44 prebivalcev na km<sup>2</sup>. Dobljena gostota prebivalcev je zelo nizka, kar je posledica hribovitega reliefa, ki je nenaklonjeno bivanju človeka.

Slika 5: Prikaz števila prebivalcev izbranih občin regije Julijskih Alp dne 30. 6. 2008



Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

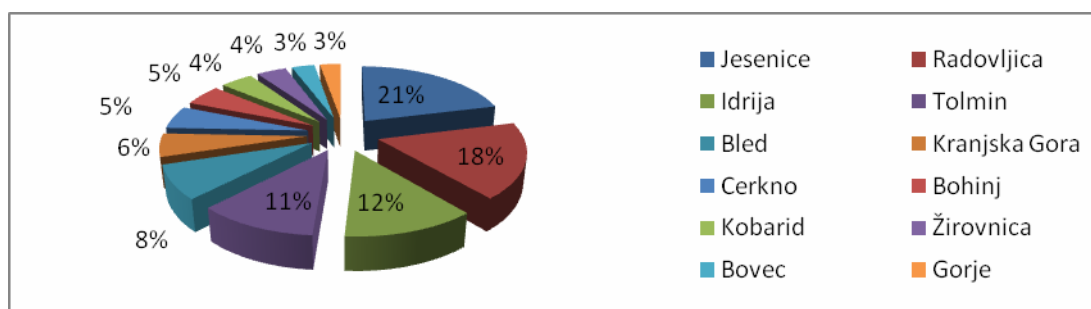
### 2.3.3 Delovna aktivnost prebivalcev izbranih občin

Statistični urad Republike Slovenije uvršča med delovno aktivno prebivalstvo zaposlene osebe, ki so v delovnem razmerju in samozaposlene osebe, ki opravljajo gospodarsko ali pridobitno dejavnost (Statistični urad Republike Slovenije, 2008).

Število delovno aktivnega prebivalstva v regiji Julijskih Alp je dne 1. 1. 2007 znašalo 42.819, kar predstavlja 5,2 % vseh delovno aktivnih prebivalcev Slovenije. Največ delovno aktivnih prebivalcev je bilo v občini Jesenice (9.029). Na drugem mestu je občina Radovljica, na tretjem pa občina Idrija. Najmanj delovno aktivnih prebivalcev je bilo v občini Bovec (1.293).

Turistična dejavnost vsekakor prispeva k ustvarjanju delovnih mest v izbrani regiji. Tega se občani zavedajo, zato podpirajo razvoj turizma, kajti ta prispeva k dvigovanju njihovega življenjskega standarda.

Slika 6: Prikaz delovne aktivnosti prebivalcev izbranih občin regije Julijskih Alp dne 1. 1. 2007

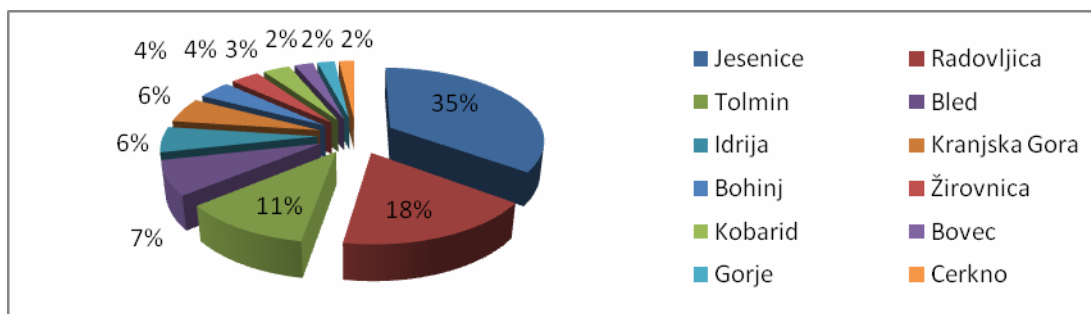


Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

### 2.3.4 Število brezposelnih oseb izbranih občin

Skupno število brezposelnih oseb je v regiji Julijskih Alp dne 1. 1. 2007 znašalo 5.308 oseb, kar predstavlja 4,1 % vseh brezposelnih oseb Slovenije. Kot je razvidno iz Slike 7 je bilo največ brezposelnih oseb v občini Jesenice (1.861), sledita ji občini Radovljica in Tolmin. Najmanj brezposelnih oseb pa je s 101 osebo imela občina Cerkno.

Slika 7: Prikaz števila brezposelnih oseb izbranih občin regije Julijskih Alp dne 1. 1. 2007

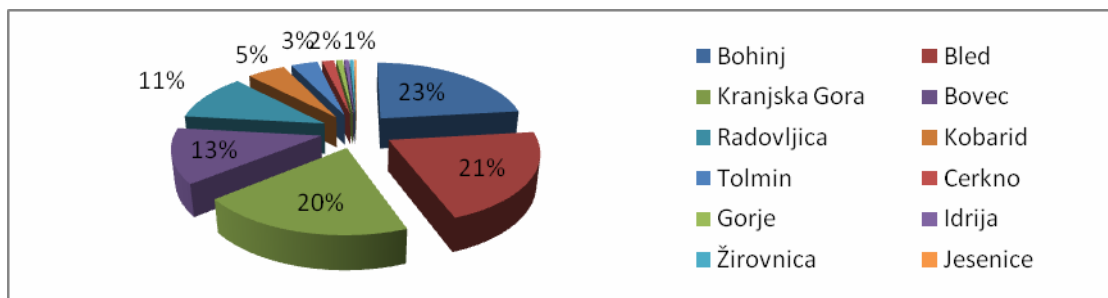


Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

### 2.3.5 Število prenočitvenih zmogljivosti izbranih občin

Skupno število ležišč je v izbranih občinah regije Julijskih Alp v letu 2007 znašalo 21.495 ležišč, kar predstavlja 26 % vseh ležišč v Sloveniji. Kot je razvidno iz Slike 8, je imela največ ležišč občina Bohinj (4.983), sledita ji občini Bled in Kranjska Gora. Najmanj ležišč pa je v izbranem letu imela občina Jesenice.

Slika 8: Prikaz števila ležišč v izbranih občinah regije Julijskih Alp dne 1. 1. 2007

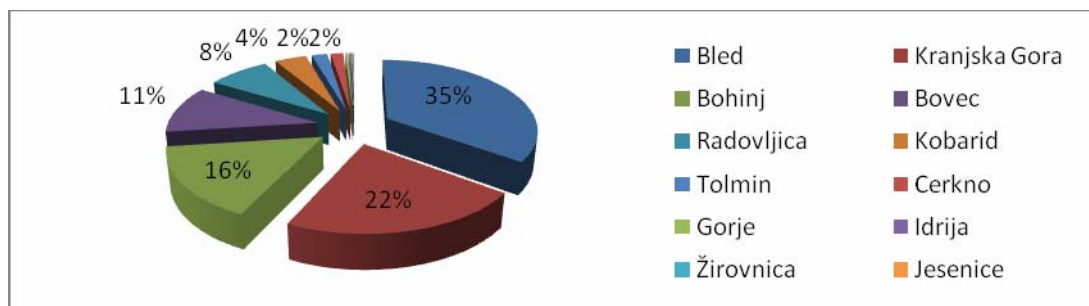


Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

### 2.3.6 Število prihodov in prenočitev domačih in tujih turistov v izbranih občinah

V letu 2007 so bile vse izbrane občine deležne relativno velikega obiska turistov, saj je celotno število prihodov turistov znašalo 570.918, kar predstavlja 21,3 % vseh prihodov turistov v Sloveniji. Največ prihodov v celotnem deležu prihodov so ustvarili s 75,2 % tuji turisti. Kot je razvidno iz Slike 9, je imela občina Bled največ prihodov, sledita ji občini Kranjska Gora in Bohinj. Najmanj obiska turistov je imela občina Jesenice.

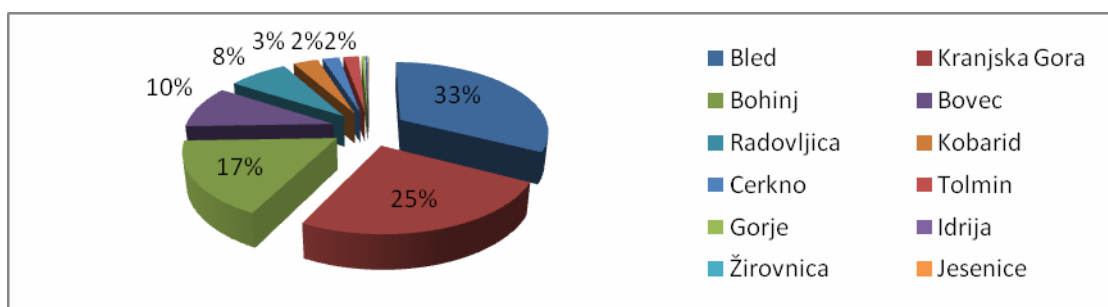
Slika 9: Prikaz števila prihodov domačih in tujih turistov v izbrane občine regije Julijskih Alp leta 2007



Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

Izbrane občine so v letu 2007 ustvarile 1.656.394 prenočitev domačih in tujih turistov, kar predstavlja 20 % vseh prenočitev v Sloveniji leta 2007. Kot je razvidno iz Slike 10, je največ prenočitev generirala občina Bled, sledita ji občini Kranjska Gora in Bohinj. Najmanj prenočitev pa je bilo v občini Jesenice.

Slika 10: Prikaz števila prenočitev domačih in tujih turistov v izbranih občinah regije Julijskih Alp leta 2007



Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008.

Pomena turizma se izbrane občine zavedajo; na to kaže podatek, da je število prenočitvenih zmogljivosti veliko in se po regijah nahaja na drugem mestu (za Obalno-kraško regijo).

Število prihodov in prenočitev turistov je prav tako visoko. V povprečju izbrane občine regije Julijskih Alp ustvarijo 20 % vseh prihodov in prenočitev turistov v Sloveniji. Podatek kaže na veliko priljubljenost regije med tujimi in domačimi turisti. Velik delež prenočitev in prihodov ustvarijo tuji turisti predvsem v zimskem času.

Ugotavljam, da je regija Julijskih Alp turistično dobro razvita, njena velikost je primerna za razvoj turizma in regija ni deležna negodovanja prebivalcev zaradi razvoja turizma. Turistična infrastruktura je dobro razvita in številčno zadostna za razvijanje turizma. S strani turistov je regija zaradi svojih predvsem naravnih danosti zelo priljubljena, zato je deležna velikega obiska. Veliko stopnjo priljubljenosti regije je mogoče pričakovati tudi v prihodnje.

## 2.4 Predstavitev turizma regije Julijskih Alp

Turistična ponudba regije Julijskih Alp je raznovrstna in omogoča razvijanje turistične dejavnosti v regiji čez celo leto. V Zgornjesavski dolini (Kranjska Gora) tako v zimskem obdobju prevladujejo zimski športi, kot so alpsko smučanje, tek na smučeh itd., v poletnem času pa je v omenjeni dolini v ospredju pohodništvo, alpinizem itd.

Na drugi strani Julijskih Alp – v Posočju je v zimskem času v ospredju smučanje na Kaninu, v poletnem času pa vabi predvsem reka Soča, ki je priljubljena med kajakaši, »raftarji«<sup>1</sup> itd. Celotna Soška dolina je tako s svojimi naravnimi danostmi primerna za razvijanje celoletnega turizma, kar potrjujejo tudi številne strategije, ki so usmerjene v razvijanje omenjenega koncepta.

V primeru Idrijsko-Cerkljanskega območja pa poleg privlačne pokrajine, ki omogoča kvalitetno preživljanje prostega časa, sodi v ospredje tudi kulturna dediščina. Območje je tako znano po svoji čipkarski tradiciji, ki je znana širom po svetu, po svojih arheoloških najdiščih itd. Med glavne atrakcije sodi tudi pred nedavnim uničena bolnica Franja, ki ima status svetovne kulturne dediščine.

Izbrana regija Julijskih Alp sodi v širši okvir Alp, katerega razvoj, poleg posameznih držav, spremlja tudi nevladna organizacija CIPRA (fra. *Commission International pour la Protection des Alpes*). CIPRA želi s trajnostnim razvojem na številnih ravneh izkoristiti potenciale, ki jih daje alpski prostor ter ohraniti njegovo kulturno in naravno raznovrstnost. To je tudi razlog, da je CIPRA že leta 1952, ko je bila ustanovljena, zahtevala sklenitev meddržavne pogodbe Alpske konvencije, katere cilj je celovito varstvo alpskega prostora (CIPRA, 2008).

Alpska konvencija je mednarodna pogodba, ki se zavzema za celovito varstvo in trajnostni razvoj alpskega sveta. Nastala je na pobudo CIPRE in po dolgih pripravah, ki jih je prav tako vodila omenjena organizacija. Splošno naravnano okvirno konvencijo, ki so jo ratificirale vse pogodbenice, konkretizirajo tako imenovani izvedbeni protokoli (urejanje prostora in trajnostni razvoj, varstvo narave in urejanje krajine, hribovsko kmetijstvo, gorski gozd, turizem, energija, varstvo tal, promet in reševanje sporov) (CIPRA, 2008).

Na podlagi napisanega v tem poglavju lahko povzamem, da ima regija Julijskih Alp vrsto naravnih in kulturnih privlačnosti, ki so osnova za razvoj turizma. Podatki kažejo, da omenjene privlačnosti regija dobro koristi, saj je delež turistov, ki počitnikujejo v regiji, relativno visok. Izbrane občine, ki obsegajo regijo Julijskih Alp, se zavedajo pozitivnih koristi turizma, zato so njegovemu razvoju naklonjene. V nadaljevanju pa bo mogoče ugotoviti, ali je ta razvoj turizma tudi trajen, torej, ali bo na voljo tudi našim zanamcem in ali je dovolj konkurenčen v primerjavi z ostalimi konkurenčnimi destinacijami, da bo ohranil oziroma povečal svoj delež turistov.

### **3 KONKURENČNOST TURIZMA**

Namen tega poglavja je pridobiti vpogled v teoretične modele, na podlagi katerih se ugotavlja konkurenčnost turizma posameznih destinacij. Pomen modelov se v družbah, ki se zavedajo pozitivnega vpliva turizma, povečuje, saj s pomočjo analiz, ki temeljijo na teh modelih, mogoče ugotoviti, ali in koliko je izbrana destinacija konkurenčna. Na podlagi dobljenih rezultatov lahko tako družbe odkrijejo pomanjkljivosti konkurenčnosti izbrane destinacije in z ugotovitvami svetujejo turističnim društvom na ravni države in same destinacije, kako izboljšati njeno konkurenčnost.

#### **3.1 Pomembnost konkurenčnosti turizma**

Najpomembnejša determinanta vsake dejavnosti je njena konkurenčnost, saj je od nje odvisno, kako uspešna bo posamezna dejavnost na svetovnih trgih. Uspešnost razvijanja turistične dejavnosti v katerikoli državi je tako odvisna predvsem od zmožnosti države za ohranjanje konkurenčnih prednosti pri svojem ponujanju privlačnosti in storitev turistom (Dwyer, Forsyth & Rao, 2000, str. 9).

Padec turističnega obiska v posamezni destinaciji lahko doleti katerokoli državo v Evropi, kjer se je turizem razvijal v preteklosti. Še posebej na udaru za padec konkurenčnosti turizma so destinacije, ki imajo dolgo tradicijo turizma (*European Commission, 2002, str. 5*).

Lahko povzamem, da je vsaka turistična destinacija podvržena nevarnosti padca obiska turistov, zato je za destinacijo ključno, da se zaveda svojega konkurenčnega položaja v primerjavi z ostalimi destinacijami in na ta način ohranja svojo konkurenčnost.

### **3.2 Modeli konkurenčnosti turizma**

V svetovni literaturi je mogoče zaslediti vrsto teoretičnih modelov, ki poskušajo kar se da učinkovito meriti konkurenčnost turizma posamezne destinacije. Razvoj modelov konkurenčnosti turizma se je pričel v 90. letih prejšnjega stoletja, ko sta znana raziskovalca na področju turizma Geoffrey I. Crouch in J. R. Brent Ritchie razvila prvi tak model. Model so z leti dopolnjevali, obenem pa so se začeli pojavljati tudi drugi modeli.

Sedaj poznamo vrsto modelov, na podlagi katerih je mogoče ugotavljati konkurenčnost turizma. Med najpomembnejše uvrščam:

- model *Crouch & Ritchie*,
- model *Dweyer & Kim*,
- Sistem zgodnjega opozarjanja.

### **3.3 Model konkurenčnosti turizma *Crouch & Ritchie***

Namen tega poglavja je pridobiti teoretični vpogled v izbrani model ugotavljanja konkurenčnosti turizma. Mogoče bi bilo izbrati kateregakoli od modelov navedenih v poglavju 3.1, vendar zaradi specifičnosti analize konkurenčnosti turizma regije Julijskih Alp ugotavljam, da je model *Crouch & Ritchie* najbolj relevanten.

Model *Crouch & Ritchie* je v razvoju od začetka 90. let prejšnjega stoletja in je bil prvi model, ki je skušal na sistemtičen način opisati konkurenčnost turistične dejavnosti (Mednarodni inštitut za turizem, 2005, str. 10).

V nadaljevanju sledi podrobna vsebinska analiza modela konkurenčnosti turizma *Crouch & Ritchie*.

- **Makro okolje (ang. *The global (macro) environment*)**

Turistični sistem je odprt sistem. To pomeni, da je predmet različni vplivov in pritiskov, ki izhajajo iz globalnega oziroma makro okolja. Globalno okolje s svojimi sestavinami vpliva na

aktivnosti vsakega človeka na svetu in tudi na vse dejavnosti, zato je logično, da je tudi turistični sistem podvržen vplivom globalnega okolja (Crouch & Ritchie, 2003, str. 62).

Globalno okolje sestavljajo sledeči vplivi: geografski, klimatski, okoljski, demografski, socio-kulturni, politični, ekonomski in tehnološki (Crouch & Ritchie, 2003, str. 80).

- **Mikro okolje (ang. *The competitive (micro) environment*)**

Mikro okolje destinacije sestavljajo organizacije, vplivi in sile, ki se nahajajo znotraj turistične destinacije. Ti dejavniki imajo bistveno večji vpliv na konkurenčnost destinacije kot vplivi makro okolja (Crouch & Ritchie, 2003, str. 66).

Mikro okolje sestavljajo naslednji elementi: ponudniki, turistična in nastanitvena podjetja, trženje, kupci oziroma gostje, podporne industrije, organizacije destinacijskega managementa in javnost (Crouch & Ritchie, 2003, str. 97).

- **Glavni viri in privlačnosti (ang. *Core resources and attractors*)**

Ta komponenta modela zadeva primarne elemente privlačnosti posamezne destinacije, torej elemente, zaradi katerih pride do turistične aktivnosti v destinaciji. Medtem ko so druge komponente ključne za uspeh in donosnost destinacije, so glavni viri in privlačnosti tisti, ki potencialnega turista »pripeljejo« v destinacijo in ga odvrnejo od počitnikovanja v drugi konkurenčni destinaciji (Crouch & Ritchie, 2003, str. 68).

Med glavne vire in privlačnosti sodijo fizikalna geografija, kultura in zgodovina, obseg in raznovrstnost aktivnosti, posebni dogodki, superstruktura, tržne povezave in zabava (Crouch & Ritchie, 2003, str. 111).

- **Podporni elementi (ang. *Supporting factors and resources*)**

Glavne privlačnosti predstavljajo osnovo za turistično aktivnost, vendar če te niso dostopne turistom, če zasebni sektor ni sposoben ustvariti privlačnega poslovnega okolja za izvajanje turistične dejavnosti, če ekonomska in socialna infrastruktura ni zadostna in če ni volje za razvijanje turističnih aktivnosti v destinaciji, potem bodo privlačnosti ostale neizkoriščene in ne bodo generirale prihodkov. Naloga podpornih elementov je torej zagotoviti podlago za izvajanje turistične dejavnosti, ki bo omogočala izkoriščanje privlačnosti v turistične namene (Crouch & Ritchie, 2003, str. 130).

Crouch in Ritchie (2003, str. 132) med glavne podporne elemente uvrščata: infrastrukturo, dostopnost, človeški in finančni kapital, gostoljubnost, podjetništvo in politično voljo.

- **Politika, planiranje in razvoj destinacije (ang. *Destination policy, planning and development*)**

Privlačna, dobro organizirana in visoko konkurenčna destinacija ni sama po sebi umevna. Za doseganje take destinacije je potrebno dobro analizirati okolje in znotraj njega razviti primerno obliko turizma. Primerna turistična politika je torej tisti instrument, ki omogoča doseganje dolgoročne konkurenčnosti destinacije (Crouch & Ritchie, 2003, str. 146).

Crouch in Ritchie (2003, str. 145) med ključne dejavnike politike, planiranja in razvoja destinacije navajata sledeče elemente: definicija sistema, filozofija, vizija, pozicioniranje, razvoj, konkurenčna analiza, spremljanje in nadzor.

- **Management destinacije (ang. *Destination management*)**

Cilj destinacijskega managementa (ang. DMO) je upravljanje različnih komponent turistične destinacije tako, da bo zagotavljala ekonomsko dobičkonosnost destinacije in se izogibala potencialni degradaciji faktorjev, ki so ustvarili konkurenčni položaj destinacije (Crouch & Ritchie, 2003, str. 183).

Crouch in Ritchie (2003, str. 183) med glavne dejavniki destinacijskega managementa uvrščata: organizacijo, trženje, kvaliteto storitev, raziskave, razvoj človeških virov, finančni kapital, management obiskovalcev, odgovornost za zaposlene in krizni management.

- **Dodatne determinante (ang. *Qualifying and amplifying determinants*)**

Dodatne determinante so faktorji konkurenčnosti, ki jih ni mogoče uvrstiti med ostale našete elemente tega modela, vendar so kljub temu pomembne, saj zmanjšujejo ali povečujejo konkurenčnost destinacije (Crouch & Ritchie, 2003, str. 233).

Crouch in Ritchie (2003, str. 233) med dodatne determinante konkurenčnosti destinacije uvrščata lokacijo, varnost, vrednost, vzajemnost, ugled destinacije in absorpcijsko sposobnost.

## **4. ANALIZA KONKURENČNOSTI TURIZMA REGIJE JULIJSKIH ALP**

V tem poglavju, ki predstavlja jedro zaključne strokovne naloge, analiziram konkurenčnost turizma v izbrani regiji na podlagi modela *Crouch & Ritchie*. Med glavne kazalce merjenja konkurenčnosti tega modela sem vključil tiste komponente, za katere menim, da kar najbolj odražajo stanje in konkurenčnost turizma.

### **4.1 Analiza makro okolja regije Julijskih Alp**

Makro okolje predstavljajo veliki zunanji faktorji, na katere organizacije ne morejo vplivati. Ti vplivajo na odločanje v posamezni organizaciji ter posledično vplivajo na uspešnost

poslovanja in strategijo organizacije (*Business dictionary*, 2008). Predstavljena definicija se veže predvsem na podjetja, vendar je mogoče reči, da je ista definicija makro okolja primerna za analizo posamezne destinacije.

Pri analizi konkurenčnosti turizma izbrane regije se mi zdi pri makro okolju smiselno na začetku izpostaviti samo okolje regije. Okolje oziroma ožje, vremenske razmere, pokrajina in druge na njih navezujoče se determinante so ključnega pomena za izvajanje turističnih dejavnosti. Podatek, da izbrana regija zavzema veliko področje, ki je relativno redko poseljeno (dne 30. 6. 2008 je bilo 44 prebivalcev na km<sup>2</sup>) nam pove, da se lahko turistična aktivnost turistov ne skoncentrira samo na majhno področje, temveč se ta aktivnost lahko dobro razprši okoli vseh privlačnosti, s čimer je dosežena decentralizacija turističnih aktivnosti v regiji.

Vremenske razmere so razvoju turizma v regiji vsekakor naklonjene, saj je v zimski sezoni na voljo zadostna količina snega, ki omogoča izvajanja raznovrstnih aktivnosti na snegu, v poletni sezoni, pa so vremenske razmere ugodne za vse poletne aktivnosti. Problematiko segrevanja ozračja bo potrebno pri nadaljnjem razvoju turizma v regiji vsekakor upoštevati. Zaradi potencialne nezadostne količine snega v zimski sezoni, ki je posledica segrevanja ozračja, bo potrebno pri morebitnem odpiranju novih smučarskih središč upoštevati, da mora biti njihova lega nad 1.500 metrov nadmorske višine.

Po pregledu demografskih podatkov regije lahko povzamem, da v regiji prevladuje zrelo prebivalstvo (od 20 do 60 let), saj je bilo takih prebivalcev po stanju 30. 6. 2008 kar 57,3 %. Sledi jim staro prebivalstvo (nad 60 let), ki je zavzelo vrednost 23,8 %, delež mladega prebivalstva (od 0 do 19 let) pa je znašal 18,9 %. Naravni prirastek je bil v letu 2007 negativen in je znašal 4,8, kar pomeni, da je v letu 2007 pet oseb več umrlo, kot pa se jih je na novo rodilo. Skupni selitveni prirastek je v letu 2007 znašal 11,6, kar pomeni da se je v letu 2007 dvanajst oseb več priselilo v regijo Julijskih Alp, kot pa se jih je iz nje odselilo. Demografski kazalci vsekakor niso v prid regije in predstavljajo slabost za doseganje višje konkurenčnosti regije.

Zadnji kazalec je ekonomski oziroma gospodarski kazalec. Regija Julijskih Alp je bila v letu 2005 glede na bruto domači proizvod (v nadaljevanju BDP) na prebivalca nekoliko pod slovenskim povprečjem (BDP na prebivalca je leta 2005 v Sloveniji v povprečju znašal 14.116 EUR), saj je BDP na prebivalca v letu 2005 v Goriški regiji (kamor sodijo občine Bovec, Kobarid, Tolmin, Cerklje na Gori in Idrija) v povprečju znašal 13.496 EUR (Slovenske regije v številkah, 2008, str. 46), v Gorenjski regiji (kamor sodijo občine Kranjska Gora, Jesenice, Žirovnica, Radovljica, Gorje, Bled in Bohinj) pa je istega leta BDP na prebivalca v povprečju znašal 12.018 EUR (Slovenske regije v številkah, 2008, str. 50).

Tako bruto kot tudi neto plača regije Julijskih Alp je pod slovenskim povprečjem (v mesecu septembru 2008 je bruto mesečna plača v povprečju znašala 1.362,54 EUR, neto mesečna

plača pa 884,28 EUR), saj je skupna povprečna mesečna plača celotne regije Julijskih Alp septembra 2008 znašala 1.215,42 EUR, neto mesečna plača pa 807,77 EUR. Med posameznimi »dolinami« regije, je imela Zgornjesavska dolina najvišjo povprečno mesečno plačo v septembru leta 2008, saj je ta znašala 1.296,67 EUR, najnižjo pa je imela Soška dolina, kjer je povprečna bruto mesečna mečna plača v septembru leta 2008 znašala le 1.165,13 EUR.

Mogoče je pričakovati, da bo bruto plača v prihajajočih let rasla in tako dvigovala življenjski standard. Sam vidim tu priložnost, saj bi s pomočjo enotnega, boljšega in bolj konkurenčnega razvoja turizma v regiji, ta lahko ugodno vplival na življenjski standard prebivalcev regije.

Splošno gospodarsko stanje bo v prihodnjem letu v Sloveniji po podatkih publikacije *The World in 2009 (The Economist, 2008, str. 111)* sicer ugodno, saj bo znašala gospodarska rast 3 %, inflacija pa 3,5 %. Napisano velja jemati z zadržkom, saj bo zaradi gospodarske krize gospodarska rast vsekakor nižja in po nekaterih ocenah celo negativna. UMAR tako navaja (Urad za makroekonomske analize in razvoj, 2009), da se bo gospodarska rast v Sloveniji v letu 2009 močno zmanjšala in znašala 1,1 %.

Rast turizma je bila v drugi polovici leta 2008 negativna in je v Evropi znašala 3 % (UNWTO, 2009, str. 3), kar pomeni, da je gospodarska kriza že zajela tudi turistično dejavnost. Zaradi krize ljudje svoje prihranke ne bodo namenili za turistično aktivnost, temveč jih bodo raje prihranili. Turistični ponudniki se morajo tega zavedati in poskušati z različnimi trženjskimi aktivnostmi ter raznovrstnimi oblikami popustov privabiti obstoječe goste.

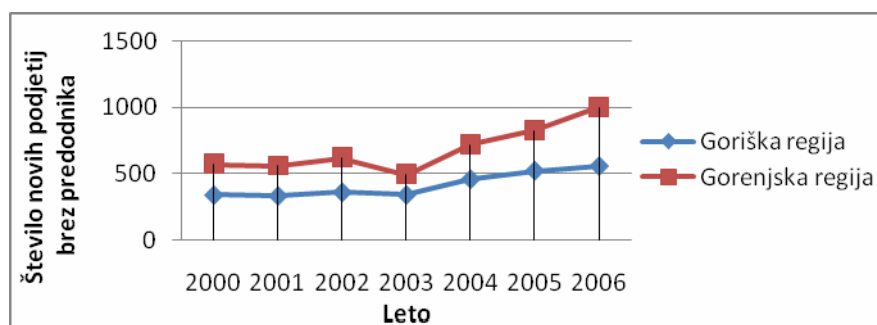
## **4.2 Analiza mikro okolja regije Julijskih Alp**

Mikro okolje sestavljajo elementi in faktorji, ki se nahajajo v neposredni bližini izvajanja dejavnosti posameznega podjetja, na katerega ti faktorji pozitivno ali negativno vplivajo. Ponovno se definicija nanaša na podjetja, vendar jo je tudi tu mogoče prenesti na posamezno območje oziroma regijo.

V primeru mikro okolja izbrane regije, se bom osredotočil predvsem na tri kazalce, za katere ocenjujem, da so pri analizi makro okolja najbolj relevantni. Prvi kazalec je podjetniški interes oziroma podjetniška aktivnost. V letu 2006 je bilo v izbrani regiji Julijskih Alp ustanovljenih 1.557 novih podjetij brez predhodnika. V Sloveniji je bilo v istem letu ustanovljenih 5.808 novih podjetij brez predhodnika, kar pomeni, da delež novo ustanovljenih podjetij v letu 2006 v izbrani regiji znaša 26,8 % vseh novo ustanovljenih podjetij v Sloveniji.

Kot je razvidno iz Slike 11, je število novih podjetij tako v Goriški regiji kot v Gorenjski regiji v letih naraščalo, hkrati pa je moč opaziti tudi trend rasti novih podjetij.

Slika 11: Število novo ustanovljenih podjetij brez predhodnika v Goriški in Gorenjski regiji v letih 2000–2006



Vir: Statistični letopis Republike Slovenije 2007, 2007.

Ugotavljam, da je v regiji prisoten podjetniški interes, kar je pomembno za nadaljnji gospodarski razvoj, hkrati pa ta tudi pozitivno vpliva na samo konkurenčnosti turizma v regiji, saj je mogoče pričakovati, da bo delež novo ustanovljenih podjetij posegel tudi na turistični sektor.

Drugi kazalec mikro okolja predstavljajo ponudniki turističnih nastanitvenih zmogljivosti. Regija Julijskih Alp je imela leta 2007 v povprečju 21.495 ležišč, kar predstavlja 26 % vseh ležišč v Sloveniji. Med vsemi nastanitvenimi zmogljivostmi obsegajo hoteli 5.640 ležišč, med katerimi prevladujejo hoteli srednjega razreda, torej hoteli z dvema in tremi zvezdicami.

Poleg hotelov je prisotno tudi veliko število drugih nastanitvenih zmogljivosti izmed katerih bi izpostavil kampe, apartmaje, penzione, gostišča, turistične kmetije z nastanitvenimi zmogljivostmi in prenočišča. Izmed naštetih prevladujejo kampi, saj obsegajo 5.696 ležišč.

Napisano kaže, da ima regija na voljo relativno dovolj ležišč, ki zadostujejo za sedanji obseg turističnega obiska, vendar bo v prihodnje to število vsekakor treba povečati, saj bo v primeru povečanja turističnega obiska to število postalo premajhno.

Zadnji kazalec, ki ga uvršam v analizo mikro okolja, pa je nacionalna struktura turistov regije. Leta 2007 so v regiji Julijskih Alp prevladovali slovenski, avstrijski, nemški, italijanski, hrvaški, angleški in češki turisti. Ti turisti so ustvarili kar 380.208 prihodov v regijo, kar predstavlja 66,6 % vseh prihodov v regijo leta 2007. Velik delež prihodov so v letu 2007 ustvarili domači turisti, saj je ta v deležu celotnih prihodov znašal 25 %.

Na področju prenočitev v izbrani regiji lahko povzamem, da prevladujejo turisti istih narodnosti kot pri prihodih. Te skupine turistov so ustvarile 66,5 % vseh prenočitev v regiji Julijskih Alp. Prav tako kot pri prihodih so tudi pri prenočitvah domači turisti v letu 2007 ustvarili okoli četrtno vseh prenočitev.

Napisano kaže, da prevladujejo turisti iz bližnjih okoliških držav. Ta ugotovitev kaže, da je sedanje in prihodnje trženjske aktivnosti potrebno usmeriti v pridobivanje turistov iz drugih držav, predvsem na trge, iz katerih prihaja večina turistov v regiji.

### 4.3 Analiza glavnih privlačnosti regije Julijskih Alp

Glavne privlačnosti posamezne destinacije so najpomembnejši faktor, zaradi katerega sploh pride do turistične aktivnosti v posameznem območju. Moč je reči, da obstaja le ena privlačnost, zaradi katere turisti počitnikujejo v posamezni destinaciji, ali pa je teh privlačnosti več in vsaka posebej prispeva k prihodu turistov v posamezno destinacijo.

V primeru regije Julijskih Alp ugotavljam, da turistično aktivnost generira več privlačnosti, med katerimi pa je najpomembnejša vsekakor neokrnjena narava, ki je v svetu hitrega razvoja in visoke stopnje industrializacije že prava redkost. Privlačna narava omogoča turistom široko paleto aktivnosti, med katerimi v poletni sezoni prevladujejo pohodništvo, alpinizem, kolesarjenje itd., v zimski sezoni pa predvsem aktivnosti, ki so povezane s snežno podlago.

Privlačno in dobro ohranjeno naravno okolje pa ni glavni vir generiranja turistične aktivnosti v regiji. K prihodu turistov veliko prispeva tudi kulturno okolje regije in z njim povezane privlačnosti. Tako predstavljata Blejski grad in cerkev Marijinega vnebovzetja na Blejskem otoku t. i. »highlight« kulturnega turizma regije Julijskih Alp, saj sta ti dve privlačnosti prepoznavne širom po svetu in pri nekaterih turistih predstavljata glavni razlog za počitnikovanje tako v regiji Julijskih Alp, kot tudi za počitnikovanje v Sloveniji. Vendar ponudba kulturnih privlačnosti ne obsega le omenjeni dve privlačnosti, temveč je ponudba mnogo širša. Tako med najpomembnejše kulturne privlačnosti uvrščam še: bolnico Franjo, Kobariški muzej, Most na Soči, idrijsko čipko, tradicionalni Kravji bal itd.

Naslednjo skupino privlačnosti v regiji predstavlja kongresni turizem. Veliko hotelov v regiji omogoča prirejanje kongresov, vendar med vsemi izstopa Bled, kjer vsako leto potekajo številna srečanja in kongresi. Razlog, da se je Bled uveljavil kot znan kraj kongresnega turizma, je mogoče najti v njegovem idiličnem okolju in v prisotnosti hotelov višjega razreda.

Med naslednjo privlačnost izbrane regije uvrščam igre na srečo, ki so v preteklih desetih letih doživele veliko in hitro rast. Izpostavil bi štiri t. i. zabaviščne centre, ki nudijo igre na srečo, in sicer igralna salona Vulkan in Casino Larix, Korona Casinò & Hotel ter Aurora Casino & Cabaret. Kar trije od teh zabaviščnih centrov se nahajajo v Zgornjesavski dolini, eden pa v Soški dolini. Igre na srečo so priljubljene predvsem med italijanskimi in avstrijskimi gosti, ki predstavljajo največji delež obiska.

Zadnjo privlačnost v regiji pa predstavljajo posebni dogodki, med katerimi izstopata predvsem Pokal Vitranc in finale svetovnega pokala v smučarskih skokih v Planici, ki vsako leto spremenita Zgornjesavsko dolino v prestolnico smučanja in smučarskih skokov.

Napisano kaže, da je obseg privlačnosti v regiji relativno velik in zadovoljuje okuse različnih tipov turistov.

## **4.4 Analiza podpornih elementov regije Julijskih Alp**

Podporni elementi predstavljajo možnost do dostopa in koriščenja naravnih in kulturnih privlačnosti posamezne destinacije. Privlačnosti v posamezni destinaciji so lahko velike, vendar brez primerne dostopa ostanejo neizkoriščene.

Glavni podporni element izbrane regije je vsekakor infrastruktura, pri kateri ni mogoče govoriti o idealni, temveč zgolj o sprejemljivi. Ceste, ki vodijo do privlačnosti, so ponekod že dotrajane in potrebne obnove. Splošno infrastrukturo mest in krajev bi bilo treba obnoviti in narediti bolj privlačno, kajti ponekod so še vidni ostanki stare, nezanimive in dotrajane arhitekture preteklega režima. Z obnovitvijo in preureditvijo starih mestnih središč po principih slovenskih arhitekturnih značilnostih, bi ti kraji postali bolj privlačni in bi pritegnili pozornost marsikaterega turista.

Obenem je tudi infrastruktura na določenih smučiščih v regiji že dotrajana in ne omogoča hitrega pretoka smučarjev, zaradi dotrajanosti pa je pod vprašajem tudi sama varnost. Z obnovitvijo smučišč bi dosegli večjo varnost in absorpcijsko sposobnost teh smučišč, kar pomeni, da bi bil pretok smučarjev hitrejši.

Kot je bilo že omenjeno, je gostoljubnost občanov in krajanov regije na zelo visokem nivoju. Krajanje pozitivno sprejemajo turiste, saj se zavedajo, da njihova prisotnost pozitivno vpliva na njihov življenjski standard.

Finančnega kapitala, torej kapitala za investicije, je v regiji relativno dovolj, saj posamezni investitorji vlagajo v razvoj posameznih krajev. Tako bi izpostavil podjetje Sava Group, ki je investiralo v nastanitvene zmogljivosti na Bledu, in podjetje HIT, ki je močno prisotno v Zgornjesavski dolini. Dotok kapitala torej obstaja, vendar tega za podjetniške ideje ni nikoli dovolj, zato bi bilo dobro, da bi regija poskušala pritegniti še dodatne investitorje.

Nazadnje bi omenil še politično voljo, torej voljo za spodbujanje turizma na občinskem nivoju regije. Glede na to, da regija ne nastopa pod enotnim imenom in zaradi tega ni neke združene politične volje občin, ki bi vodila do enotne strategije razvoja, temveč posamezne občine sprejemajo svoje strategije razvoja turizma, je to vsekakor slabost za regijo, kajti na ta način se ne spodbuja koristi turizma za celotno regijo, temveč le za posamezne občine. Politična volja občin je naklonjena razvoju turizma posameznih občin, ne pa razvoju celotne regije.

## **4.5 Analiza politike, planiranja in razvoja destinacije regije Julijskih Alp**

Zaradi neenotnega nastopa regije ni mogoče govoriti o politiki, planiranju in razvoju destinacije regije, temveč o politiki, planiranju in razvoju destinacije posameznih občin, ki jo sestavljajo.

V svojih strategijah razvoja turizma občine ne sledijo interesom celotne regije, temveč interesom svoje občine, kar pomeni, da interesi občin regije niso povezani, temveč vsaka zasleduje svoje cilje. Dolgoročno bo to vodilo k padcu konkurenčnosti turizma v regiji, kajti le pod enotnim nastopom, torej z združenjem in uskladitvijo interesov vseh občin, bo lahko regija maksimalno izkoristila svoj turistični potencial.

#### **4.6 Analiza managementa destinacije regije Julijskih Alp**

Pojem destinacijski management je v sodobni turistični literaturi relativno nov, zato je smiselno na začetku podati nekaj relevantnih definicij tega pojma.

Destinacijski management (ang. *destination management*) bi lahko prevedli kot »vodenje« oziroma »upravljanje turističnih ciljev«. Pri tem kot turistični cilj (destinacijo) razumemo geografsko zaokroženo območje, v katerem je turizem razmeroma pomembna ali celo ključna dejavnost (Brezovec, 2004, str. 2–4).

Destinacijski management je usklajeno (so)delovanje vseh turističnih in zainteresiranih dejavnikov v okolju, ki obsega vsa obdobja turističnega razvojnega cikla (Brezovec, 2004, str. 2–4).

Iz napisanega lahko povzamem, da se destinacijski management zaradi neenotnega nastopa regije ne izvaja. Tudi drugod po Sloveniji je destinacijski management slabo uveljavljen. Ponokod (npr. v regiji Bela Krajina) so bili izvedeni poizkusi za uveljavljanje tega pojma, vendar so bili neuspešni. Kot glavni vir neuspešnega uveljavljanja koncepta destinacijskega managementa na posameznih destinacijah v slovenskem prostoru se pojavlja problem interesov, kajti interese posameznih deležnikov je izredno težko uskladiti.

V regiji Julijskih Alp koncept destinacijskega managementa ni uveljavljen in vsak deležnik (občina) sledi svojim ciljem, ki niso usklajeni s cilji ostalih občin.

#### **4.7 Analiza dodatnih determinant regije Julijskih Alp**

V primeru dodatnih determinant regije Julijskih Alp izpostavljam tiste, ki se mi zdijo z vidika raziskovanja konkurenčnosti in trajnosti regije relevantna.

Prva dodatna determinanta je vsekakor lokacija regije Julijskih Alp, ki govori v prid konkurenčnosti turizma regije. Regija ima ugodno lokacijo, saj se nahaja v neposredni bližini avstrijske in italijanske državne meje, obenem pa je od Ljubljane oddaljena slabo uro vožnje, od letališča Jožeta Pučnika pa slabe pol ure.

Pomembna dodatna determinanta izbrane regije je varnost. Tudi ta determinanta pozitivno vpliva k konkurenčnosti turizma, saj je verjetnost kakršnih koli terorističnih aktivnosti minimalna, hkrati pa je relativno majhna tudi verjetnost naravnih nesreč.

Zadnja dodatna determinanta, ki je z vidika preučevanja te tematika izbrane regije pomembna, pa je absorpcijska sposobnost regije. Absorpcijska sposobnost je zmožnost destinacije za gostovanje povpraševanja turistov in obenem predstavlja zgornjo mejo količine povpraševanja, ki ga lahko prenese (Crouch & Ritchie, 2003, str. 246). Celotna regija ima relativno visoko absorpcijsko sposobnost, saj regija zavzema veliko področje, ki je relativno redko poseljeno. Zgornja meja absorpcijske sposobnosti regije tudi v sezonskih viških ni dosežena, zato ta predstavlja konkurenčno prednost.

#### **4.8 Faktorji konkurenčnosti in trajnosti turizma regije Julijskih Alp**

Na podlagi analize posameznih kazalcev modela konkurenčnosti *Crouch & Ritchie* je moč ugotoviti, da glavne vire konkurenčnosti in trajnosti turizma v izbrani regiji Julijskih Alp predstavljajo naravne in kulturne privlačnosti regije. Neokrnjeno in privlačno naravno okolje posamezne destinacije je v svetu, v katerem prevladuje misel »profit pred okoljem«, že prava redkost. Regija Julijskih Alp pa ponuja ravno to; možnost turistične rekreacije v prijaznem, neonesnaženem in prijetnem naravnem okolju. Pomemben je tudi podatek, da se turizem regije ne odvija okoli ene privlačnosti (kot se denimo turizem v Egiptu v veliki meri odvija okoli piramid v Gizi), temveč je obseg naravnih privlačnosti dovolj širok in omogoča relativno visoko razpršenost turizma.

Naravne privlačnosti regije (kot so Triglavski narodni park, Blejsko jezero, dolina reke Soče) so v preteklosti bile dovolj za oživitev turizma in velik turistični obisk. Vendar v prihodnje le naravne in kulturne privlačnosti ne bodo dovolj za приход turistov v regijo. V sodobnem svetu turisti iščejo predvsem dodano vrednost turizma, ki naredi njihovo bivanje v kraju še prijetnejše. Tu pa regija ne ponuja dovolj. Sicer je v neki meri (ocenjujem da v premajhni) poskrbljeno za zabavo turistov (igre na srečo, razni dogodki itd.) vendar to ni dovolj za veliko zadovoljstvo turistov, da bi se vsako leto vračali v regijo.

Obenem želijo sodobni turisti imeti »vse na enem mestu«, kar pomeni, da morajo turistični ponudniki omogočati turistom v kraju vse, kar si želijo. Ponudba turističnih storitev v regiji ni dovolj obsežna, da bi lahko zadovoljevala to potrebo turistov, zato bo v prihodnje treba razširiti obseg turistične ponudbe regije, ki bo omogočal široko paleto turističnih storitev in turiste obdržal v regiji.

Faktorji konkurenčnosti in trajnosti turizma se v izbrani regiji vselej kažejo v njenih naravnih in kulturnih privlačnostih, medtem ko t. i. turistična suprestruktura še ni na dovolj visokem nivoju, ko bi lahko rekli, da tudi ta predstavlja faktor konkurenčnosti in trajnosti turizma.

## SKLEP

Vloga in pomen turizma sta v sodobnih, zrelih gospodarstvih zelo velika, saj turizem predstavlja relativno stabilen in velik vir prihodkov, ki pozitivno vplivajo na plačilno bilanco posameznih gospodarstev in dvigujejo raven življenjskega standarda prebivalcev.

Pogoj, da lahko turizem pozitivno vpliva na plačilno bilanco gospodarstev, je doseganje visoke stopnje konkurenčnosti turizma posamezne destinacije, ki mora v svoji osnovi temeljiti na trajnostnem razvoju. Torej razvoju, ki bo minimiziral negativne vplive turizma na okolje, v katerem se odvija, in maksimiziral pozitivne vplive. Le s takšnim razvojem turizma se bo konkurenčnost destinacije povečevala in doprinesla k stabilnemu in čedalje večjemu številu prihodov v destinacijo. Če destinacije ne bodo uveljavljale takšnega razvoja turizma, bo sicer kratkoročno mogoče obdržati isto raven prihodov turistov v destinacijo, dolgoročno pa bo to vodilo k padcu konkurenčnosti destinacije, kar bo posledično vodilo k zmanjšanju turističnega obiska.

V primeru oblikovane regije Julijskih Alp je razvidno, da ima regija s svojo zaokroženo celoto, potencial, da doseže visoko stopnjo konkurenčnosti turizma in da je sposobna v prihodnje dobro konkurirati za turiste z drugimi destinacijami, kot je na primer Avstrijska Koroška.

Glavni faktor konkurenčnosti in trajnosti turizma v regiji predstavlja privlačno in dobro ohranjeno naravno in kulturno okolje, ki s svojimi lepotami preseneča še tako zahtevnega turista. Vendar samo privlačno naravno in kulturno okolje v sodobnem času ne zadostujeta za doseganje visoke stopnje konkurenčnosti turizma destinacije. Vse bolj je pomembna dodana vrednost turističnih storitev. Tu pa je pri regiji Julijskih Alp viden primanjkljaj, zato bo pri prihodnjem razvoju turizma regije potreben poseben poudarek pri povečanju dodatnih storitev in integracij raznih posebnih dogodkov. Hkrati bo v prihodnosti treba tudi izboljšati samo infrastrukturo ter vpeljati svež finančni in človeški kapital, ki bo z implementacijo svežih idej povečal dodano vrednost regije in naredil naravne in kulturne privlačnosti še privlačnejše.

Ugotavljam, da ima regija Julijskih Alp potencial, da doseže visoko stopnjo konkurenčnosti svojega turizma, vendar je prvi pogoj za to, uskladitev interesov vseh deležnikov razvoja turizma v regiji, ki bi vodila do prve združitve regije v enotno, smiselno zaokroženo turistično destinacijo. Ta bi temeljila na trajnostnem razvoju in bi vodila do visoke stopnje konkurenčnosti turizma v regiji ter posledično tudi do višje stopnje in prepoznavnosti slovenskega turizma.

## LITERATURA IN VIRI

1. *Agenda for a sustainable and competitive European tourism.* (2007). Bruselj: Commission of the European communities.
2. Brezovec, A. (2004). *Destinacijski menedžment – celovito upravljanje turizma v kraju, spet »samo« brending ali še huje: le predmet trženja organizatorjev potovanj?* Turizem, VII, (71), 2–4.
3. *Business Dictionary.* Najdeno 5. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.businessdictionary.com/definition/macro-environment.html>
4. *CIPRA.* Najdeno 21. decembra 2008 na spletnem naslovu <http://www.cipra.org/sl/CIPRA>
5. *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics.* (1995). Madrid: World Tourism Organization.
6. Crouch, G. I. & Ritchie, B. J. R. (2003). *The Competitive Destination – A sustainable tourism perspective.* London: CABI.
7. *Direktorat za turizem (Ministrstvo za gospodarstvo).* Najdeno 5. novembra 2008 na spletnem naslovu [http://www.mg.gov.si/si/delovna\\_podrocja/turizem/](http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/)
8. Dwyer, L., Forsyth, P. & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21, 9–22.
9. *Early warning system for identifying declining tourist destinations and preventive best practices.* (2002). Luksemburg: European Commission.
10. Fortuny, M., Soler, R., Canovas, C. & Sanchez, A. (2008). Technical approach for a sustainable tourism development. Case study in the Balearic Islands. *Journal of Cleaner Production*, 16, 860–869.
11. Gomezelj, D. & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness – Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29, 294–307.
12. *Lizbonska strategija.* Najdeno 20. decembra 2008 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/documentation/communications/commission\\_communication\\_2006/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/documentation/communications/commission_communication_2006/index_en.htm)

13. *Lizbonska strategija – Partnerstvo za rast in delovna mesta*. Najdeno 20. decembra 2008 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/slovenija/dossier/growth\\_and\\_employment/index\\_sl.htm](http://ec.europa.eu/slovenija/dossier/growth_and_employment/index_sl.htm)
14. Mihalič, T. (2006). *Trajnostni turizem*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. *More pronounced deceleration of economic growth and inflation in 2009*. (2009). Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.
16. Perko, D. (2001). *Slovenija. Pokrajine in ljudje*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
17. Planina, J. & Mihalič T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
18. *Priprava modela za spremljanje konkurenčnosti turističnih destinacij na osnovi strateškega koncepta trajnostnega razvoja turizma v Sloveniji*. (2005). Ljubljana: Mednarodni inštitut za turizem.
19. *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011*. (2006). Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
20. *SI-STAT podatkovni portal*. Najdeno 5. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/pxweb/Dialog/statfile2.asp>
21. *Slovenske regije v številkah 2008*. (2008). Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
22. *Statistični letopis Republike Slovenije 2007*. (2007). Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
23. *Statistični urad Republike Slovenije*. Najdeno 20. novembra 2008 na spletnem naslovu [http://www.stat.si/vodic\\_oglej.asp?ID=243&PodrocjeID=7](http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=243&PodrocjeID=7)
24. *Tourism highlights, 2008 edition*. (2008). Madrid: UNWTO.
25. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2008*. (2008). Ženeva: World Economic Forum.
26. *Turizem smo ljudje. Zbornik ob 100-letnici ustanovitve Deželne zveze za pospeševanje prometa tujcev na Kranjskem, Turistične zveze Slovenije in organiziranega turizma v Sloveniji 1906–2005*. (2006). Ljubljana: Turistična zveza Slovenije.
27. *UNWTO World Tourism Barometer*. (2009). Madrid: UNWTO.

28. Zorko, D. (1999). *Uvod v turizem*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.

29. *World in 2009*. (2008). London: The Economist.

## PRILOGE

Priloga 1: Slikovna predstavitev izbrane regije Julijskih Alp v okviru celotne Slovenije

Slika izbranih občin regije Julijskih Alp



Vir: Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko. (2008).

Priloga 2: Analiza velikosti izbranih občin regije Julijskih Alp po površini

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po površini

Občina	Površina (km <sup>2</sup> )	V % (za Slovenijo)	V % (za Julijske Alpe)
Tolmin	381,5	1,882	16,834
Bovec	367,3	1,812	16,207
Bohinj	333,7	1,646	14,724
Idrija	293,7	1,449	12,960
Kranjska Gora	256,3	1,264	11,309
Kobarid	192,7	0,950	8,503
Cerkno	131,7	0,650	5,811
Radovljica	118,7	0,585	5,238
Gorje	116,2	0,573	4,877
Jesenice	75,8	0,374	3,345
Bled	72,3	0,357	3,190
Žirovnica	42,6	0,210	1,880
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>2.382,5</b>	<b>11,752</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>20.273,0</b>		

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 3: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prebivalcev

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prebivalcev dne 30. 6. 2008

Občina	Število	V % (za Slovenijo)	V % (za Julijske Alpe)
Jesenice	21.945	1,076	21,821
Radovljica	18.664	0,915	18,559
Idrija	12.034	0,590	11,966
Tolmin	11.980	0,587	11,912
Bled	8.189	0,401	8,143
Kranjska Gora	5.416	0,265	5,385
Bohinj	5.335	0,261	5,305
Cerkno	4.988	0,244	4,960
Kobarid	4.395	0,215	4,370
Žirovnica	4.296	0,211	4,272
Bovec	3.325	0,163	3,306
Gorje	2.908	0,142	2,810
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>103.475</b>	<b>5,073</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>2.039.399</b>		

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 4: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu delovno aktivnega prebivalstva

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu delovno aktivnega prebivalcev po stanju 1. 1. 2007

Občina	Število delovno aktivnega prebivalstva	V % (za Slovenijo)	V % (za Julijske Alpe)
Jesenice	9.029	1,103	21,698
Radovljica	7.570	0,925	18,192
Idrija	5.275	0,645	12,677
Tolmin	4.774	0,583	11,473
Bled	3.389	0,414	8,144
Kranjska Gora	2.326	0,284	5,590
Cerkno	2.311	0,282	5,554
Bohinj	2.129	0,260	5,116
Kobarid	1.839	0,225	4,419
Žirovnica	1.677	0,205	4,030
Bovec	1.293	0,158	3,107
Gorje	1.207	0,147	2,819
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>42.819</b>	<b>5,233</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>818.304</b>		

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 5: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu zaposlenih oseb

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu zaposlenih oseb po stanju 1. 1. 2007

Občina	Število zaposlenih oseb	V % (za Slovenijo)	V % (za Julijske Alpe)
Jesenice	8.662	1,174	22,716
Radovljica	6.881	0,932	18,046
Idrija	4.828	0,654	12,662
Tolmin	4.240	0,574	11,119
Bled	2.983	0,404	7,823
Kranjska Gora	2.138	0,290	5,607
Cerkno	2.122	0,287	5,565
Bohinj	1.936	0,262	5,077
Kobarid	1.650	0,223	4,327
Žirovnica	1.530	0,207	4,012
Bovec	1.161	0,157	3,045
Gorje	1.075	0,146	2,742
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>39.206</b>	<b>5,312</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>738.055</b>		

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 6: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu brezposelnih oseb

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu brezposelnih oseb po stanju 1. 1. 2007

Občina	Število brezposelnih oseb	V % (za Slovenijo)	V % (za Julijske Alpe)
Jesenice	1.861	1,423	35,850
Radovljica	931	0,712	17,935
Tolmin	605	0,463	11,655
Bled	398	0,304	7,667
Idrija	296	0,226	5,702
Kranjska Gora	294	0,225	5,664
Bohinj	215	0,164	4,142
Žirovnica	189	0,144	3,641
Kobarid	178	0,136	3,429
Bovec	123	0,094	2,369
Gorje	117	0,089	2,204
Cerkno	101	0,077	1,946
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>5.308</b>	<b>4,059</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>130.774</b>		

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 7: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prenočitvenih zmogljivosti

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prenočitvenih zmogljivostih v letu 2007 (številu ležišč)

<b>Občina</b>	<b>Število ležišč*</b>	<b>V % (za Slovenijo)</b>	<b>V % (za Julijske Alpe)</b>
Bohinj	4.983	6,038	23,379
Bled	4.548	5,512	21,338
Kranjska Gora	4.257	5,159	19,973
Bovec	2.712	3,287	12,724
Radovljica	2.355	2,854	11,049
Kobarid	1.074	1,301	5,039
Tolmin	747	0,905	3,505
Cerkno	341	0,413	1,600
Gorje	181	0,219	0,842
Idrija	131	0,159	0,615
Žirovnica	107	0,130	0,502
Jesenice	59	0,071	0,277
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>21.495,000</b>	<b>26,050</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>82.515,000</b>		

Legenda: \* Zajeti so hoteli, moteli, penzioni, gostišča, prenočišča, apartmaji, kampi, turistične kmetije z nastanitvenimi zmogljivostmi, sobodajalstvo, sobe, počitniška stanovanja, stanovanjske in počitniške hiše, sobe apartmaji oddani prek recepcije, planinski domovi in kočje, delavski počitniški domovi, otroški in mladinski počitniški domovi, drugi domovi, drugi gostinski nastanitveni objekti, začasne nastanitvene zmogljivosti, marine.

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 8: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prihodov turistov

Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prihodov domačih in tujih turistov v letu 2007

<b>Občina</b>	<b>Število prihodov domačih turistov*</b>	<b>Število prihodov tujih turistov*</b>	<b>Število prihodov domačih in tujih turistov*</b>	<b>V % (za Slovenijo)</b>	<b>V % (za Julijske Alpe)</b>
Bled	17.089	182.835	199.924	7,455	35,165
Kranjska Gora	45.488	80.057	125.545	4,682	22,082
Bohinj	34.984	56.074	91.058	3,396	16,016
Bovec	20.002	41.097	61.099	2,279	10,747
Radovljica	3.183	41.491	44.674	1,666	7,858
Kobarid	8.757	14.149	22.906	0,854	4,029
Tolmin	5.856	5.452	11.308	0,422	1,989
Cerkno	4.577	4.518	9.095	0,339	1,600
Gorje	1.826	559	2.385	0,089	0,418
Idrija	418	1.288	1.706	0,064	0,300
Žirovnica	436	250	686	0,025	0,121
Jesenice	271	261	532	0,020	0,093
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>142.887</b>	<b>428.031</b>	<b>570.918</b>	<b>21,293</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>929.846</b>	<b>1.751.332</b>	<b>2.681.178</b>		

Legenda: \* Zajeti so hoteli, moteli, penzioni, gostišča, prenočišča, apartmaji, kampi, turistične kmetije z nastanitvenimi zmogljivostmi, sobodajalstvo, sobe, počitniška stanovanja, stanovanjske in počitniške hiše, sobe apartmaji oddani prek recepcije, planinski domovi in kočje, delavski počitniški domovi, otroški in mladinski počitniški domovi, drugi domovi, drugi gostinski nastanitveni objekti, začasne nastanitvene zmogljivosti, marine.

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 9: Analiza izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prenočitev turistov

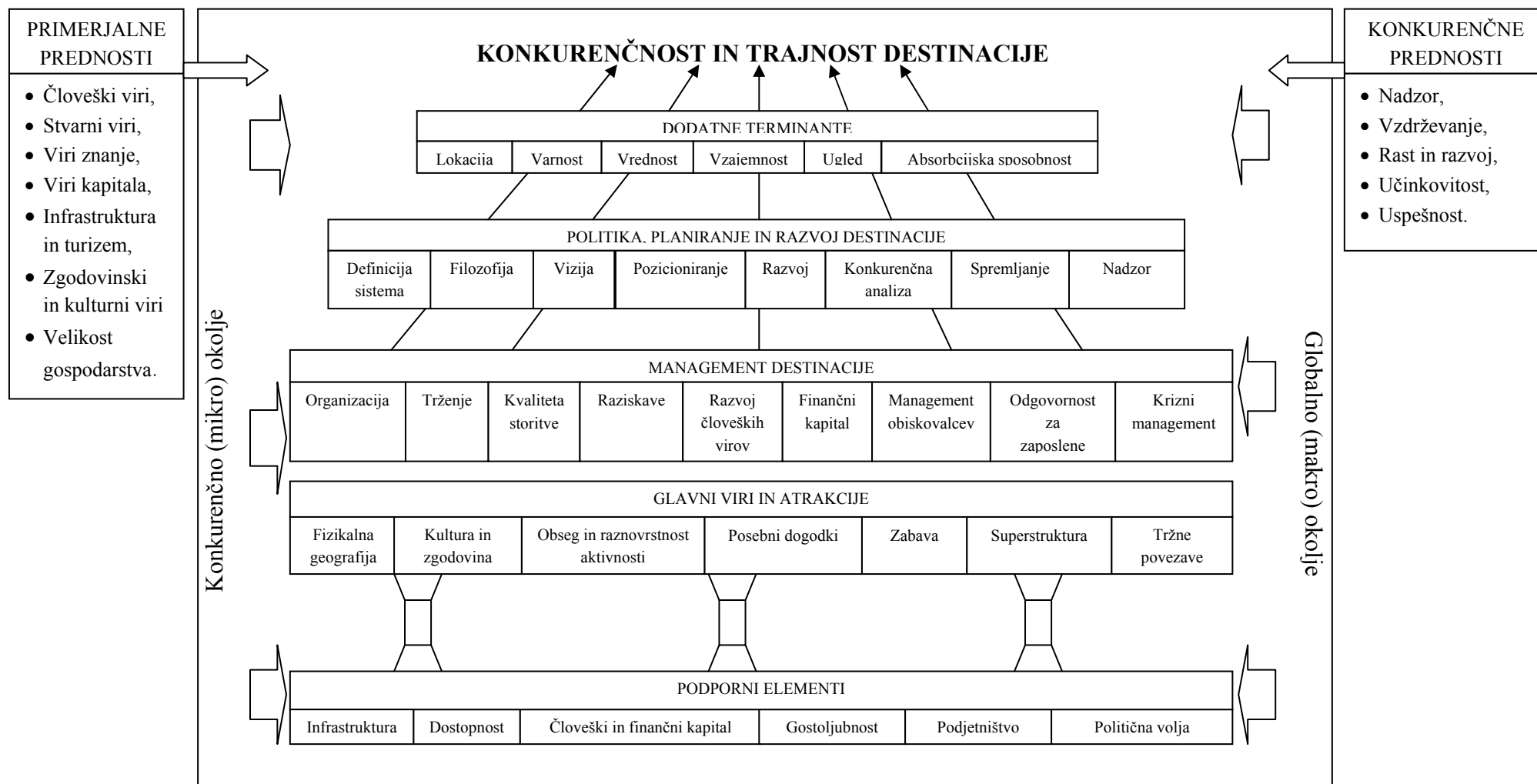
Razvrstitev izbranih občin regije Julijskih Alp po številu prenočitev domačih in tujih turistov v letu 2007

Občina	Število prenočitev domačih turistov*	Število prenočitev tujih turistov*	Število prenočitev domačih in tujih turistov*	V % (za Slovenijo)	V % (za Julijske Alpe)
Bled	32.156	507.013	539.169	6,526	32,699
Kranjska Gora	130.789	280.702	411.491	4,981	24,956
Bohinj	104.057	178.905	282.962	3,425	17,161
Bovec	47.852	112.406	160.258	1,940	9,719
Radovljica	8.650	118.050	126.700	1,534	7,684
Kobarid	19.967	33.093	53.060	0,642	3,218
Cerkno	15.105	20.747	35.852	0,434	2,174
Tolmin	17.627	15.745	33.372	0,404	2,024
Gorje	6.183	1.319	7.502	0,091	0,453
Idrija	604	2.501	3.105	0,037	0,188
Žirovnica	1.254	749	2.003	0,024	0,121
Jesenice	603	317	920	0,011	0,056
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>384.847</b>	<b>1.271.547</b>	<b>1.656.394</b>	<b>20,050</b>	<b>100,000</b>
<b>Slovenija</b>	<b>3.393.408</b>	<b>4.867.900</b>	<b>8.261.308</b>		

Legenda: \* Zajeti so hoteli, moteli, penzioni, gostišča, prenočišča, apartmaji, kampi, turistične kmetije z nastanitvenimi zmogljivostmi, sobodajalstvo, sobe, počitniška stanovanja, stanovanjske in počitniške hiše, sobe apartmaji oddani prek recepcije, planinski domovi in kočje, delavski počitniški domovi, otroški in mladinski počitniški domovi, drugi domovi, drugi gostinski nastanitveni objekti, začasne nastanitvene zmogljivosti, marine.

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 10: Prikaz modela konkurenčnosti Crouch & Ritchie



Vir: (Crouch & Ritchie, 2003, str. 63)

Priloga 11: Analiza posameznih kazalcev makro okolja regije Julijskih Alp

Naravni in skupni selitveni prirast v posameznih občinah regije Julijskih Alp leta 2007

Občina	Naravni prirast	Skupni selitveni prirast
Bovec	- 10,000	10,000
Kobarid	- 27,000	10,000
Tolmin	- 18,000	32,000
Kranjska Gora	9,000	30,000
Jesenice	19,000	- 47,000
Žirovnica	6,000	42,000
Radovljica	25,000	31,000
Gorje	0,000	- 33,000
Bled	- 18,000	- 46,000
Bohinj	- 14,000	33,000
Idrija	- 18,000	64,000
Cerkno	0,000	- 15,000
<b>Povprečje Soška dolina</b>	- 18,333	17,333
<b>Povprečje Zgornjesavska dolina</b>	7,300	8,333
<b>Povprečje Spodnjesavska dolina</b>	- 1,750	- 3,750
<b>Povprečje Idrijsko-cerkljanska dolina</b>	- 9,000	24,500
<b>Skupno povprečje regije Julijskih Alp</b>	- 4,833	11,604

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Deleži mladega, zrelega in starega prebivalstva po posameznih občinah regije Julijskih Alp po stanju 30. 6. 2008

Občina	Delež mladega prebivalstva (0–19 let)	Delež zrelega prebivalstva (20–60 let)	Delež starega prebivalstva (nad 60 let)
Bovec	16,361	56,812	26,827
Kobarid	18,111	56,359	25,529
Tolmin	18,272	58,214	23,514
Kranjska Gora	16,322	58,604	25,074
Jesenice	18,742	60,642	20,615
Žirovnica	20,042	55,866	24,092
Radovljica	19,396	57,292	23,312
Gorje	21,939	55,055	23,005
Bled	18,427	56,588	24,985
Bohinj	20,275	54,564	25,061
Idrija	19,769	58,310	21,921
Cerkno	19,507	59,202	21,291
<b>Skupno povprečje regije Julijskih Alp</b>	18,930	57,292	23,769

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Povprečna mesečna bruto in neto plača v posameznih občinah regije Julijskih Alp septembra 2008

<b>Občina</b>	<b>Povprečna mesečna bruto plača</b>	<b>Povprečna mesečna neto plača</b>
Bovec	1.132,72	765,81
Kobarid	1.201,44	805,63
Tolmin	1.161,23	782,62
Kranjska Gora	1.325,76	860,05
Jesenice	1.288,57	845,15
Žirovnica	1.275,67	842,27
Radovljica	1.214,25	803,60
Gorje	1.192,74	792,36
Bled	1.365,15	881,45
Bohinj	1.065,02	726,36
Idrija	1.262,16	832,72
Cerkno	1.119,04	759,85
<b>Povprečje Soška dolina</b>	1.165,13	784,69
<b>Povprečje Zgornjesavska dolina</b>	1.296,67	849,16
<b>Povprečje Spodnjesavska dolina</b>	1.209,29	800,94
<b>Povprečje Idrijsko-cerkljanska dolina</b>	1.190,60	796,28
<b>Skupno povprečje regije Julijskih Alp</b>	1.215,42	807,77
<b>Slovenija</b>	1.362,54	884,28

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Priloga 12: Analiza posameznih kazalcev mikro okolja regije Julijskih Alp

Število poslovnih subjektov po posameznih občinah regije Julijskih Alp letu 2007

<b>Občina</b>	<b>Število podjetij</b>
Bovec	183
Kobarid	187
Tolmin	664
Kranjska Gora	263
Jesenice	764
Žirovnica	197
Radovljica	1.053
Gorje	156
Bled	572
Bohinj	267
Idrija	664
Cerkno	235
<b>Skupaj Soška dolina</b>	1.034
<b>Skupaj Zgornjesavska dolina</b>	1.224
<b>Skupaj Spodnjesavska dolina</b>	2.048
<b>Skupaj Idrijsko-cerkljanska dolina</b>	899
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	5.205

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Število novo ustanovljenih podjetij brez predhodnika po posameznih letih v Goriški in Gorenjski regiji

Leto/regija	Goriška	Gorenjska
2000	338	571
2001	332	559
2002	359	620
2003	340	493
2004	458	719
2005	521	824
2006	556	1.001

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Število ležišč v hotelih po posameznih občinah regije Julijskih Alp leta 2007

Občina	Hoteli*	Hoteli**	Hoteli***	Hoteli****	Hoteli*****
Bovec	0	0	468	0	0
Kobarid	0	0	0	61	0
Tolmin	0	0	122	0	0
Kranjska Gora	0	0	462	1.026	0
Jesenice	0	0	0	0	0
Žirovnica	0	0	0	0	0
Radovljica	0	0	213	56	0
Gorje	0	0	0	0	0
Bled	0	0	752	1.316	180
Bohinj	0	0	394	295	0
Idrija	0	0	0	0	24
Cerkno	0	0	271	0	0
<b>Skupaj Soška dolina</b>	0	0	590	61	0
<b>Skupaj Zgornjesavska dolina</b>	0	0	462	1.026	0
<b>Skupaj Spodnjesavska dolina</b>	0	0	1.359	1.667	180
<b>Skupaj Idrijsko-cerkljanska dolina</b>	0	0	271	0	24
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	0	0	2.682	2.754	204

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Število ležišč v ostalih nastanitvenih zmogljivostih (hoteli so izvzeti) po posameznih občinah regije Julijskih Alp leta 2007

	<b>Penzioni</b>	<b>Gostišča</b>	<b>Prenočišča</b>	<b>Apartmenti</b>	<b>Kampi</b>	<b>Turistične kmetije</b>
Bovec	13	63	0	207	1.020	33
Kobarid	0	59	0	79	610	0
Tolmin	46	18	0	55	80	30
Kranjska Gora	34	52	9	312	520	0
Jesenice	0	0	0	5	0	13
Žirovnica	0	13	0	0	0	0
Radovljica	77	42	18	0	1.550	7
Gorje	0	0	0	0	0	0
Bled	207	24	12	274	756	43
Bohinj	181	0	0	154	1.160	0
Idrija	12	40	0	15	0	18
Cerkno	0	0	0	20	0	18
<b>Skupaj Soška dolina</b>	59	140	0	341	1.710	63
<b>Skupaj Zgornjesavska dolina</b>	34	65	9	317	520	13
<b>Skupaj Spodnjesavska dolina</b>	465	66	30	428	3.466	50
<b>Skupaj Idrijsko-cerkljanska dolina</b>	12	40	0	35	0	36
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	570	311	39	1.121	5.696	162

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Prihodi izbranih turistov v občine regije Julijskih Alp po državni pripadnosti leta 2007

Občina	Avstrija	Nemčija	Italija	Hrvaška	VB	Češka	Domači turisti
Bovec	3.633	11.659	3.333	1.303	1.859	5.147	20.002
Kobarid	2.031	3.934	1.835	298	1.053	412	8.757
Tolmin	557	863	903	144	798	266	5.856
Kranjska Gora	3.010	12.154	14.480	7.797	8.915	4.505	45.488
Jesenice	43	48	12	24	3	34	271
Žirovnica	66	39	9	55	4	29	436
Radovljica	2.116	13.150	1.956	1.118	1.200	644	3.183
Gorje	13	35	49	65	124	18	1.826
Bled	9.331	28.345	21.987	8.578	18.980	2.662	17.089
Bohinj	2.260	10.730	4.429	4.455	5.644	5.192	34.984
Idrija	60	241	138	23	162	35	418
Cerkno	146	278	346	1.426	107	23	4.577
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>23.266</b>	<b>81.476</b>	<b>49.477</b>	<b>25.286</b>	<b>38.849</b>	<b>18.967</b>	<b>142.887</b>

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008

Prenočitve izbranih turistov v občinah regije Julijskih Alp po državni pripadnosti leta 2007

Občina	Avstrija	Nemčija	Italija	Hrvaška	VB	Češka	Domači turisti
Bovec	7.929	38.365	6.895	3.077	7.950	12.814	47.852
Kobarid	3.804	10.490	3.305	495	2.542	1.325	19.967
Tolmin	1.454	2.236	2.563	309	2.974	868	17.627
Kranjska Gora	6.080	32.729	45.742	30.779	56.299	10.001	130.789
Jesenice	43	63	12	49	3	34	603
Žirovnica	66	39	9	204	4	29	1.254
Radovljica	4.091	33.712	4.730	1.620	3.538	1.038	8.650
Gorje	13	42	266	82	124	18	6.183
Bled	18.350	72.824	48.891	21.965	91.111	6.011	32.156
Bohinj	5.916	39.807	11.735	13.138	23.218	12.185	104.057
Idrija	71	422	254	63	371	85	604
Cerkno	310	768	1.061	6.884	445	34	15.105
<b>Skupaj regija Julijskih Alp</b>	<b>48.127</b>	<b>231.497</b>	<b>125.463</b>	<b>78.665</b>	<b>188.579</b>	<b>44.442</b>	<b>384.847</b>

Vir: SI STAT podatkovni portal, 2008