

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

**ANALIZA POSLEDIC NEDELOVANJA KROŽNO KABINSKE
ŽIČNICE KANIN**

Ljubljana, september 2016

ULA SOVDAT

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Ula Sovdat, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza posledic neobratovanja krožno kabinske žičnice Kanin, pripravljene v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Alenka Slavec Gomezel,

IZJAVLJAM,

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 05.09.2017

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
-------------------	----------

1 TURISTIČNA DESTINACIJA IN POMEN NJENIH TRŽENJSKIH

ENTITET	2
----------------------	----------

1.1 Opredelitev in značilnosti turistične destinacije.....	2
--	---

1.2 Opredelitev in pomen turističnih proizvodov	4
---	---

1.3 Gorski in rekreacijski turizem.....	6
---	---

1.4 Pomen celoletnega turizma za destinacijo	7
--	---

2 PODROČJE ŽIČNIŠKIH NAPRAV

2.1 Pomen žičniške infrastrukture v turizmu	10
---	----

2.2 Izzivi žičniških centrov	10
------------------------------------	----

2.3 Varnost žičniških naprav.....	11
-----------------------------------	----

2.4 Obvladovanje tveganih dogodkov na žičniških napravah.....	12
---	----

2.5 Posledice nedelovanja žičnice zaradi slabe varnosti.....	13
--	----

3 EMPIRIČNI DEL.....

3.1 Namen in cilji raziskave ter razvoj raziskovalnih vprašanj.....	14
---	----

3.2 Predstavitev raziskovalnih metod	16
--	----

3.3 Interpretacija rezultatov intervjujev	19
---	----

3.4 Interpretacija rezultatov anketnih vprašalnikov	21
---	----

SKLEP

LITERATURA IN VIRI

PRILOGE

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz deležnikov in predstavnikov, s katerimi sem opravila intervjuje.....	17
---	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Dinamični odnosi med deležniki.....	4
--	---

Slika 2: Deležniki, ki so odvisni od krožno kabinske žičnice Kanin	18
--	----

UVOD

Turistični proizvod predstavlja kombinacijo izdelkov in storitev, ki sestavljajo osnovni del turistične ponudbe. Zadovoljujejo turistično povpraševanje, poleg tega pa prinašajo vrsto pozitivnih učinkov deležnikom turistične destinacije. Smotrno jih je oblikovati tako, da se zagotavlja čim višja stopnja kakovosti, saj je le tako destinacija lahko konkurenčna, izpolnjuje pričakovanja njenih obiskovalcev in zagotavlja njihov povratek (Grlica, 2010).

V zaključni strokovni nalogi je predstavljena problematika, nastala zaradi izpada enega ključnih proizvodov Bovške. V sklopu zaključne strokovne naloge sem analizirala posledice neobratovanja krožno kabinske žičnice Kanin. Raziskala sem, na katere deležnike je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin vplivalo, kakšne so bile posledice nedelovanja žičnice za posamezne skupine, kakšen je bil vpliv na celoletno izvajanje turistične dejavnosti, ter navedla morebitne rešitve oziroma priložnosti destinacije.

Od leta 2013 do sredine leta 2016 je izpad krožno kabinske žičnice Kanin predstavljal izjemno velik družbeni problem na Bovškem, saj predstavlja Kanin priložnost, na račun katere je mogoče celo leto živeti. Pomembno je dejstvo, da je bilo leta 2011, preden so se pojavile težave, povezane z žičnico, na Kanin pripeljanih 65.837 potnikov, kar za Bovško predstavlja velik vir zaslužka (Strategija razvoja in trženje turizma v občini Bovec do leta 2025, 2016). Od žičnice Kanin je namreč odvisna celotna lokalna skupnost in turistični ponudniki, ki zaradi neobratovanja ne morejo normalno delovati in ponujati svojih storitev. Kljub številnim drugim naravnim danostim, ki jih ima kraj, ta problem predstavlja izredno veliko omejitev pri razvoju same destinacije. Ustvarjanje celovite in moderne turistične ponudbe pomeni za kraj povišanje konkurenčnosti in ravno zaradi navedene problematike je Bovška izgublja svoj konkurenčni položaj.

Namen zaključne strokovne naloge je analizirati posledice, ki so sledile po prekinitvi delovanja krožno kabinske žičnice Kanin. Omenjena tematika bo pripomogla k temu, da se bodo posamezniki, organizacije in predstavniki turističnih objektov seznanili z izgubami in škodo, ki je nastala po izpadu žičnice, ter s predlaganimi ukrepi, s katerimi bi lahko nadomestili neobratovanje krožno kabinske žičnice. Želela bi, da tudi širša javnost zazna, kako pomembno je vlagati in spodbujati razvoj tako ključnih turističnih proizvodov, kot je žičnica na Kanin.

Cilj naloge bo najprej pregledati strokovno in znanstveno literaturo s področja managementa in trženja v turizmu, obvladovanja tveganj in kriz v turizmu, pomena turističnih proizvodov in storitev za destinacijo ter s področja žičniških naprav, nato pa preko zbiranja primarnih podatkov pridobiti odgovore na raziskovalna vprašanja, ki se nanašajo na ugotovitve posledic za Bovško, pomen prisotnosti žičnice Kanin za izvajanje

turistične dejavnosti čez celo leto in razvijanje alternativnih pristopov, ki bi nadomestili žičnico Kanin.

Struktura zaključne strokovne naloge zajema poleg uvoda in sklepa tri poglavja. V prvem delu bom najprej obravnavala poglavje o turistični destinaciji in pomenu njenih trženjskih entitet. Nato bo sledilo drugo poglavje, v katerem bom predstavila področje žičniških naprav, zadnje poglavje pa je zasnovano iz empiričnega dela, ki vsebuje naslednja raziskovalna vprašanja: 1. raziskovalno vprašanje: Ali je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin Bovcu prineslo v glavnem pozitivne ali negativne posledice? 2. raziskovalno vprašanje: Ali se lahko turistični ponudniki kljub odsotnosti žičnice celo leto preživljajo zgolj s turistično dejavnostjo? 3. raziskovalno vprašanje: Ali obstajajo drugi alternativni pristopi, s katerimi je možno nadomestiti odsotnost žičnice Kanin?

Odgovore na zgoraj zastavljena vprašanja bom pridobila z različnimi načini raziskovanja. Prva metoda dela, ki jo bom uporabila v zaključni strokovni nalogi, bo kolo deležnikov. Ugotovila bom, kateri deležniki so vključeni v tovrstno tematiko, in jih podrobneje analizirala. Druga metoda, ki jo bom vključila, je delno strukturiran intervju, ki se bo nanašal na deležnike turistične ponudbe. Za konec bom sestavila še anketni vprašalnik, preko katerega bom pridobila mnenja turistov in lokalnih prebivalcev, torej deležnikov, ki sestavljajo povpraševanje turistične destinacije.

Temeljita analiza deležnikov turistične destinacije bo doprinesla smernice k ugotovitvam, ki jih bom navedla v sklepu. Za konec bodo sledile še omejitve raziskovalnega dela in predlogi za nadaljnjo raziskovanje.

1 TURISTIČNA DESTINACIJA IN POMEN NJENIH TRŽENJSKIH ENTITET

V tem poglavju bom najprej opredelila pojem turistične destinacije. Nato bom predstavila pomen trženjskih entitet za destinacijo, kamor lahko prištevamo turistični proizvod, storitev, dogodek, ideje, doživetje itd. V nadaljevanju poglavja bom predstavila, kakšne so možnosti izkoriščanja visokogorja za večji obisk turizma. Na koncu poglavja pa bo beseda tekla o pomenu celoletnega turizma za destinacijo.

1.1 Opredelitev in značilnosti turistične destinacije

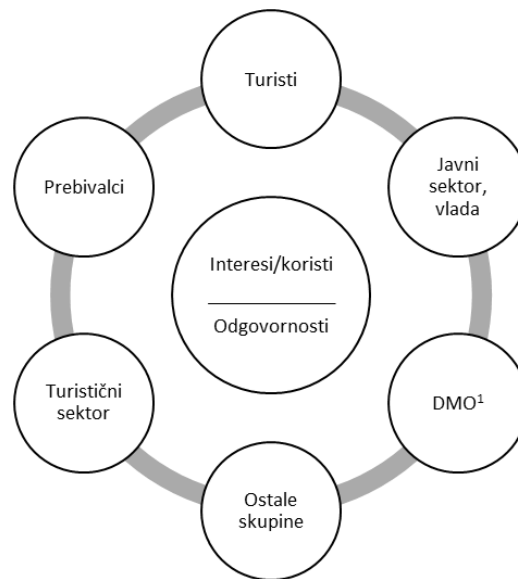
Beseda destinacija izvira iz latinščine (»*destinatio*«) in pomeni namen, cilj, kraj (Vodeb, 2014). Konečnik Ruzzier (2010, str. 155) turistično destinacijo opredeljuje kot prostor, ki ga lahko enačimo s kontinentom, državo, regijo, mestom ali pa z manjšo geografsko enoto. Turistična destinacija predstavlja geografsko zaokroženo območje, ki nudi določen splet

turističnih proizvodov, storitev in doživetij, zaradi katerih to območje mnogim turistom predstavlja potovalni cilj (Turistični terminološki slovar, 2016). Inskeep (1991) je mnenja, da mora turistična destinacija ponujati dovolj širok spekter turističnih doživetij in storitev, s pomočjo katerih se zagotavlja sprostitvev in rekreacija, ohranja zdravje ter omogoča edinstvene izkušnje. Turistična destinacija tako ne predstavlja le cilja potovanja za turiste, temveč tudi prostor, ki ponuja številne privlačnosti, s katerimi je potrebno primerno upravljati. Če jih znamo pravilno izkoristiti, nam to lahko predstavlja strateško poslovno priložnost, s katero zagotavljamo dobičkonosnost, navsezadnje pa tudi dolgoročen trajnostni razvoj (Konečnik Ruzzier, 2010, str. 155).

Slovenija kot država in turistične destinacije znotraj nje postajajo v očeh turistov vedno bolj privlačne, hkrati pa postajajo tudi bolj kompleksne, saj je turistična destinacija dinamična, živa entiteta, ki se zaradi povpraševanja, trendov in drugih vplivov nenehno spreminja (Turistični terminološki slovar, 2016). Bistvena funkcija destinacijskega menedžmenta je povezovanje vseh udeležencev, ki se nahajajo na neki destinaciji, na vseh organizacijskih nivojih. Poleg sodelovanja med ponudniki turističnih proizvodov in storitev ter drugih deležnikov na lokalni ravni moramo vključiti še sodelovanje z institucijami, ki se nahajajo na nacionalni ravni (Prodnik & David, 2009). Vodenje in management tako kompleksnega in celovitega sistema je torej bistvenega pomena za uspešnost destinacije na trgu.

Ključno značilnost turistične destinacije predstavlja njen večdimenzionalni turistični proizvod, ki je sestavljen iz številnih virov, proizvodov, storitev in oblik lastništva. Na Sliki 1 so prikazani glavni deležniki, ki delujejo znotraj turistične destinacije, in povezanost med njimi. Zaradi soodvisnosti in različnosti primarnih funkcij med deležniki prihaja znotraj destinacije do različnih interesov, ciljev in predlogov za skupni razvoj, saj vsak od njih prispeva določen delež in soustvarja identiteto destinacije (Vodeb, 2014). Kadar govorimo o raznolikosti deležnikov, sestavljajo prav zagotovo turisti eno izmed najpomembnejših interesnih skupin turistične destinacije. Vendar pri tem ne smemo zanemariti še lokalnih prebivalcev, javnega in turističnega sektorja ter drugih posameznikov, ki skrbijo za management turistične destinacije, hkrati pa pripomorejo k oblikovanju, soustvarjanju in zagotavljanju dolgoročnega razvoja destinacije (Konečnik Ruzzier, 2010, str. 155).

Slika 1: Dinamični odnosi med deležniki



Povzeto in prirejeno po: M. Konečnik Ruzzier, Trženje v turizmu, 2010, str. 157.

Za dolgoročen uspeh in trajnostni razvoj turistične destinacije so pomembni dinamični odnosi in sodelovanje med deležniki. Vsak omenjen deležnik ima različne interese, koristi ter hkrati odgovornosti do turistične destinacije, v katero je vključen. Pomembno je, da se želje in predlogi deležnikov znotraj destinacije upoštevajo, saj je le tako mogoče dosegati maksimalne koristi posameznih deležnikov, zagotavljati minimalne stroške in preprečevati neugodne vplive na destinacijo (Konečnik Ruzzier, 2010, str. 156).

O uspešnosti destinacije govorimo takrat, ko so njene posamezne komponente, torej deležniki, infrastruktura in ponudba, med seboj smiselno povezane in delujejo v skupnem interesu (Vodeb, 2014). Izziv uspešne destinacije med drugim predstavlja tudi vodenje in urejeno upravljanje z omejenimi viri, ki jih ima na voljo neka destinacija, ter hkrati ustvarjanje in nenehno prilagajanje edinstvene ponudbe, ki je bolj konkurenčna od drugih alternativnih ponudb (Cracolici & Nijkamp, 2009). Merilo uspešnosti zato predstavlja usklajevanje deležnikov, uspešno vodenje in upravljanje, tako da turistično povpraševanje zazna destinacijo kot privlačen, celovit turistični proizvod. Poleg naštetega pa uspešnost destinacije krojijo še njena drugačnost, specifičnost in edinstvenost identitete (Vodeb, 2014).

1.2 Opredelitev in pomen turističnih proizvodov

Kot lahko razberemo s Slike 1, imamo, kadar govorimo o turističnem proizvodu, v mislih bodisi izdelek, storitev bodisi doživetje. Slednji je v turizmu izjemno pomemben element,

¹ DMO – destination management organization/organizacija za destinacijski management

saj predstavlja celoto, ki jo nudimo turistu z namenom zadovoljevanja njegovih želja in potreb. Predstavlja enega ključnih elementov trženjskega spleta, saj so od njega odvisni drugi elementi, kot so cena, komuniciranje in tržne poti. Sem lahko uvrščamo prenočitve, prevoz, prehranjevanje, različne oblike razvedrila, atrakcije ali način rekreacije (Konečnik Ruzzier, 2010, str. 90).

Turistični proizvod z vidika turista predstavlja celotno doživetje, torej od trenutka, ko pride na neko destinacijo, do trenutka, ko jo zapusti. Največkrat to opredelimo kot celotni turistični proizvod, ki zajema namestitvene zmogljivosti, gostinske objekte, cestne povezave, prevozna sredstva in mnogo drugih podsektorjev (Diaz & Flora, 2010). S strani turističnega ponudnika pa o delnem turističnem proizvodu govorimo takrat, ko ponudnik ali izvaja ali prodaja posamezno storitev oziroma sklop storitev (Konečnik Ruzzier, 2010, str. 91).

Glavni potenciali na turistični destinaciji so običajno naravni viri, ki lahko postanejo ključne turistične privlačnosti in glavni motiv turistov za obisk destinacije (Vodeb, 2014). Vendar pa v današnjem času različni naravni, kulturni, umetniški in okoljski viri, ki so na voljo na nekem območju, v celoti ne morejo zadovoljiti turističnega povpraševanja. Sodobni turisti se na neki destinaciji ne osredotočajo le na en posamezni proizvod, ampak njihovo potovalno izkušnjo sestavlja celoten paket avtohtono ponujenih storitev (Cracolici & Nijkamp, 2009). V turizmu se trendi nagibajo k individualizirani dovršeni storitvi, ki med drugim ponuja različne športne aktivnosti, kulturo, rekreacijo itd. Pomembno pa je, da se na dolgi rok vzpostavi povezava različnih turističnih proizvodov, ki kreira čimbolj izpopolnjeno, bogato turistično ponudbo (Vodeb, 2014).

Na turističnem trgu je zaradi prisotnosti konkurence ključno obnavljanje in vlaganje v turistične proizvode, ki se nahajajo na določeni destinaciji. Poleg tega konkurenčno prednost destinacije povečujejo inovacije. Le-te lahko predstavljajo proizvodi in storitve, ki so na neki destinaciji že običajni, vendar se njihova nadgradnja izkaže za uspešen proizvod z velikim povpraševanjem (Konečnik Ruzzier, 2010, str. 95). Slovenska turistična organizacija že vrsto let s projekti, kot sta Sejalec in Snovalec, spodbuja inovativnost, edinstvenost in ustvarjalnost na področju novih proizvodov, doživetij in pristopov, ki pripomorejo k večji prepoznavnosti ponudbe na destinaciji (Že trinajstič iščemo najbolj inovativen turistični produkt, 2016).

V Evropi se po podatkih Svetovne turistične organizacije (v nadaljevanju UNWTO) turizem, ki temelji na preživljanju prostega časa v naravi, čedalje povečuje. Sem prištevamo potovanja, kjer ljudje preživljajo čas v naravi, uživajo v naravnih znamenitostih in se vključujejo v različne dejavnosti na prostem. Kot primer dobre prakse bi omenila severno Finsko, natančneje Laponsko, kjer predstavljajo turisti, katerih motiv za potovanje je uživanje v naravi, tretjino vseh obiskovalcev. Turizem je v tem delu Finske najbolj

razvita gospodarska panoga, ki zagotavlja številne možnosti za zaposlitev. Turistične storitve se večinoma osredotočajo na zimsko sezono, saj ta običajno traja 6 mesecev. Glavno atrakcijo regije predstavljajo njena neokrnjena narava in številni nacionalni parki. Poleg vseh naravnih danosti, ki jih ponuja regija, sta tu locirani dve glavni smučišči, Levi in Ylläs (Tyrväinen, Uusitalo, Silvennoinen & Hasu, 2014). Prav na smučišču Ylläs so z inovativno idejo in izvedbo razvili savno v gondoli. S tem proizvodom so turistom želeli ponuditi edinstveno izkušnjo, hkrati pa pokazati njihovo avtohtono tradicijo. Vožnja poteka v večernih urah, ko smučišče preneha obratovati, in vodi z vrha Ylläsa do doline ter traja približno 20 minut (Jenkins, 2012).

1.3 Gorski in rekreacijski turizem

Gorski turizem je vrsta turizma, ki zajema gorske regije, infrastrukturo, slog življenja in takšno turistično ponudbo, kakršno je mogoče doživeti le v gorskem svetu (Turistični terminološki slovar, 2016). Gorske destinacije postajajo v očeh turistov čedalje bolj privlačne. V številnih gorskih regijah je rast obiskovalcev močno narasla ter pospešila razvoj turizma. Eden glavnih motivov za obisk takih destinacij je neokrnjena narava in duhovna vrednost okolja. Obiskovalci pobegnejo iz urbanih krajev, se sproščajo v naravi, uživajo v drugačnem okolju in čudovitih panoramskih pogledih. Številne gorske destinacije v Alpah spadajo med najbolj obiskane turistične regije (Trajnostni turizem v Alpah, 2013).

Zaradi pristnega okolja, družbe, kulture in bogatosti naravnih virov so tudi rekreacijske možnosti pomembna motivacija za obisk takih destinacij. Rekreativni turizem spada med najhitreje rastoč segment turistične industrije, ki omogoča razvoj številnih priložnosti za zaslužek ter zagotavlja glavni vir prihodka. Sodobni življenjski slog spodbuja ljudi k potovanju z namenom udejstvovanja v športnih aktivnostih (Taleghani & Ghafary, 2014). Največkrat motive za rekreativni turizem predstavljajo zabava, nova edinstvena doživetja, skupinska doživljanja, skrb za zdravje in gibanje, aktivno preživljanje prostega časa v naravi in športni dogodki (Richins & Hull, 2016). Izgradnja primerne turistične infrastrukture, ki pospešuje razvoj in ponudbo različnih športnih aktivnosti, je v gorskih destinacijah ključnega pomena. Zato smučarska središča predstavljajo pomemben turistični proizvod za razvoj takih regij. Svoje prihodke poskušajo povečati na račun razširitve aktivnosti in podaljševanja sezone iz zimske v poletno (Godde, Price & Zimmermann, 2000).

V poletnem času turisti zahajajo v gorske destinacije zaradi pohodništva, planinarjenja, alpinističnih vzponov ali pa se odločajo za lažji obisk gora s pomočjo kabinskih žičnic. V zadnjem času so postala izredno priljubljena tudi razna adrenalinska doživetja, modno pogojene rekreacijske aktivnosti in aktivnosti na vodi. Značilne za ta čas so: gorsko kolesarjenje, soteskanje, rafting, golf, jahanje itd. (Vodeb, 2014). Glavni motiv za prihod

turistov na gorske destinacije v zimskem času je smučanje, ki predstavlja enega izmed glavnih virov turistične panoge v Alpah, zato je potrebna kvalitetna infrastruktura z moderniziranimi žičnicami, napravami za zasneževanje, urejena smučišča ter dodatne storitve na smučišču, npr. šola smučanja, testiranje in izposoja smuči (Trajnostni turizem v Alpah, 2013). Med drugim razne gorske destinacije v zimskem času ponujajo še tek na smučeh, krpljanje, plezanje v ledu in mnogo drugih aktivnosti (Vodeb, 2014). Destinacija tako poleg osnovnega proizvoda in klasičnih rekreacijskih aktivnosti ponuja še edinstvena avanturistična doživetja, kot so padalstvo, spust po jeklenici, vožnja s posebnimi skiroji, heliskiing itd. Sledenje sodobnim trendom in zagotavljanje raznolike ponudbe, ki jo pričakujejo turisti, destinaciji daje še dodano vrednost.

Uspeh alpskega turizma se skriva v tem, da se kljub številni obiskanosti ogromne vsote denarja vlagajo v razvoj območij, kjer jim glavni turistični proizvodi prinašajo dobiček. Investicije je potrebno izvajati na namestitvenih kapacitetah, kabinsko žičniških sistemih, prevozu in mobilnosti turistov, skratka povsod, kamor so usmerjeni turistični tokovi. Razvoj turizma nam predstavlja priložnost za izkoriščanje materialnih in nematerialnih virov, hkrati pa zagotavlja sodelovanje med lokalnimi deležniki in institucijami. Gorske destinacije tako postajajo mesta za razvoj novih industrijskih priložnosti ter priljubljene destinacije za premožne investitorje (Richins & Hull, 2016).

1.4 Pomen celoletnega turizma za destinacijo

Območje Julijskih Alp skupaj s Triglavskim narodnim parkom predstavlja zaradi lepote narave, edinstvene panorame, številnih vršacev in bistrih rek eno največjih in najbolj obiskanih naravnih znamenitosti v Sloveniji (Slovenska turistična organizacija, 2014). Prihod turistov je največkrat povezan z doživljajskimi izkušnjami, ki jih ponujajo tovrstne pokrajine. V sodobnem času stopajo vse bolj v ospredje športne aktivnosti obiskovalcev. Številne alpske destinacije so se zaradi sodobnega trenda preoblikovale v rekreacijske regije, v katerih je primarna dejavnost turistov čez dan aktivno preživljanje prostega časa in rekreacija, večerne ure pa najraje preživljajo v družbenem okolju (Jeršič, 1999).

Za turistično povpraševanje so značilna nihanja med letom, tedni in dnevi. V turistični panogi predstavlja velik izziv nihanje med letom, kateremu rečemo tudi sezonskost. Odvisna je od letnega časa, saj v času dopustov oziroma počitnic in praznikov povpraševanje običajno presega ponudbo, v nasprotnem primeru pa je nezadostno. Sezonska nihanja predstavljajo za turizem slabost predvsem v krajih, kjer je turistična ponudba prilagojena le enemu tipu sezone (npr. športne aktivnosti na vodi, gorsko kolesarjenje in planinarjenje so namenjeni le poletni sezoni). Sezonska variabilnost je najvišja v krajih, kjer sestavljajo glavni del turistične ponudbe naravne danosti, saj je tam možno opaziti tudi dnevna nihanja v povpraševanju, ki so posledica vremenskih razmer (npr. neka naravna znamenitost bo manj obiskana v deževnih dneh). Sezonskost se odraža

predvsem v zasedenosti namestitvenih kapacitet, gostinstvu, obisku turistov in gostoti prometa (Zorko, 1999). Sezonskost med drugim povzroča nizko izkoriščenost turističnih zmogljivosti izven sezone. Zaradi manjše izrabe izven sezone se visoki stroški razporedijo med manjše število turističnih proizvodov, kar posledično privede do višjih prodajnih cen. V visoki sezoni so cene običajno višje, saj je takrat potrebno nadomestiti izgubo, ki nastane v izvensezonskem času. Ob koncu sezone pa so ponudniki zaradi nizkega povpraševanja primorani bistveno znižati prodajno ceno. Mnogi izmed njih morajo v času mrtve sezone zaradi nezasedenosti zapreti svoja vrata in prenehati z delovanjem. S podaljšano turistično sezono se izkoriščenost sredstev zvišuje, fiksni stroški na proizvod se znižujejo, donos kapitala je večji, posledično pa je tudi uspeh poslovanja boljši (Prodnik & David, 2009).

Visoke koncentracije v prihodu turistov na destinacijo prav tako lahko neugodno vplivajo na turizem. V prometu na cestah nastanejo gneče, poviša se nevarnost nesreč, kar podaljšuje čas prihoda na destinacijo. Namestitvene kapacitete postanejo preobremenjene, kar privede do zvišanja cen in manj kakovostnih storitev. Negativne vplive sezonskosti občutijo tudi ljudje, ki so zaposleni v turizmu, ter lokalni prebivalci. Ti so v glavni sezoni velikokrat preobremenjeni, po sezoni pa postanejo zaradi pomanjkanja dela začasno brezposelni ali pa si morajo za ta čas poiskati delo izven domačega kraja, največkrat pa celo v tujini. Delo v turističnem sektorju na ta način postaja nepriljubeno, za lokalne prebivalce pa se v poletnem in zimskem času bivalni standard zaradi večje koncentracije turizma podraži. Zaradi zgoraj omenjenih razlogov sodobni turizem stremi k zmanjšanju sezonske komponente. Destinacije poskušajo zmanjšanje doseči z razširjeno in diferencirano turistično ponudbo ter prilagodljivimi cenami turističnih proizvodov. Zgodnji začetek in kasnejši konec sezone ter večjo obiskanost izven sezone lahko gorske destinacije dosežejo na račun dobre infrastrukture. Sem pa ne prištevamo le infrastrukture, s katero je možno izkoriščati naravne danosti, temveč tudi tisto, s katero le-te lahko tudi nadomeščamo, npr. zdravilišča in centri za dobro počutje (Trajnostni turizem v Alpah, 2013).

V gorsko rekreacijskih destinacijah glavno turistično sezono zaradi povišanega povpraševanja predstavljata poletna in zimska sezona, ki je relativno kratka. Turistična dejavnost je ta čas najbolj uspešna, seveda pa na povpraševanje v tem obdobju vplivajo tudi ugodne vremenske razmere in zadostna snežna odeja (Jeršič, 1999). Smučarski kraji lahko z bogato in inovativno ponudbo poleg smučanja pozimi uporabijo obstoječo infrastrukturo smučarskih središč ter razširijo poletno ponudbo športnih doživetij in izkušenj. Bogata celoletna ponudba aktivnosti in raznih aranžmajev, ki si jih turisti zapomnijo kot edinstvene izkušnje, zagotavljajo prepoznavnost in konkurenčnost destinacije ter obisk turizma tudi izven sezonskih konic (Vodeb, 2014).

Prednosti celoletnega turizma v gorskih destinacijah so (Trajnostni turizem v Alpah, 2013):

- zmanjšanje sezonske komponente in izogibanje posledicam, ki nastanejo v visoki sezoni,
- enakomerna prerazdelitev stroškov,
- bogata ponudba športnih aktivnosti in različne možnosti rekreacije skozi celo leto,
- lokalni ponudniki, kot so kmetije in lokalne domačije, skrbijo za ohranjanje naravne krajine ter ponujajo avtohtone kulinarične specialitete,
- zagotavljanje stalne zaposlitve in preprečevanje odseljevanja lokalnega prebivalstva,
- učinkovito izrabljanje turistične infrastrukture čez celo leto,
- možnost izbora različnih vrst nastanitve,
- prihod dnevnih obiskovalcev zmanjšuje koncentracijo obiska turistov in prometa v glavnih turističnih konicah,
- nenehno posodabljanje ponudbe in inovacije, ki zagotavljajo konkurenčni položaj destinacije,
- sodelovanje različnih subjektov na destinaciji (ponudniki namestitve, občina, žičniške družbe).

Slabosti celoletnega turizma v gorskih destinacijah pa so (Trajnostni turizem v Alpah, 2013):

- relativno nizka stopnja sodelovanja med deležniki destinacije,
- nagnjenost h krajšim obiskom (dnevni obiskovalci),
- ob vikendih, v primeru lepega vremena, večji pritisk obiskovalcev na turistične atrakcije in zgoščen promet,
- križanje dejavnosti dnevnih obiskovalcev s turisti, ki so na počitnicah za dlje časa,
- visoka stopnja investiranja v turistično infrastrukturo,
- vpliv podnebnih sprememb (slabo razvite alternativne možnosti v primeru slabega vremena),
- nerazširjena ponudba zaradi prostorskih in stroškovnih omejitev,
- zaradi ohranjanja konkurenčnosti številni kraji vlagajo sredstva v gradnjo infrastrukture, ki se na koncu izkaže za nedonosno.

2 PODROČJE ŽIČNIŠKIH NAPRAV

V tem poglavju bom predstavila, kakšno vlogo ima žičniška infrastruktura za razvoj turizma in kakšni so izzivi, s katerimi se soočajo žičniški centri. Vključila bom tudi poglavje o varnosti žičniških naprav, ki bo v večini povzeto iz Pravilnika o žičniških napravah. Ob koncu teoretičnega dela bom predstavila še, kako obvladovati tvegane situacije na žičniških centrih in kakšne so posledice nedelovanja zaradi pomanjkljive varnosti.

2.1 Pomen žičniške infrastrukture v turizmu

Območje Alp ponuja izredno ugodne razmere za razne rekreativne možnosti, predvsem za smučanje. Za ta prostor je značilna bogata in dolgotrajna žičničarska tradicija. Številni gorski centri so se v tem času preoblikovali iz smučarskih središč v gorsko turistične destinacije, katere lahko čez celo leto preživijo zlasti na račun žičniških naprav.

V turizmu ima žičniška infrastruktura pomembno vlogo, saj predstavlja del integralnega turističnega proizvoda, s pomočjo katerega se lahko oblikuje celovita turistična ponudba. Vpliva na usmeritev sedanjega in prihodnjega razvoja gorskih turističnih destinacij. Sodelovanje žičniške dejavnosti z ostalo turistično ponudbo sestavlja paket proizvodov in storitev, ki sodobnemu turistu predstavlja celostno potovalno izkušnjo in zadovoljuje njegova pričakovanja (Strategija izgradnje žičniških sistemov v RS upoštevajoč predvsem naravne danosti, 2008).

Glavna naloga žičniške infrastrukture je prevoz oseb, katerih glavni motiv je povezan s turizmom, in omogočanje prevoza do težje dostopnih točk, kjer se lahko izvajajo različne športne aktivnosti. Namenjena je torej domačinom in turistom, ki kažejo povpraševanje in so seveda za to storitev pripravljeni tudi plačati (Zakon o žičniških napravah za prevoz oseb, 2003).

V sklop žičniške infrastrukture prištevamo sedežnice, vlečnice, krožno kabinske žičnice, katerih cilj za izvajanje dejavnosti je izkoriščanje naravnega prostora. Uspešnost lahko v kombinaciji z bogato destinacijsko ponudbo dosežejo prek čim daljšega obratovanja smučišč, doslednega obnavljanja in vlaganja v nove žičniške naprave, z urejenostjo ter poskrbljeno varnostjo (Zakon o žičniških napravah za prevoz oseb, 2003).

Pomen žičniških naprav je pospeševanje turizma, zagotavljanje konkurenčnosti pred drugimi destinacijami, ki se ukvarjajo s podobno dejavnostjo, možnost zaposlitve lokalnega prebivalstva in omogočanje razvoja gorskih destinacij, kjer so prisotni demografski problemi. Žičnice s svojo glavno in dodatno dejavnostjo domačinom, večdnevnim in enodnevnim obiskovalcem v obeh glavnih sezonah zagotovijo nemoteno rekreacijo in preživljanje prostega časa v naravi. V povezavi z zadostnimi namestitvenimi kapacitetami in dovršeno ponudbo pa zadržijo gosta na sami destinaciji dlje kot običajno (Podeljevanje koncesij na podlagi ZŽNPO, 2005).

2.2 Izzivi žičniških centrov

Izzive, s katerimi se srečujejo številni žičniški centri, lahko opredelimo z več različnih pogledov. Z managerskega in trženjskega vidika težave največkrat nastanejo zaradi slabe

organizacije in managementa, zastarelega načina vodenja, slabe tehnike trženja, nenatančnega poznavanja tržnih segmentov, pomanjkljive analize konkurence, nepravilne tržne usmerjenosti, oglaševanja prek drugih turističnih posrednikov in nepravilno zasnovanih cen zaradi sezonskih nihanj. Gledano s finančnega vidika težave mnogokrat nastanejo zaradi vlaganja upravljalcev žičniških centrov v tvegane investicije, ki se na koncu izkažejo za nedonosne, ali pa financiranja naložb iz tujih sredstev, kar dodatno povečuje njihovo zadolženost. Upravljalci želijo problematiko glede zmogljivosti prevozov odpraviti z nakupom tehnološko zastarelih naprav iz tujine, ki pa niso povsem varne. Poleg zgoraj naštetih razlogov se žičniški centri spopadajo s problematiko pridobivanja različnih koncesij, ki so potrebne za obratovanje, s slabim javno-zasebnim sodelovanjem in morebitnimi konflikti med upravljalci in družbami, ki skrbijo za ohranitev naravnega okolja. Potrebno je omeniti tudi prostorske stiske in nezadostno število snežnih dni, ki skrajšujejo smučarsko sezono (Strategija izgradnje žičniških sistemov v RS upoštevajoč predvsem naravne danosti, 2008).

Cilj, ki ga želi doseči večina žičniških centrov, je dolgotrajna ekonomska uspešnost in postati vodilni člen turistične destinacije. Zato morajo za nemoteno delovanje sprejeti številne ukrepe. Ključno je poskrbeti za varnost in udobje naprav. V primeru nezadostne snežne odeje je potrebno priskrbeti naprave za dodatno zasneževanje in vlagati v raziskave, ki bi zmanjšale porabo vode in energije. Urediti je potrebno dodatne proge, ki bi ponujale bolj raznoliko smučanje, investirati v večjo kapaciteto krožno kabinskih žičnic, spodbujati mlade k smučarski aktivnosti, da dosežejo večjo rast obiskovalcev, ter zagotoviti zadostno število namestitvenih kapacitet v bližini žičniških centrov. Izpostaviti je potrebno ponujanje optimalne celostne ponudbe, ki omogoča bogate rekreativne možnosti in celoletno dejavnost. K realizaciji ciljev bi pripomoglo prostorsko in kapitalsko povezovanje žičniških centrov z drugimi in združitve dveh ali več krajev v enotno destinacijo, predvsem pa promoviranje Slovenije kot gorsko rekreacijske destinacije. (Usmeritev razvoja žičniške dejavnosti v RS do leta 2017, 2009).

2.3 Varnost žičniških naprav

V Pravilniku o žičniških napravah za prevoz oseb (2003) je navedeno, da žičnice uvrščamo med javno prevozno sredstvo, zato je pri izvajanju žičniške dejavnosti ključno upoštevanje tehničnih zahtev, predpisov za varstvo naprav ter zagotavljanje varnosti obiskovalcev in zaposlenih. Zakon o žičniških napravah za prevoz oseb predpisuje pogoje o gradnji naprav, načinu obratovanja in vzdrževanja, transportu oseb in inšpekcijskem nadzoru nad žičniškimi napravami. Ministrstvo za promet vodi evidenco, kjer so zapisani podatki o tehničnih zmožnostih, o prometu in kontrolnem nadzoru žičniških naprav ter podatki o obratovalnih koncesijah in upravljalcih.

Za vsako žičniško napravo je potrebno izdelati varnostno analizo, ki vključuje varnostne vidike in skladnost naprav skupaj z okolico ter zazna tveganja in nevarne situacije, ki lahko nastanejo med obratovanjem. Zajemati mora podrobno analizo varnostnih naprav, ki prepoznajo napake ali prekinitve obratovanja in poskrbijo, da naprave v primeru zasilnega obratovanja oziroma v stanju mirovanja zaradi izpada še vedno zagotavljajo varnost. Obsegati mora tudi varnostno poročilo, ki povzema nevarnosti in nevarne situacije pri obratovanju (Pravilnik o žičniških napravah za prevoz oseb, 2003).

Dovoljenje za obratovanje žičniških naprav se pridobi, če varnostni sistemi in podsistemi, ki so integrirani v žičniško napravo, dosegajo zahtevano raven varnosti oseb in premoženja. Poleg naštetega morajo priložiti še odločbo o skladnosti podsistemov in ustrezno tehnično dokumentacijo. Vsaka žičniška naprava mora imeti opravljen tehnični pregled, ki potrjuje, da je naprava spravna in pravilno vzdrževana. Upravljallec, ki vodi žičniško dejavnost, mora preko javnega razpisa pridobiti veljavno koncesijo o upravljanju z žičnico, kjer so zapisane pravice in obveznosti koncesionarja glede ureditve smučarskih površin in objektov (Pravilnik o žičniških napravah za prevoz oseb, 2003).

Če koncesionar ne deluje v skladu s koncesijskim aktom, se koncesija odvzame, hkrati pa mora upravljallec odstraniti vse naprave in objekte, povezane z žičnico. Delovanje je prekinjeno, kasneje pa nastanejo pravne posledice, ki sprožijo stečajni postopek. Kljub predpisanim pogojem o varnosti naprav in ljudi je prišlo v številnih žičniških centrih do katastrofalnih nesreč, ki so za seboj pustile dolgoletne posledice (Pravilnik o žičniških napravah za prevoz oseb, 2003).

2.4 Obvladovanje tveganih dogodkov na žičniških napravah

Zakon o žičniških napravah za prevoz oseb (2003) navaja, da so najpogostejši vzroki za nastanek nesreč na žičniških napravah naslednji:

- nepravilnosti na napravah (neskladnost z zakonodajo, nezadostno vzdrževanje, napake varnostnih sistemov, obraba drugih elementov),
- nepravilno ukrepanje ob neobičajnih situacijah (upravljalci morajo zaznati potrebo po zmanjšanju hitrosti oziroma po ustavitvi sistema),
- neustrezna uporaba naprave s strani potnikov,
- neugodne vremenske razmere (sunki vetra, temperaturne razlike, žled ...).

Obstajata dva scenarija tveganih dogodkov na žičniških centrih (Velika planina d.o.o., 2015):

- izredni dogodek, kjer je posledica povečana nevarnost potnikov, osebja ali drugih oseb (vremenske spremembe, vožnja kabin v nasprotno smer, okvara naprave),

- nesreča, kjer je posledica poškodba potnikov, osebja ali drugih oseb.

V obeh primerih lahko nastanejo posledice, kot so udeležba ali poškodbe številnih ljudi, smrtne žrtve, fizična škoda naprav, psihične posledice udeležencev, negativni vplivi na okolje (požar) in medijska vpletenost.

V kolikor pride do izrednega dogodka, je tveganja možno obvladovati s pomočjo redne in dežurne ekipe upravljalca, ki na žičniški napravi aktivira rezervni sistem in spremlja dogajanje. V primeru nesreče pa se prične s postopkom zaščite in reševanja, ki mora biti vnaprej znan. Vključevati mora različne službe, ki so pristojne za reševanje: nujna medicinska pomoč, prostovoljno gasilsko društvo, gorska reševalna služba, civilna zaščita in policija. Vodja obratovanja mora v primeru nesreče bodisi pričeti z zasilno vožnjo, ki vrača kabine do izhodiščne postaje, bodisi sprožiti reševalno akcijo, kjer sodelujejo zgoraj omenjene državne službe, ki se v času reševanja ravnajo izključno po njegovih navodilih. Kraj nesreče je potrebno v čim krajšem času zavarovati in pričeti z evakuacijo ljudi. V obeh primerih tveganih dogodkov je nujna strokovna usposobljenost in izobrazba osebja, ki deluje z obratovanjem in vzdrževanjem žičniških naprav, potrebno pa je poznati tudi teren, kjer poteka žičniška naprava, in tehnične lastnosti naprave. Vsekakor je treba ukrepati pravočasno in pravilno, da se izognemo večjim posledicam (Velika planina d.o.o., 2015).

Verjetnost za nastanek tveganih dogodkov se lahko zmanjša tako, da upravljalec poleg dobro vzdrževanih naprav poskrbi za opozorilne napise o vedenju, ki morajo biti obiskovalcem vidni; v okolici, kjer poteka trasa žičnice, je prepovedano graditi objekte, saj mora biti le-ta urejena; zaposleni morajo opravljati naloge, ki so jim dodeljene in so zanje obvezno strokovno usposobljeni. Če pride do hujših tveganih situacij, pa je potrebno takoj nuditi prvo pomoč, poskrbeti za obveščanje pristojnih organov ter na koncu napisati zapisnik (Zakon o varnosti na žičnicah in vlečnicah, 1981). Tveganim situacijam se ne moremo izogniti, lahko pa smo nanje pripravljeni in s tem ublažimo posledice. Potrebno je hitro in učinkovito ukrepanje, ključnega pomena pa je dobro krizno komuniciranje z javnostjo (Turizem, 2016).

2.5 Posledice nedelovanja žičnice zaradi slabe varnosti

Varnost predstavlja eno najpomembnejših človekovih življenjskih vrednot, zato se turisti veliko raje odločajo za destinacije, ki potrjujejo njihove lastne vrednote, kot pa jih ogrožajo. Posledično imajo zato take destinacije več možnosti za razvoj in širitev turističnega sektorja. Raziskave so pokazale, da imajo varnostni incidenti v večini primerov negativen in dolgotrajen vpliv na destinacijo, njeno turistično gospodarstvo in lokalno skupnost (Mekinc, 2010).

Nedelovanje žičnice zaradi pomanjkanja varnosti predstavlja negativen vpliv najprej za lastnike žičnic, saj s tem žičniški center izgublja dobro ime, posledično pa to vpliva na manjši obisk turizma. Turisti obiščejo kraj preko drugih alternativ, denimo peš ali s kolesom, ali pa raje obiščejo drug, bolj varen turistični proizvod. Neobiskanost na dolgi rok predstavlja pomanjkanje sredstev za vzdrževanje naprav, izgubo v poslovanju in v končni fazi stečaj podjetja. V primerih, kjer pride do nesreče ali izrednega dogodka zaradi pomanjkanja varnosti ter so zraven prisotni oziroma oškodovani še obiskovalci, ima lahko upravljalec velike stroške s sodnimi tožbami (Mekinc, 2010).

Negativne vplive zaradi pomanjkanja varnosti nosi tudi destinacija, saj svojih ključnih turističnih proizvodov ne more tržiti kot varnih, kar pa zmanjšuje konkurenčno prednost pred drugimi destinacijami. Če žičnica ne obratuje zaradi slabe varnosti, se v očeh turistov uničuje podoba o destinaciji in želja po obisku le-te (Mekinc, 2010). Bistveno se zmanjša tudi ponudba destinacije, kar zmanjšuje zadovoljstvo turistov. Vse skupaj pripelje do zmanjšanja turizma na destinaciji, kar vodi do brezposelnosti lokalnega prebivalstva, v nekaterih primerih pa celo do izseljevanja ljudi iz destinacije. Zaradi zmanjšane obiskanosti se zapirajo hoteli, ki beležijo preveliko izgubo, kar v poletnem času zaradi nezadostnih namestitvenih kapacitet predstavlja novo problematiko (Strategija razvoja in trženja turizma v občini Bovec do leta 2025).

3 EMPIRIČNI DEL

V tem poglavju bom najprej predstavila namen in cilj empirične raziskave, nato pa bom navedla raziskovalna vprašanja, ki sem jih sestavila na podlagi pregledane literature. Sledi opis raziskovalnih metod ter ob koncu interpretacija in pregled rezultatov raziskave.

3.1 Namen in cilji raziskave ter razvoj raziskovalnih vprašanj

Ključni namen praktičnega dela zaključne strokovne naloge je analizirati posledice, ki so sledile po zaprtju krožno kabinske žičnice Kanin. Izbrana tematika je do sedaj precej neraziskana, pripomogla pa bo k temu, da se bodo deležniki turistične destinacije seznanili s škodo in izgubami, ki so posledica zaprtja žičnice. Obenem se mi zdi pomembna tudi za širšo javnost in druge destinacije, saj se bodo le-ti zavedali pomembnosti ključnih turističnih proizvodov. Deležnike, ki so vpeti v tovrstno tematiko, bi rada opozorila, da kljub odsotnosti žičnice Kanin obstajajo druge rezerve na področju turizma, katere bi bilo v bodoče možno izkoriščati. Hkrati bi jim rada predlagala morebitne načine nadaljnega razvoja destinacije in jih spodbudila k medsebojnemu sodelovanju, saj lahko le s pomočjo njih kraj dosega dolgoročni uspeh. S prikazanim kriznim položajem, v katerem se je znašel Kanin, bi tudi druga smučišča opozorila, kako pomembno je vlagati v žičniško infrastrukturo, da se izognejo podobni usodi.

Cilj praktičnega dela zaključne strokovne naloge je iskanje odgovorov na zastavljena raziskovalna vprašanja. Bovec uvrščamo med gorske destinacije, katere postajajo zaradi številnih rekreacijskih dejavnosti in edinstvene narave tako s strani domačih kot tujih gostov vedno bolj obiskane. Eden najpomembnejših turističnih proizvodov za zagotavljanje poletne in zimske športne aktivnosti ter za kreiranje bogate turistične ponudbe v Bovcu je zagotovo krožno kabinska žičnica Kanin. Ob koncu januarja leta 2013 je na krožno kabinski žičnici Kanin prišlo do poškodbe štirih kabin. Pri tem sta se dve kabini sneli z vlečne jeklenice in padli na tla, drugi dve pa sta se zaustavili tik za stebrom. Zaradi omenjene nesreče in okvare na žičniškem sistemu je le-ta do letošnjega leta prekinil z delovanjem. Neobratovanje krožno kabinske žičnice je na bovškem turističnem gospodarstvu pustilo številne posledice, ki sem jih tekom praktičnega dela poskušala analizirati.

Na podlagi pregledane dosedanje literature sem obravnavala tri raziskovalna vprašanja, ki bi v bodočem lahko pripomogla k učinkovitejšemu razvoju regije. V prvem delu naloge sem povzela, kakšen je pomen žičniške infrastrukture za turizem, zato se je prvo raziskovalno vprašanje nanašalo na to, kakšne so posledice odsotnosti žičnice za celoten turistični sektor. Drugo raziskovalno vprašanje je vključevalo pomen celoletne turistične dejavnosti, nazadnje pa je sledilo razmišljanje o možnostih, ki bi nadomestile odsotnost žičnice. V nadaljevanju predstavljam razlage in podvprašanja k vsakemu od treh raziskovalnih vprašanj:

1. raziskovalno vprašanje: Ali je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin Bovcu prineslo v glavnem pozitivne ali negativne posledice?

Navedeno vprašanje je izhodišče za analizo pozitivnih in negativnih posledic, ki so sledile po zaprtju žičnice. Katera vrsta posledic je prevladovala pri posameznih skupinah, kakšne so bile krizne situacije, s katerimi so se morali soočiti v preteklih štirih letih, ter ali je morda prišlo do nasprotovanj oziroma povezav med interesnimi skupinami.

2. raziskovalno vprašanje: Ali se lahko turistični ponudniki kljub odsotnosti žičnice celo leto preživljajo zgolj s turistično dejavnostjo?

Raziskovala bom, ali je krožno kabinska žičnica Kanin pomembna tako za poletno kot za zimsko sezono, ali izpad žičnice lahko vpliva na dobičkonosnost turistične sezone, kakšna je sprememba v prihodu obiskovalcev na destinacijo, kakšna je zasedenost kapacitet, ali nastanejo spremembe v zaposlenosti, skratka, kako vse skupaj vpliva na uspeh Bovške kotline in kakšne so zamujene priložnosti, ki nastanejo kot posledica neobratovanja žičnice.

3. raziskovalno vprašanje: Ali obstajajo drugi alternativni pristopi, s katerimi je možno nadomestiti odsotnost žičnice Kanin?

Za konec sledi razmišljanje o dodatni ponudbi, ki bi nadomestila krožno kabinsko žičnico Kanin in s pomočjo katere bi Bovška kotlina v očeh turistov še naprej ostala privlačna destinacija, ter o tem, kakšne so alternative, preko katerih bi smučišče še vedno lahko izrabljali v turistične namene, četudi brez žičnice.

3.2 Predstavitev raziskovalnih metod

Reševanja raziskovalnih vprašanj sem se v svoji zaključni strokovni nalogi lotila na več načinov. Predmet raziskovanja so glavni instrumenti, brez katerih Bovec ne bi mogel nuditi raznolike turistične ponudbe oziroma povpraševanja. Vsi pridobljeni podatki se nanašajo na štiriletno obdobje, od zaprtja krožno kabinske žičnice Kanin v letu 2013 do leta 2017. Prva metoda, ki sem jo uporabila, je kolo deležnikov. Najprej sem identificirala vse možne deležnike, ki sestavljajo celoto turistične destinacije ter so hkrati vključeni v tovrstno problematiko. Temeljita analiza deležnikov je predstavljala smernice za drugo metodo, ki sem jo uporabila v zaključni strokovni nalogi.

Naslednji metodi pridobivanja primarnih podatkov sta intervju in anketni vprašalnik. Skupno sem izvedla 9 intervjujev, ki so potekali v juliju 2017. Za vzorec sem izbrala po enega predstavnika iz vsake skupine deležnikov, s katerim sem izvedla delno strukturiran intervju, ki je bil za vsakega nekoliko prilagojen, odvisno od položaja deležnika. Z vsakim predstavnikom posebej sem se pogovorila, kako je izbrana problematika vplivala na njihovo poslovanje in kako so se znašli v času odsotnosti žičnice Kanin. Statistične podatke o zasedenosti kapacitet, spremembi v prihodu obiskovalcev na Bovškem sem pridobila na zavodu Turizem Dolina Soče. Intervju sem izvedla tudi z županom Občine Bovec, s katerim sva se pogovorila o izgubah Bovške kot destinacije, neizkoriščenih potencialih ter dodatnih možnostih za celoletno izkoriščanje turizma. Anketne vprašalnike sem razdelila med lokalne prebivalce in turiste. Skupno je bilo anketiranih in v vzorec vzetih 25 anketirancev. Po opravljenih intervjujih in anketah je sledila analiza mnenj in ugotovitve o podobnih ali različnih stališčih.

V nadaljevanju zaključne strokovne naloge predstavljam matriko kolo deležnikov, kjer so navedeni subjekti turistične ponudbe in povpraševanja.

Bovec leži pod vršaci Julijskih Alp, globoko v dolini smaragdne reke Soče. V osrčju Triglavskega narodnega parka najdemo številne naravne znamenitosti in bogato kulturno dediščino, ki daje kraju edinstven pečat. Bovec je pravi raj za obiskovalce, ki želijo aktivno preživeti svoj dopust in izkusiti enkratna doživetja. Z drugimi besedami kraju pravimo tudi center športnih aktivnosti v naravi, kjer pestro ponudbo poletij sestavljajo gorsko

kolesarjenje, pohodništvo, jamarstvo, rafting, kajakaštvo, soteskanje, padalstvo, zip-line, športno plezanje, ribolov, golf, panoramski leti in adrenalinski parki, pozimi pa lahko uživamo v turnem smučanju in smučanju po urejenih progah na Kaninu, sankanju, krpljanju, teku na smučeh in plezanju v ledu. Glavne znamenitosti, ki ustvarjajo edinstveno podobo kraja, so bistra reka Soča, Triglavski narodni park, razni slapovi, jezera in gore, ki obdajajo kraj z vseh strani, vojaški muzeji na prostem in trdnjava Kluže (O bovškem, b.l.).

Bovška občina meri 367 km² in šteje približno 3.150 prebivalcev. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je bil leta 2015 selitveni prirastek negativen, kar pomeni, da je bilo število odseljenih prebivalcev višje od števila priseljenih. Med osebami, ki so delovno sposobne, je bilo delovno aktivnih 57 %, registriranih brezposelnih pa je bilo 10,01 %. Povprečna mesečna plača v bruto znesku je bila kar za 10 % nižja od slovenskega povprečja, znašala je 935,07 evra. Bovec je glede prihoda domačih in tujih turistov ter prenočitev uvrščen med najbolj obiskane destinacije v Sloveniji. V letu 2015 je prihod turistov na 1.000 prebivalcev v Bovcu znašal 7.500 domačih in 20.000 tujih obiskovalcev. V namestitvenih objektih pa je bilo na 1.000 prebivalcev zabeleženih 63.500 prenočitev (Statistični urad Republike Slovenije, 2015).

Turistično ponudbo Bovca sestavlja paket zgoraj naštetih turističnih proizvodov in storitev. Za razvoj in povezovanje le-teh v celoto pa potrebujemo različne deležnike, ki so predstavljeni v spodnji tabeli in na diagramu. V svoji zaključni nalogi sem obravnavala najpomembnejši turistični proizvod, in ta je, poleg reke Soče, smučišče Kanin–Sella Nevea skupaj s krožno kabinsko žičnico Kanin. Pomembno je omeniti tudi prebivalce Bovca in domače ter tuje turiste. Ti sicer predstavljajo turistično povpraševanje, vendar jih je prav tako smiselno obravnavati, saj brez njih tudi ponudba ne bi živela.

Tabela 1: Prikaz deležnikov in predstavnikov, s katerimi sem opravila intervjuje

DELEŽNIK	OBJEKT	INTERVJUVANA OSEBA
Krožno kabinska žičnica Kanin	ATC Kanin d. o. o. (v stečaju)	Nekdanji direktor g. Aleš Uršič
Občina	Občina Bovec	Župan g. Valter Mlekuž
Lokalna turistična organizacija	Zavod Turizem Dolina Soče	Direktor g. Janko Humar
Hotelski objekti	Hotel Alp Bovec	Nekdanji zaposleni g. Jani Kravanja
Apartmaji	Agencija TUSI d. o. o.	Lastnik g. Marko Vidič
Kampi	Kamp Liza	Lastnik g. Maksim Mlekuž
Gostišča, restavracije, bari	Ten-Ski d. o. o.	Lastnik g. Tomaž Repič
Trgovine	Mercator Bovec	Nekdanja poslovodja ga. Mara Mrakič
Športne agencije	Soča rafting d. o. o.	Direktor g. Goran Kavš

Slika 2: Deležniki, ki so odvisni od krožno kabinske žičnice Kanin



Deležniki, ki sestavljajo turistično ponudbo Bovca in so hkrati vpleteni v problematiko zaprtja krožno kabinske žičnice Kanin se delijo na dve skupini, in sicer na državno ter lokalno raven. Državna raven skrbi za primerno turistično infrastrukturo, gradbena dovoljenja, omogoča sredstva za financiranje različnih projektov (npr. sanacijo in ponovni zagon žičnice Kanin), sem uvrščamo tudi Združenje žičničarjev Slovenije in Ministrstvo za promet, ki zagotavlja koncesije in druga dovoljenja, potrebna za obratovanje žičnice.

V mojem primeru sem podrobneje obravnavala le lokalno raven, ki se razveja še na javni in zasebni sektor. Javni sektor sestavljajo lokalni prebivalci in turisti ter Občina Bovec in zavod Turizem Dolina Soče, ki zagotavljata, da Bovec kot destinacija sledi zastavljenim ciljem, ki so zapisani v Strategiji razvoja in trženja turizma do leta 2025, in skrbita za sodelovanje med deležniki, ki predstavljajo zasebni sektor. Zasebni sektor pa sestavljajo skupno 4.523 ležišč, ki jih sestavljajo hotelske in apartmajske namestitve ter kamping prostori, 3 trgovine z živili, številni bari, 5 restavracij oziroma gostišč in okoli 20 športnih agencij.

3.3 Interpretacija rezultatov intervjujev

Empirični del zajema 10 raziskovalnih podvprašanj, ki sem jih preučevala skozi opravljene intervjuje z deležniki turistične ponudbe. V nadaljevanju mi je analiza teh podvprašanj koristila, da sem prišla do odgovorov na tri ključna raziskovalna vprašanja moje zaključne strokovne naloge.

1. raziskovalno vprašanje: Ali je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin Bovcu prineslo v glavnem pozitivne ali negativne posledice?

Negativne posledice, ki jih je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin prineslo deležnikom turistične ponudbe oziroma destinaciji, so podrobneje prikazane v Prilogi 1, Tabela 1. Glavne negativne posledice so izpad zimske oziroma celoletne ponudbe in posledično zmanjšana obiskanost same destinacije in turističnih ponudnikov v zimskem času ter nerealizacija nočitev. Turistični ponudniki so morali storitve prodajati po bistveno nižjih cenah. Prihodek deležnikov se je zmanjšal ali pa ga sploh ni bilo. V zimskem času je bila prisotna večja stopnja brezposelnosti in izguba lastnega dohodka lokalnih prebivalcev. Ogroženo je bilo celoletno poslovanje turističnih objektov, le-ti so se začeli zaradi previsokih stroškov v zimskem času zadolževati in izgubljati na premoženjski vrednosti. Ponekod je prišlo celo do stečaja in zaprtja teh objektov. Destinacija je pridobila slab ugled, kar odvrča zanimanje investitorjev. Neobratovanje žičnice je direktno vplivalo na neizkoriščenost Kanina kot naravne danosti, na nezmožnost izvajanja rekreacijskih zmožnosti in zaprtje drugih žičniških naprav.

Pozitivne posledice, ki jih je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin doprineslo deležnikom turistične ponudbe oziroma destinaciji, so prikazane v Prilogi 1, Tabela 2. Pozitivne posledice so bile prisotne v smislu zavedanja pomembnosti žičnice Kanin, reorganizacije turistične ponudbe, učenja na napakah iz preteklosti in raziskovanja novih rešitev in ponudbe. Za večino deležnikov pozitivnih posledic ni bilo.

Povezave, sodelovanja oziroma nasprotovanja najdemo v Prilogi 1, Tabela 3. Opaženo je bilo, da zaradi izpada krožno kabinske žičnice Kanin ni bilo nobenih nasprotovanj. Sodelovanje je bilo razvidno le s strani lokalne turistične organizacije in Občine Bovec. Z izjemo ustanovitve Bovške razvojne zadruge in sodelovanja z bližnjimi regijami, povezav ni bilo.

2. raziskovalno vprašanje: Ali se lahko turistični ponudniki kljub odsotnosti žičnice celo leto preživljajo zgolj s turistično dejavnostjo?

Pomen žičnice Kanin za Bovško in izvajanje turistične dejavnosti prikazuje Priloga 1, Tabela 4. Kaninska žičnica destinaciji zagotavlja celoletno turistično ponudbo, s katero

lahko konkurira drugim destinacijam. Je predpogoj za izrabljanje Kanina v turistične namene, vpliva na dobro ime kraja in mu omogoča boljšo promocijo. Turističnim ponudnikom zagotavlja pridobivanje prihodkov skozi celo leto, lokalnim prebivalcem pa omogoča zaposlitvena mesta. Turistom predstavlja motiv za obisk destinacije.

Pomen žičnice Kanin za poletno in zimsko turistično sezono je podrobneje opisan v Prilogi 1, Tabela 5. V zimskem času je za izvajane turistične dejavnosti krožno kabinska žičnica Kanin nujno potrebna (z izjemo kampov, ki ne glede na prisotnost žičnice ne izvajajo dejavnosti čez zimo), saj ni druge alternative, ki bi nadomestila zimsko ponudbo in zagotovila zadosten donos vsem ponudnikom. Prisotnost žičnice v zimskem času predstavlja predpogoj, da se lahko na Kaninu odvijajo številne zimske športne aktivnosti in doživetja, podaljšuje turistično sezono in skrajšuje čas »mrtve sezone«, ki ne omogoča normalne ekonomike poslovanja. V zimskem času je pomembna predvsem z vidika zagotavljanja prihodka čez celo leto, kar pomeni, da turističnim ponudnikom in prebivalcem ni potrebno iskati dodatne zaposlitve. Z izgubo žičnice turistični subjekti izgubijo prihodek iz naslova zime oziroma so ga primorani nadomestiti v poletni turistični sezoni. Za poletni čas žičnica Kanin zaradi prisotnosti drugih privlačnih turističnih proizvodov in storitev ni tako relevantna, vsekakor pa predstavlja dodatno turistično ponudbo, ki je v končni fazi lahko celo bolj donosna kot v zimskem času.

Zamujene priložnosti, ki nastanejo kot posledica neobratovanja žičnice Kanin, so prikazane v Prilogi 1, Tabla 6. Zaradi izpada žičnice so se izgubile potrebe po dodatnem zaposlovanju ljudi, v nekaterih primerih pa je prišlo celo do odpuščanja kadra. Destinacija je bila izbrisana z zemljevida zimske ponudbe, ni se pojavljala na turističnih sejmi in v katalogih, kar pomeni izgubo tržne pozicije in turistov, ki jih je na turistično destinacijo težko ponovno privabiti. Zaradi nepriljubljene ponudbe v zimskem času se je izgubil interes investitorjev za nakup in obnovo propadlih turističnih objektov. Razvoj turizma iz naslova zimske ponudbe se je zaustavil za najmanj 5 let. Ker je odsotnost žičnice onemogočala možnost sezonskega dela čez zimo, so se številni mladi izseljevali iz kraja. Destinacija bi lahko denarna sredstva namesto v ponovni zagon žičnice vlagala v nove turistične produkte. Potrošnja lokalnih prebivalcev se je zaradi brezposelnih zmanjšala, nastali pa so tudi stroški, povezani z vzdrževanjem namestitvenih kapacitet v zimskem času, četudi gostov v namestitvenih objektih ni bilo.

3. raziskovalno vprašanje: Ali obstajajo drugi alternativni pristopi, s katerimi je možno nadomestiti odsotnost žičnice Kanin?

Vpliv izpada žičnice na uspešnost deležnikov oziroma destinacije je podrobneje razložena v Prilogi 1, Tabela 7. Zaradi neobratovanja žičnice Kanin so bili neuspehu najbolj podvrženi deležniki, ki v dani krizni situaciji niso dovolj hitro in uspešno prilagodili svoje ponudbe. Neuspeh se nanaša na zimsko sezono, saj ni razvite druge alternative, ki bi

nadomestila žičnico in vsem deležnikom doprinesla zadosten dobiček. Neuspešnost se je odražala skozi število brezposelnih in zmanjšano število nočitev, ki jih je destinacija beležila v preteklih štirih letih, z izjemo leta 2016.

Dodatna ponudba, ki bi nadomestila žičnico in zagotovila privlačnost destinacije, je razvidna iz Priloge 1, Tabela 8. Bovška je v poletnem času s trenutno ponudbo dovolj privlačna destinacija. V zimskem času pa alternativa za nadomestitev žičnice ne obstaja, saj bi morala biti osnovna ponudba smučanje, katerega ni možno izvajati brez žičnice. Vsekakor mora destinacija vlagati v razvoj manjših zimskih centrov in iskati dodatne priložnosti v zimi. Privlačnost destinacije bi se povečala z ureditvijo kolesarskih poti, razvijati bi morala ponudbo za deževne dni, organizirati več prireditev ter zgraditi objekte z bazeni in telovadnico.

Alternative izrabljanja Kanina v turistične namene, vendar brez uporabe žičnice, so prikazane v Prilogi 1, Tabela 9. Na Kanin se turisti lahko podajo peš, vendar je ta možnost uporabna le za kondicijsko bolj pripravljene goste. Na Kanin bi se dalo dostopati s pomočjo helikopterja, vendar ta predlog ni dobičkonosen, saj v Bovcu ni lociranega helikopterja, z uporabo dovozne poti pa nastanejo visoki stroški ureditve in vzdrževanja. Druge možnosti so še turna smuka in dostop na Kanin z italijanske strani. Skoraj v vsaki alternativni torej najdemo pomanjkljivost, zato navedene možnosti Bovec lahko uporabi kot dodatno ponudbo. Za prevoz masovnega turizma na smučišče s tako visoko lego je najbolj smiselna vzpostavitev sistema krožno kabinske žičnice.

Ukrepe, ki bi zagotovili uspeh žičnice Kanin, prikazuje Priloga 1, Tabela 10. Potrebna bi bila investicija v infrastrukturo in opremo, pridobivanje strateških partnerjev, širitev prog na smučišču, podrobnejša analiza ciljnih segmentov in iskanje tržnih niš znotraj njih, posodobitev krožno kabinske žičnice, ki bi bila hitrejša, zmogljivejša in manj odvisna od vetra, sodelovanje z italijansko stranjo smučišča, trženje v poletnem in zimskem času ter denarna sredstva občine in prispevki turističnih ponudnikov. Skratka v celotni kompleks bi bilo potrebno vložiti približno 35 milijonov evrov.

3.4 Interpretacija rezultatov anketnih vprašalnikov

V anketi, ki je bila izvedena v avgustu 2017, je sodelovalo 25 ljudi, od tega je bilo 10 turistov in 15 lokalnih prebivalcev. Izmed 25 udeležencev je bilo 13 (52 %) žensk in 12 (48 %) moških. Na prvo vprašanje, kateri so največji motivi za obisk Bovca, je večina odgovorila, da turiste privlačijo naravne danosti in adrenalinska doživetja. Navedli so, da je obisk Kanina tretji najpogostejši motiv za obisk destinacije. Kar 23 anketirancev meni, da je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin Bovški prineslo več negativnih kot pozitivnih posledic. Pri tretjem vprašanju sem hotela izvedeti, kateri turistični subjekti so bili zaradi izpada žičnice najbolj prizadeti. Večina je dejala, da so to apartmaji in hotelski

objekti, sledili so gostinski objekti, upravljalci žičnice, lokalni prebivalci, športne agencije, trgovine, turisti, nazadnje pa kampi. Sledilo je vprašanje, kako je neobratovanje žičnice vplivalo na navedene posledice v anketi. Skoraj vsi anketiranci so dejali, da je izpad žičnice Kanin delno ali zelo vplival na posledice, navedene v anketi. Pri naslednjem vprašanju o tem, kakšen je pomen žičnice za Bovško, so bili naštetih predlogi. Večina anketirancev je predlogom pripisala strinjanje oziroma zelo visoko stopnjo strinjanja.

Pri šestem vprašanju je kar 15 anketirancev dejalo, da je žičnica Kanin pomembna tako za poletno kot za zimsko sezono, 7 jih je označilo, da je pomembna le za zimsko ter 3 za poletno. 23 anketiranih (92 %) je bilo mnenja, da ne obstaja alternativne ponudbe, ki bi nadomestila krožno kabinsko žičnico. Na koncu me je zanimalo le še mnenje oziroma predlogi o možnostih dostopanja na Kanin brez uporabe žičnice. Anketiranci so dejali, da bi bil najbolj smiseln dostop z italijanske strani, 1 oseba pa je podala nov predlog, in sicer uporabo zobate železnice. Posamezni podatki o izvedbi ankete in grafični prikazi rezultatov so umeščeni v Prilogah 3 in 4.

SKLEP

V sklopu zaključne strokovne naloge sem želela analizirati posledice neobratovanja žičnice Kanin. V raziskavo sem vključila tri metode pridobivanja podatkov, kolo deležnikov, intervju in anketni vprašalnik, preko katerih sem prišla do naslednjih zaključnih ugotovitev.

1. raziskovalno vprašanje zaključujem z ugotovitvijo, da je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin Bovški prineslo v glavnem negativne posledice ter da med deležniki turistične ponudbe ni bilo prisotnih sodelovanj ali nasprotovanj.

Pri 2. raziskovalnem vprašanju sem prišla do spoznanja, da je krožno kabinska žičnica Kanin za destinacijo pomembna z vidika zagotavljanja poletne in zimske turistične ponudbe ter zaradi omogočanja celoletnega dohodka. Redki ponudniki (kampi, športne agencije in apartmaji) se sicer lahko s turizmom preživljajo celo leto tudi brez prisotnosti žičnice. Velika večina pa jih meni, da je žičnica nujno potrebna za zimsko sezono in dodatna ponudba za poletno.

3. raziskovalno vprašanje zaključujem s tezo, da je krožno kabinska žičnica Kanin za Bovec v zimskem času nenadomestljiva. Obstajajo sicer številni alternativni ukrepi, ki pa vsekakor ne morejo biti rešitev za destinacijo. Kar pa zadeva poletne sezone, ima destinacija razvite številne druge možnosti, ki prinašajo ponudnikom zadosten dobiček.

V zaključku zaključne strokovne naloge sem ugotovila, da so bile vse trditve skladne z literaturo, uporabljeno v teoretičnem delu naloge. Krožno kabinsko žičnico Kanin so proti

koncu leta 2016 ponovno zagnali, vendar je obnova trenutnega sistema in naprav nujno potrebna, v kolikor si upravljalci želijo zagotoviti dolgotrajno obratovanje žičnice. V sklopu svoje naloge sem podala kar nekaj ukrepov, ki bi jih bilo potrebno izvesti na sistemu. Predvsem je ključnega pomena pridobiti investitorje, ki bi v Bovcu uvideli potencial. To bi bil prvi korak k temu, da se stvari v povezavi s krožno kabinsko žičnico Kanin začnejo premikati.

Menim, da se bodo tisti, ki bodo prebrali moje delo, začeli zavedati pomembnosti ne samo žičnice Kanin, temveč tudi proizvodov, ki so za destinacijo pomembni in kamor so vlaganja nujno potrebna. S pomočjo moje zaključne strokovne naloge bo vsak bralec videl sliko posledic neobratovanja skozi različne oči, saj raziskava zajema mnenja vseh skupin deležnikov, ki delujejo na turistični destinaciji. Upam, da bo moja raziskava prispevala k temu, da se destinacija seznaní z izgubo ter da se v bodoče zgodba o neuspehu ne ponovi. Predvsem se mi zdi pomembno, da pozitivno zremo v prihodnost, sodelujemo med seboj in skupaj prispevamo k nadaljnjemu razvoju kraja, saj konec koncev vsak od nas predstavlja kamenček v mozaiku edinstvene Bovške.

Največjo omejitev raziskovalnega dela je predstavljalo dejstvo, da so v času pisanja zaključne strokovne naloge sistem krožno kabinske žičnice Kanin ponovno vzpostavili. Omejitev je bila predvsem z vidika opravljanja intervjujev z deležniki, saj so se le-ti mnogokrat nehote spozabili, da se raziskava nanaša le na obdobje nedelovanja žičnice. Omejitev, ki jo je potrebno še omeniti, je ta, da sem intervjuje opravila le z enim predstavnikom v vsaki skupini deležnikov, kar morda nekoliko zmanjšuje merodajnost podatkov. Ne glede na to sem mnenja, da sem v sklopu naloge uporabila pravilne metode zbiranja podatkov in nalogo uspešno izpeljala do konca.

LITERATURA IN VIRI

1. Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336–344.
2. Diaz, P., & Flora, M. (2010). Competitive Strategies and Policies for Tourism Destinations: Quality, Innovation, and Promotion. *Tourism and Hospitality Development and Management*. New York: Nova Science Publishers.
3. Godde, P. M., Price, M. F., & Zimmermann, F.M. (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*. New York: CABI Publishing.
4. Grlica, Z. (2010). *Oblikovanje turističnih proizvodov*. Ljubljana: Zavod IRC.
5. Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
6. Jenkins, K. (2012, 10 april). The sauna gondola in Ylläs. *Velvet escape*. Najdeno 20. aprila 2017 na spletnem naslovu <http://velvetescape.com/sauna-gondola-yllas-finland/>
7. Jeršič, M. (1999). *Slovenske Alpe, kulturni pokrajina, naravni park, športna arena*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
8. Konečnik Ruzzier, M. (2010). *Trženje v turizmu*. Ljubljana: Meritum.
9. Konečnik Ruzzier, M. (2011). *Temelji trženja: Pristop k trženjskemu načinu razmišljanja v 21. stoletju*. Ljubljana: Meritum.
10. Mekinc, J. (2010). Varnost je tudi v krizi vrednota turističnega proizvoda in ponudbe. *Delo in varnost*, letnik 55, številka 3, 27–35.
11. O bovškem. (b.l.). Uradna spletna stran destinacije. Najdeno 6. junij 2017 na spletnem naslovu: <https://www.bovec.si/bovsko/o-bovskem/predstavitev/>
12. *Podeljevanje koncesij na podlagi Zakona o žičniških napravah za prevoz oseb*. (2005). Ljubljana: Ministrstvo za promet RS.
13. Prodnik, J., & David, K. (2009). *Poslovanje v turizmu*. Ljubljana: Zavod IRC.
14. Richins, H., & Hull, J. (2016). *Mountain Tourism: Experiences, Communities, Environments and Sustainable Futures*. Boston: CABI.
15. Slovenska turistična organizacija. (2014). *Julijske Alpe Triglavski narodni park*. Najdeno 18. maja 2017 na spletnem naslovu https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/slo/julijske_alpe_2014_-_slo.pdf
16. Statistični urad Republike Slovenije. (2015). Slovenske statistične regije in občine v številkah. *Kazalniki in podatki za leto 2015*. Najdeno 7. junij 2017 na spletnem naslovu: <http://www.stat.si/obcine/sl/2015/Municip/Index/10>
17. Strategija izgradnje žičniških sistemov v RS upoštevajoč predvsem naravne danosti. (2008). *Končno poročilo ministrstva za promet RS*. Najdeno 6. junija 2017 na spletnem naslovu: http://www.mzi.gov.si/fileadmin/mzi.gov.si/pageuploads/Razno/18_12_08_DP_strategija_zicnice.pdf

18. Strategija razvoja in trženje turizma v občini Bovec do leta 2025. (2016). *Strateški razvojni dokument turizma v občini Bovec za obdobje 2017 do 2025*. Najdeno 6. junija 2017 na spletnem naslovu [http://obcina.bovec.si/gradivo/Gradivo_19.redne_seje%20\(25.5.2017\)/Strategija%20turizma%20BOVEC%202025.pdf](http://obcina.bovec.si/gradivo/Gradivo_19.redne_seje%20(25.5.2017)/Strategija%20turizma%20BOVEC%202025.pdf)
19. Taleghani, G. R., & Ghafary, A. (2014). Providing a Management Model for the Development of Sports Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 120, 289–298.
20. Trajnostni turizem v Alpah. (2013). Poročilo o stanju Alp. Alpska konvencija. *Alpski signali - posebna izdaja 4*. Najdeno 18. februarja 2017 na spletnem naslovu <http://www.alpconv.org/sl/AlpineKnowledge/RSA/tourism/Documents/RSA4%20sl%20WEB.pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
21. Turistični terminološki slovar. (2008). V *termania*. Najdeno 31. januarja 2017 na spletnem naslovu <http://www.termania.net/slovarji/turisticni-terminoloski-slovar/6416148/turisticna-destinacija?page=4&Query=entiteta>
22. Turizem. (2016). *Revija za management in trženje v turizmu*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.
23. Tyrväinen, L., Uusitalo, M., Silvennoinen, H., & Hasu, E. (2014). Towards sustainable growth in nature-based tourism destinations: Clients' views of land use options in Finnish Lapland. *Landscape and Urban Planning*, 122, 1–15.
24. Usmeritev razvoja žičniške dejavnosti v RS do leta 2017. (2009). *Direktorat za železnice in žičnice*. Ljubljana: Ministrstvo za promet RS.
25. Velika planina d.o.o. (2015). *Načrt zaščite in reševanja on naravnih in drugih nesrečah*. Najdeno 4. junija 2017 na spletnem naslovu http://www.velikaplanina.si/resources/files/doc/NZR_september_2015.pdf
26. Vodeb, K. (2014). *Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
27. Zakon o varnosti na žičnicah in vlečnicah (ZVV). (1981). *Uradni list RS* št. 17/81, 29/86.
28. Zakon o žičniških napravah za prevoz oseb (ZŽNPO). (2003). *Uradni list RS* št. 126/03, 56/13 in 33/14.
29. Zorko, D. (1999). *Uvod v turizem*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
30. Že trinajstič iščemo najbolj inovativen produkt. (2016). *Slovenska turistična organizacija*. Najdeno 4. maja 2017 na spletnem naslovu <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/177-ze-trinajstic-iscemo-najbolj-inovativen-turisticni-produkt>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Rezultati opravljenih intervjujev z deležniki turistične ponudbe	1
Priloga 2: Protokol za intervju turističnih ponudnikov	11
Priloga 3: Anketni vprašalnik za lokalne prebivalce in turiste	13
Priloga 4: Rezultati opravljenih anketnih vprašalnikov z lokalnimi prebivalci in turisti....	16

PRILOGA 1: Rezultati opravljenih intervjujev z deležniki turistične ponudbe

V spodnjih tabelah so prikazani rezultati intervjujev, ki sem jih izvedla z deležniki bovške turistične ponudbe. Za vsako vprašanje sem sestavila svojo tabelo, deležniki so navedeni v prvem (levem) stolpcu, v drugem (desnem) pa so napisani njihovi odgovori na zastavljena vprašanja. Intervjuvanima osebama, ki direktno ne izvajajta turistične dejavnosti in zastopata Občino Bovec ter Lokalno turistično organizacijo Bovec, je bil vprašalnik nekoliko prilagojen, saj sta na njega odgovarjala bolj splošno.

Tabela 1: Prikaz negativnih posledic, ki jih je povzročilo neobratovanje žičnice Kanin

Katere negativne posledice je odsotnost žičnice Kanin prinesla bovškemu turizmu ali vam kot deležniku turistične ponudbe oziroma objektu, katerega zastopate?	
Športne agencije	Izpad zaslužka v zimski sezoni, kjer podjetja beležijo do 15 % prihodkov, odpuščanje redno zaposlenega osebja v zimskem času, prilagoditev ponudbe in fokus na poletno sezono, izpad zimske ponudbe (šola smučanja, izposoja opreme), ogroženost dolgoročnega poslovanja podjetja.
Občina Bovec	Zapirati so se začeli hoteli, kasneje je zaradi nevezdrževanja nastala škoda, ki jo je finančno zelo težko sanirati, nastala je nezainteresiranost investitorjev za občinske objekte, nezanimanje za nakup nepremičnin, slab ugled destinacije ter zmanjšal se je prihod turistov na destinacijo v zimskem času.
Stečajni ATC Kanin	Zaradi neobratovanja žičnice sta se zaprla smučišče Kanin in restavracija na Kaninu, zaustavile so se druge smučarske naprave, ki povezujejo proge, onemogočen je bil prevoz pohodnikov v visokogorje v poletnem času, zaprla pa se je tudi koča Petra Skalarja, ki je bila zelo atraktivna. Negativne posledice podjetja so se odražale predvsem v številu brezposelnih oseb, saj je s stečajem podjetja postalo 74 oseb brezposelnih. Nastale so tudi dodatne obremenitve, kako ponovno vzpostaviti žičnico, da se prepreči stečaj podjetja ter zmanjša negativne posledice za Bovško.
Lokalna turistična organizacija	Izguba realizacije nočitev in obiskovalcev, kar pomeni manjšo obiskanost gostinskih objektov, hotelov in drugih namestitvenih kapacitet. Največjo problematiko je predstavljala izguba delovnih mest, saj je zaradi izpada žičnice zaposlitev izgubilo okoli 70 ljudi. Destinacija je zaradi zaprtja dveh hotelov izgubila 440 namestitvenih zmogljivosti.
Hotelski objekti	Popoln izpad zimskih prihodkov, zaprtje hotelov, posledično nastanek brezposelnosti, likvidacija in zadolževanje družb, ki so upravljale s hoteli, stroški z vzdrževanjem v zimskem času, ko hoteli ne obratujejo, izguba premoženja objektov (bazeni), saj ni denarnih sredstev za vzdrževanje, ter vrtoglavi stroški ponovne sanacije.
Apartmaji	Zmanjšanje prihodka, ki je bilo najbolj opaženo po prvem letu nedelovanja žičnice, saj v prvem letu zimska sezona ni bila tako oškodovana zaradi vnaprejšnjih rezervacij in pozitivnega razmišljanja turistov, kateri so verjeli v takojšnjo sanacijo in ponovno vzpostavitev žičnice. Zmanjšati je bilo potrebno cene nočitev, da so

	gostje zaznali ponudbo kot ugodno.
Kampi	Zmanjšala se je obiskanost kampov predvsem v poletni sezoni. V zimskem času je bil obisk turistov skoraj zanemarljiv, saj so kampe v tem letnem času obiskovali le redni gostje z avtodomi za dan ali dva.
Gostišča, restavracije, bari	Izpad prihodkov zaradi neobiskanosti ključnih, lokalnih prebivalcev, ki so bili nekoč zaposleni na žičnici in so v času neobratovanja ostali brezposelni ter brez dohodka, in zmanjšana obiskanost turistov v zimskem času.
Trgovine	Ljudje so delali bolj premišljene in redkejše nakupe, padec v prometu trgovine predvsem od novembra do aprila, z izjemo decembra, dobiček se je v času izpada žičnice zmanjšal na letni ravni najmanj za 10 %.

Tabela 2: Prikaz pozitivnih posledic, ki jih je doprineslo neobratovanje žičnice Kanin

Ali je odsotnost krožno kabinske žičnice Kanin vaši turistični dejavnosti doprinesla kakšne pozitivne posledice?	
Športne agencije	Z nobenega vidika družbe niso imele pozitivnih posledic.
Občina Bovec	Zavedanje lokalnih prebivalcev o pomembnosti žičnice, začeli so bolj ceniti tovrstne turistične produkte.
Stečajni ATC Kanin	Pozitivna posledica zaustavitve je bila ta, da so začeli drugače gledati na pomen žičnice in finančnega vlaganja v njo.
Lokalna turistična organizacija	Zavedanje pomembnosti krožno kabinske žičnice Kanin. Odsotnost žičnice je vsem turističnim ponudnikom pokazala, da je za normalno poslovanje potrebna celoletna turistična sezona. Sesutje sistema je pripomoglo k temu, da se je problem v zvezi z žičnico sploh začel reševati.
Hotelski objekti	Reorganizacija ponudbe, ki ne bo temeljila toliko na odvisnosti od žičnice, učenje skozi napake iz preteklosti.
Apartmaji	Pozitivno stvar vidijo v bolj ekonomičnem razmišljanju, iskanju novih rešitev. Ponudniki so začeli gledati bolj v prihodnost, izboljšali so promocijo in politiko cen. Minimalne donose so jim prinašali gostje, ki so običajno zahajali v hotele, vendar so bili takrat v stečaju, tako da so apartmajski ponudniki na račun zaprtja hotelov pridobili goste.
Kampi	Za izvajanje njihove dejavnosti ni bilo pozitivnih posledic.
Gostišča, restavracije, bari	Reorganizacija, ponujanje novih storitev poleg gostinstva (drsališče, teniška igrišča).
Trgovine	Manjša obremenjenost zaposlenih.

Tabela 3: Prikaz sodelovanj/nasprotovanj med deležniki turistične ponudbe

Ali je zaradi neobratovanja žičnice Kanin v vašem primeru prišlo do kakšnih sodelovanj oziroma nasprotovanj z drugimi deležniki turistične ponudbe?	
Športne agencije	Sodelovanje z LTO Bovec, ki je v času izpada žičnice organizirala brezplačen avtobusni prevoz smučarjev iz Bovca do Italije (Sella Nevea, Trbiž).
Občina Bovec	Zaradi pomanjkanja povpraševanja so bili vsi deležniki na izgubi, zato do posebnih povezav oziroma nasprotovanj ni prišlo.
Stečajni ATC Kanin	Sodelovanje z občino, ki je prepoznala primanjkljaj in kasneje vložila sredstva in prevzela pobudo, da ponovno vzpostavi sistem.
Lokalna turistična organizacija	V sklopu iniciative o ponovnem zagonu žičnice Kanin je nastala Bovška razvojna zadruga. Projekt sicer ni bil uspešen zaradi premajhne vpetosti turističnih ponudnikov in zaradi pomanjkanja zaupanja. Sodelovanje je bilo tudi s strani občine, saj je le-ta na koncu prevzela pobudo za iskanje novih rešitev za krožno kabinsko žičnico.
Hotelski objekti	Povezav in sodelovanj hotelirjev z drugimi turističnimi ponudniki ni bilo.
Apartmenti	Sodelovanje z LTO Bovec glede organizacije prevoza in povezovanje s sosednjimi žičniškimi centri, preko katerih so poskušali ohraniti vsaj prihod in zadovoljstvo stalnih gostov.
Kampi	V času odsotnosti žičnice ni bilo nobenih povezav ali nasprotovanj, saj so se vsi ponudniki soočali z enakimi težavami. Sodelovanja so sledila po ponovnem odprtju.
Gostišča, restavracije, bari	Nasprotovanj ni bilo, povezovati so se začeli z bližnjimi regijami, da so na ta način privabili v lokale sosednje goste.
Trgovine	Ni bilo povezav oziroma nasprotovanj, saj na trgu ni prisotne velike konkurence.

Tabela 4: Prikaz pomembnosti obstoja žičnice

Zakaj je krožno kabinska žičnica Kanin pomembna za Bovško in za izvajanje vaše turistične dejavnosti?	
Športne agencije	Bovška s pomočjo žičnice zagotavlja ponudbo v obeh letnih časih, kar je ključnega pomena za konkuriranje z drugimi destinacijami. Zimska sezona kraju predstavlja priložnost, ki jo je treba izkoristiti. Za izvajanje športnih aktivnosti oziroma za obstoj podjetja žičnica ni nujnega pomena, saj je ponudba usmerjena pretežno na poletno sezono.
Občina Bovec	Turističnim ponudnikom zagotavlja prihodek čez celo leto. Pomembna je zaradi tega, ker ima destinacija slabo razvite alternative zimskemu turizmu, služi pa tudi kot dopolnitev poletne ponudbe, predvsem za večdnevne goste. S prisotnostjo žičnice se povečuje tudi povpraševanje večjih skupin iz tujih držav. S tega naslova pa lahko navsezadnje ustvarimo tudi boljše trženje.
Stečajni ATC Kanin	Izpad žičnice močno vpliva na turistične ponudnike celotne Soške doline, saj imajo

	zaradi njene odsotnosti posledično vsi manj dohodka. Neobratovanje žičnice je privedlo do velike brezposelnosti ljudi, ki delujejo v sklopu turistične dejavnosti in so strogo vezani na poslovanje žičnice (hotelirji, zaposleni na žičnici). Žičnica je za Bovec pomembna, saj se lahko z njeno pomočjo sestavi vsaj 10-mesečno ponudbo. Z vidika upravljalca pa je pomembna zaradi zagotavljanja ekonomske uspešnosti.
Lokalna turistična organizacija	Krožno kabinska žičnica Kanin je v povezavi s smučiščem Kanin ključni predpogoj za normalno poslovanje in izvajanje zimske sezone.
Hotelski objekti	Za Bovec je pomembna zaradi ohranjanja smučarske tradicije. Hkrati žičnica v povezavi z aktivnostmi, ki se jih da izvajati zaradi nje, mnogim turistom predstavlja motiv potovanja na destinacijo, katero je možno obiskati v vseh letnih časih. Za izvajanje hotelirstva je žičnica zelo pomembna, saj pride v nasprotnem primeru do zaprtja hotelov, kar v poletnem času destinaciji kot celoti predstavlja pomanjkanje namestitvenih kapacitet.
Apartmaji	S celovito ponudbo, ki vključuje žičnico, postane Bovec letoletna destinacija, kar vpliva na ugled kraja. Destinacija se lahko bolje promovira in razširi ponudbo v obeh turističnih sezonah. Ponudnikom apartmajev se s pomočjo žičnice Kanin poveča obisk gostov, kar vpliva na večje prihodke.
Kampi	Žičnica Kanin je ključnega pomena za preživetje manjših ponudnikov, ki se ukvarjajo izključno z eno dejavnostjo. Za izvajanje namestitvene dejavnosti v kampih pa prisotnost žičnice ni tako pomembna, saj so ciljni gostje kajakaši, pohodniki, kolesarji.
Gostišča, restavracije, bari	Žičnica privabi v Bovec tiste goste, katerih glavni motiv je obisk visokogorja s pomočjo žičnice oziroma smučanje na Kaninu. Za izvajanje tovrstne dejavnosti ni nujnega pomena, vendar pa je s prisotnostjo žičnice lažje preživeti zimo, saj ta omogoča dodatni zaslužek v višini 10 % celotnega dobička oziroma pokriva stroške, ki nastanejo v zimskem času.
Trgovine	Žičnica Kanin je pomembna, saj vpliva na vse turistične ponudnike, ki delujejo na destinaciji, in dopolnjuje turistično ponudbo. Podaljšuje zimsko turistično sezono, ki se v Bovcu začne v začetku decembra in traja do začetka maja, dokler je na Kaninu možna smuka. Za trgovino je ključnega pomena, saj lokalnim prebivalcem, ki so zaposleni v žičniškem centru, omogoča dohodek, s tem pa se posledično zagotavlja tudi potrošnja v trgovinah.

Tabela 5: Prikaz pomembnosti poletne in zimske turistične sezone

Ali je za izvajanje vaše turistične dejavnosti žičnica Kanin pomembna tako za poletno kot za zimsko turistično sezono?	
Športne agencije	V času delovanja žičnice Kanin so podjetja v zimskem času ustvarila 15 % prihodkov, v poletnem času pa 85 %. Delovanje podjetij v zimskem času omogoča kadrovske premostitve. Izpad zimske sezone podjetij ne ogroža, predstavlja pa zima priložnost za dodaten zaslužek. S tem, ko zimske sezone ni, podjetja izgubijo 15 % prihodkov oziroma jih morajo nadomestiti v poletnem času ali pa so primorani

	razviti novo ponudbo, ki zagotavlja izvajanje čez celo leto (zip-line).
Občina Bovec	V kolikor krožna kabinska žičnica obratuje, ob dejstvu zadovoljive snežne odeje, lahko vsi turistični ponudniki celo leto živijo zgolj od turistične dejavnosti in niso primorani iskati dodatne zaposlitve. Pomembna je zaradi dejstva, da je v parih mesecih poletne sezone skoraj nemogoče ustvariti zadosten dohodek za celo leto.
Stečajni ATC Kanin	Za zimsko ponudbo je nujno potrebna, saj ni druge alternative za zimsko ponudbo, poleti pa je uporabna za dopolnilo ponudbe, tako da do Kanina lahko dostopajo kolesarji, jamarji, padalci in pohodniki.
Lokalna turistična organizacija	Vloga žičnice Kanin v zimski sezoni je predvsem ta, da gostom predstavlja motiv za obisk destinacije ter da se preko nje odvija ponujanje zimskih storitev. V poletnem času pa ni tako ključna, saj predstavlja le dodatno atrakcijo, a ravno ta atrakcija postane lahko poleti celo poslovno bolj uspešna kot pozimi.
Hotelski objekti	Za izvajanje hotelske dejavnosti je prisotnost žičnice v zimskem času nujna, saj se v nasprotnem primeru obseg rezervacij skrajša do meseca novembra, nato pa se pričnejo »mrtvi meseci«, ki ne omogočajo normalne ekonomike poslovanja. Ker hoteli nimajo celoletnega prihodka, morajo v poletnem času ustvariti tolikšen dobiček, da pokrivajo izgubo, ki nastane v zimskem času. V poletnem času so hotelske namestitve kljub odsotnosti žičnice dosegale zadovoljivo zasedenost, zima pa je bila za hotelirje popolnoma izgubljena.
Apartmaji	V zimskem času je prisotnost žičnice priporočljiva, saj v nasprotnem primeru apartmaji izgubijo 15 % prihodkov. Ni pa nujna, saj so poslovanje prilagodili tako, da v poletnem času pridobijo izgubljenih 10 % prihodkov, ostalih 5 % pa predstavlja zasedenost kapacitet v novoletnem času.
Kampi	Pomembnejša je za poletno sezono, saj večja kot je ponudba destinacije, bolj je destinacija privlačna, večji je prihod turistov in večja je obiskanost kampov. Za izvajanje turistične dejavnosti v zimskem času pa žičnica niti ni pomembna, saj turisti v tem času običajno zasedejo druge vrste namestitev.
Gostišča, restavracije, bari	Predvsem je pomembna za zimsko sezono, saj omogoča normalno poslovanje lokalov čez celo leto in ohranja konstantno število redno zaposlenih.
Trgovine	Ključna je za obe sezoni, saj tako trgovina lahko dosega mesečni plan čez celo leto, ne samo v poletnih mesecih in okoli novega leta.

Tabela 6: Prikaz zamujenih priložnosti

Kakšne so zamujene priložnosti za vašo turistično dejavnost, ki nastanejo kot posledica neobratovanja žičnice?	
Športne agencije	Zaradi izpada zimske sezone se izgubi potreba po zaposlovanju, odpušča se kader. V kolikor nimajo žičnice, ne ustvarjajo dobička/pozitivne ničle, ki omogoča kritje plač.
Občina Bovec	Kraj se v tem času ni pojavljal na promocijskih sejmih, saj ni imel zadostne zimske ponudbe, investitorji so izgubili interes za nakup in obnovo propadlih hotelov, izgubil je naziv »celoletna destinacija«, v medijih je bil Bovec prikazan večinoma s

	stališča kriznih dogodkov, izpad tako pomembne turistične privlačnosti je zmanjšal tudi prihod turizma, službo pa je izgubilo 75 ljudi, zaposlenih v turističnem sektorju. Mlajši lokalni prebivalci so v času izpada žičnice izgubili možnost sezonskega dela čez zimo, zato so se morali v času »mrtve sezone« izseliti iz kraja in si priskrbeti drug vir dohodka. Največji izziv občine je bil, kako turiste ponovno prepričati v vrnitev na destinacijo. Denarna sredstva bi lahko v primeru neizpada žičnice Kanin vložili v drugo, prav tako pomembno infrastrukturo.
Stečajni ATC Kanin	Dobiček je praktično ničen, brezposelnost kolektiva, nezmožnost investiranja.
Lokalna turistična organizacija	Izguba zimske sezone, izguba zaposlitev, zaradi izpada žičnice se je razvoj zimskega turizma zaustavil najmanj za 5 let. Ker zaradi izpada žičnice destinacija ne zagotavlja možnosti celoletnega dohodka, se številni mladi ljudje odločajo za izselitev iz kraja, kar pa tako majhnemu kraju predstavlja izgubo. Bovec je kot destinacija izginil z zimskega trga, ni se pojavljal več v katalogih »tour operator«, ni sodeloval na sejnih, kar je povzročilo izgubo tržne pozicije. Sesutje takega kompleksa predstavlja za destinacijo dolgotrajno okrevanje.
Hotelski objekti	Ustvarjanje nezadostnih sredstev zmanjša možnost razvijanja hotelskega objekta in investiranja v dodatno infrastrukturo. Zaradi nižjih cen nočitev se spremeni struktura gostov. Hotelski objekt, ki propada, postane nezanimiv za investitorje in izgublja na svoji vrednosti. V kolikor se lastništvo objekta nenehno spreminja, se izgubijo priložnosti za kakovostno trženje.
Apartmaji	Neobratovanje žičnice ovira normalno poslovanje in pomeni izgubo 10 % letnih prihodkov.
Kampi	Dobiček je nekoliko manjši, saj se pojavijo dodatni stroški z ogrevanjem in vzdrževanjem, kljub temu da gostov ni. Zaradi nezadostne ponudbe destinacije se skrajšajo tudi dnevi bivanja v kampu.
Gostišča, restavracije, bari	Manjša obiskanost barov, posledično manjša dobičkonosnost in odpustitev gostincev.
Trgovine	Zmanjšala se je povprečna potrošnja stranke, kar je bilo razvidno iz izračuna vrednosti košarice, ki je v času izpada žičnice v povprečju bistveno manjša. Brezposelnih oseb ni bilo, vendar bi lahko v primeru obratovanja žičnice poslovalnica zaposlila dodatne ljudi. Oseb, ki so se upokojile, ni nadomestil nov kader, ampak so namesto tega v poletnem času zaposlili le študente za sezonsko delo.

Tabela 7: Prikaz uspešnosti deležnikov/destinacije v primeru odsotnosti žičnice Kanin

Ali lahko izpad žičnice ogrozi uspešnost deležnikov/destinacije, ali imamo druge turistične proizvode, ki bi prinašali zadosten dobiček?	
Športne agencije	Odsotnost žičnice lahko prizadene podjetja, ki v kriznih situacijah niso sposobna primerno ukrepati, v smislu iskanja novih adrenalinskih doživetij, zagotavljanja ponudbe čez celo leto in zaslužka v poletnih mesecih, ki nadomesti izgubo v

	zimskem času.
Občina Bovec	Adrenalinska poletna ponudba je zaenkrat dovolj pestra. Problem nastane pozimi, saj ni razvite tako konkurenčne alternative, ki bi nadomestila žičnico Kanin. Odsotnost žičnice vpliva na zmanjšan dobiček deležnikov, ki je v nekaterih primerih celo nezadosten, zato je za Bovec nujno potrebna.
Stečajni ATC Kanin	Uspešnost destinacije lahko ogrozi v smislu zmanjšanja občinskega proračuna, posledično ni dovolj denarja za vlaganja v druge turistične produkte, poveča se brezposelnost. Izpad žičnice potegne za seboj celotno verigo negativnih posledic, ki vplivajo na vse deležnike. Destinacija sicer ponuja veliko drugih turističnih proizvodov (večinoma so reducirani od maja do oktobra), le-ti pa prinašajo dobiček le določenim turističnim objektom, ki so vezani na tovrstno ponudbo.
Lokalna turistična organizacija	Neobratovanje žičnice je ogrozilo uspešnost destinacije, kar je razvidno iz števila brezposelnih oseb. V obdobju izpada žičnice je število prenočitev v zimskem času padlo, z izjemo leta 2016. Od decembra do marca je bilo leta 2013 realiziranih 19.359 nočitev, leta 2014 3.711 nočitev, leta 2015 2.919 nočitev in leta 2016 8.558 nočitev. Drugi turistični proizvodi, ki naj bi nadomestili žičnico, bi prinašali zadosten dobiček le nekaterim deležnikom, vsekakor pa ne vsem.
Hotelski objekti	Izpad žičnice ogroža uspešnost hotelov, saj so to veliki objekti, ki jih je v zimskem času izredno težko zapolniti in tako zagotoviti zasedenost čez celo leto. V večini pa ponujajo le namestitveno dejavnost, brez dodatnih storitev.
Apartmaji	Zaradi podaljšane poletne turistične sezone je možno preživeli tudi brez krožno kabinske žičnice Kanin.
Kampi	Izpad žičnice ne ogroža ponujanja namestitev v kampih, saj so njihovi uporabniki večinoma turisti, ki izvajajo različne športne aktivnosti na Soči, vendar je žičnica ravno tako pomembna kot dodatna ponudba destinacije.
Gostišča, restavracije, bari	Gostinske dejavnosti odsotnost žičnice ne ogroža. Poletna sezona je dovolj dobičkonosna, da pokrije primanjkljaj zimske sezone.
Trgovine	Uspešnost lahko ogrozi na način nedoseganja mesečnih planov v času »mrtve sezone«, kar na koncu vpliva na dobiček celotnega podjetja.

Tabela 8: Prikaz dodatne ponudbe destinacije

Kakšna bi morala biti dodatna ponudba Bovca, ki bi nadomestila krožno kabinsko žičnico Kanin in s pomočjo katere bi Bovška v očeh turistov še naprej ostala privlačna destinacija?	
Športne agencije	V Bovec prihajajo turisti, kateri želijo aktivno preživeti svoj dopust in preizkusiti adrenalinska doživetja, zato je za tak tip obiskovalcev nujno potrebna zimska ponudba. Alternativ, s katerimi je možno nadomestiti žičnico, ni, potrebno pa je iskati priložnosti v zimi. Osnovna ponudba Bovca bi morala biti smučanje, dodatna pa morda termalni center.
Občina Bovec	Žičnico je nemogoče nadomestiti, vsekakor pa je smotrno vlagati v razvoj manjših zimskih centrov, ki ponujajo smuko za otroke, drsališče, tek na smučeh, sankanje ter

	skladno z njimi zgraditi hotele, ki ponujajo wellness storitve.
Stečajni ATC Kanin	Bovec je privlačna destinacija, urediti je potrebno le kolesarske poti za družine, sicer pa bi moral bovški turistični sektor vztrajati pri tezi, da Bovška brez žičnice Kanin in obratno ne more uspevati.
Lokalna turistična organizacija	Bovška je v očeh turistov v poletnem času privlačna destinacija, ne glede na prisotnost žičnice. V zimskem času pa je žičnica nenadomestljiva, saj bi moralo biti smučanje v takšnem tipično alpskem ambientu primarna ponudba in glavni motiv za prihod obiskovalcev na destinacijo.
Hotelski objekti	Osnovna ponudba Bovca bi morala biti smučanje, katerega pa je nemogoče izvajati brez žičnice Kanin, zato je ta turistični produkt nenadomestljiv. V primeru ureditve dovozne poti na Kanin, bi se lahko v neposredni bližini poti zgradilo manjše bungalove, ki bi predstavljali dodatno ponudbo, obenem pa bi razširili namestitvene kapacitete. Tako bi bili gostje ves čas v neposrednem stiku z naravo.
Apartmaji	Vlagati bi bilo potrebno v turistične produkte za vse letne čase. Urediti bi morali kolesarske poti izven glavnih cest, urediti tematske pohodne poti, urediti režim plovbe, zgraditi bazenski objekt.
Kampi	Delati bi bilo treba predvsem na ponudbi za družine z otroki in prilagoditi ponudbo deževnim dnevom. Zgraditi bi bilo treba objekte z bazeni, telovadnico in urediti kolesarske poti.
Gostišča, restavracije, bari	Organizirati bi morali več prireditev, večernega dogajanja, festivalov. Prilagoditi ponudbo najbolj ključnemu segmentu uporabnikov, to so mladi turisti, ki obožujejo adrenalin. Bovec bi moral ponujati storitve/proizvode, ki bi bili privlačni za premožnejše obiskovalce, kateri bi na dopustu potrošili več.
Trgovine	Bogatejša bi morala biti zimska ponudba, ki bi vključevala termalni center. Vlagati bi morali v športno infrastrukturo, v telovadnice in večje dvorane, kamor bi lahko skupine iz drugje zahajale na športne priprave.

Tabela 9: Prikaz alternativ izrabljanja Kanina

Kakšne so alternative, preko katerih bi Kanin še vedno lahko izrabljali v turistične namene, četudi brez žičnice?	
Športne agencije	Vožnja na smučišče s pomočjo helikopterja, vendar ta alternativa ni dobičkonosna, saj helikopter ni lociran v Bovcu, organiziran brezplačni prevoz in dostop na smučišče Kanin z italijanske strani, turna smuka.
Občina Bovec	Za smučišče na takšni nadmorski višini je uporaba žičnice nujna. Dostopati je možno tudi preko drugih možnosti, npr. prevoz s helikopterjem, vendar je taka ponudba prilagojena manjši, premožnejši ciljni publikli.
Stečajni ATC Kanin	Ni alternative, saj je bovški turizem preveč masoven. Prevoz takšne mase ljudi na Kanin pa omogočimo le s pomočjo žičnice.
Lokalna turistična organizacija	V kolikor ni žičnice, so alternative za izrabljanje Kanina zelo slabe. Kanin poleg smučanja omogoča tudi izvajanje drugih aktivnosti, ki se jih brez žičnice ne da

	doživeti. Alternativa bi bila, da se na Kanin turisti podajo peš, vendar to predstavlja skoraj 2 kilometra višinske razlike, kar predstavlja možnost samo kondicijsko bolj pripravljenim obiskovalcem. Dostopanje do Kanina preko drugih alternativ (heliskiing) bi sicer lahko bila tržna niša, vsekakor pa ne rešitev za destinacijo.
Hotelski objekti	S pomočjo ureditve dovozne poti.
Apartmaji	Alternativa bi bil urejen prevoz na italijansko stran, vendar je v tem primeru potrebno zagotoviti dobro prevoznost, kar pa predstavlja izziv zaradi morebitnih ovir na cestišču v zimskem času.
Kampi	Obstajajo številne alternative, za katere se ne ve, ali bi bile dobičkonosne. Ena od možnosti je uporaba dovozne ceste, vendar pri tem nastanejo visoki stroški, povezani z asfaltiranjem in vzdrževanjem v zimskem času.
Gostišča, restavracije, bari	Ureditev dovozne ceste v poletnem času za padalce in gorske kolesarje, v zimskem času pa bi se izvajala turna smuka ali prevoz na smučišče s pomočjo helikopterja, vendar so za to nujno potrebni premožnejši uporabniki.
Trgovine	Koristna bi bila uporaba ceste, katero bi lahko izrabljali tudi v času ponovnega obratovanja žičnice, v primeru vetra. Lahko pa bi to možnost vključili v dodatno ponudbo, kjer bi obiskovalec lahko izbral dostopati do Kanina bodisi preko ceste bodisi preko drugih alternativ.

Tabela 10: Prikaz ukrepov

Predlagajte ukrepe, ki bi zagotovili uspeh krožno kabinske žičnice Kanin.	
Športne agencije	Pridobivanje strateških partnerjev, investicija v infrastrukturo, širitev prog na smučišču, reorganizacija zimske ponudbe ter analiza segmentov in iskanje tržnih niš znotraj njih.
Občina Bovec	Naprave za razstreljevanje plazov in umetno zasneževanje, nova krožno kabinska žičnica, ki bi omogočala večjo in hitrejšo zmogljivost, pridobitev evropskih sredstev in investitorjev, sodelovanje s Sello Neveo.
Stečajni ATC Kanin	Kompletna posodobitev žičnice, ki bi bila manj odvisna od vremenskih razmer, ureditev zasneževanja in širitev prog na smučišču, skratka v celotni kompleks bi bilo potrebno vložiti najmanj 35 mio evrov. Kanin bi moral skupaj s Sello Neveo postati unikatno smučišče v temu delu Alp.
Lokalna turistična organizacija	Modernizacija sistema, zamenjava naprav, razširitev celotnih kapacitet in sodelovanje z italijansko stranjo smučišča.
Hotelski objekti	Uspeh bi povečali s krajšo in hitrejšo krožno kabinsko žičnico ter s pridobivanjem zunanjih lastnikov, ki imajo denarna sredstva in znanje.
Apartmaji	Večja osveščenost obiskovalcev o poletni in zimski sezoni, tako da bi jim na račun karte, ki so jo kupili v zimski sezoni, priznali 5 % popust na nakup karte v poletnem času. Žičnica bi morala biti vzdrževana le za poletni čas. Urediti naprave, preko katerih bi bili turisti na smučišču v čim krajšem času, pridobiti premožne investitorje.

Kampi	Skrajšati bi bilo treba čas potovanja z žičnico, potreben je nakup novejših naprav, povezava z italijansko stranjo ter da bi vsak turistični ponudnik vložil določen delež v žičniški center.
Gostišča, restavracije, bari	Povezovanje z bližnjimi smučišči in organizacija prevozov, razširitev smučišča, premik vstopne postaje žičnice na višjo nadmorsko višino, kar bi zagotovilo hitrejši dostop do smučišča in nižje stroške obratovanja krožno kabinske žičnice.
Trgovine	Posodobitev infrastrukture, finančna pomoč občine, vlaganja premožnih investorjev.

PRILOGA 2: Protokol za intervju turističnih ponudnikov

Lepo pozdravljeni.

Sem Ula Sovdat, študentka dodiplomskega študija na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Za sodelovanje sem vas prosila, ker potrebujem vaše mnenje v povezavi s temo, ki jo obravnavam. Tema moje zaključne strokovne naloge je analiza posledic neobratovanja krožno kabinske žičnice Kanin. Želela bi raziskati, kako je odsotnost žičnice Kanin vplivala na bovški turizem in deležnike*, ki ga sestavljajo.

Pogovor bo potekal predvidoma 20 minut. Struktura vprašalnika je sestavljena iz 3 raziskovalnih vprašanj in 10 krajših podvprašanj. Podatki naj se nanašajo na štiriletno obdobje (2013–2017), torej na čas od prekinitve obratovanja žičnice Kanin do ponovnega zagona. Vprašanja so odprtega tipa, kar pomeni, da ni pravih ali napačnih odgovorov. Zanima me, ali se strinjate, da najin pogovor snemam, saj mi bo to olajšalo kasnejšo obdelavo podatkov. Intervju ne bo nikomur posredovan, uporabljen pa bo izključno v študijske namene.

Dovoli snemanje: DA NE

*deležniki = skupine/posamezniki/organizacije, ki ustvarjajo turistično ponudbo in sestavljajo celoto turistične destinacije

Okvir vprašanj:

1. RAZISKOVALNO VPRAŠANJE: Ali je neobratovanje krožno kabinske žičnice Kanin Bovški prineslo v glavnem pozitivne ali negativne posledice?

1. Katere negativne posledice je odsotnost žičnice Kanin prinesla bovškemu turizmu ali vam kot deležniku turistične ponudbe oziroma objektu, katerega zastopate?
2. Ali je po vašem mnenju odsotnost žičnice Kanin doprinesla bovškemu turizmu ali vaši turistični dejavnosti tudi kakšno pozitivno posledico?
3. Ali je zaradi neobratovanja žičnice Kanin v vašem primeru prišlo do kakšnih povezav/sodelovanj oziroma nasprotovanj med posameznimi deležniki turistične ponudbe?

2. RAZISKOVALNO VPRAŠANJE: Ali se lahko turistični ponudniki kljub odsotnosti žičnice celo leto preživljajo zgolj s turistično dejavnostjo?

4. Zakaj je krožno kabinska žičnica Kanin pomembna za Bovško in za izvajanje vaše turistične dejavnosti?
5. Ali je za izvajanje (vaše) turistične dejavnosti žičnica Kanin pomembna tako za poletno kot za zimsko turistično sezono? Utemeljite, zakaj.

6. Kakšne so zamujene priložnosti za Bovško ali za izvajanje vaše turistične dejavnosti, ki nastanejo kot posledica neobratovanja žičnice (denimo dobičkonosnost turistične sezone, sprememba v prihodu obiskovalcev na destinacijo, zmanjšana zasedenost kapacitet, sprememba v številu prenočitev, višja stopnja brezposelnosti, povprečna potrošnja turista)?

7. Ali lahko izpad žičnice ogrozi uspešnost destinacije oziroma deležnikov, ali imamo druge turistične proizvode, ki bi prinašali zadosten dobiček (vaši) turistični dejavnosti?

3. RAZISKOVALNO VPRAŠANJE: Ali obstajajo drugi alternativni pristopi, s katerimi je možno nadomestiti odsotnost žičnice Kanin?

8. Kakšna bi morala biti dodatna ponudba Bovca, ki bi nadomestila krožno kabinsko žičnico Kanin in s pomočjo katere bi Bovška v očeh turistov še naprej ostala privlačna destinacija?

9. Kakšne so alternative, preko katerih bi smučišče Kanin še vedno lahko izrabljali v turistične namene, vendar brez žičnice?

10. Predlagajte ukrepe, ki bi zagotovili nadaljnji uspeh krožno kabinske žičnice Kanin.

PRILOGA 3: Anketni vprašalnik za lokalne prebivalce in turiste

Lepo pozdravljeni. Sem Ula Sovdat, študentka dodiplomskega študija na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Za sodelovanje sem vas prosila, ker potrebujem vaše mnenje v povezavi s temo, ki jo obravnavam v zaključni strokovni nalogi, in to je analiza posledic neobratovanja krožno kabinske žičnice Kanin. Želela bi raziskati, kako je odsotnost žičnice Kanin vplivala na bovški turizem in deležnike, ki ga sestavljajo. Anketni vprašalnik zajema 8 vprašanj, je anonimen, uporabljen pa bo izključno v študijske namene. Hvala za sodelovanje.

Označite spol:

- moški
- ženski

1. Kateri od spodaj naštetih predlogov predstavlja največji motiv za obisk Bovca (možnih je več odgovorov)?

- vodni športi
- adrenalinska doživetja
- naravne danosti (Soča, TNP, slapovi ...)
- Kanin (smučanje, pohodništvo, MTB, jamarstvo ...)
- prireditve in festivali
- zgodovinska dediščina
- kulinarčna doživetja

2. Katera vrsta posledic je po vašem mnenju ob izpadu krožno kabinske žičnice Kanin prevladovala na destinaciji?

- negativne posledice
- pozitivne posledice
- posledic ni bilo

3. Kateri turistični subjekti so bili po vašem mnenju zaradi neobratovanja žičnice Kanin najbolj oškodovani (možnih je več odgovorov)?

- športne agencije
- lokalni prebivalci
- turisti
- hotelski objekti
- apartmaji
- kampi
- gostišča, restavracije, bari
- trgovine

- upravljalec žičnice

4. Kako je neobratovanje žičnice Kanin vplivalo na naslednje posledice (možnosti: sploh ni vplivalo, delno je vplivalo, zelo je vplivalo)?

- izpad zimskega dohodka
- manjša obiskanost kraja
- višja stopnja brezposelnosti
- izpad zimske ponudbe
- zadolževanje in likvidacija upravjalcev turističnih objektov
- propadanje turističnih objektov
- slab ugled destinacije
- neizkoriščenost Kanina kot naravne danosti
- izguba tržne pozicije

5. Kakšen je pomen krožno kabinske žičnice Kanin za Bovško (označite strinjanje oziroma nestrinjanje)?

- zagotavlja celoletno turistično ponudbo.
- na njen račun lahko Bovec konkurira drugim destinacijam.
- vpliva na podobo kraja.
- omogoča boljše trženje kraja .
- zagotavlja celoletni prihodek.
- zagotavlja celoletno obiskanost.
- je motiv za obisk destinacije.
- je predpogoj za izvajanje drugih dejavnosti na Kaninu.
- zaposluje lokalne prebivalce.

6. Za katero turistično sezono je prisotnost žičnice Kanin ključna?

- poletno sezono
- zimsko sezono
- za zimsko in poletno sezono
- za nobeno

7. Ali obstaja druga alternativna zimske turistične ponudbe, ki bi nadomestila odsotnost žičnice Kanin in ki bi zagotovila zadosten donos vsem deležnikom?

- da
- ne

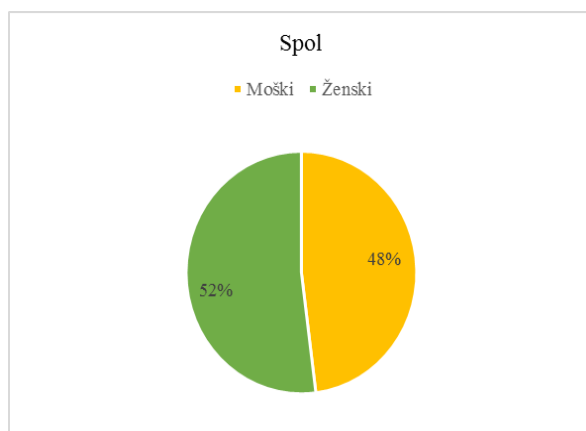
8. Katera od naštetih možnosti dostopa na Kanin je najboljša zamenjava kaninske žičnice?

- uporaba dovozne poti
- dostop s pomočjo helikopterja (heliskiing)

- dostop z italijanske strani smučišča
- drugo:

PRILOGA 4: Rezultati opravljenih anketnih vprašalnikov z lokalnimi prebivalci in turisti

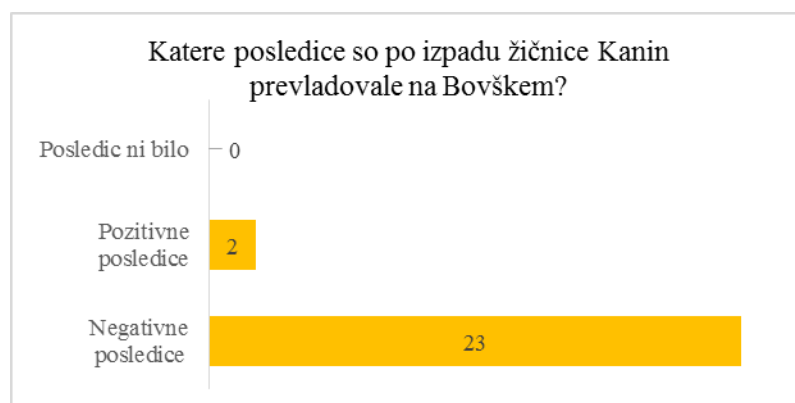
Slika 1: Spol anketirancev



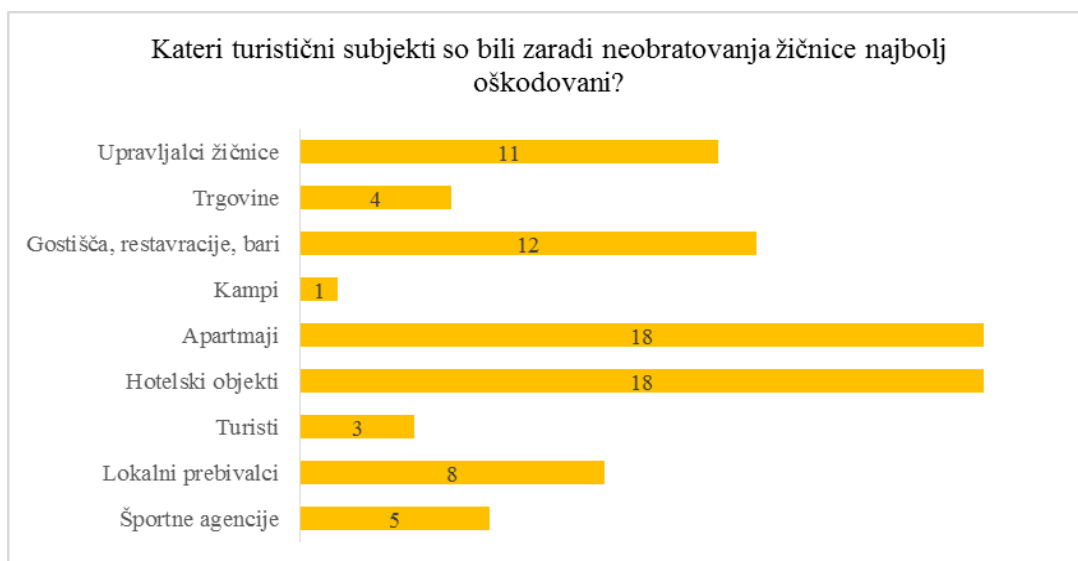
Slika 2: Motivi za obisk Bovške



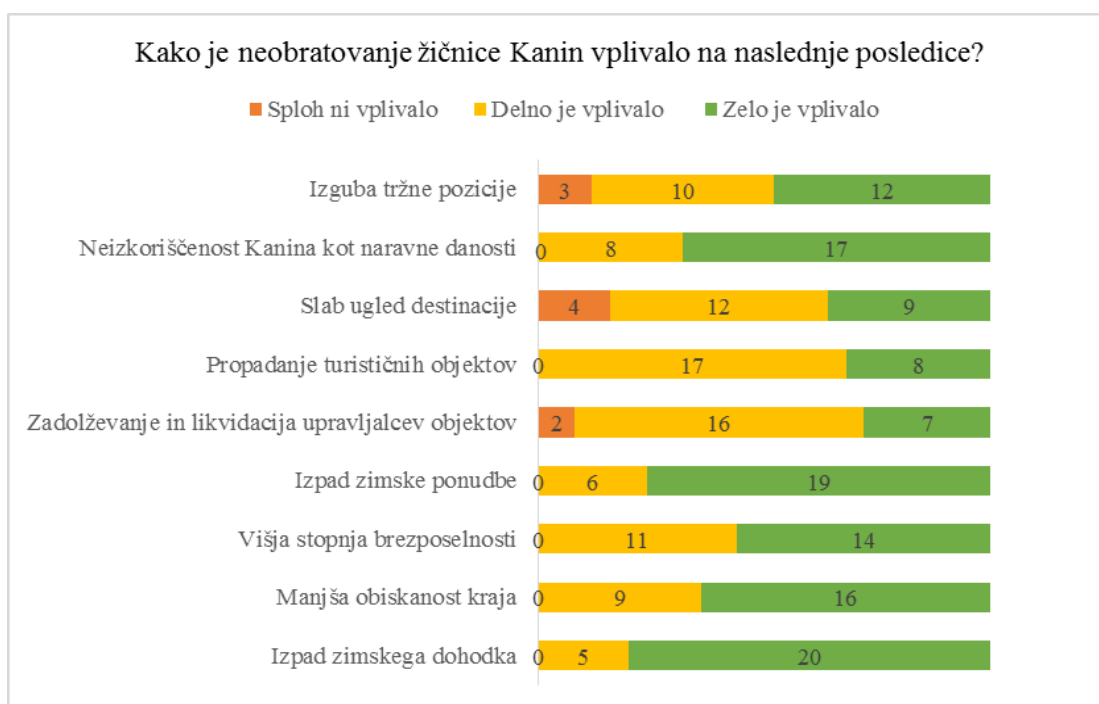
Slika 3: Prevladovanje posledic



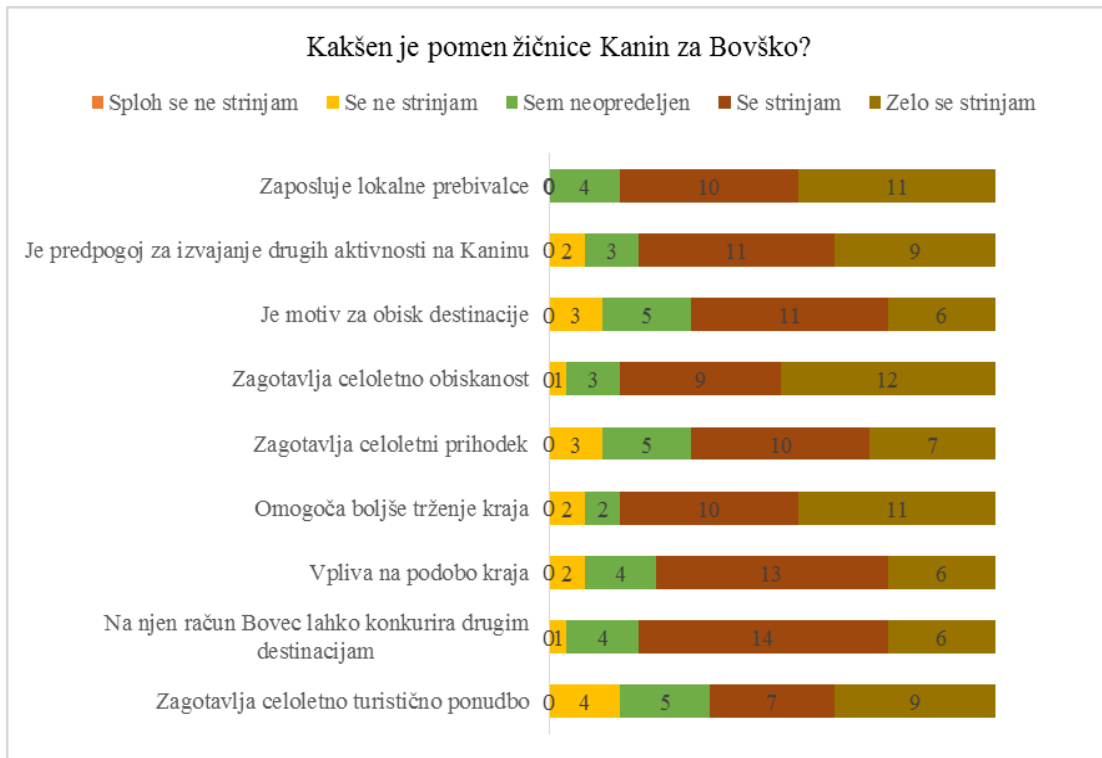
Slika 4: Najbolj oškodovani turistični objekti



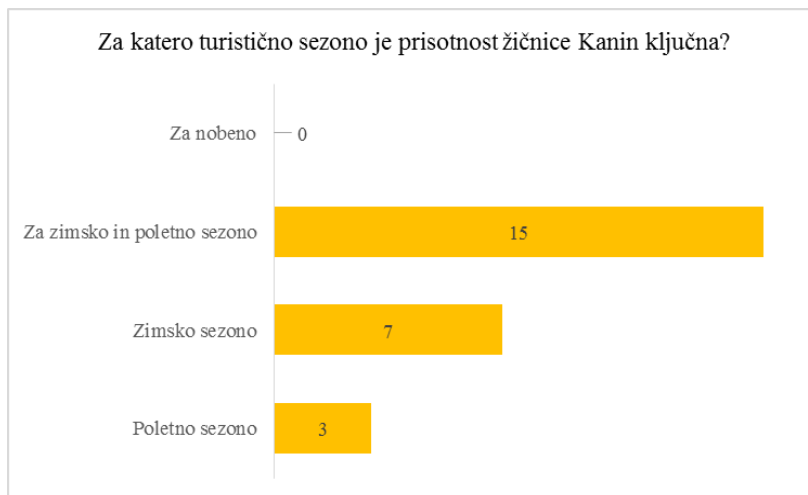
Slika 5: Kako je neobratovanje žičnice vplivalo na navedene posledice



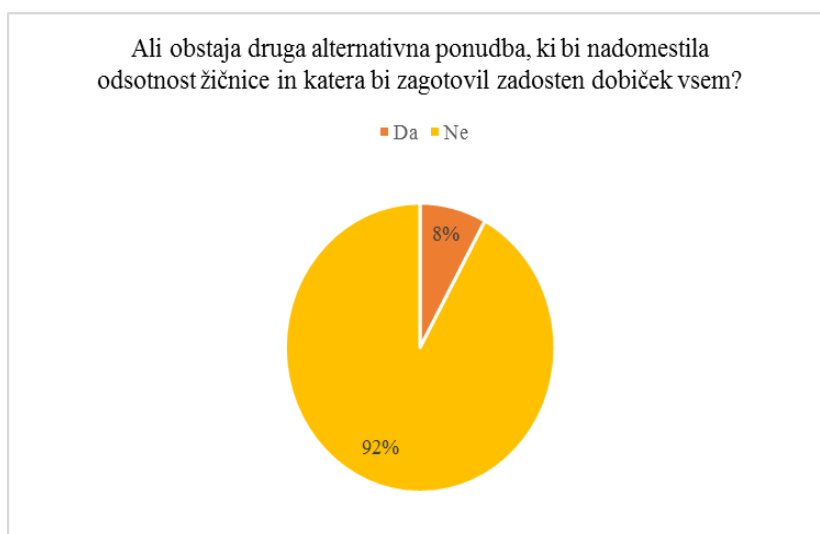
Slika 6: Kakšen je pomen žičnice za Bovško



Slika 7: Prisotnost žičnice Kanin



Slika 8: Možnost alternativne ponudbe



Slika 9: Zamenjava žičnice Kanin

