

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VIŠKE POSLOVNE ŠOLE
**PRIMERJALNA ANALIZA TURISTIČNIH DESTINACIJ BOVEC IN
SCHENNA**

Ljubljana, 30. avgust 2018

ŽIGA VIDIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Žiga Vidič, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom _____, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem/svetovalko _____ in sosvetovalcem/sosvetovalko _____

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil 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 poskrbel, 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 pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil 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 _____

Podpis študenta: _____

KAZALO

UVOD	2
1 TURISTIČNA DESTINACIJA	3
1.1 Opredelitev pojma turistične destinacije	3
1.2 Značilnosti turistične destinacije	5
1.3 Alternativni, mehki ter kakovostni turizem	8
1.4 Opredelitev destinacije Bovec	8
1.4.1 Poletna sezona	9
1.4.2 Zimska sezona	10
1.5 Opredelitev destinacije Schenna	10
1.5.1 Poletna sezona	11
1.5.2 Zimska sezona	11
1.5.3 Spomladanska sezona	11
1.5.4 Jesenska sezona	12
2 PREGLED DESTINACIJE BOVEC	12
2.1 Zgodovinski pregled turistične destinacije Bovec	12
2.2 Aktualno stanje turistične destinacije Bovec	13
3 TURISTIČNA PONUDBA	14
3.1 Primarna in sekundarna turistična ponudba	14
3.2 Trženje turistične destinacije	15
4 PRAVNE PODLAGE ZA ČRPAJJE SREDSTEV DESTINACIJE	17
4.1 Organizacijski vidiki	17
4.2 Financiranje destinacije, pritek sredstev	19
4.3 Določanje turistične takse	19
SKLEP	22
LITERATURA IN VIRI	23

KAZALO TABEL

Tabela 1: Vrste destinacij	6
Tabela 2: Primerjava destinacije Bovec in destinacije Schenna.....	20

UVOD

Bovec je kraj, v katerem preživim večino svojega časa. Turizem je primarna dejavnost, s katero se ukvarja velik del lokalnega in tujega prebivalstva. Tako sem že od malih nog vpet v turistično zgodbo, ki se odvija v dolini reke Soče. Ker je turistična panoga v zadnjih letih v velikem vzponu in se posledično ponujajo nove priložnosti za mlade generacije, sem s še večjim zanimanjem začel spremljati razvoj Bovca in se soočati s težavami, ki bremenijo destinacijo. Turizem je ena izmed najhitreje rastočih gospodarskih panog, ki postaja skupek vsega, kar omogoča zadovoljevanje najrazličnejših potreb in želja posameznika ter družbe. Vedno moramo biti aktivni in poskušati slediti hitremu razvoju, saj le tako lahko ugodno vplivamo na ekonomsko, družbeno in demografsko stanje.

Turizem je množični družbeni pojav, ki pušča sledi v prostoru, v katerem se pojavlja, in na ljudeh, ki sooblikujejo turistično ponudbo. Pospešuje gospodarski razvoj, zato za posamezni kraj zelo pomembno, da se čim bolj turistično razvija. Turisti, obiskovalci destinacije ustvarjajo turistično potrošnjo.

Namen zaključne naloge je predstaviti občino Bovec, s poudarkom na športnih aktivnostih, podati svoje poglede na stanje v turizmu, predstaviti destinacijo Schenna v Italiji in jo primerjati z destinacijo Bovec ter ugotoviti, kje so največja razhajanja oziroma razlike med omenjenima destinacijama.

Dela sem se lotil s proučevanjem literature, kjer sem uporabljal predvsem metode, ki se nanašajo na iskanje, zbiranje, primerjanje ter analiziranje. Pri tem sem uporabljal strokovno literaturo s področja turizma, različno strokovno literaturo domačih in tujih avtorjev, druge vire, kot so članki na spletnih straneh, ter razne raziskave in poročila. Naloga tako temelji večinoma na analizi sekundarnih podatkov. Dodatno sem opravil še dva intervjuja s strokovnima turističnima delavcema iz Bovca in Schenne, ki sem ju uporabil v zaključku, kjer sem med seboj primerjal obe destinaciji.

Zaključna naloga je razdeljena na pet vsebinskih sklopov. Uvodu sledi podrobnejši opis pojma turistične destinacije. S pomočjo literature sem navedel bistvene značilnosti, ki jih mora imeti vsaka turistična destinacija. Na podlagi pridobljenih podatkov iz literature sem podrobneje opisal turistični destinaciji Bovec in Schenna.

V drugem delu je podan kratek zgodovinski pregled turistične destinacije Bovec. Zgodovinskemu pregledu sledi opis trenutnega turističnega stanja destinacije.

Tretji del opisuje turistično ponudbo – kaj razumemo pod pojmom primarna in sekundarna turistična ponudba. Turistična destinacija Bovec ima bolj razvito primarno ponudbo, vendar se vsako leto opazi dober napredek tudi v sekundarni ponudbi. V tem delu sem predstavil tudi, kaj je pomembno za izboljšanje konkurenčnega položaja destinacije, zato sem govoril o trženju destinacije.

Z vidika konkurenčnosti prav tako pomembno področje financiranja razvoja destinacije sem predstavil v četrtem delu. Tu sem se posvetil predstavitvi pravnih podlag za črpanje sredstev destinacije in določanje turistične takse.

V zadnjem, petem delu so povzeta vsa dejstva obeh destinacij ter opravljena primerjava med njima.

1 TURISTIČNA DESTINACIJA

1.1 Opredelitev pojma turistične destinacije

Nekje v 19. stoletju so se začele pojavljati prve organizirane oblike turizma. Na začetku ni predstavljal velikih razsežnosti množičnega pojava, v katerega se je razvil po 20. stoletju. Množični turizem je najbolj vplival na vzpon gospodarske dejavnosti, zaradi vpliva ekonomije obsega pa so se začeli razvijati tudi novi turistični kraji in regije. Vse bolj so se začele smernice turizma odražati tudi na okolijskem in družbenokulturnem področju. Opazovanje turističnih pojavov je bilo vedno bolj široko in celovito. Dandanes je turizem poznan kot empirična izkušnja, v ospredju pa so čustvene dimenzije, ki jih povezujejo komponente, kot so doživetje, interakcija in odnos. Turisti se za potovanje odločijo, ker si želijo spremeniti okolje, doživeti nekaj novega ter si odpočiti po napornih dnevih. Destinacija je kraj, ki s svojo vsebino zagotavlja vse pogoje, ki so potrebni, da je v očeh turista predstavljen kot prostor, kamor se potuje, počitnikuje in dopustuje (Vodeb, 2014, str. 12).

Turistično povpraševanje, ponudba, transport in trženje so v skupnem pogledu združeni v pojem destinacija, ki turistu služi kot pomoč pri njegovem obisku ter povzroča motive za obisk, še preden se začne nakupni proces. Medtem ko so destinacije zelo raznolike, lahko določimo ključno skupno značilnost, ki destinacijo definirajo kot amalgam s kulturno vrednostjo. Udeleženci, ki sodelujejo v tem amalgamu, so poleg turistov tudi prebivalci destinacije ter zaposleni v raznih turističnih organizacijah, ki v vseh pogledih ustvarjajo končno podobo destinacije. Destinacijo kot amalgam lahko razdelimo na štiri podstavke: atrakcije, nastanitve z gostinskimi in trgovskimi obrati, prometne zmogljivosti, infrastrukturo in organizacijske službe z javnimi uradi. Za nemoteno delovanje turistične destinacije morajo biti vključeni vsi štirje dejavniki, predvsem pa kulturna vrednost destinacije, ki je glavna prednost, da je destinacija lahko privlačna za turiste in je končna celostna izkušnja porabnika pozitivna. Ključna značilnost je tudi raznovrstnost udeležencev, ki so aktivni na destinaciji. Ti udeleženci čez leto uporabljajo različne objekte in organizacije (trgovine, športne objekte, gostinske objekte) kot zaposleni ali prebivalci, v drugih določenih obdobjih pa destinacijo obiskujejo turisti, zato lahko med skupinama prihaja do nesoglasij. Ker tako destinacijo uporabljajo tako prebivalci kot tudi turisti, je pomembno, da so turistične aktivnosti pravilno vnesene v okolje: s časovnimi ali prostorskimi omejitvami, z vključevanjem vseh deležnikov v proces, vključevanjem upravljavcev v primeru konfliktov,

s planiranjem na pravilen razvoj turizma ter obveščanjem vseh udeleženi na turistični destinaciji (Cooper, Fletcher, Gilbert & Wanhill, 1998, str. 101–107)

Beseda destinacija danes v veliki meri označuje tudi določeno turistično območje, regijo, državo ali celo kontinent. Lahko jo razumemo tudi kot optimalno sestavljen prostor, ki s svojimi pomembnimi značilnostmi in sposobnosti omogoča in ustvarja pogoje, ki bodo omogočali dolgoročne pozitivne turistične rezultate (Magaš, v Gomezelj Omerzel, 2006, str. 15).

Turistične destinacije so bile v preteklosti pogosto opisane kot zmes turističnih produktov, doživetij ter drugih storitev, ki so ponujene turističnim potrošnikom. Stari koncept je v začetku 80. in 90. let temeljil na uporabi turističnih vodnikov, katalogov in brošur, s katerimi so destinacije promovirale potovanja v njihova območja. Turistična organizacija je ta način razvila predvsem za oglaševanje večjih geografsko opredeljenih območij, kot so države, državne regije, mesta in razna letovišča. Dandanes turist pojem turistična destinacija razume kot geografski prostor, kamor turist potuje in tam za nedoločen čas tudi ostane.

Destinacija mora vsebovati šest sestavnih delov:

- atrakcije,
- aktivnosti,
- udobje,
- dostopnost,
- razpoložljive pakete,
- pomožne storitve (Page & Connell, 2006, str. 321).

V dostopni literaturi je na voljo veliko različnih definicij, ki opredeljujejo turistično destinacijo. Najpogosteje je mogoče zaslediti definicijo Tanje Mihalič (2008, str. 161), ki turistično destinacijo opiše kot geografsko območje, ki s svojimi privlačnostmi v turistu spodbudi željo po potovanju.

Vsaka destinacija mora vsebovati:

Privlačnosti, ki so lahko naravne, kulturne in socialne, ter primarno turistično ponudbo, ki povzroči potencialno in realno turistično povpraševanje.

Vsebuje elemente sekundarne turistične ponudbe in organizacije, ki se ukvarjajo z oblikovanjem turističnih proizvodov, ki jih turisti na destinaciji pričakujejo. Sem spadajo različne nastanitvene kapacitete, ceste, storitveni objekti, skratka celotna splošna in turistična super-infrastruktura.

Nujen element je dostopnost lokacije. Razvite morajo biti prometne povezave za lažjo dostopnost do destinacije.

Izpolnjevati mora politične in pravne pogoje za destinacijo, kar je pogoj za skupno promocijo ter razvoj novih turističnih produktov.

Turistične destinacije lahko razdelimo tudi glede na merilo velikosti obiskanega območja, pri čemer ločimo: makro destinacije (npr. Azijo) in mikro destinacije (npr. regije, države, mesta znotraj Azije) ali celo turistično bolj obiskane predele znotraj mesta (predel rdečih luči v mestu Bangkok). Makro destinacije lahko vsebujejo več mikro destinacij. Lahko govorimo o Evropi kot makro destinaciji in o posameznih evropskih državah (npr. Sloveniji, Avstriji) kot mikro destinacijah. Podobno lahko Slovenijo enačimo z makro destinacijo in jo razdelimo na mikro destinacije, ki so lahko posamezne regije države (npr. Štajerska, Gorenjska) (Konečnik Ruizzer, 2007, str. 119).

1.2 Značilnosti turistične destinacije

Najbolj poznana značilnost turistične destinacije je njen integralni turistični proizvod oziroma večdimenzionalen produkt, ki je sestavljen iz različnih produktov ter storitev. Destinacija vsebuje tudi druge ekonomske in socialne značilnosti, ki so povezane z delovanjem javnega, zasebnega in civilnega sektorja. Ključna značilnost ali pogoj destinacije je gostoljubna skupnost, ki vpliva na uspešnost destinacije na turističnem trgu. Za celovito vodenje kompleksnega sistema destinacije skrbi javni organ ali izvoljeni odbor z odgovornostjo načrtovanja. Turistična destinacija ponavadi temelji na naravnih virih. To so viri, ki lahko s pomočjo valorizacije postanejo potencialne turistične privlačnosti. Preoblikovanje takšnih virov v privlačnosti je nujno, saj predstavljajo glavni motiv za potovanje v očeh turista (Vodeb, 2014, str. 22–23).

Čeprav se destinacije v najstrožjem smislu ne predstavljajo kot sektor turistične industrije, so poznane kot naravne fokusirane točke, kjer se izvajajo turistične aktivnosti. Ray Youell (1999, str. 25) prikazuje sliko, ki kaže, da je destinacija lahko prikazana kot nekakšen dežnik, pod katerega spadajo različni sektorji turistične industrije, ki s skupnim delovanjem zagotavljajo potrebno infrastrukturo in storitve. Tipična turistična destinacija ima različne organizacije, ki v povezavi z javnimi organi na splošno sodelujejo pri razvoju infrastrukture, načrtujejo turistične storitve in skrbijo za promocijo turistične destinacije. Na drugi strani pa zasebni upravitelji nudijo zmogljivosti za obiskovalce, kot so nastanitve, oskrba, atrakcije in razvedrila:

- Nastanitve in oskrba: znan tudi kot gostoljubni sektor, ki turistom na turistični destinaciji med potovanjem zagotavlja prenočišča in prehrano. V ta sektor spadajo hoteli, penzioni, restavracije, lokali s hitro prehrano ter širok obseg druge ponudbe.
- Transport: prevozni sektor pokriva različne vrste transporta po kopnem, zraku in vodi. Sem spadajo prevozi na destinacijo z vlakom, letalom, taksijem, avtobusom in drugimi transportnimi sredstvi. Razvoj transporta je bil v preteklosti eden ključnih dejavnikov za vzpon in rast turizma.

- Turistične atrakcije: imajo verjetno največjo vlogo v turističnem svetu, saj so glavni povod in motivacija za potovanje turista. Področje sektorja privlačnosti je neizmerno široko, saj so turistične atrakcije lahko definirane kot katera koli stvar, ki je zaznana v očeh turista. Ponavadi so to atraktivni kraji, svetovno znane znamenitosti ali pa naravne danosti, kot je na primer reka Soča.

Tudi Hudson (2008, str. 392) želi turistične atrakcije prikazati kot najbolj pomembne komponente turističnega sistema, ki so glavna motivacija za potovanje na destinacijo. Navaja tudi razdelitev atrakcij na naravne in takšne, ki so ustvarjene s pomočjo človeka. Tabela v nadaljevanju prikazuje vrste destinacij, razdeljene po naslednjih merilih.

Tabela 1: Vrste destinacij

Tip destinacije	Opis destinacije
Mednarodne destinacije	Destinacije, ki so najbolj zaželene za obisk in obiskane v večjem številu.
Klasične destinacije	Destinacije, ki imajo naravno, kulturno ter zgodovinsko privlačnost, so obiskane predvideno daljšo časovno obdobje.
Letovišča, zgrajena s pomočjo človeka	Destinacije, kjer so letovišča osrednja privlačnost. Obiskovalci so omejeni in le redko zapustijo letovišče. Pod to kategorijo štejemo na primer All-inclusive resort Hilton Hawaiian.
Naravna območja ali destinacije v divjini	Destinacije, ki imajo visoko naravno privlačnost in so v območju redkih vrst flore in favne. V to skupino spadajo na primer naravni rezervati v Afriki ter Galapaški otoki.
Alternativne destinacije	Dandanašnje sodobne destinacije, kot so sodobni tematski parki, masivni nakupovalni centri ter priljubljena križarjenja.
Poslovno-turistične destinacije	Destinacije, kjer maloprodajni ter zabavni sektor omogočata daljša poslovna srečanja in druženja.

Se nadaljuje

Tabela 2: Vrste destinacij

Namembni kraji	Vmesno postajališče med krajem bivališča ter končno destinacijo. Velika ponudba prenočišč ter gostinskih obratov.
Destinacije za krajši čas	Destinacije v nacionalnih in internacionalnih mejah, če so atrakcije na destinaciji dovolj privlačne.
Dnevne destinacije	To so najpogostejše od vseh destinacij, ki privabljajo regionalne dnevne obiskovalce.
Makro destinacije	Delitev destinacije glede na velikost prostora. Sestavljene so iz več mikro destinacij.
Mikro destinacije	Delitev destinacije glede na velikost prostora.
Heterogene destinacije	Primer heterogene destinacije je Slovenija. Destinacije, sestavljene iz več osnovnih značilnosti.
Homogene destinacije	Primer homogene destinacije je Malta. Ponavadi vsebujejo samo eno značilnost.
Monovalentne destinacije	Imajo samo eno sezono ali ponujajo samo eno glavno privlačnost destinacije. Imajo samo eno vrsto turizma. Primer so obmorski kraji.
Bivalentne destinacije	Destinacije, ki imajo dve različni privlačnosti, vpeti v dve različni sezoni v dveh različnih letnih časih. Primer je Bovec.
Polivalentne destinacije	Destinacije brez izrazite sezone. Primer so velika svetovna mesta in letovišča ter klimatska zdravilišča. Na teh destinacijah sta prisotni visoka uspešnost ter visoka izraba zmogljivosti.

Vir: Hudson (2008).

1.3 Alternativni, mehki ter kakovostni turizem

Pojem alternativni turizem je bil ena izmed priljubljenih oblik potovanja v osemdesetih letih, ko so turisti z nahrbtnikom in malo denarja potovali predvsem v manj razvite dežele. Danes nekateri avtorji to obliko turizma uporabljajo kot sinonim za ekološki turizem ali okolju prijazen turizem. Glavna prednost ali tema vseh oblik alternativnega turizma je razlikovanje ali odstopanje od vseh značilnosti masovnega turizma. Tukaj se kaže tudi nastanek alternativnega turizma, saj se je začel pojavljati kot upor proti negativnim posledicam masovnega turizma. Posledično se je pojavil tudi drugačen tip turista, ki je zamenjal masovnega turista. To so bili alternativni turisti ali svetovni popotniki, ki so potovali na lastno pest, v želji po odkrivanju novih spoznanj in značilnosti v deželi gostiteljice. Kasneje je začel tudi alternativni turizem kazati znake masovnega turizma (Mihalič, 2006, str. 87–89).

Kot mehki turizem CIPRA2 opredeljuje »promet gostov, ki omogoča medsebojno razumevanje med domačini in gosti, ki ne škoduje kulturnim značilnostim obiskovanih predelov in ravna s pokrajino kar čim bolj prizanesljivo« (Mihalič, 2006, str. 90–91).

V nadaljevanju je mehki turizem predstavljen kot turizem, ki v nasprotju z masovnim turizmom ne povzroča škode, največja razlika pa je v tem, da mehki turizem pogosto vsebuje tako turistično povpraševanje kot tudi turistično ponudbo. Ta tip turizma je bil najbolj priljubljen in obetajoč za destinacije, ki v določenem času zaradi finančnih razlogov niso bile še dovolj primerno razvite, na drugi strani pa so na adaptacijo takega tipa turizma pritiskale predvsem naravne danosti.

Trajnostni oziroma ekološko vzdržen turizem lahko imenujemo tudi kakovostni turizem. Glavno načelo so ekološki, socialni in ekonomski razvoj v prihodnosti. Skrbi, da sedanja ekonomska aktivnost ne bo imela negativnih ekoloških, socialnih in ekonomskih posledic v prihodnosti. Takšen razvoj zagotavlja:

- kakovost življenja avtohtonega prebivalstva,
- dobro počutje gostov,
- varovanje naravnega okolja,
- omogočanje gospodarskega razvoja, ustvarjanje delovnih mest in dohodka.

Kakovostni turizem lahko na koncu opredelimo kot turizem, ki koristi vsem vpletenim stranem. Lahko ga razumemo tudi pod drugim imenom – inteligentni turizem, saj ima na okolje najmanj negativnih vplivov (Mihalič, 2006, str. 92–93).

1.4 Opredelitev destinacije Bovec

Na turistični destinaciji Bovec zaradi neokrnjene narave ter gorske pokrajine prevladujeta gorski in športni turizem. Bovško območje ima tipičen gorski oziroma alpski značaj, ki je v

kombinaciji z naravnimi danostmi, kot je smaragdna reka Soča, primerno za aktivno ali pasivno preživljanje prostega časa. Turisti se za izbiro te destinacije pogosto odločajo zaradi možnosti izvajanja športnih aktivnosti, kot so vodni športi, kolesarjenje, gornišтво ter pohodništvo. Posledično struktura gostov vsebuje predvsem športne turiste, ki se na počitnice odpravijo izključno zaradi športnega udejstvovanja. Posebnost alpske destinacije Bovec je, da gre za sezonski turizem, ki sem ga opisal že zgoraj. Glede na ta opis Bovec spada med bivalentne destinacije ali destinacije z dvema izrazitima sezonama, poletno ter zimsko (Dolina Soče, brez datuma).

1.4.1 Poletna sezona

Destinacija Bovec je za obiskovalce privlačna predvsem zaradi aktivnosti na prostem, torej je izvajanje turističnih aktivnosti precej vezano na vremenske razmere. Te so zaradi lokacije destinacije veliko ugodnejše v toplejših mesecih, kar se pozna tudi na obisku in posegu po turističnih storitvah. Poleg ugodnejšega vremena je kot enega izmed dejavnikov, ki vplivajo na večji obisk, zagotovo treba omeniti tudi počitnice in povečano število dopustov med prebivalstvom v Sloveniji ter tudi v tujini.

V aktualnih razmerah je turistična ponudba Bovca z okolico vezana predvsem na možnost izvajanja športnih aktivnosti na reki Soči, pohodništvo, kolesarstvo ter ostale aktivnosti na prostem. Zavedati se je treba, da so številni turistični ponudniki, ki nudijo izvajanje športnih aktivnosti in adrenalinskega turizma, s svojo poslovno aktivnostjo neposredno vezani na reko Sočo. Med najpogostejšimi storitvami je nudenje izletov z raft čolni; številni nudijo kajak šole, kajak izlete ter rečni bob. V sklopu adrenalinskega turizma izvajajo tudi vodene izlete soteskanja po manjših rekah. Omembe vredni so še pustolovski parki ter spust po jeklenici (Poletna ponudba, brez datuma).

Destinacija nudi tudi številne nevodene dejavnosti. Tako se obiskovalci lahko odpravijo na pohode po označenih poteh, ki so speljane po nižjih delih, ter po urejenih poteh, ki vodijo do vrhov v okolici. Za ljubitelje hribov so v okolici na voljo tudi plezališča različnih težavnosti, namenjena prostemu plezanju.

Kot glavni atrakciji za segment obiskovalcev, ki jih zanima pohodništvo, bi izpostavil učno Soško pot, ki poteka od izvira reke, ki se nahaja v Triglavskem narodnem parku, pa do mesta Bovec. Soška pot je kot ena izmed 43 etap vključena v večji multinacionalni projekt »Alpe Adria Trail«, ki povezuje kraje na poti od Velikega Kleka v Avstriji do italijanskih Milj (Alpe Adria Trail, brez datuma).

Prav tako destinacija nudi tudi možnost kolesarjenja po urejenih poteh v dolini ter nekaj poteh, namenjenih spustu, ki zahtevajo nekoliko večji vložek, saj je treba zagotoviti popolno varnost.

Glede na naravo kulturnozgodovinskih spomenikov pa bi tudi te uvrstili med poletno sezono, saj je trdnjava Kluže v času zimske sezone zaprta, ostali spomeniki in muzeja na prostem, Ravelnik in Čelo, pa se prav tako nahajajo na prostem. Vsi spomeniki ter muzeji so povezani v učno pot, Pot miru, ki povezuje vse točke s tematiko 1. svetovne vojne (Ustanova "Fundacija Poti miru v Posočju", brez datuma).

1.4.2 Zimska sezona

Zimska sezona za destinacijo predstavlja obdobje, ki je manj obiskano. Glavni razlogi za obisk destinacije v hladnejšem delu leta so možnost smuke na bližnjih smučiščih, turno smučanje, ledeno plezanje ter tek na smučeh. Ključna atrakcija zimske sezone je trenutno smučišče Kanin – Sella Nevea, ki je po opravljenih prenovitvenih delih v letu 2017 ponovno začelo obratovati. Poleg tega v kraju Log pod Mangartom ob zadostnih snežnih pogojih obratuje tudi manjša vlečnica, primerna za družine z otroki. Ob dovoljšni količini zapadlega snega so urejene proge za tek na smučeh različnih dolžin in zahtevnosti.

Športne agencije, ki poleti nudijo aktivnosti na vodi, v zimskih mesecih bodisi ne obratujejo ali pa nudijo možnost izposoje smučarske opreme, vodene izlete sankanja, krpjanje ter možnost spusta po jeklenici (Bovec, brez datuma). Tudi izvajanje teh aktivnosti precej vezano na vremenske oziroma predvsem snežne razmere, zato je treba izpostaviti trend dviganja temperature ter milejših zim z manj snežnimi padavinami, ki onemogočajo izvajanje omenjenih aktivnosti v celoti (Ministrstvo za okolje in prostor, 2010).

1.5 Opredelitev destinacije Schenna

Turistično destinacijo Schenna lahko v nekaterih pogledih primerjamo s turistično destinacijo Bovec. Za Schenno je prav tako značilna neokrnjena narava z gorskim in podeželskim pridihom. Prevladujeta športni in gorski turizem s poudarkom na pohodništvu. Je destinacija, ki s podeželskimi čari omogoča počitnice, ki ponujajo kakovostno aktivno kot tudi pasivno preživljanje prostega časa. Struktura gostov je različna. Lahko bi rekli, da destinacija, kot je Schenna, poskrbi za vsak tip turista. Prednost Schenne je v tem, da ne gre za sezonski turizem, temveč je sezona sorazmerno razporejena čez vse leto. Tako destinacijo označimo za polivalentno, saj nima izrazite sezone. Po opredelitvi Mihaličeve (2006, str. 90–91) Schenno uvrščamo med mehki turizem, saj vsebuje tako turistično povpraševanje kot tudi turistično ponudbo. Promet gostov pa omogoča medsebojno razumevanje med domačini in gosti, ki ne škoduje kulturnim značilnostim obiskovanih predelov. Po pogovoru z uslužbencem lokalne turistične organizacije (LTO) v Schenni vse navedene značilnosti držijo.

1.5.1 Poletna sezona

Poletni dopust v Schenni je odlična priložnost, da se povežemo z neokrnjeno naravo. Poletje je posebej priljubljena sezona v Meranu in okolici ter privablja številne turiste. Dopust v tem času je odličen za pohodništvo. Vključuje sprehode do številnih planinskih koč, pa tudi visokogorske ture in izzivalne plezalne vzpone do najlepših gorskih vrhov. Planinci lahko uživajo v plezanju in skalah z ali brez izkušenega vodnika. Okolica mesta Schemna ponuja približno 200 km pohodniških poti, okolica Merana pa še kakšnih 300 km. Vse poti so dobro označene in lahko dostopne. Pohodna sezona traja od marca do novembra. Eden od vrhuncev pohodniškega dopusta v Schenni je obvezen kulinarčni postanek v eni od številnih kmečkih koč ali gorskih restavracij. Ponujajo okusne domače južnotirolske specialitete. Po dolgem dnevu na prostem se lahko pohodniki sprostijo v eni izmed številnih spa hotelov, ki jih ponuja Schemna.

Aktivni dopust v Schenni ponuja tudi kolesarjenje, jahanje, plavanje, padalstvo in golf.

V primeru slabega vremena destinacija ponuja številne zunanje in notranje bazene, pa tudi spa centre, kjer je poskrbljeno za dobro vzdušje in aktivno preživljanje dopusta, tudi ko so zunanje aktivnosti onemogočene (Tourist office Scena, brez datuma a).

1.5.2 Zimska sezona

Zimska sezona je v Schenni dobro razvita. Pet smučarskih območij ponuja zimske športe na vseh ravneh. Nad zdraviliškim mestom Merano je družinsko smučišče Merano. S približno 40 km prog smučišče, ki leži na 2000 metrih nadmorske višine, privablja tudi deskarje na snegu in »freeriderje«, ki lahko svoje sposobnosti testirajo na več širokih pobočjih in zahtevnejših progah. V bližnji planinski vasi Plan/Pfelders je smučišče, ki ponuja pestro raznolikost prog. Smučišče Val Senales/Schnalstal na 3000 metrih nadmorske višine smučarjem omogoča smučarsko sezono od septembra do maja, saj gre za območje ledenika.

Zimsko sezono popestrijo tudi drugi zimski športi. Široka pobočja in sončni zabavni parki so kot nalašč za deskanje na snegu, slikovite planinske poti pa so idealne za tek na smučeh v Alpah. Nedotaknjeno naravno pokrajino območja je mogoče raziskati s smučarskimi turnejami, vožnjami s sanmi ali z zimskimi pohodi. Priljubljena je tudi romantična konjska vožnja sani, ki je kot nalašč za pare in družine. V mestu in okolici je tudi več drsališč, ki ponujajo zabavo vsem generacijam. Ob sončnem popoldnevu lahko gostje plavajo v številnih bazenih ali obišejo savno na termalnih kopališčih (Tourist office Scena, brez datuma b).

1.5.3 Spomladanska sezona

V spomladanskem času sta najbolj priljubljena kolesarjenje in pohodništvo. Pohodniške poti v Schenni so zelo raznovrstne, preproste sprehajalne poti, kot je Maiser Waalweg,

omogočajo pohod do planinskih pašnikov in koč. Spomladanski sprehodi navdušujejo vse ljubitelje cvetja, saj je veliko poti speljanih skozi cvetoče sadovnjake. Še bolj zanimiv pa je spomladanski obisk botaničnih vrtov gradu Trauttmansdorff, kjer si je mogoče ogledati cvetoče rastline z vsega sveta. Za bolj pogumne pa so aktualne visokogorske poti, ki omogočajo vzpon do najvišjih vrhov. Pet žičnic in sedežnic omogoča lažjo dostopnost visokogorskih poti. Gorskim kolesarjem so na voljo dobro označene poti (Peer S.r.l., brez datuma a).

1.5.4 Jesenska sezona

V jesenskem času obiskovalci uživajo v naravi, ki prikazuje svoje najlepše barve. Najbolj aktualni so jesenski pohodi. Tudi številni hoteli svojim gostom nudijo sproščujoče jesenske sprehode. Organizirajo sprehode daljših in krajših razdalj s poudarkom na meditaciji in sproščanju. V jesenskem času so vse bolj obiskane tudi termalne kopeli v Meranu. Razna zdravilišča, fitnesi in savne poskrbijo za dobro počutje in sproščujoče vzdušje. Turisti si svoj dopust lahko popestrijo z raznimi kulturnimi prireditvami ter kulinaricnimi večeri (Peer S.r.l., brez datuma b).

2 PREGLED DESTINACIJE BOVEC

2.1 Zgodovinski pregled turistične destinacije Bovec

Bovec je najstarejše mesto ter osrednji kraj na Bovškem, leži v Bovški kotlini, ki je obdana z visokimi gorami, kjer lahko zagledamo tudi najvišjo goro v Sloveniji, Triglav. Čeprav Bovška kotlina leži v osrčju alpskega visokega sveta, ima čez leto zelo omiljeno alpsko podnebje, kar lahko občutimo zlasti v zimskem obdobju. Nanos snega traja le 50 dni, snežna odeja pa ne presega 18 centimetrov. V poletnih časih se kotlina zaradi močnega sonca zelo ogreje, za ohladitev pa velikokrat poskrbijo nenadne popoldanske nevihte. Tak tip podnebja je idealen za razvoj zdraviliškega turizma. Pred prvimi znaki turizma so se prebivalci v Bovcu ukvarjali predvsem s poljedelstvom in živinorejo. Po vojni je začel odstotek prebivalstva, ki se je ukvarjal s kmečkimi obrtmi, upadati, razvijati pa so se začeli manjši industrijski obrati. Vedno bolj se je začela razvijati tudi turistična panoga, ki je Bovcu odpirala nove možnosti za razvoj. Vedno bolj so se prebivalci Bovca zavedali, da je treba izrabit naravne danosti v zgornjem Posočju, ki so idealne za razvoj alpskega turističnega centra. Zaradi dolge zime na gori Kanin so se odločili za razvoj zimskega turizma, ki bi z urejenim smučiščem na kaninskih podih privabljal turiste iz Slovenije in širše Jugoslavije. Leta 1972 so se začeli prvi premiki, saj se je začela gradnja hotela Kanin ter gondolske žičnice, ki bi prevažala smučarje na smučišče, kjer bi bilo za goste poskrbljeno tako z urejenimi progami, številnimi sedežnicami ter sodobno restavracijo. Zaradi pospeševanja stacionarnega turizma so se začele povečevati nastanitvene kapacitete z apartmajskim naseljem v Kaninski vasi, največja želja pa je bila boljša prometna povezava z osrednjo

Slovenijo, ki bi gostom omogočala lažjo dostopnost, saj je edina cesta, ki pelje čez prelaz Vršič, v zimskem obdobju večino časa neprevozna (Fon & Uršič, 1982).

Oblika turizma na Bovškem se že dolga leta oblikuje na podlagi naravnih danosti. Neokrnjena narava, smaragdna reka Soča in številne gore, ki ponujajo različne pohodniške aktivnosti, že od nekdaj privabljajo določen profil turistov. Predvsem so to ljudje, ki si želijo aktivno preživeti svoj prosti čas, bodisi z vodnimi športi na reki Soči, kolesarjenjem ali pohodništvom. V zimskem času pa se tu ne nazadnje najdejo tudi smučarji in alpinisti, ki obiskujejo Kaninsko gorovje. Obstaja tudi druga vrsta turistov, ki prihajajo bolj iz kulturnih razlogov in zaradi raznih jarkov, utrdb ter kavern, ki prikazujejo ostanke 1. svetovne vojne (Kajzelj, 2011).

2.2 Aktualno stanje turistične destinacije Bovec

Potencialni obiskovalci destinacije Bovec z okolico so širše gledano vsi turisti, ki obišejo Slovenijo. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije število turistov iz leta v leto narašča. Večino obiskovalcev predstavljajo tuji. Kot potrditev temu služijo podatki, da je v letu 2015 Slovenijo obiskalo 2.706.781 turistov iz tujine, 1.220.749 pa je bilo domačih turistov, ki so uporabili turistične storitve. Skupno število nočitev turistov v Sloveniji se je iz 9.590.642 v letu 2014 povečalo na 10.341.699 v letu 2015, kar potrjuje naraščajoč trend turističnih obiskov (Slovenska turistična organizacija, brez datuma).

Tudi za občino Bovec velja trend naraščanja števila turističnih obiskov. V letu 2015 so zabeležili 93.078 turistov, ki so opravili 226.257 nočitev. Večina turistov prihaja iz Nemčije, sledijo jim Čehi, Avstrijci, Nizozemci in Italijani, kar kaže na skladnost stanja s situacijo na ravni države, saj tudi tu tuji obiskovalci prevladujejo pred domačimi (Slovenska turistična organizacija, brez datuma).

Zaradi različnih, tako infrastrukturnih kot tudi naravnih danosti, se praviloma celoletno razdobje deli na sezone, ki so posledica sezonskega gibanja povpraševanja po turističnih storitvah, saj je panoga močno vezana na zmožnost koriščenja prostega časa posameznikov, finančne sposobnosti ter tudi vremenske razmere na destinaciji.

Na podlagi ponudbe ter situacije v praksi se zdi smiselno razdobje enega leta na destinaciji Bovec razdeliti na dve sezoni, zimsko in poletno. Medtem ko glavna konkurenčna prednost destinacije ostajajo naravne danosti, ki obiskovalcem omogočajo izvajanje številnih aktivnosti na prostem, aktualnih predvsem v toplejših mesecih, torej v času poletne sezone, je destinacija v zimski sezoni za zdaj precej vezana na obstoječo infrastrukturo, ki omogoča izvajanje določenih aktivnosti tudi v zimskem času.

Kot uvod v nadaljnjo analizo obeh sezon bi lahko rekel, da je v Bovcu trenutno prevladujoča poletna sezona. Za lažjo prestavo: avgusta 2015 je Bovec obiskalo 35.019 turistov, februarja pa zgolj 175 (Slovenska turistična organizacija, brez datuma).

3 TURISTIČNA PONUDBA

Sestavni del turističnega sistema je tudi turistična ponudba, ki je heterogena, saj ni sestavljena samo iz turističnih gospodarskih dejavnosti, ampak tudi iz drugih dejavnosti, kot so na primer obrt, trgovina in promet. Vsebuje ponudbo, ki je sestavljena iz kulturnih, naravnih in socialnih privlačnosti ter že zgrajenih nastanitev ter proizvedenih dobrin. Turistična ponudba je na nekaterih destinacijah prisotna samo v določenih sezonah, predvsem zaradi naravne ponudbe, ki je dostopna na primer samo v poletnih mesecih. Zato je turistična ponudba tudi prostorsko in časovno omejena. Odvisna je od turističnega povpraševanja, ravni cen ter kakovosti turističnih privlačnosti (Mihalič, 2006, str. 15–16).

3.1 Primarna in sekundarna turistična ponudba

V ta sklop so zajete vse dobrine, ki predstavljajo glavne turistične privlačnosti. Največkrat niso proizvod dela ali pa jih človek ne more več proizvajati. Govorimo o naravnih ter kulturnih privlačnostih, ki se delijo na naravne ter antropogene dobrine. Naravne dobrine so podnebje, gore, reke, morje ter pokrajine. Človek na njihovo količino nima vpliva, tako kot ne more vplivati na njihovo kakovost ter jih v primeru izrabe ne more na novo proizvajati. Tistim dobrinam, ki so plod človekove ustvarjalnosti iz daljne preteklosti, pravimo antropogene dobrine. Glavna razlika je, da teh dobrin ali dela iz preteklosti danes ni mogoče ponoviti ali pa vsaj ne na tako kakovostni ravni, kot so bile ustvarjene. Primer sekundarne ponudbe so piramide in pariški Louvre (Mihalič, 2008, str. 150–151).

Sekundarna turistična ponudba je pogosto opisana tudi kot turistična infrastruktura ter obsega turistične privlačnosti, proizvode in storitve, ki so proizvedene s pomočjo človeka. Delimo jo na osnovno infrastrukturo, turistično infrastrukturo ter turistično superstrukturo. Osnovna infrastruktura je sestavljena iz naprav in objektov, ki se uporabljajo posredno, povpraševanja turistov pa ni. Dober primer je komunalna ureditev, kot so vodovod, kanalizacija ter električna in plinska napeljava. Turisti neposredno povprašujejo po turistični infrastrukturi, ki predstavlja zmogljivosti, ki ponujajo storitve in proizvode, kot so nastanitve, turistične agencije in športna igrišča. Pod turistično superstrukturo spadajo vsi proizvodni obrati in storitve v gostinstvu, agencijah in transportu, po katerih turisti povprašujejo (Mihalič, 2008, str. 152).

Bovec ima pestro primarno turistično ponudbo. Celotno občino zaznamujejo prelepi slapovi, izviri, gorska jezera, potoki, reka Soča in Koritnica, mimo katerih vodijo številne pohodniške poti. Izmed visokogorskih kraških posebnosti so najznačilnejša korita, ki so jih izoblikovali reke in potoki. Kaninsko pogorje je najlepša lokacija za spoznavanje visokogorskega krasa ter odlično izhodišče za ture na okoliške vrhove. Najbolj vidne značilnosti visokogorskega krasa na Kaninu so: žlebiči, kotliči, škraplje in skednji. Vidimo lahko ene izmed najglobljih brezen na svetu, zanimivi pa so tudi številna melišča in naravni mostovi. Po vsej občini je mogoče opaziti vplive 1. svetovne vojne v obliki strelskih in obrambnih jarkov, bunkerjev.

Vidne so tudi druge privlačnosti, ki so povezane z zgodovinskim nastankom, razne trdnjave, cerkve, pokopališča (vojaško pokopališče v vasi Soča, cerkev Device Marije Lavretanske v Trenti, cerkev sv. Jožefa v Soči, spomenik padlim v Golobarski bitki, vojaško pokopališče v Bovcu, Soška pot, spomenik Julius Kugy, Dom Trenta, trdnjava na Predelu, vojaško pokopališče v Trenti, trdnjava Kluže).

O visoki razvitosti sekundarne turistične ponudbe Bovec še ne moremo govoriti, vendar se vsako leto opazi dovršen napredek predvsem v vlaganju v osnovno in turistično infrastrukturo. Vedno več turističnih ponudnikov se vse bolj zaveda, kako pomembni so oblikovanje boljše ponudbe, stalen razvoj in oblikovanje novih turističnih proizvodov, saj je to ključni cilj k povečanju zanimanja turistov za kraj. Pomembno je, da razvoj poteka v tej smeri, da turist po končanem dopustu želi destinacijo obiskati ponovno, zato je poleg ključne primarne turistične ponudbe pomembna tudi sekundarna ponudba. K izboljšanju turistične ponudbe, predvsem infrastrukture, veliko pripomorejo razne podporne institucije (podjetniški skladi ipd.). Turistična superstruktura se počasi izboljšuje, za njen nadaljnji razvoj pa je potrebno oblikovanje še večjega števila turističnih proizvodov, predvsem pa vzpostavitev večje povezanosti in sodelovanja med že izoblikovanimi proizvodi.

Osnovno infrastrukturo v Bovcu predstavljajo izboljšane lokalne in regionalne ceste, urejene kanalizacije, zadovoljiv vodovodni sistem in urejene čistilne naprave v večjih krajih

Turistično infrastrukturo v Bovcu predstavljajo številna gostišča in penzioni, hoteli, ponudniki apartmajev in sob, urejene lokacije ob reki Soči, kampi, smučarski center Kanin in turistično-informacijski center.

Turistično superstrukturo v Bovcu predstavljajo TIC Bovec, ki je pomemben pri vodenju in informacijah, urejene tematske poti (Bavščica, Plužna, Zadnjica, slap Boka), številne urejene pohodniške, učne in kolesarske poti, ribištvo v reki Soči z ribiškimi dovolilnicami, organizirana izvedba turističnih produktov, vodni športi (soteskanje, hydro-speed, kajka, kanu, rafting), nove športne aktivnosti (spust po jeklenici, adrenalinski parki) in razne prireditve (Občina Bovec, brez datuma a).

3.2 Trženje turistične destinacije

Za turistične destinacije je najbolj pomembno, da se čim bolj dosledno razvijajo in dobro tržijo svoje dobrine. Za izboljšanje konkurenčnega položaja destinacije vse bolj potrebujejo trženjske razvojne strategije, ki predvidevajo vlogo ponudbe in povpraševanja, strukturo in kakovost dobaviteljev, distribucijske kanale, trg, organizacijsko strukturo in predvsem aktivno vlogo javnega ter zasebnega sektorja.

Temelj za razvijanje destinacijskega trženja je predvsem na: raziskavah in razvoju ter inovacijah, oblikovanju celovitosti ponudbe destinacije, večji pestrosti proizvodov, pospeševanju po razvoju novih sodobnih tehnologij, večji koordinaciji med ponudniki

turističnih in gostinskih storitev, lokalnimi, regionalnimi, področnimi turističnimi organizacijami na eni strani ter tujimi in domačimi organizatorji potovanj na drugi.

Pri razvoju turizma pa niso pomembni le ugodni poslovni rezultati, temveč tudi uravnotežen razvoj v interesu gospodarstva, družbenega in naravnega okolja. Pomembno je, da organizatorji in snovalci turizma na destinaciji poznajo strukturo in značilnosti prebivalcev. Dobro je, da se prebivalci čim bolj aktivno vključijo v strateške odločitve o razvoju turistične destinacije. V preteklosti se je pokazalo, da prav domače prebivalstvo lahko opravi veliko neposrednih in posrednih storitev, pomembnih za turiste. Kaj je pomembno za turistični kraj? Najprej je treba poskrbeti za to, da bo turistični kraj privlačen za obiskovalce, investitorje in tudi za prebivalce. To je ključno za dolgoročen uspeh na turističnem trgu. Če prebivalci v obstoječih razvojnih usmeritvah turizma ne vidijo koristi zase, kraj izgubi vitalno sestavino svoje identitete. Tako izgubi privlačnost za prebivalce, kar posledično lahko pripelje do izseljevanja in postopne degradacije kraja (Hosting, brez datuma; Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, brez datuma).

Iz tega lahko potegnem zaključek, da je za lokalno prebivalstvo prav gotovo uspešen turizem pomemben za izboljšavo kakovosti njihovega življenja. Pomembno je, da primarna pravica o odločanju o razvoju kraja pripada prav lokalnemu prebivalstvu, saj najbolj pozna njegove danosti in prednosti. Pomembno je, da s svojimi preudarnimi odločitvami zna zaščititi njihovo okolje in kulturno identiteto. Vedno pogosteje pa se upošteva zgolj gospodarska korist, premalo pa nujni pogoji za razvoj turizma. Če je lokalno prebivalstvo aktivno udeleženo pri razvoju turizma, to pomeni, da lahko razvoju turizma nudi veliko več in ima od tudi veliko večjo korist. V nasprotni smeri, ko se turizem razvija mimo njih, to pripelje do nezadovoljstva in nesporazumov, kar posledično slabo vpliva na celotno turistično dogajanje.

Turistična ponudba Bovca se po mojem mnenju nezadostno prilagaja turističnemu povpraševanju, posebno v segmentih, kot so trženje turizma in turističnih nastanitev, oblikovanju turističnih produktov ter sodelovanju nosilcev turizma z ostalimi gospodarskimi subjekti. Turistična ponudba vsaj deloma zaostaja za pričakovani turisti. Menim, da je slabše prilagajanje turistične ponudbe odraz pomanjkanja medsebojnega povezovanja turističnih ponudnikov z drugimi gospodarskimi subjekti, neustreznega trženja turistične dejavnosti in pomanjkanja sodelovanja z lokalnimi prebivalci. Kljub zadovoljivemu številu nastanitvenih kapacitet je mogoče opaziti pomanjkanje kakovostnejših nastanitev, zato je potrebno bolj ustrezno angažiranje pri državnih in evropskih razpisih ter iskanju ustreznih investitorjev. Potrebno bi bilo tudi dolgoročno postopno vlaganje v konkurenčnost, saj bi Bovec z večjo razvitostjo proizvodov pridobil večjo razpoznavnost, povečano povpraševanje ter podaljšanje sezone aktivnega trženja. Wellnes ponudba je popolnoma nerazvita. V glavnem temelji na manjših masažnih in sprostitvenih centrih. Bazenskih površin ni. V načrtu je obnova hotela Kanin z izgradnjo wellnes površin ter notranjim in zunanjim bazenom. Ta vrsta turizma bi za kraj pomenila boljši razvoj in veliko večje možnosti širjenja sezone v druge letne čase, ko je sezona praktično mrtva.

4 PRAVNE PODLAGE ZA ČRPAJNE SREDSTEV DESTINACIJE

4.1 Organizacijski vidiki

Država, torej njene institucije z zakonodajno in izvršilno močjo (parlament, vlada, uprava), na področje turizma v skladu z družbeno definiranimi cilji posega z državno politiko. Čeprav je turizem za laike – občasne turiste – lahko zelo preprost sektor gospodarstva, lahko z nespametno turistično politiko prizadene destinacijo ali pa celi državi naredi velikansko škodo.

V zadnjih letih so se na turističnem zakonodajnem področju zgodili nekateri bolj vidni pozitivni premiki. Pomembno je vedeti, da vsa nastajajoča zakonodaja temelji na načelu, da je turizem ena od strateških razvojnih usmeritev v državi, spodbujanje razvoja turizma pa je v javnem interesu. Razvoj turizma v Republiki Sloveniji temelji na načelih trajnostnega razvoja, ki upošteva enakopravno obravnavo gospodarske, socialne in okoljske razvojne komponente.

Vlada Republike Slovenije je februarja 2018 sprejela nov zakon o spodbujanju razvoja turizma. Namen sprejetja novega zakona sta predvsem odprava pomanjkljivosti starega zakona in vzpostavitev ugodnejšega systemskega okolja za uspešen ter učinkovit razvoj slovenskega turizma. Glavna sprememba je, da zakon prinaša določitev višje vrednosti turistične takse, z 1,265 EUR na 2,50 EUR. Dodatno pa bodo turisti plačevali še promocijsko takso. Ta bo znašala 25 % zneska turistične takse oziroma ob najvišjem znesku turistične takse kar 0,625 EUR oziroma skupaj s turistično takso 3,125 EUR na osebo na noč. Gre za novost, s katero bodo turisti ob obisku Slovenije plačali za dodatno promocijo, denar pa bo šel neposredno v Slovensko turistično organizacijo, kjer na letni ravni pričakujejo 4,7 milijona EUR novih prihodkov.

Zakon sicer predvideva, da občine lahko same določijo znesek turistične takse, lahko pa določijo tudi popuste oziroma oprostitve. Nov zakon namreč ukinja dosedanji 50 % popust na takso v kampih in uvaja plačilo turistične takse tudi za planince, ki bodo prenočevali v planinskih kočah. Ti so bili do zdaj oproščeni plačila taks. Kampisti so po starem zakonu v slovenskih kampih plačevali takso v višini 0,635 EUR, po novem pa bo ta lahko znašala kar 3,125 EUR (492-% povečanje), enak znesek pa bodo morali ob najvišji turistični taksi plačati tudi obiskovalci planinskih koč. Do 50 % popusta bodo po novem upravičeni le še otroci od 7. do 18. leta in gostje, stari do 30 let, ki bodo prenočevali v hostlih.

Občine lahko višino turistične takse prilagajajo. Če se na primer odločijo za 1 EUR turistične takse na nočitev, so dolžne četrtno od tega zneska nakazati nacionalni agenciji za promocijo. Zakon občini omogoča, da uvede plačilo turistične takse v počitniških hišah ali stanovanjih, če je bilo v občini v preteklem letu več kot 100.000 prenočitev ali ima vsaj 1500 ležišč v nastanitvenih obratih. Poudariti velja drugo, milejše merilo – uvedba takse je mogoča, če je

na območju občine najmanj 200 počitniških hiš ali stanovanj (Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT-1), Ur. l. RS, št. 13/18).

Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT, Ur. l. RS, št. 13/18) je krovni zakon, ki na novo ureja pravne podlage za strateško načrtovanje in izvajanje letnih turističnih politik ter določa potrebne finančne okvire. Določa namenske vire za financiranje dejavnosti spodbujanja razvoja turizma, turistično takso in koncesijo za pripravljane posebnih iger na srečo, ki pripadajo občinam v skladu z Zakonom o igrah na srečo.

Med drugo zakonodajo moram uvrstiti še naslednje zakone, kar ne pomeni, da sem upošteval vse zakone, saj sem že omenil širino turizma:

- Zakon o gostinstvu (ZGos, Ur. l. RS, št. 93/07 – uradno prečiščeno besedilo, 26/14 – ZKme-1B in 52/16),
- Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov (Ur. l. RS, št. 62/08, 80/08 – popr., 115/08 in 72/09),
- Zakon o igrah na srečo (ZIS, Ur. l. RS, št. 14/11 – uradno prečiščeno besedilo, 108/12, 11/14 – popr. in 40/14 – ZIN-B),
- Zakon o varnosti na smučiščih (ZVSmuč, Ur. l. RS, št. 44/16),
- Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (ZSRR-2, Ur. l. RS, št. 20/11, 57/12 in 46/16),
- Zakon o ohranjanju narave (ZON, Ur. l. RS, št. 96/04 – uradno prečiščeno besedilo, 61/06 – ZDru-1, 8/10 – ZSKZ-B, 46/14, 21/18 – ZNOrg in 31/18),
- Zakon o varstvu kulturne dediščine (ZVKD-1, Ur. l. RS, št. 16/08, 123/08, 8/11 – ORZVKD39, 90/12, 111/13, 32/16 in 21/18 – ZNOrg),
- Zakon o gorskih vodnikih (ZGV, Ur. l. RS, št. 99/04 – uradno prečiščeno besedilo in 59/10),
- Zakon o varstvu pred utopitvami (ZVU, Ur. l. RS, št. 42/07 – uradno prečiščeno besedilo in 9/11),
- Obligacijski zakonik (OZ, Ur. l. RS, št. 97/07 – uradno prečiščeno besedilo, 64/16 – odl. US in 20/18 – OROZ631),
- Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1, Ur. l. RS, št. 65/09 – uradno prečiščeno besedilo, 33/11, 91/11, 32/12, 57/12, 44/13 – odl. US, 82/13, 55/15 in 15/17),
- Obrtni zakon (ObrZ, Ur. l. RS, št. 40/04 – uradno prečiščeno besedilo, 117/06 – ZDavP-2, 102/07, 30/13 in 36/13 – popr.),
- Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot, Ur. l. RS, št. 98/04 – uradno prečiščeno besedilo, 114/06 – ZUE, 126/07, 86/09, 78/11, 38/14, 19/15, 55/17 – ZKoIT in 31/18).

Za Slovenijo je pomembna tudi nova turistična strategija, imenovana Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021. Ključni cilj nove strategije je povišanje prilivov iz naslova izvoza potovanj, in sicer na 3,7 do 4 milijarde EUR prilivov iz naslova izvoza

potovanj do leta 2021, pri čemer je poudarek na trajnostnem razvoju, ki je temelj slovenskega turizma (Slovenska turistična organizacija, brez datuma).

V mednarodnem poslovanju pa veljajo še zakoni v državah destinacij, mednarodne konvencije, mednarodni in bilateralni sporazumi, zakonodaja Evropske unije, trgovinske klavzule, pravila v mednarodnem zračnem prometu, carinski predpisi in drugi relevantni dokumenti (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, brez datuma a).

4.2 Financiranje destinacije, pritek sredstev

Na ravni turističnih območij so potrebni stalno načrtovanje, organiziranje in spodbujanje razvoja turizma. Sredstva, potrebna za financiranje destinacije, se zagotavljajo v proračunih občin, iz namenskih virov za financiranje spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnih območij. V Sloveniji imamo dva namenska vira za financiranje spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja. Prvi vir je del koncesijske dajatve, ki se po zakonu, ki ureja igre na srečo, nameni lokalnim skupnostim na zaokroženem turističnem območju za ureditev prebivalcem prijaznejšega okolja in razvoj turistične infrastrukture. Drugi vir pa je turistična taksa, ki je namenjena opravljanju dejavnosti in storitev v javnem interesu.

4.3 Določanje turistične takse

Temeljni vir določanja turistične takse je Zakon o spodbujanju razvoja turizma. ZSRT določa najvišji znesek turistične takse, ki je 2,5 EUR. Vlada pa lahko enkrat letno višino turistične takse uskladi z rastjo življenjskih stroškov.

Zavezanci za plačilo turistične takse v Sloveniji so državljani Republike Slovenije in tujci, ki prenočujejo v nastanitvenem obratu. Turistična in promocijska taksa se poravnata hkrati s plačilom za prenočevanje. V primeru, da oseba prenočuje brezplačno, je prav tako zavezana poravnati takso, razen v primerih, ko zakon (ZSRT-1) določa drugače.

Občina sama določi turistično takso v znesku do 2,5 EUR. Poleg turistične takse se obračuna še promocijska taksa, ki znaša 25 odstotkov zneska obračunane turistične takse. Občina pri domeri takse upošteva več znanjih dejavnikov, kot so vrsta in kategorija nastanitvenih obratov, sezonsko ali zunajsezonsko obdobje, obseg ugodnosti in storitev itd. (ZSRT-1, Ur. l. RS, št. 13/18).

Tako kot vsaka občina tudi občina Bovec turistično takso določi v Odloku o turistični taksi. V odloku se določijo zavezanci za plačilo takse, višina, oprostitve, način zaračunavanja, poročanja takse ter nadzor nad izpolnjevanjem obveznosti zavezancev v občini Bovec.

Zakon (ZSRT-1) v 18. členu določa kategorije oseb, ki so oproščene plačevanja turistične takse. Poleg kategorij v zakonu dodatno oprošča plačevanja turistične takse še:

- osebam na začasnem delu, ki bivajo v kateri koli nastanitveni kapaciteti na območju občine Bovec; ponudnik nastanitve mora občini posredovati seznam začasno nastanjenih delavcev ter potrdilo delodajalca o zaposlovanju teh delavcev, pri čemer morata biti v potrdilu navedena oblika in obdobje začasne zaposlitve; na podlagi teh podatkov župan pisno odobri oprostitev;
- posameznikom in organizacijam, če in v obdobju, ko nudijo brezplačno pomoč pri odpravljanju posledic naravnih nesreč, odpravljanju zaraščanja kmetijskih površin ter v drugih izjemnih primerih po predhodni odobritvi župana (Občina Bovec, brez datuma b).

Tabela 3: Primerjava destinacije Bovec in destinacije Schenna

Bovec	Schenna
Bivalentna turistična destinacija	Polivalentna turistična destinacija
350.0000 nočitev v letu 2017	Več kot 1.000.000 nočitev v letu 2017
Največji delež nočitev (26 %) so v 2017 ustvarili nemški gosti.	79 % nočitev so v letu 2017 ustvarili gosti iz Nemčije.
Največ nočitev ustvarijo Nemci, sledijo Slovenci z 20 %. Z 2 % do 7 % sledijo gosti predvsem iz držav Češka, Nizozemska, Madžarska, Italija in Belgija.	Večina gostov je nemških državljanov, sledijo Švicarji z 8,5 %, Italijani s 5,9 % in Avstrijci z 2,8 %.
Največje število nočitev v letu 2017 je bilo zabeleženih v mesecu avgustu.	Največje število nočitev v letu 2017 je bilo zabeleženih v mesecu avgustu.
Prevladujoče nastanitve so kampi (44 % vseh nočitev), v hotelih pa je zaznani zgolj 10 % nočitev.	Hoteli in apartmaji realizirajo približno 86 % nočitev.
Hotelov je 7, vse ostalo so apartmaji, sobe in kampi.	Prevladujejo hotelske in apartmajske nastanitve. Največ nočitev je ustvarjenih v 4- in 3-zvezdničnih nastanitvah.
Višek turistične sezone je samo v juliju in avgustu.	Višek turistične sezone je od marca do konca oktobra (nočitve so približno enako razporejene čez vse mesece).
Sodelovanje s ponudniki: slabo	Sodelovanje s ponudniki: zelo dobro

Vir: lastno delo

Prednost destinacije Schenna je, da gre za polivalentno destinacijo. To pomeni, da ima sezono, za razliko od Bovca, razporejeno čez vse leto, z manjšimi nihanji ter zgolj

izrazitejšimi sezonskimi meseci – julij in avgust. Razlika pa ni tako očitna kot v Bovcu, kjer sezona traja samo v poletnem in zimskem času, pa še pri tem poletna sezona bistveno prednjači pred zimsko. Meseca julij in avgust predstavljata vrhunec sezone. V teh dveh mesecih je delo na vrhuncu. Povečan odstotek nočitev je izrazit; spalne kapacitete so polno zasedene skoraj celotna dva meseca.

Za obe destinaciji je značilno, da ponujata več različnih turističnih proizvodov, med katerimi so glavne turistične atrakcije predvsem neokrnjena narava (gore, alpske doline in reke), aktivno in pasivno doživljanje naravne in kulturne dediščine ter možnost različnih aktivnosti in rekreacij s ciljem aktivnega preživljanja prostega časa. V Bovcu so prepoznavni vodni športi na reki Soči, v Schenni pa prednjači pohodništvo, v katerega bi morali v Bovcu še več vlagati, predvsem v urejanje, označevanje ter promocijo tematskih poti.

Obe destinaciji sta v veliki meri odvisni od zunanjih okoliščin in vremenskih razmer. Lahko rečemo, da je vreme ključen dejavnik predvsem v mesecih, ki ne predstavljajo vrhunca sezone. V spomladanskem času v Bovcu vlada zatišje. V mesecu aprilu in maju, predvsem v času počitnic, je že mogoče zaznati povečano število turistov. V teh mesecih na število nočitev in obiskovalcev vplivajo vremenske razmere. V primeru slabega vremena turisti nimajo možnosti rekreacije in zunanje dejavnosti so praktično onemogočene. Na destinaciji Schenna slabe vremenske razmere ne predstavljajo težave, saj gostom ponujajo dobro wellnes ponudbo, spa tretmaje in bazene. S tem jim nudijo nekakšno garancijo, da bodo imeli v primeru slabega vremena še vedno možnost aktivnega preživljanja dopusta. Bovcu v največji meri primanjkuje prav ta vrsta dejavnosti.

Po pogovoru z Julio, ki je odgovorna za marketing in promocijo na destinaciji Schenna, sem izvedel, da je Schenna razmeroma mlada turistična industrija, ki se širi šele kakšnih pet desetletij. Pomembni razlogi za ugoden turistični razcvet so predvsem sončna lokacija, blaga klima, značilna gostoljubnost ponudnikov in prebivalcev ter neposredna bližina zdraviliškega mesta Merano. Schenna je destinacija, ki se izredno dobro trži in izkorišča svoje naravne danosti ter ugodno koristi celotni lokaciji. Gre za mešanico italijanske in nemške kulture, ki je pripeljala do specifične lokalne kuhinje ter do značilne sredozemske in alpske tradicije. Po statističnih podatkih so največji turistični vrhunec dosegli leta 2012. Julia je večkrat poudarila, da je povečanje prenočitev približno enako visoko in neprekinjeno skozi vsa leta. Zadnjih pet let so v Schenni konstantno vlagali v celotno infrastrukturo v prihodnjem in trajnostnem smislu. Njihove največje prednosti so bile vedno zakoreninjena turistična zavednost, trdna skupnost in podpora ter sodelovanje ljudi v Schenni. Poudarila je, da si mora vsaka destinacija upati tvegati, pri tem pa ne sme pozabiti na lastno tradicijo, kulturo in korenine ter vse to prilagoditi času, ki je odprt za inovacije in razvoj. Glavni vir financiranja predstavljajo lokalni davki, ki pokrivajo skoraj polovico njihovega proračuna, sledijo obvezni prispevek nastanitve in občinski prispevki. Lokalni davek so v vseh občinah na južnem Tirolskem prvič uvedli 1. januarja 2014. Lokalni davek se zaračunava v vseh turističnih nastanitvenih objektih. Zaračunava se na osebo na noč. Znesek temelji na kategoriji obrata. Otroci in mladoletniki, mlajši od 14 let, so oproščeni plačila davka. 75 %

prihodkov iz tega lokalnega davka porabijo za širitev in vzdrževanje infrastrukture in storitev, pa tudi za organizacijo kulturnih in športnih prireditev. Preostalih 25 % pa porabijo za namene trženja. O konkretni porabi proračuna v Schenni odloča Izvršilni odbor turističnega društva Schenna. Zanimivo je, da je Schenna ena izmed petih najuspešnejših turističnih destinacij na jugu Tirolske. Zabeležijo več kot 1.000.000 nočitev letno. To jim uspeva tako, da ohranjajo visok standard kakovosti storitev in življenja. Poudarila je, da je za takšen uspeh pomembno dobro sodelovanje z vsemi ponudniki, saj to turisti zelo hitro opazijo.

Pogovor sem opravil tudi z direktorjem Lokalne turistične organizacije Bovec, Jankom Humarjem. Izvedel sem, da so na turistični razvoj Bovca v zadnjih nekaj letih vplivali predvsem naslednji dejavniki: konjunktura v turizmu, visoko povpraševanje, dolgoletna vlaganja v trženje in promocijo ter državno sofinanciranje. Glavni viri financiranja Bovca so črpanje sredstev iz evropskega in občinskega programa in lastni prihodki lokalne turistične organizacije (LTO). Po njegovih navedbah je za naslednje leto predvidenih vsaj 140.000 EUR iz naslova sredstev ministrstva za gospodarstvo. V večini gre za javna sredstva financiranja, zasebnih sredstev praktično ni. Sodelovanje ponudnikov z lokalno turistično organizacijo ni spodbudno. Po njegovih navedbah ni še prišlo do konstruktivnega sodelovanja. Tukaj je mogoče opaziti bistveno razliko z destinacijo Schenna, kjer zelo dobro poteka sodelovanje lokalnih turističnih ponudnikov z organizacijami. Višina turistične takse se določa po občinski zakonodaji, odločitev, kam se dobiček iz takse vlaga, pa sprejme občina. Po mnenju Humarja bi morala biti turistična taksa čim višja in za vse ponudnike enaka (apartmaji, hoteli, kampi idr.). Po njegovem mnenju bi bilo posledično na voljo več denarja za vlaganje in financiranje za razne projekte. Prizadevajo si, da bi se večina proračuna prenesla na digitalizacijo. Tako bi pripomogli k nadaljnji uspešnosti turistične destinacije. Poudaril je, da je treba omogočiti razvoj novih produktov in še povečati prepoznavnost sedanjih. Treba je dvigniti kakovost destinacije.

SKLEP

Težnja po hitrejšem in boljšem razvoju turizma v Bovcu je vedno večja, kar sicer lahko s pridom izkoristimo, saj lahko ugodno vpliva na ekonomsko, družbeno in demografsko stanje občine. Potrebno je skupno sodelovanje občine, turističnih organizacij, zvez, društev, domačega prebivalstva in predvsem turističnih ponudnikov, da bi izoblikovali posamezne in skupne strategije, ki bi pripomogle k večji prepoznavnosti, boljši infrastrukturi in ponudbi.

Za uspešen razvoj turizma sta pomembna medsebojno sodelovanje in povezovanje turističnih ponudnikov, subjektov javnega sektorja ter civilne družne, po načelu javno zasebnega partnerstva na vseh ravneh, od lokalne do nacionalne, pri skupnem načrtovanju, razvoju, oblikovanju, trženju in ocenjevanju integralnih turističnih proizvodov.

V Bovcu bo po mojem mnenju potrebno dolgoročno postopno vlaganje v konkurenčnost, saj se z večjo razvitostjo proizvodov pridobijo večja prepoznavnost, povečano povpraševanje ter podaljšanje sezone. Wellness ponudbe z bazenskimi površinami, ki so zelo pomembne pri ustvarjanju zaokroženega turističnega proizvoda v vseh letnih časih, v primerjavi s Schehno praktično ni. Wellness ponudba z bazenskim kompleksom bi za Bovec pomenila dvig konkurenčnosti predvsem v zimskih mesecih, spomladi in jeseni ter bi posledično najbolj pripomogla k desezonizaciji.

Ponudbo je treba oblikovati na tak način, da bo ustvarjala motive za prihod turistov tudi zunaj glavne sezone, kot je že oblikovana v Schehni. Tukaj je pomembna tudi kakovost nastanitev ter infrastrukture, ki še najbolj pride do izraza v izvensezonskih mesecih. Menim, da je za izboljšanje trenutne situacije najprej treba jasno določiti kratkoročne in dolgoročne cilje destinacije. Pri tem je treba izhajati iz obstoječe turistične strategije in prostorskega načrta Občine Bovec ter ju nadgraditi. Za realizacijo je nujno določiti odgovorne za izvedbo, termin izvedbe in sredstva ter vire sredstev. V te aktivnosti je treba vključiti lokalno prebivalstvo, turistične ponudnike in širšo javnost, predvsem pa turistične ponudnike, kot v primeru Schenne.

LITERATURA IN VIRI

1. Alpe Adria Trail. (brez datuma). Pridobljeno 21. junija 2018 iz <http://alpe-adria-trail.com/sl>
2. Bovec. (brez datuma). Pridobljeno 21. junija 2018 iz <http://www.bovec.si>
3. Bovec.si. (brez datuma). *Poletna ponudba*. Pridobljeno 10. avgusta 2018 iz www.bovec.si/poletnaponudba
4. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. & Wanhill, S. (1998). *Principles and practice* (2. izd.). Harlow: Longman.
5. Dolina Soče. (brez datuma). Pridobljeno 23. junija 2018 iz <https://www.soca-valley.com/sl/>
6. Fon, Z. & Uršič, H. (1982). *Dolina Soče*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
7. Gomezelj Omerzel, D. (2006). *Konkurenčnost destinacij: analiza konkurenčnosti Slovenije z integriranim modelom*. Koper: Fakulteta za management.
8. Hosting. (brez datuma). *Turistične destinacije*. Pridobljeno 21. junija 2018 iz http://www.hosting.si/turisticne_destinacije.html
9. Hudson, S. (2008). *A global perspective*. London: SAGE.
10. Kajzelj, M. (2011). *Bovško: od doline do planine*. Ljubljana: Debora.
11. Konečnik Ruizzer, M. (2007). *Trženje v turizmu*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
12. Mihalič, T. (2006). *Trajnostni turizem* (1. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. Mihalič, T. (2008). *Ekonomski vidiki* (1. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

14. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (brez datuma a). *Mednarodno sodelovanje*. Pridobljeno 28. junija 2018 iz http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/mednarodno_sodelovanje/
15. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (brez datuma b). *Turizem*. Pridobljeno 28. junija 2018 iz http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/
16. Ministrstvo za okolje in prostor. (2010). *Spremenljivost podnebja v Sloveniji*. Pridobljeno 28. junija 2018 iz <http://meteo.arso.gov.si/uploads/probase/www/climate/text/sl/publications/spremenljivost%20podnebja.pdf>
17. Občina Bovec. (brez datuma a). *Občina Bovec*. Pridobljeno 21. junija 2018 iz <https://obcina.bovec.si/>
18. Občina Bovec. (brez datuma b). *Turistična taksa*. Pridobljeno 21. junija 2018 iz <https://obcina.bovec.si/vloge-in-obrazci/turisticna-taksa/>
19. Page, S. & Connell, J. (2006). *A modern synthesis* (2 izd.). London: Thomson.
20. Peer S.r.l. (brez datuma a). *Spring in Merano and surroundings*. Pridobljeno 10. avgusta 2018 iz <https://www.meranerland.org/en/top-seasons/your-spring-holiday.html>
21. Peer S.r.l. (brez datuma b). *Autumn in Merano and Surroundings*. Pridobljeno 10. avgusta 2018 iz <https://www.meranerland.org/en/top-seasons/your-autumn-holiday.html>
22. Slovenska turistična organizacija. (brez datuma). *Ključni dokumenti STO*. Pridobljeno 11. avgusta 2018 iz <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/o-sto/kljucni-dokumenti-sto>
23. Tourist office Scena. (brez datuma). *Hiking in Scena*. Pridobljeno 10. avgusta 2018 iz <https://www.merano-suedtirol.it/en/scena/mountain-holidays/hiking-mountain-tours.html>
24. Tourist office Scena. (brez datuma b). *Winter in Scena and the Marano 2000 skiing area*. Pridobljeno 10. avgusta 2018 iz <https://www.merano-suedtirol.it/en/scena/mountain-holidays/skiing-winter-sports.html>
25. Ustanova "Fundacija Poti miru v Posočju". (brez datuma). Pridobljeno 22. junija 2018 iz <http://www.potmiru.si/slo/>
26. Vodeb, K. (2014). *Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
27. Youell, R. (1999). *Tourism: an introduction*. Harlow: Addison Wesley Longman.