

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA IZGRADNJE TERMALNEGA KOPALIŠČA NA
TOLMINSKEM**

Ljubljana, december 2014

GREGOR GOLJA

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani Gregor Golja, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom Analiza izgradnje termalnega kopališča na Tolminskem, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Mitjo Kovačem ter sosvetovalko prof. dr. Ljubico Knežević Cvelbar.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo 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 v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobil vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorja: _____

KAZALO

UVOD	1
1 KONCEPT TURIZMA DOBREGA POČUTJA	3
2 FINANCIRANJE IN ČRPANJE SREDSTEV IZ EVROPSKIH SKLADOV NA PODROČJU TURIZMA DOBREGA POČUTJA	6
2.1 Evropska kohezijska politika	6
2.1.1 Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR).....	7
2.1.2 Evropski socialni sklad.....	7
2.1.3 Kohezijski sklad	7
2.2 Financirani projekti na področju turizma dobrega počutja v Sloveniji	8
2.3 Izvedbeni načrt regionalnega razvojnega programa 2012-2014.....	10
2.4 Financirani projekti v goriški regiji	11
2.5 Finančna perspektiva 2007-2013	14
2.6 Finančna perspektiva 2014-2020	14
2.7 Javno-zasebno partnerstvo (JZP)	15
3 PREDSTAVITEV ZGORNJEGA POSOČJA IN OBČINE TOLMIN	19
3.1 Turistična ponudba	20
3.2 Turistična ponudba: Tolmin, Kobarid	21
3.3 Turistična ponudba: Bovec	22
3.4 Turistično povpraševanje	22
3.5 Turistično povpraševanje v zgornjem Posočju	23
3.6 Trajnostne smernice razvoja turizma na Tolminskem	27
4 ANALIZA EMPIRIČNIH REZULTATOV IZGRADNJE TERMALNEGA KOPALIŠČA	28
4.1 Realizacija projekta.....	29
4.1.1 SWOT analiza termalnega kopališča v občini Tolmin.....	29
4.1.2 SWOT analiza potencialnih lokacij.....	31
4.1.2.1 Lokacija: Sotočje/na Cvetju	32
4.1.2.2 Lokacija: Žabče	32
4.1.2.3 Lokacija: Kurivo	33
4.2 Anketa o izgradnji termalnega kopališča.....	34
4.2.1 Metodologija.....	35
4.2.2 Namen in cilji ankete	36
4.2.3 Zbiranje podatkov	36
4.2.4 Izbira vzorca	36
4.2.5 Izhodiščne hipoteze	37
4.2.6 Rezultati ankete	38
4.2.6.1 Socialno- demografski podatki.....	38
4.2.6.2 Smer razvoja turizma v občini Tolmin.....	39
4.2.6.3 Pozitivni in negativni dejavniki razvoja turizma v občini Tolmin.....	40
4.2.6.4 Privlačnost za obiskovalce	41
4.2.6.5 Zaposlitev v turističnem sektorju ter vlaganje sredstev v turizem.....	42
4.2.6.6 Velikost izgradnje termalnega kopališča.....	42
4.2.6.7 Potencialne lokacije termalnega kopališča.....	43
4.2.6.8 Sodelovanje z vlagatelji	43
4.2.7 Analiza rezultatov	44
4.3 Intervjuji na področju turizma dobrega počutja.....	45
4.3.1 Namen in cilji intervjujev	46
4.3.2 Metodologija.....	46
4.3.3 Izvedba intervjujev	49

4.3.4	Rezultati empirične raziskave	50
4.3.4.1	Koncept turizma dobrega počutja	51
4.3.4.2	Ponudba in povpraševanje	52
4.3.4.3	Sodelovanje med ponudniki različnih storitev.....	53
4.3.4.4	Financiranje projekta	53
4.3.4.5	Odzivi gostov	54
4.3.4.6	Priporočila s strani predstavnikov na področju kopališkega turizma	54
4.3.4.7	Sklepni del empirične analize	55
4.4	Pomen za občino Tolmin.....	57
	SKLEP.....	58
	LITERATURA IN VIRI.....	60
	PRILOGE	

KAZALO SLIK

Slika 1:	Občina Tolmin	20
Slika 2:	Grafični prikaz gibanja števila nočitev v Tolminu, Kobaridu in Bovcu, 2008-2013	24
Slika 3:	Grafični prikaz gibanja števila nočitev po narodnosti v občini Tolmin, 2008-2012	24
Slika 4:	Grafični prikaz prenočitve turistov po narodnosti v občini Tolmin leta 2012 v %	25
Slika 5:	Grafični prikaz števila prihodov turistov v občino Tolmin po mesecih, 2010-2013	26
Slika 6:	Grafični prikaz števila prihodov v zgornje Posočje leta 2013	26
Slika 7:	Povprečna doba bivanja v občini Tolmin od leta 2010 do leta 2013.....	27
Slika 8:	Struktura anketirancev po starostnih skupinah v %	39
Slika 9:	Smeri razvoja turizma v občini Tolmin v %.....	39
Slika 10:	Razvoj turizma v občini Tolmin v % – negativni dejavniki	40
Slika 11:	Razvoj turizma v občini Tolmin v % – pozitivni dejavniki.....	41
Slika 12:	Mnenja glede velikosti izgradnje termalnega kopališča v %.....	42
Slika 13:	Povzetki intervjujev glede izgradnje termalnega kopališča na Tolminskem.....	56

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Sredstva namenjena turizmu dobrega počutja v Sloveniji leta 2009	9
Tabela 2:	Financirani projekti v goriški regiji glede na programsko obdobje	12
Tabela 3:	Modeli sodelovanja pri javno-zasebnem partnerstvu.....	16
Tabela 4:	Prednosti in slabosti JZP	19
Tabela 5:	SWOT analiza glede izgradnje termalnega kopališča v občini Tolmin	30
Tabela 6:	SWOT analiza – lokacija Sotočje/na Cvetju	32
Tabela 7:	SWOT analiza – lokacija Žabče.....	33
Tabela 8:	SWOT analiza – lokacija Kurivo	33
Tabela 9:	Ugotavljanje reprezentativnosti vzorca s pomočjo Hi- kvadrat testa.....	36
Tabela 10:	Predstavniki kopališkega turizma	50
Tabela 11:	Turistični ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid	51

UVOD

Turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za Slovenijo (Ovsenik & Uran, 2006, str. 5). Glede na sedanjo stopnjo razvitosti slovenskega turizma in obstoječ razvojni potencial lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih panog slovenskega gospodarstva in tako pomembno prispeva k doseganju razvojnih ciljev Slovenije, ter v tem okviru predvsem k doseganju njenih gospodarskih ciljev; torej h konkurenčnosti, k rasti BDP, novim delovnim mestom/rasti zaposlenosti, dvigu izobrazbene ravni turističnih delavcev, uveljavljanju načel trajnostnega razvoja, skladnemu regionalnemu razvoju, povečevanju kakovosti življenja in blaginje prebivalstva, h kreptvi kulturne identitete in k povečevanju prepoznavnosti Slovenije v mednarodnem prostoru (Hribar & Tomin, 2007; Hribar & Tomin, 2010). Mathieson in Wall (1982) sta turizem opredelila kot začasno migracijo ljudi iz njihovega normalnega delovnega okolja na destinacijo, kjer so zagotovljene aktivnosti in objekti prilagojeni ljudem v času njihovega bivanja v teh destinacijah. Svetovna turistična organizacija (v nadaljevanju UN WTO) opredeljuje turizem kot aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov (World Tourism Organisation, 1994, str. 2). Enako kratico kot Svetovna turistična organizacija (WTO) ima tudi Svetovna trgovinska organizacija (WTO – World Trade Organisation), naslednica GATT-a. Iz tega razloga je Svetovna turistična organizacija spremenila svoj uradni naziv in od 1. 12. 2005 uporablja uradni naziv UN WTO- United Nations World Tourist Organisation (Mihalič, 2006b, str. 8). Medtem sodobna St. Gallenska definicija opredeljuje turizem kot celoto odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavni niti stalni kraj bivanja ali zaposlitve (Kaspar, 1991; Mihalič, 2006b). Številne študije so poudarile dejstvo, da turizem vpliva na gospodarsko, okoljsko in družbeno- kulturno področje v državi (Ogorelc, 2009; Vargas-Sánchez, de los Ángeles Plaza-Mejía & Porrás-Bueno, 2009; Dietrich & García-Buades, 2008; Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; Kayat, 2002 ; Andereck & Vogt, 2000; Long, Perdue & Allen, 1990).

Vpliv turizma na gospodarstvo se na pozitivni strani odraža kot sredstvo za ustvarjanje novih delovnih mest, razvoj lokalnega gospodarstva, povečanje investicij in gospodarske diverzifikacije (Vargas-Sánchez et al., 2009; Dietrich & García-Buades, 2008; Liu & Var, 1986), izboljšanje lokalnih in državnih davčnih prihodkov, dodaten zaslužek in boljše ekonomsko kakovost življenja (Huh & Vogt, 2008; Haralambopoulos & Pizam, 1996).

Na negativni strani pa se zdi, da prebivalci zaznavajo povečanje življenjskih stroškov, in sicer v cenah blaga in storitev ter neenako porazdelitev ekonomskih koristi (Andriotis, 2005; Andereck & Vogt, 2000; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Liu & Var, 1986).

Okolje je osrednja tema na področju turizma že iz 80-ih let in še vedno ostaja zanimiva tema, še posebej v času, ko je svetovna politika, usmerjena v ekološke probleme, kot so onesnaževanje, izčrpavanje naravnih virov in krčenje gozdov (Kuvan & Akan, 2005). Pogosto so preučevani prav potenciali turizma pri doseganju ciljev za ohranitev okolja (Stewart, Bronwyn, Devlin & Kirby, 1998; Bramwell & Lane, 1993). Doswell (1997) poudarja, da je turizem orodje, ki spodbuja ohranjanje okolja in njegovo izboljšanje. Na negativni strani, številne študije kažejo, da turizem povzroča povečan promet, veliko število pešcev, parkirne težave, ogrožanje in uničenje rastlinskih in živalskih vrst, onesnaženje zraka in vode ter poveča proizvodnjo smeti (Frauman & Banks, 2011; Jago, Fredline & Deery, 2006; Andereck et al., 2005; Jurowski & Gursoy, 2004; Brunt & Courtney, 1999; McCool & Martin, 1994).

Drugi znanstveniki povzemajo, da se vplivi turizma izvajajo tudi na socialno-kulturnem področju v smislu povečanja medkulturne komunikacije, spremembe tradicionalnih kultur, povečanja kriminala, stroškov nastanitve in čakalno dobo za zagotovitev storitev (Martin, 2008; Dietrich & García-Buades, 2008; Andereck et al., 2005; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Ross, 1992; Dogan, 1989). Puczko in Ratz (2000) poudarjata, da lahko nepravilni razvoj turizma privede do povečanega pritiska na skupnost in negativne spremembe v družbeno- kulturnih in fizičnih značilnosti destinacije. Dogan (1989) je mnenja, da turizem povzroča tudi spremembo navad, dnevnih rutin, družbenega življenja, prepričanj in vrednot. Po drugi strani pa turizem proizvaja tudi pozitivne družbeno-kulturne učinke, kot so povečanje storitev v skupnosti, rekreativne in kulturne objekte, povečanje kulturnih dogodkov in kulturnih izmenjav (Brunt & Courtney, 1999; Gilbert & Clarke, 1997; McCool & Martin, 1994; Perdue et al., 1990; Liu & Var, 1986).

Glede na to, da je magistrska naloga izdelana na področju turizma, je pri tem ključnega pomena opredelitev pojma turistične destinacije kot osnovne enote na kateri se gradijo kompleksnejše oblike turizma (Ritchie & Crouch, 2003, str. x). Po tradicionalni opredelitvi bi kot destinacijo razumeli določeno geografsko območje, na primer državo, otok ali mesto (Buhalis, 2000, str. 97). Vendar pa ima danes destinacija v očeh kupca lahko veliko različnih razlag, kar je odvisno od njegovega potovalnega načrta, kulturnega ozadja, namena obiska, izobraženosti ter preteklih izkušenj (Buhalis, 2000, str. 97). Tako je npr. London lahko destinacija za poslovneža iz Nemčije, medtem ko je Evropa počitniška destinacija za japonskega turista, ki v dveh tednih obiše šest evropskih držav. Za nekoga je destinacija lahko ladja, s katero je na križarjenju, medtem ko je za drugega potnika na isti ladji destinacija posamezno pristanišče, kjer se bo križarka ustavila (Buhalis, 2000, str. 97). Medtem UN WTO (2008) opredeljuje destinacijo kot fizično območje, na katerem ostanejo turisti vsaj eno noč. Vključuje turistične proizvode in privlačnosti v oddaljenosti, ki omogoča vrnitev v enem dnevu (World Tourism Organisation, 2008).

Glavni namen magistrske naloge je tako raziskati pomen izgradnje termalnega kopališča, analizirati obstoječe stanje v občini Tolmin ter poiskati načine, s katerimi bi zmanjšali obseg mrtve sezone v regiji. Osrednja tema magistrske naloge se nanaša na zgornje Posočje, konkretnije na tolminsko regijo.

Opravljen analiza magistrske naloge je pokazala, da bi bila izgradnja termalnega kopališča oziroma centra za dobro počutje (angl. *wellness*) na Tolminskem priložnost in velika dodana vrednost za vse deležnike v občini Tolmin. Glede na rezultate opravljenih anket ter intervjujev se je potrebno zavedati, da se povpraševanje po teh storitvah, tudi na območju občine Tolmin, povečuje. Poleg tega ima občina Tolmin na voljo še zemljišča v neokrnjeni naravi ter podporo velikega števila občanov in turističnih ponudnikov. V Tolminskih koritih se v reko Tolminko izliva termalni izvir, ki ima konstantno temperature vode med 18 in 20 stopinjami Celzija (Tolminka, 2014). Termalni izvir je bil prvič predstavljen že leta 1882 v knjigi Zgodovina Tolminskega (Rutar, 1882). Ob vsem tem se odpira vprašanje realizacije takšnega projekta. Opravljen analiza magistrske naloge je izpostavila model javno-zasebnega partnerstva kot eno najustreznejših rešitev.

Magistrska naloga je razdeljena na štiri poglavja. Prvi del magistrske naloge je namenjen opredelitvi koncepta turizma dobrega počutja. V drugem delu se magistrska naloga osredotoča na možnosti glede koriščenja evropskih sredstev ter financiranja projektov na področju turizma dobrega počutja v Sloveniji. V tem sklopu so predstavljeni še financirani projekti v goriški regiji (sestavni del goriške regije je tudi občina Tolmin), razvojni program Soča, finančni perspektivi za obdobje 2007-2013 in 2014-2020 ter javno-zasebno partnerstvo. V tretjem poglavju je predstavljena občina Tolmin, turistična ponudba zgornjega

Posočja, turistično povpraševanje po posameznih krajih ter trajnostne smernice razvoja turizma na Tolminskem. Zadnji del naloge predstavlja analizo empiričnih rezultatov izgradnje termalnega kopališča, ki je sestavljena iz SWOT analize, rezultatov ankete izvedene med prebivalci občine Tolmin, intervjujev med predstavniki turizma dobrega počutja v Sloveniji ter intervjujev med glavnimi turistični ponudniki v regiji.

Naloga je sestavljena iz teoretičnega in empiričnega dela. Teoretični del je zastavljen tako, da bralca najprej seznanj s ključnimi poglavji, ki so pomembna za razumevanje podatkov, pridobljenih na podlagi uporabljenih metod v empiričnem delu naloge. Slednji obsega spletno anketo, intervjuje s predstavniki v Sloveniji ter intervjuje s turističnimi ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid. Spletna anketa je omogočila pridobitev odgovorov s strani prebivalcev občine Tolmin, saj le tak način omogoča zajem tako velikega števila sodelujočih. V rezultate ankete je vključenih 243 popolnih odgovorov. Globinski intervju je bil opravljen tako s predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji kot tudi s turističnimi ponudniki v občini Tolmin in Kobarid.

1 KONCEPT TURIZMA DOBREGA POČUTJA

Ritchie in Crouch (2003) poudarjata, da je ena izmed kompleksnejših oblik turizma tudi turizem dobrega počutja (angl. *wellness*). Pojem je prvi uporabil Dunn pred petinpetdesetimi leti v Združenih državah Amerike (v nadaljevanju ZDA), ko je v svojih predavanjih govoril o tesni povezavi telesa, misli in duha in ko je v eno besedo povezal dve gibanji, ki sta v tistem času zajeli Ameriko (Dunn, 1959). Gibanji za dobro počutje (angl. *well-being*) in telesno gibanje (angl. *fitness*) sta se zavzemali predvsem za globalno mišljenje in odnos do zdravja (Dunn, 1959). Turizem dobrega počutja se je razširil iz ZDA, v Sloveniji pa zanj še niso našli pravega imena, zato se nekje uporablja preprosto beseda »wellness«, drugod pa so to besedo spremenili v pojem »turizem dobrega počutja«; slednjo priporočajo v uporabo (Gojčič, 2005). Glede na to, da turizem dobrega počutja sestavlja veliko ključnih sestavin, ki so še kako pomembne v današnjem času, gre tukaj za velike poslovne priložnosti na področju turističnega gospodarstva (Gojčič, 2005). V temeljno idejo turizma dobrega počutja so se postopoma vključevale tudi druge sestavine, kot so npr. zdrava prehrana, sproščanje, lepota, psihične aktivnosti ter osveščenost za okolje (Gojčič, 2005). V Evropo se je ideja oziroma filozofija turizma dobrega počutja pričela širiti ob koncu osemdesetih let, ko so leta 1989 v avstrijskem zdravilišču Bad Hofgastein v svojem prospektu uporabili izraz čarobni turizem dobrega počutja (angl. *magic wellness*). Zastopala je specifično poimenovanje zdravja (Gojčič, 2005, str. 80- 83).

Turizem dobrega počutja v svoji domovini, Ameriki, predstavlja individualen življenjski slog, način življenja torej, v Evropi pa ga povezujemo predvsem s turizmom (Gojčič, 2005). Če želimo organizirati center dobrega počutja pomeni, da moramo uporabnikom ponuditi ne samo storitve turizma dobrega počutja, temveč jih moramo predvsem izobraževati, jih naučiti zdravega življenjskega sloga, ki ga bodo prenesli tudi v svoje vsakodnevno življenje (Gojčič, 2005). V tem primeru gre za skupnost odnosov in pojavov, ki so posledica potovanj in bivanja oseb s temeljnim motivom po sprostitvi ali krepitvi svojega zdravja (Kaufmann, 1999, str. 48). Mišljeno je bivanje v specializiranem hotelu z ustrezno strokovno in individualno obravnavo, kjer so z razsežno ponudbo storitev zastopane naslednje temeljne sestavine turizma dobrega počutja (Kaufmann, 1999, str. 48):

- Telesne aktivnosti imenujemo tudi telesni fitnes in so prva izmed sestavin turizma dobrega počutja. Obsegajo proces treninga s psihičnimi in z motoričnimi lastnosti, kot so hitrost, moč, vzdržljivost, gibanje in koordinacija (Gojčič, 2005, str. 125).

- Zdrava prehrana oziroma higiena prehrane. S pravilno prehrano namreč ohranjamo in izboljšujemo naše zdravje, preprečujemo nadaljnje bolezni ali se celo pozdravimo (Gojčič, 2005, str. 127).
- Duševne aktivnosti, ki so nepogrešljiv del v času, ko je ritem življenja hiter in nas obdajajo vsakodnevne obremenitve. Pod te aktivnosti štejemo terapije, pri katerih se človek notranje sprosti in pomiri (Gojčič, 2005, str. 133).
- Sprostitev v smislu reševanja stresnih obremenitev in preprečevanja psihičnih in telesnih motenj na dolgi rok (Gojčič, 2005, str. 130).

Turizem dobrega počutja je zadnje desetletje veljal za najhitrejšo razvijajočo se vrsto turistične ponudbe v evropskem prostoru, zato je bil poimenovan kot "megatrend" (Rumbak, 2010, str. 5). Rast ponudbe in povpraševanja sta na letnem nivoju dosegala dvomestne številke, vendar se je ta rast v zadnjih letih upočasnila, tako da lahko govorimo že o stagnaciji v razvoju te vrste turistične ponudbe (Rumbak, 2010, str. 5). Pa vendar si danes težko predstavljamo novo investicijo v namestitvene zmogljivosti brez dodatne zdraviliške ponudbe, ki se v Sloveniji popularno imenuje »terme«, saj gosti posvečajo zdravju in dopustniškim oblikam povezanim z zdravjem vedno več pozornosti (Rumbak, 2010, str. 5).

Če se je še pred nekaj leti zdravstveni turizem nanašal predvsem na zdraviliški turizem, lahko danes ugotovljamo, da turizem dobrega počutja in zdraviliški turizem dosegata že približno enak delež v strukturi turističnega povpraševanja (Rumbak, 2010, str. 5). Predvidevanja, da bo turizem dobrega počutja v celoti nadomestil zdraviliški turizem, pa se niso uresničila (Rumbak, 2010, str. 5). Turizem dobrega počutja postaja vse bolj vrsta turistične ponudbe, ki je usmerjena v dobro počutje gostov, njihovo razvajanje in sproščanje, v skrb za zunanji videz in ugodje gostov (Rumbak, 2010, str. 5). Pri tem zasleduje bolj kratkoročne učinke na zdravje in omogoča bolj pasiven odnos do zdravja, kar pa je delno v nasprotju s filozofijo turizma dobrega počutja (Rumbak, 2010, str. 5).

V ZDA se še danes navezuje predvsem na vprašanja, povezana z zdravim načinom življenja in na nasvete za izogibanje takšnim navadam in razvadam, ki vplivajo na nastajanje različnih, predvsem kroničnih bolezni (Rumbak, 2010, str. 8). Turizem dobrega počutja (angl. *wellness*) razumejo predvsem kot promocijo zdravega načina življenja, šele v evropskem prostoru pa je turizem dobrega počutja pridobil turistični navdih (Rumbak, 2010, str. 8).

Celotno evropsko gospodarstvo se je v zadnjih letih pričelo preusmerjati na t.i. zeleno oziroma do okolja prijazno tehnologijo, pridelavo hrane, zagotavljanje bivalnih pogojev ter transporta zaradi poskusa omejevanja globalnega segrevanja (Rumbak, 2010, str. 11). Eko hoteli in zelena turistična ponudba so tako sestavni del teh globalnih trendov (Rumbak, 2010, str. 8). V zavest turistov vse bolj prodira zavedanje, da je zdravo okolje pogoj za zdravje posameznika (Rumbak, 2010, str. 8). Nekatere nacionalne strategije razvoja turizma pa ekološki vidik turizma izpostavljajo predvsem z namenom, da bi pospeševali domači turizem (Rumbak, 2010, str. 8). Številne raziskave namreč kažejo, da je transport največji porabnik energije in zato najbolj obremenjuje okolje, preživetje dopusta »doma« pa je zato ekološko najbolj sprejemljivo (Rumbak, 2010, str. 8).

Spodbujanje razmišljanja o spremembi odnosa do dopusta in okolja pri turistih s ponujanjem okolju bolj prijaznih oblik dopusta se še ne odraža v turističnih tokovih, saj raziskave kažejo, da se turisti zaradi ekologije ne nameravajo odreči svojim dopustniškim navadam, niti ne medcelinskim potovanjem, ki so v velikem porastu (Rumbak, 2010, str. 8).

Turizem dobrega počutja lahko obravnavamo tudi kot družbeni fenomen s konca prejšnjega stoletja, ki je iz filozofije dobrega počutja in skrbi za svoje zdravje v zadnjih letih v evropskem prostoru prerasel v turistični megatrend (Rumbak, 2010, str. 38). Zdravje je postalo osrednja družbena tema, turisti pa so postali bolj izkušeni, bolj prilagodljivi in manj zvesti, bolj neodvisni v izbiri ter bolj orientirani na kakovost, zato je vedno težje zadovoljiti njihova pričakovanja, kar velja tudi za turizem dobrega počutja (Rumbak, 2010, str. 38). Kakovost ponudbe in pojem »*value for money*« postajata v turizmu odločujoča dejavnika (Rumbak, 2010, str. 38).

Trendi, ki bodo zaznamovali turizem dobrega počutja v prihodnosti, se nanašajo predvsem na to, da si bodo potrošniki izbrali počitnice, ki jih notranje pomirijo oziroma kjer se sprostijo (Hoheb, 2013). Izstopali bodo izleti, kjer si bodo ljudje krepili svoj um, telo in duha. Vedno bolj prihaja v ospredje tudi okušanje in spoznavanje lokalnega življenja v določeni destinaciji, torej okušanje lokalnih jedi, spoznavanje običajev in navad. Ljudje po vsem svetu živijo hiter tempo življenja, tako da bo letošnji trend tudi v tem, da se ljudem ponudi miren dopust brez kakršnega koli stresa, brez naporov, samo preprosto uživanje v izbrani destinaciji (Hoheb, 2013). Glede na sedanje trende glede trajnostnega razvoja si ljudje želijo, da izbrani namestitveni obrat deluje v skladu s trajnostnimi predpisi ter da je to delovanje vidno tudi navzven (Hoheb, 2013). Veliko strank želi ohraniti svoj zdrav način življenja tudi medtem ko so na cesti, zato so se letalski prevozniki in hoteli lotili vlaganja v opremo, ki spodbuja zdrav življenjski slog (Hoheb, 2013). Zdravilišča in termalna industrija želi na področju turizma dobrega počutja odpraviti »predstavo«, da je ta trg namenjen le premožnejšim in tako privabiti v svoja zdravilišča h koriščenju storitev tudi druge stranke (Hoheb, 2013). Z raziskavami, ki kažejo na povezavo med altruizmom in turizmom dobrega počutja, je volontersko delo postalo bolj priljubljena možnost potovanja (Hoheb, 2013). Premožnejši potniki iščejo počitnice z namenom za osebno rast, ki jih hkrati povezujejo z dobrodelnimi nameni v lokalnih skupnostih, medtem ko so na počitnicah. Tudi počitnice po naročilu zdravnika, oziroma počitnice z namenom zdravljenja predstavljajo enega izmed trendov na področju turizma dobrega počutja (Hoheb, 2013). V tem primeru gre izpostaviti počitnice, ki jih predpišejo in priporočajo zdravniki, z različnimi vrstami telesnih aktivnosti za boj proti debelosti in sladkorni bolezni (Hoheb, 2013).

V priročniku za hotele za razvoj trajnostnih poslovnih modelov so navedene koristi, ki jih prinaša trajnostno poslovanje. Izpostavljene koristi so (ALOHAS, 2010):

- konkretni finančni prihranki, primer: Bohinj Park EKO hotel,
- večja privlačnost za investitorje, kar bi bila v našem primeru odlična odskočna deska, glede na to, da je v teh časih že tako težko pridobiti dobrega investitorja,
- boljša pripravljenost za zakonodajo; tu gre predvsem za prednost pri raznih razpisih, saj bodo ti v prihodnosti vedno pogosteje zahtevali okoljski certifikat,
- bolj kakovostni in motivirani kadri,
- bolj kakovostna izkušnja gosta in večja lojalnost, kar bo omogočalo, da bodo turisti z veseljem obiskali hotel ter se tja kasneje tudi vračali,
- večji ugled ter prepoznavnost hotela, ki bi po eni strani prinesel tudi boljši ugled in prepoznavnost občine Tolmin,
- sposobnost pritegniti zahtevnejše segmente. Ljudje večinoma povezujejo trajnostni oziroma zeleni turizem z višjo ceno, kar je po eni strani res, vendar je treba biti pri tem pozoren in natančno prikazati in utemeljiti, zakaj je temu tako.

2 FINANCIRANJE IN ČRPANJE SREDSTEV IZ EVROPSKIH SKLADOV NA PODROČJU TURIZMA DOBREGA POČUTJA

Izgradnja termalnega kopališča je izredno velik projekt (predvsem s stališča finančnega področja), ki pa bo imel v prihodnosti velik vpliv na nadaljnji razvoj občine Tolmin in zgornjega Posočja (LTO & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Občine v zgornjem Posočju nimajo dovolj sredstev za financiranje, zato bi bilo potrebno za financiranje zaprositi tako Republiko Slovenijo kot tudi Evropsko unijo (v nadaljevanju EU). Z vstopom v EU je Slovenija postala upravičena do črpanja sredstev iz evropskih skladov, ki so namenjeni predvsem spodbujanju razvoja in zaposlovanju, velik del denarja pa je namenjen tudi kmetijstvu (Evropska sredstva za razvoj Slovenije, 2014).

Poglavje je namenjeno predvsem spoznavanju možnosti za črpanje sredstev iz Evropskih skladov. V prvem delu so v okviru evropske kohezijske politike opredeljeni različni strukturni skladi iz katerih Evropa zagotavlja finančna sredstva številnim projektom. V nadaljevanju so predstavljeni javni razpisi na področju turizma ter projekti, ki so se v preteklih letih financirali na področju turizma dobrega počutja. V tem okviru so v Izvedbenem načrtu regionalnega razvojnega programa 2012-2014 opredeljeni še ključni strateški cilji ter tretja razvojna prioriteta, ki se nanaša na odličnost v turizmu. Glede na veliko odvisnost realizacije projekta od evropskih sredstev je v poglavju narejen natančen pregled vseh financiranih projektov v goriški regiji (v programskem obdobju 2004-2006 ter prejšnji finančni perspektivi 2007-2013) na podlagi razpisov, namenjenih turistični infrastrukturi. Na področju zgornjega Posočja je pomembno izpostaviti tudi Razvojni program Soča, ki določa razvojno pomoč za obnovo in spodbujanje gospodarskega, socialnega in kulturnega razvoja občin Bovec, Kobarid in Tolmin (Medved, Pirih, Brežan & Kutin, 2007). Ob zaključku poglavja sta za primerjavo opredeljena še prejšnja finančna perspektiva (v obdobju 2007- 2013) ter sedanja finančna perspektiva (obdobje 2014- 2020), kjer je ugotovljeno, da bo zahodna Slovenija (sodi med bolj razvite regije) dobila manj evropskih sredstev kot v prejšnji finančni perspektivi ter po drugi strani tudi manj evropskih sredstev kot vzhodna Slovenija, ki je bila opredeljena kot manj razvita regija (Evropska komisija, 2014). V zadnji točki poglavja je opredeljeno še javno- zasebno partnerstvo, ki po mnenju nekaterih turističnih ponudnikov ter predstavnikov kopališkega turizma predstavlja eno izmed potencialnih oblik financiranja na tem področju.

2.1 Evropska kohezijska politika

Izraz kohezijska politika označuje politični okvir za solidarnost na evropski ravni, ki številnim projektom po vsej Evropi zagotavlja finančna sredstva dveh strukturnih skladov, Evropskega sklada za regionalni razvoj (v nadaljevanju ESRR) in Evropskega socialnega sklada (v nadaljevanju ESS) ter sredstva kohezijskega sklada (Molle, 2007). Dejanski namen teh sredstev je torej zmanjšati razlike in neskladja med najbolj in najmanj razvitimi regijami (Molle, 2007).

Kohezijska politika je namenjena (Molle, 2007):

- zmanjševanju razlik v razvitosti najmanj razvitih držav članic in regij z izboljšanjem pogojev za razvoj in zaposlovanje na podlagi naložb v fizični in človeški kapital, razvoj inovacij in družbe znanja, prilagodljivosti na gospodarske in socialne spremembe, varovanja okolja ter upravne učinkovitosti,
- spodbujanju regionalne konkurenčnosti in zaposlovanja v regijah, ki sicer niso najmanj razvite preko krepitev konkurenčnosti in privlačnosti regij ter zaposlenosti z ozirom na

- morebitne gospodarske in socialne spremembe ter s pomočjo večje kakovosti naložb v človeški kapital, inovacije ter spodbujanja razvoja družbe znanja, podjetništva, varovanja okolja ter razvoja skupnih trgov dela,
- krepitvi teritorialnega sodelovanja regij, in sicer preko spodbujanja čezmejnega sodelovanja, transnacionalnega ter medregionalnega sodelovanja na podlagi spodbujanja povezanega teritorialnega razvoja na podlagi prioriternih nalog skupnosti.

Kohezijska politika se udejanja preko različnih finančnih instrumentov, in sicer kohezijskega sklada in strukturnih skladov (Molle, 2007).

2.1.1 Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR)

ESRR je bil ustanovljen leta 1975 kot odziv na neenakost življenjskega standarda med posameznimi regijami znotraj Evropske gospodarske skupnosti (Mulec, 2008; Bučar, Karnar & Ciraj, 2007, str. 22). ESRR je namenjen dvigu produktivnosti in konkurenčnosti gospodarstva, zato podpira:

- investicije v proizvodnjo,
- investicije v infrastrukturo ter
- ukrepe za razvoj prvobitnega regijskega potenciala, pri čemer financira posebne storitve za podjetja, lokalno infrastrukturo ali tehnološki transfer (Mulec, 2008; Bučar et al., 2007, str. 22).

Glavni namen ESRR je torej financiranje tistih ukrepov, ki prispevajo k večji socialni, ekonomski in teritorialni koheziji, pri čemer se odpravljajo temeljna regionalna neravnovesja (Mulec, 2008; Bučar et al., 2007, str. 22).

2.1.2 Evropski socialni sklad

ESS je bil ustanovljen leta 1958 kot prvi izmed današnjih strukturnih skladov (Mulec, 2008; Bučar et al., 2007, str. 22). Njegova naloga je bila spodbujati nastanek skupnega trga s povečanjem socialne kohezije (Mulec, 2008; Bučar et al., 2007, str. 22). Eden izmed ciljev EU sta namreč socialna in ekonomska kohezija (Mulec, 2008; Bučar et al., 2007, str. 22). Komisija meni, da med državami članicami še vedno obstajajo velike razlike pri razdelitvi dohodka (Mulec, 2008; Bučar et al., 2007, str. 22). Mulec (2008) navaja, da naj bi ESS k uresničevanju tega cilja prispeval s podporo politikam, katerih namen je preprečevati brezposelnost, spodbujati aktivno iskanje zaposlitve brezposelnih ter vključevanje odrinjenih družbenih skupin na trg dela.

Glavni namen ESS ostaja spodbujanje zaposlovanja v EU. Trenutno se več kot 200 milijonov delavcev v Evropi sooča z novimi izzivi – z zahtevami po novih znanjih in spretnostih, s povečano uporabo informacijske tehnologije v delovnih procesih, z globalizacijo, s težavami mladih pri iskanju prve zaposlitve, staranjem evropskega prebivalstva ipd (Molle, 2007; Bučar et al., 2007, str. 22). ESS predstavlja glavni element strategije EU za rast in delovna mesta, ki je usmerjena k izboljševanju kakovosti življenja državljanov EU, tako da jim nudi boljše znanje skozi izobraževanja in usposabljanja ter posledično tudi boljše možnosti za zaposlitev (Molle, 2007; Bučar et al., 2007, str. 22).

2.1.3 Kohezijski sklad

Glede kohezijskega sklada Mulec (2008) navaja, da ta zagotavlja finančna sredstva za izvajanje intervencij na področju okolja in prometne infrastrukture vseevropskih omrežij ter, da je to tisti instrument Evropske skupnosti, ki naj bi dejansko prispeval h krepitvi

ekonomske in socialne kohezije. Ukrepi v finančnem obdobju 2007-2013 pa niso bili namenjeni samo velikim projektom na področju prometne infrastrukture in varstva okolja, kot navaja Mulec (2008), ampak tudi dejavnostim na področjih, ki spodbujajo trajnostni razvoj in imajo jasno okoljsko razsežnost, kot so:

- učinkovita raba energije in obnovljive energije,
- na področju prometa izven vseevropskih omrežij- železnica, rečne in morske plovne poti,
- ukrepi multimodalnega prometa in njihova medobratovalnost,
- nadzor obsega cestnega in zračnega prometa ter mestnega prometa, ki onesnažuje okolje itd (Mulec, 2008).

Po besedah gospe Mulec (2008) bi morala EU podpirati izključno manj razvite regije, ne pa tudi tistih regij, ki so že leta prejemnice kohezijskih sredstev, saj bo le tako izpolnjen osnovni namen kohezijske politike EU, ki je v enakomernem razvoju vseh območij EU.

Kohezijski sklad financira do 85 % upravičenih izdatkov večjih projektov s področja okoljske in prometne infrastrukture (Molle, 2007). Kohezijski sklad ni strukturni sklad (Molle, 2007). Strukturna sklada sta Evropski sklad za regionalni razvoj in Evropski socialni sklad (Molle, 2007). Do sredstev Kohezijskega sklada so upravičene najmanj razvite države članice EU, katerih bruto domači proizvod (BDP) na prebivalca znaša manj kot 90 % povprečja EU. Od maja 2004 so to: Grčija, Portugalska, Španija, Ciper, Češka, Estonija, Madžarska, Latvija, Litva, Malta, Poljska, Slovaška in Slovenija (Molle, 2007).

Molle (2007) navaja, da so do sredstev iz Kohezijskega sklada upravičeni:

- okoljski projekti, ki pomagajo dosegati cilje iz Pogodbe ES, in sicer v sklopu prednostnih nalog okoljevarstvene politike Skupnosti na podlagi okoljske politike in okoljskega akcijskega programa (Molle, 2007). V okviru sklada se lahko financirajo projekti s področja ravnanja s komunalnimi odpadki, odvajanja in čiščenja odpadnih voda, oskrbe s pitno vodo, zagotavljanja poplavne varnosti ter s področja učinkovite rabe energije in obnovljive energije;
- projekti prometne infrastrukture za gradnjo ali razvoj prometne infrastrukture, kot jo opredeljujejo smernice za razvoj vseevropskega prometnega omrežja (Molle, 2007).

2.2 Financirani projekti na področju turizma dobrega počutja v Sloveniji

Na podlagi podatkov pridobljenih s strani Ministrstva za gospodarstvo RS je bilo ugotovljeno, da je bilo v zadnjih letih v Sloveniji veliko število javnih razpisov, namenjenih turizmu (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). V Sloveniji so se izvedli:

- Javni razpis za pridobitev sredstev evropskega sklada za regionalni razvoj – ESRR ukrep 1.2: spodbujanje razvoja turističnih destinacij (SF 1),
- Javni razpis za pridobitev sredstev evropskega sklada za regionalni razvoj – ESRR ukrep 1.2: spodbujanje razvoja turističnih destinacij – turistična infrastruktura II (SF 2),
- Javni razpis za projekte turistične infrastrukture III – program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002-2006 (SF 3),
- Javni razpis za dvig konkurenčnosti turističnega gospodarstva – turistična infrastruktura. (NFP 2007),
- Javni razpis za dvig konkurenčnosti turističnega gospodarstva – turistična infrastruktura (SPS),
- Javni razpis za dodatno promocijo turistične ponudbe Slovenije v letu 2009 (NFP 2009).

Skupna predračunska vrednost pogodb na področju turizma dobrega počutja iz javnih razpisov je znašala 254.597.901 EUR, kar znaša 43 % vrednosti vseh predračunskih pogodb (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). Znesek vseh podpisanih pogodb na področju turizma dobrega počutja znaša 63.589.428 EUR, kar obsega 43 % vseh podpisanih pogodb v teh razpisih (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). V spodnji tabeli so tako prikazani podatki oziroma sredstva, ki so bila dodeljena na javnih razpisih glede na področje turizma dobrega počutja (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Tabela 1: Sredstva namenjena turizmu dobrega počutja v Sloveniji leta 2009

Vrsta postavke	Področje turizma- vsi objekti (EUR)	Področje turizma dobrega počutja (EUR)
Predračunska vrednost pogodb	586.350.854	254.597.901
Znesek podpisanih pogodb	148.503.003	63.589.438
Število podpisanih pogodb	105	33
Število postelj – PLAN	7.962	3.184
Število nočitev – PLAN	2.057.484	902.842
Število novih zaposlitev – PLAN	1.773	803

Vir: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Podatki o financiranju v turističnem sektorju, 2014.

Število vseh podpisanih pogodb na področju turizma je znašalo 105, medtem, ko jih je bilo 33 namenjenih področju turizma dobrega počutja (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). Vsi ti podatki dokazujejo, da postaja turizem dobrega počutja eden izmed glavnih tvornikov turizma v Sloveniji (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Na Javnem razpisu za pridobitev sredstev iz Evropskega sklada za regionalni razvoj – ESRR ukrep 1.2: Spodbujanje razvoja turističnih destinacij – je bilo odobreno sofinanciranje desetim projektom v višini 19.371.068 EUR (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). Med projekti je bilo najvišje sofinanciranje, glede na predračunsko vrednost projekta (40 % predračunske vrednosti), odobreno Termam Lendava za investicijo v izgradnjo apartmajskega naselja in Termam Čatež v dveh projektih, in sicer Hotel zdravilišče 2 ter obnova grajskega kompleksa Mokrice (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Na Javnem razpisu za pridobitev sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj – ESRR ukrep 1.2: Spodbujanje razvoja turističnih destinacij – turistična infrastruktura II – je bilo odobreno sofinanciranje enemu projektu, in sicer turizmu Meteor d. o. o. za drugo fazo investiranja v bazenske in fizioterapevtske kapacitete in pilotski projekt zdravljenja psorizije (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Na Javnem razpisu za projekte turistične infrastrukture III – program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002-2006 je bilo odobreno sofinanciranje štirim projektom v skupni vrednosti 9.234.268 EUR (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Na Javnem razpisu za dvig konkurenčnosti turističnega gospodarstva – turistična infrastruktura – je bilo odobreno sofinanciranje štirinajstim projektom (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). Med projekti, ki najbolj izstopajo glede na dejavnost in podobnost projekta, velja izpostaviti izgradnjo centra dobrega počutja v naravnem zdravilišču Topolšica, izgradnjo centra dobrega počutja v Rimskih termah,

bazenski kompleks s storitvami turizma dobrega počutja hotela Kanin v Bovcu ter izgradnja bazenskega kompleksa z dodatno ponudbo v Termah Olimje (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Na Javnem razpisu za dvig konkurenčnosti turističnega gospodarstva – turistična infrastruktura – je bilo odobreno sofinanciranje dvema projektoma, in sicer Termam Dobrna pri Hotelu Park**** ter Hotelu Slatina za obnovo in modernizacijo apartmajskih sob v hotelu Slatina***** (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Na Javnem razpisu za dodatno promocijo turistične ponudbe Slovenije v letu 2009 je bilo odobreno sofinanciranje dvema projektoma, tj. dozidava hotela Dobrava v Zrečah s strani podjetja Unior d. d. ter prenova in razširitev hotela Terme s strani podjetja Terme Čatež d. d. (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

2.3 Izvedbeni načrt regionalnega razvojnega programa 2012-2014

Regionalni razvojni program (v nadaljevanju RRP) je temeljni programski dokument na regionalni ravni, ki opredeljuje razvojne prednosti in priložnosti statistične (razvojne) regije, razvojno vizijo in strateške cilje za določeno obdobje ter strategijo za njihovo uresničitev (Lapanja, Vadjunec, Gerbec, Pirih & Ferjančič, 2012). Izvedbeni načrt regionalnega razvojnega programa Severne Primorske- Goriške statistične regije je pravzaprav nadaljevanje dokumenta, ki ga je regija pripravila v finančni perspektivi 2007-2013 v okviru regionalnega razvojnega programa Severne Primorske 2007-2013 (Lapanja et al., 2012). V nadaljevanju so na podlagi dokumenta Izvedbenega načrta regionalnega razvojnega programa Severne Primorske 2012-2014 opredeljeni ključni strateški cilji ter tretja razvojna prioriteta, ki se nanaša na odličnost v turizmu (Lapanja et al., 2012). V RRP-ju je regija tako opredelila 5 razvojnih prioritete, s katerimi bo skušala doseči ključne strateške cilje (Lapanja et al., 2012):

Prioriteta 1: Znanje za podjetnost in razvoj

V tem delu je cilj dvigniti znanje in izobrazbeno raven prebivalcev ter dvig socialnega kapitala za nadaljnji razvoj podjetnosti in inovativnosti v gospodarstvu in življenju (Lapanja et al., 2012).

Prioriteta 2: Inovativnost v gospodarstvu

Strateški cilj na tem področju je spodbujanje inovativnosti in hitrejšega tehnološkega razvoja v gospodarstvu ter povečanje globalne konkurenčnosti regije (Lapanja et al., 2012).

Prioriteta 3: Odličnost v turizmu

Strateški cilj te prioritete je težnja k odličnosti v turizmu ter okrepitev konkurenčnosti turističnega gospodarstva. Ta prioriteta je razdeljena na tri programe:

- Program 1: Regionalna turistična destinacija Smaragdna pot,
- Program 2: Usposabljanje in izobraževanje v turizmu,
- Program 3: Zagotavljanje infrastrukturne opremljenosti regije za turizem (Lapanja et al., 2012).

Glede na to, da se magistrska naloga nanaša predvsem na gradnjo infrastrukture na področju turizma, je najbolj primeren in zanimiv program številka 3, katerega ukrepi so izboljšanje prometnih povezav znotraj regije in dostopnost navzven, kar se trenutno izvaja v naši občini z obnovo in s sanacijo ceste Tolmin- Dolenja Trebuša ter z obnovo cest in ulic znotraj samega mesta (Lapanja et al., 2012). Poleg tega program navaja še ukrep glede investicij v obnovo in razvoj turistične infrastrukture (Lapanja et al., 2012).

Prioriteta 4: Celostni razvoj podeželja

Prioritetni cilj je v tem primeru okrepiti ekonomsko moč in ohraniti poseljenost podeželja (Lapanja et al., 2012).

Prioriteta 5: Trajnostni, okoljski in prostorski razvoj ter uravnotežena in kvalitetna infrastrukturna opremljenost regije

Zadnja razvojna prioriteta navaja, da so strateški cilj optimalno varstvo okolja in skladen prostorski razvoj ter zagotovitev uravnotežene infrastrukturne opremljenosti regije ob upoštevanju načel trajnostnega razvoja, ki združujejo trajnostno ekonomsko rast, socialno kohezijo ter ohranjanje in povečanje okoljskega kapitala (Lapanja et al., 2012).

2.4 Financirani projekti v goriški regiji

Podrobnejše podatke glede financiranja projektov v goriški regiji, namenjenih za turistično infrastrukturo, je posredovala svetovalka z Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo RS (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

V goriški regiji je bilo v okviru razpisov, namenjenih turistični infrastrukturi (v programskem obdobju 2004-2006 ter prejšnji finančni perspektivi 2007-2013), sofinanciranje odobreno sedmim projektom v skupni predračunski vrednosti 17.946.149 EUR, vrednost sofinanciranja pa je skupaj znašala 5.041.318 EUR (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

V programskem obdobju 2004-2006 je bil v goriški regiji sofinanciran en projekt (od skupaj 36 projektov), natančneje v občini Bovec (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

V prejšnji finančni perspektivi (2007-2013) sta bila v goriški regiji sofinancirana dva projekta (od skupno 38 projektov) s strani Ministrstva za gospodarstvo RS (Javni razpis za dvig konkurenčnosti turističnega gospodarstva – turistična infrastruktura), prav tako oba v občini Bovec. V finančni perspektivi 2007-2013 je bilo s strani Slovenskega podjetniškega sklada (Javni razpis za sofinanciranje turistične infrastrukture, izvajalec agent SPS) odobreno še financiranje štirim projektom (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Posamezni projekti, predlagana vrednost investicije ter odobreno financiranje je predstavljeno v tabeli na naslednji strani (Tabela 2).

V letu 2009 je potekal javni razpis za dodatno promocijo turistične ponudbe Slovenije, kjer je bilo prijavljenih 25 projektov iz celotne Slovenije (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). V goriški regiji je bilo financiranje odobreno dvema projektoma, in sicer Lokalni turistični organizaciji (v nadaljevanju LTO) Tolmin za Smaragdno pot ter Lokalni turistični organizaciji Bovec za Dolino oddiha. Financiranje je bilo odobreno v višini 199.623 EUR medtem ko je bila predračunska vrednost projektov 378.439 EUR (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014).

Tabela 2: *Financirani projekti v goriški regiji glede na programsko obdobje*

Programsko obdobje	Predlagatelj projekta	Projekt	Predlagana vrednost investicije (EUR)	Odobreno financiranje (EUR)
2004-2006	ATC Kanin Bovec d. o. o.	Gradnja štirisedežnice in smučarske proge Prevala na Kaninu	4.175.275,71	784.351,53
2007-2013	Žnider's d. o. o.	Izgradnja hotela Mangart	3.839.125,00	1.284.500,00
	Šanpier d. o. o.	Izgradnja hotela Šanpier	2.070.183,00	750.000,00
	Hotel Brda d. o. o.	Izgradnja Hotel Kozana	2.476.643,09	750.000,00
	Hit Bovec, hoteli in turizem d. o. o.	Izgradnja bazenskega kompleksa s ponudbo dobrega počutja hotela Kanin	2.522.075,00	573.400,00
	Koren Lidija s.p.	Izgradnja apartmajskega naselja v kampu Koren	372.669,00	149.066,00
	Pkg turizem in gostinstvo d. o. o.	Izgradnja penziona – informacijsko-turistične točke Boka	2.491.978,00	750.000,00

Vir: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Podatki o financiranju v turističnem sektorju, 2014

V finančni perspektivi 2007-2013 se je na razpis za sofinanciranje s strani direktorata za turizem v goriški regiji prijavilo 100 projektov (78 strukturnih projektov, 22 obnov planinskih domov) v skupni predračunski vrednosti 387.738.513,28 EUR, vrednost sofinanciranja pa je znašala 107.101.799,13 EUR (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2014). Po podatkih Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo (2014) je bilo sofinanciranje odobreno 10 projektom (10 %) v goriški regiji v skupni predračunski vrednosti 18.192.066,83 EUR, vrednost sofinanciranja pa je skupaj znašala 5.866.524,17 EUR (Priloga 1).

Razvojni program Soča je nastal kot ukrep na podlagi Zakona o popotresni obnovi objektov in spodbujanja razvoja v Posočju RS (Ur.l. RS, št. 26/2005 – UPB1). Program določa razvojno pomoč za obnovo in spodbujanje gospodarskega, socialnega in kulturnega razvoja občin Bovec, Kobarid in Tolmin (Medved et al., 2007). Pristojni organ za regionalni razvoj je v državnem proračunu zagotovil naslednja sredstva (Medved et al., 2007):

- 1.251.878 EUR za leto 2011 in
- 834.585 EUR za leto 2012 in 2013 (Medved et al., 2007).

Program Soča 2013 zajema območje Posočja, kjer ležijo občine Bovec, Kobarid in Tolmin. Program spodbujanja razvoja v Posočju (v nadaljevanju Program Soča 2013) se izvaja že od leta 2002, vendar je v nadaljevanju podrobneje opredeljen le razvoj od leta 2011 dalje, ker je to za analizo magistrske naloge bolj relevantno (Medved et al., 2007).

Posoški razvojni center (v nadaljevanju PRC), ki je tudi izvajalec tega programa navaja, da je to eden izmed programov, s katerimi bo regija spodbujala inovativnost, razvijala svoje kompetence in sodelovanje na vseh področjih življenja in dela (Medved et al., 2007). S programi in z ukrepi znotraj njih bo regija okrepila konkurenčnost gospodarstva, zagotovila trajnostni razvoj, varovanje in rabo naravnih danosti, ohranjala poseljenost podeželja ter visoko kakovost življenja na ravni razvitih evropskih regij (Medved et al., 2007). Program Soča 2013 se je od začetka izvajal v treh ukrepih (Medved et al., 2007). V nadaljevanju je bo podrobneje predstavljen ukrep številka 2 saj se le ta nanaša na državno pomoč fizičnim in pravnim osebam v dejavnosti turizma.

Ukrep 1: Nameni in cilji vzpostavitve razvojne infrastrukture (Medved et al., 2007).

Ukrep 2: Namen in cilj pospeševanja podjetniških vlaganj, razvoja gospodarstva in odpiranja novih delovnih mest (izvajanje v letu 2011, 2012, 2013):

Instrument, ki se uporablja v tem ukrepu, se nanaša na spodbujanje začetnih investicij in ustvarjanja novih delovnih mest, razvoja mikro, majhnih in srednjih podjetij ter razvoja turističnih zmogljivosti (Medved et al., 2007). Instrument je v nadaljevanju razdeljen na 3 sklope:

- sklop A: državna pomoč za majhna in srednja podjetja,
- sklop B: državna pomoč za mikro podjetja,
- sklop C: državna pomoč fizičnim in pravnim osebam v dejavnosti turizma (Medved et al., 2007).

Cilji instrumenta so:

- dvigniti neto dodano vrednost posoškega gospodarstva,
- povečati število delujočih gospodarskih subjektov,
- podjetjem omogočiti koriščenje sredstev za razvojne investicije in povečati delež podjetij z zahtevnejšim proizvodnim programom,
- povečati število turističnih postelj in dvigniti kvaliteto turistične ponudbe (Medved et al., 2007).

Namen in cilj sklopa C je izboljšanje turistične ponudbe v Posočju, povečanje nočitvenih kapacitet, povečanje turističnih postelj ter dvig kvalitete turistične ponudbe (Medved et al., 2007). Na javni razpis, ki se je nanašal na ukrep številka 2, se je v letu 2011 prijaviло skupno 43 prosilcev, od tega se je na sklop C nanašalo 21 vlog (Medved et al., 2007). Višina nepovratnih sredstev, ki so bila na razpolago, je znašala skupno 610.000 EUR, od tega 150.000 EUR za sklop C. Najvišje odobreno sofinanciranje je znašalo 15.000 EUR, medtem ko so bili nazivi projekta predvsem apartmaji oziroma objekti za povečanje turističnih namestitev (Medved et al., 2007).

Po letu 2011 se sredstva zaradi zmanjšane obsega niso več namenjala turistični infrastrukturi (Medved et al., 2007). Tako se je pod ukrepom številka dva izvajal le sklop B, ki je namenjen državnim pomočim za mikro podjetja (Medved et al., 2007).

Ukrep 3: Nameni in cilji usposabljanja in razvoja kadrov: razvoj človeškega potenciala v Posočju (izvajanje v letu 2011, 2012, 2013).

2.5 Finančna perspektiva 2007-2013

V finančni perspektivi 2007-2013 je imela kohezijska politika na voljo 35,7 % vseh evropskih sredstev, kar je 347,410 milijard EUR (tekoče cene). Namenjena sredstva so bila razdeljena po naslednjih ciljih (Evropska unija, 2006):

- 81,54 % za cilj »konvergenca« (solidarnost med evropskimi regijami in zmanjšanje regionalnih razlik),
- 15,95% za cilj »konkurenčnost in zaposlovanje«,
- 2,52% za cilj »evropsko ozemeljsko sodelovanje« (Evropska unija, 2006).

Slovenija je s področja konvergence dobila 4,101 milijarde evrov, medtem ko je na področju evropskega ozemeljskega sodelovanja dobila 1,04 milijarde evrov pomoči. Slovenija ima tako na voljo 4,2 milijarde evrov pomoči, ki jih mora porabiti do konca leta 2015 (Vlada Republike Slovenije, 2008).

Zahodna Slovenija je v finančnem obdobju 2007-2013 dobila s področja kohezijskih sredstev 958,8 milijonov evrov, medtem ko je vzhodna Slovenija dobila 1,7 milijard evrov pomoči (Vlada Republike Slovenije, 2013).

Kekuš (2012) v svojem članku o trajnostnem razvoju navaja, da bo zahodna Slovenija, kljub temu, da presega 90 % povprečnega BDP-ja v EU, v prihajajočem obdobju imela še vedno na voljo vsaj dve tretjini sredstev, kot jih ima sedaj. To pomeni, da bo imela na voljo vsaj 500 milijonov evrov evropskih sredstev.

V obdobju 2007-2013 je bilo Sloveniji iz Kohezijskega sklada dodeljeno skupno 4,2 milijarde EUR (Evropska komisija, 2014). Slovenija je v obdobju 2007-2013 na podlagi sredstev iz Kohezijskega sklada EU med drugim dosegla naslednje rezultate:

- ustvarila je 33700 novih delovnih mest,
- zagotovila je podporo 585 raziskovalnim projektom,
- dostop do širokopasovnega interneta je zagotovila nadaljnjim 65000 ljudem,
- zgradila je 56 km železniških tirov za vseevropsko prometno omrežje,
- obnovila je 65 km železniških tirov,
- dostop do pitne vode je omogočila nadaljnjim 80000 ljudem, poleg tega je dostop do čistilnih naprav odpadne vode omogočila nadaljnjim 39000 ljudem (Evropska komisija, 2014).

2.6 Finančna perspektiva 2014-2020

Kohezijska politika si je v obdobju 2014-2020 zadala dva glavna cilja:

- vlaganje v rast in nova delovna mesta,
- evropsko teritorialno sodelovanje (Evropska komisija, 2014).

Za finančno perspektivo oziroma obdobje 2014- 2020 je bilo Sloveniji dodeljenih približno 3,07 milijard EUR sredstev kohezijske politike (Evropska komisija, 2014):

- 1,26 milijarde EUR za manj razvito regijo vzhodne Slovenije,
- 847,3 milijona EUR za bolj razvito regijo zahodne Slovenije,
- 895,4 milijona EUR sredstev iz Kohezijskega sklada,
- 62,9 milijonov EUR za evropsko teritorialno sodelovanje,
- 9,2 milijona EUR za pobudo za zaposlovanje mladih v vzhodni Sloveniji.

Delež sredstev ESS za naložbe v Sloveniji bo znašal vsaj 617 milijonov EUR. Dejanski znesek bo določen glede na posebne izzive, ki jih mora država razrešiti na področjih, ki jih pokriva ESS (Evropska komisija, 2014).

Za Slovenijo v obdobju 2014-2020 velja delitev na dve t. i. kohezijski regiji (NUTS-2) – na vzhodno Slovenijo in zahodno Slovenijo (Evropska komisija, 2012). Glede na poročilo Evropske Unije glede Kohezijske politike 2014-2020 spada vzhodni del Slovenije med najmanj razvite predele v EU (Evropska komisija, 2011). To pomeni, da bodo te regije obravnavane prednostno, prav tako pa so upravičene do najvišje stopnje financiranja, in sicer med 75 in 85 % (Evropska komisija, 2011). Za nas bolj pomemben je seveda zahodni del Slovenije; v tem primeru pa zahodni del Slovenije spada med bolj razvite regije, kjer je BDP na prebivalca večji od 90 % BDP-ja in bo stopnja financiranja »le« 50 % (Evropska komisija, 2011).

2.7 Javno-zasebno partnerstvo (JZP)

Na podlagi 2. člena Zakona o javno zasebnem partnerstvu RS (Ur.l. RS, št. 127/2006) je javno zasebno partnerstvo (v nadaljevanju JZP) opredeljeno kot razmerje zasebnega vlaganja v javne projekte in/ali javnega sofinanciranja zasebnih projektov, ki so v javnem interesu, ter je sklenjeno med javnim in zasebnim partnerjem v zvezi z izgradnjo, vzdrževanjem in upravljanjem javne infrastrukture ali drugimi projekti, ki so v javnem interesu, ter s tem povezanim izvajanjem gospodarskih in drugih javnih služb ali dejavnosti (Kranjc et al., 2009). Slednje se zagotavljajo na način in pod pogoji, ki veljajo za gospodarske javne službe, oziroma drugih dejavnosti, katerih izvajanje je v javnem interesu, oziroma drugo vlaganje zasebnih ali zasebnih in javnih sredstev v zgraditev objektov in naprav, ki so deloma ali v celoti v javnem interesu, oziroma v dejavnosti, katerih izvajanje je v javnem interesu (Kranjc et al., 2009). Glede na to, da partnerstva po celem svetu nimajo enotne opredelitve, v nadaljevanju raje predstavljam njihove elemente (Pintar, 2009, str. 25). Nekateri elementi so nujni v vseh partnerstvih, drugi so pogosti, spet tretji pa zelo redki (Pintar, 2009, str. 25). Elementi JZP so:

- javni interes,
- dolgotrajno sodelovanje,
- pogodba,
- delitev tveganj med partnerji,
- zasebno izvajanje javnega projekta,
- poudarek na produktih in ne na virih,
- integracija oziroma spajanje različnih faz projekta,
- kombiniranje javnih in zasebnih financ,
- javno lastništvo na začetku ali na koncu pogodbe,
- kupci storitev partnerstva so potrošniki ali država (Pintar, 2009, str. 25).

Partnerstva se v osnovi delijo na dve skupini (Pintar, 2009, str. 47). Programska oziroma »policy« partnerstva imajo poudarek na »partnerstvu« oziroma sodelovanju sektorjev in na uporabi resursov za doseganje določenih ciljev (Pintar, 2009, str. 47). Programska partnerstva so odziv na globalne, večinoma humanitarne probleme, ki jih posamezni akterji niso sposobni rešiti sami (Pintar, 2009, str. 47). Glede na to, da se magistrska naloga osredotoča konkretno na projekt (gradnja termalnega kopališča v občini Tolmin), bodo konkretnije izpostavljena projektna partnerstva. Ta se primarno uporabljajo za vzpostavljanje javne infrastrukture in dobavo javnih storitev (Pintar, 2009, str. 49). Poudarka nimajo na sodelovanju, ampak na pogodbenem razmerju med javnim in zasebnim sektorjem,

pri čemer je značilen odnos naročnik-izvajalec (Pintar, 2009, str. 49). Projektna partnerstva se delijo na (Pintar, 2009, str. 49):

- delitev na institucionalno in pogodbeno partnerstvo,
- delitev glede na povpraševanje in razpoložljivost ter
- delitev glede na zasebno izvajane faze projekta (Pintar, 2009, str. 49).

Projektno financiranje je v zadnjih desetletjih postala ena izmed pomembnejših oblik zagotavljanja srednjeročnega in dolgoročnega kapitala za financiranje investicijskih projektov (Mrak, Gazvoda & Mrak, 2005). Ključni faktor, ki opredeljuje, ali je določen projekt primeren za projektno financiranje ali ne, je stopnja zanesljivosti bodočih prihodkov projekta (Mrak et al., 2005). Za takšno obliko financiranja so primerni tisti projekti, kjer financerji projekta lahko dokaj natančno predvidijo, kaj se bo dogajalo s prihodki projekta v prihodnosti (Mrak et al., 2005). Po modelu projektne financiranja se običajno zapirajo finančne konstrukcije projektov s področij rudarstva, naftne in plinske industrije, zelo pogosto pa tudi projektov s področij telekomunikacij in turizma (Mrak et al., 2005). Zasebni investitorji se za izvedbo projekta odločijo le, če projekt na dolgi rok izkazuje pozitiven denarni tok, ki zadošča za poplačilo vseh stroškov poslovanja, obveznosti iz financiranja in izplačilo donosov (Mrak et al., 2005).

Uporaba te tehnike financiranja je zato tesno povezana s študijami ekonomske upravičenosti projekta, katerih rezultati morajo biti v smislu izkazovanja pozitivnih učinkov več kot spodbudni, saj je odplačevanje posojil in drugih obveznosti projekta vezano zgolj na denarni tok, ki ga ta ustvarja, in na njegova sredstva (Mrak et al., 2005). Pri aranžmajih sodelovanja javnega in zasebnega sektorja se pojavljajo različni modeli, katerih značilnosti so predstavljene v spodnji tabeli.

Tabela 3: Modeli sodelovanja pri javno-zasebnem partnerstvu

Oblika	Pomen	Razlaga
BBO	Buy-build-operate	Prenos javnih sredstev na zasebna podjetja, običajno po pogodbi, da je sredstva potrebno nadgraditi in upravljati z njimi za določeno časovno obdobje. Javni nadzor se izvaja preko pogodbe v času prenosa.
BDO	Build-develop-operate	Zasebni sektor poskrbi za financiranje, gradnjo in razvoj objekta ter upravljanje za določen (predpisan) čas s sredstvi oziroma z objektom.
BLOT	Build-lease-operate-transfer	Zasebni sektor pridobi v najem franšizo za financiranje, gradnjo, razvoj ter upravljanje z objektom v najemu (ter zaračunava uporabnino) za določen čas proti plačilu rente.
BO	Build-own	Lastnik objekta prevzame izpeljavo celotnega projekta, hkrati pa najame upravitelja projekta. Lastništvo ni časovno omejeno. Ni prenosa lastništva na stran države.
BOM	Build-own-maintain	Vključuje zasebni sektor, ki v celoti zgradi objekt, ga upravlja ter skrbi za njegovo delovanje in vzdrževanje. Vlada daje objekt v najem in ga upravlja tako, da zaposluje javni sektor.
BOO	Build-own-operate	Ta različica je identična modelu BO, le da v tem primeru prevzame lastnik tudi upravljanje projekta.
BOT	Build-operate-transfer	Objekt se po časovnem obdobju, ki je določen s pogodbo, izroči v roke državi, ki je podelila koncesijo za zgraditev in obratovanje objekta (priloga 2).

se nadaljuje

nadaljevanje

Oblika	Pomen	Razlaga
BOOT	Build-own-operate-transfer	Zasebni investitor (najpogosteje je to tuja pravna oseba) sklene pogodbeno razmerje z državo oziroma njenimi institucijami z namenom zgraditve dobičkonosnega proizvodnega ali storitvenega objekta, kot so energetska centrala, plinovod, cestno omrežje itn. Investitor se zaveže, da bo po zgraditvi objekta določeno število let z njim gospodarno upravljal, ustvarjen dohodek pa bo uporabil za servisiranje dolgov, pokrivanjem stroškov obratovanja in za poplačilo lastnikov kapitala. Na koncu obdobja, katerega trajanje naj bi omogočilo poplačilo zgoraj omenjenih terjatev, je objekt predan v roke države, ki tako postane njegov zakoniti lastnik in upravitelj.
BROT	Build-rent-own-transfer	Zasebni investitor zagotovi nadgradnjo dela objekta ali dokonča objekt, kjer je bila načrtovana gradnja po fazah, povrne določena sredstva ter kasneje upravlja ter vzdržuje objekt na svoje stroške in prevzame tveganje za čas trajanja pogodbe.
BTO	Build-transfer-operate	Zasebni investitor zagotovi gradnjo objekta. Upravljanje se po prenosu lastništva prenese oziroma ohrani pri zasebnem investitorju.
DBFOT	Design-build-finance-own-transfer	Lastniki objekta sami prevzamejo celotno izpeljavo objekta od začetka do konca. Ne potrebujejo projektantov, izvajalcev, financerjev, analitikov, upraviteljev in ostalih členov, ki se običajno pojavljajo v dolgi verigi projektnega financiranja. Posledično sami prevzamejo vsa tveganja. Po določenem časovnem obdobju objekt predajo v roke države.
DCMF	Design-construct-manage-finance	Zasebni sektor financira načrtovanje in izgradnjo objekta ter ga upravlja za določeno obdobje.
LOO	Lease-own-operate	Podobno kot pri modelu BOO, vendar so v tem primeru obstoječa sredstva dana v najem s strani vlade za določeno časovno obdobje.

Vir: P.L. Posner, Private-Public Partnerships, The Relevance of Budgeting, 2014; S. Goličnik, Projektno financiranje, 1997; Models of public- private partnerships, 2014; P. Barret, Public private partnerships- are there gaps in public sector accountability, 2003; PPP models, 2014; Public- private partnerships, 2014.

V zadnjih letih se modeli BOT (angl. *build- operate- transfer*) uporabljajo tako v državah v razvoju kot tudi v razvitih gospodarstvih (Menheere et al., 1996). BOT oblika financiranja infrastrukturnih objektov se je razvila iz dveh pravnih osnov (Mrak et al., 2005). Prvo od njih predstavlja projektno financiranje v varianti z omejenim pristopom; gre za koncept financiranja projekta, pri katerem bodo kreditorji zagotovili sredstva za financiranje projekta predvsem na osnovi ocene, ali bo projekt sposoben generirati dovolj finančnih prilivov za servisiranje najetih dolgov, in razpoložljivega kapitala, s katerim razpolaga koncesionar, saj le-ta predstavlja nekakšno garancijo za najete kredite (Mrak et al., 2005). Koncesionar je lahko fizična ali pravna oseba, če izpolnjuje pogoje za opravljanje dejavnosti, ki je predmet koncesionirane gospodarske javne službe. Koncesionar je lahko tudi tuja oseba, če zakon ne določa drugače (Zakon o gospodarskih javnih službah, Ur.l. RS, št. 32/1993, 30/1998 – ZZLPO, 127/2006 – ZJZP, 38/2010 – ZUKN in 57/2011 – ORZGJS40). To pomeni, da se projektno financiranje nanaša na tiste finančne strukture, pri katerih država kot sponzor

projekta pritegne subjekte iz zasebnega sektorja v financiranje projekta predvsem na osnovi predvidenih finančnih prilivov projekta, ne pa na osnovi drugih oblik zavarovanja, kot je npr. premoženje države oziroma njen splošen finančni položaj (Mrak et al., 2005).

Druga pravna osnova BOT oblike projektnega financiranja so koncesije, ki so se v nekaterih danes industrijsko razvitih državah uporabljale že v 19. stoletju in v začetku tega stoletja (Mrak et al., 2005). Pri tem velja poudariti, da so se te koncesije v enem ključnem segmentu pomembno razlikovale od današnjih BOT projektov; medtem ko so klasične koncesije zasebnemu sektorju omogočale praktično brezpogojno uporabo objekta, torej ob zelo omejeni vlogi in kontroli države, je pri pravilno strukturiranem BOT projektu vloga države bistveno večja (Mrak et al., 2005). Država odloča ne le o tem, ali je objekt potreben ali ne, temveč običajno opredeli tudi, kakšne naj bodo njegove osnovne značilnosti (Mrak et al., 2005). To pomeni, da za razliko od klasičnih koncesij, BOT projekti dejansko predstavljajo partnerski odnos med zasebnim sektorjem in državo (Mrak et al., 2005).

Največja prednost modela BOT za državo (oziroma v našem primeru občine) je, da podizvajalci kot zasebni sektor prevzamejo večino tveganja, pri čemer slednja ni pripravljena financirati in prevzeti tveganja v razvoju javnega objekta (Menheere et al., 1996). Ob koncu obdobja koncesije, bo država (oziroma v našem primeru občina) podedovala dobro upravljan projekt z malo tveganja in brez potrebe po vlaganju javnih sredstev (Menheere et al., 1996). Posledica tega je, da se projekt izvede tudi v primeru, da je proračun države (občine) omejen (Menheere et al., 1996). Finančna sredstva pridobljena s strani zasebnih organizacij in sama izvedba projekta nista odvisna od finančnega načrta države (občine) (Menheere et al., 1996). Glede na to, da so odgovornosti glede oblikovanja, razvoja in izgradnje na strani koncesionarja, naj bi bil objekt bolj učinkovit in uspešen. Vendar pa je proces ob uporabi modela BOT zelo zapleten (Menheere et al., 1996). Zaradi številnih in različnih pogodb, organizacij in stopenj, je upravljanje procesov veliko bolj zapleteno, še posebej v začetnih fazah (Menheere et al., 1996). Poleg tega se koncesionar strinja, da prevzame celotno tveganje, v pričakovanju visoke donosnosti naložbe (Menheere et al., 1996). Za vsako tveganje, ki pri tem nastane, se koncesionar strinja, da ga mora naročnik (kupec) tudi plačati (Menheere et al., 1996).

Kakorkoli BOT projekti niso nujno dražji od tradicionalnih projektov, zaradi prihrankov v postopku, ki potekajo v zasebni lasti in zaradi učinkovitega načrtovanja, gradnje in obratovanja (Menheere et al., 1996). Drugo vprašanje, ki se pojavlja je negotovost napovedovanja prihodkov v obdobju koncesije, ki je najpomembnejši podatek za koncesionarja (Menheere et al., 1996). Dolžina obdobja koncesije je tako odvisna od pričakovanih prihodkov in lahko znaša do 30 let (Menheere et al., 1996). Pogosto poslovni načrt koncesionarja temelji na netočnih predpostavkah, ki imajo lahko za delovanje projekta ključne posledice (Menheere et al., 1996).

BOT kot specifična oblika projektnega financiranja z omejenim pristopom, temelječa na koncesijskem tipu pogodbe, je najbolj običajna oblika vključevanja zasebnega sektorja v izgradnjo novih infrastrukturnih objektov (Mrak et al., 2005). Gre za obliko projektnega financiranja, v kateri najboljši ponudnik kot sponzor projekta dobi od države oziroma njene pristojne institucije koncesijo za njegovo izgradnjo in upravljanje, pri čemer je sam odgovoren tudi za pripravo in financiranje projekta (Mrak et al., 2005). Na koncu obdobja, določenega s koncesijsko pogodbo, je koncesionar obvezan projekt predati v lastništvo države (Mrak et al., 2005). Dolžina trajanja koncesije je odvisna predvsem od višine in dinamike predvidenih finančnih prilivov projekta, saj bi le-ti morali zadostovati tako za kritje stroškov kot tudi za doseganje predvidenega dobička koncesionarja. Investicijski projekt na področju infrastrukture, ki je predmet BOT oblike projektnega financiranja, gre

običajno skozi naslednjih sedem faz projektnega ciklusa: identifikacija projekta, izbor sponzorjev projekta, ustanovitev projektnega podjetja, oblikovanje pogodbene in finančne strukture projekta, izgradnja objekta, poslovanje objekta v obdobju koncesije in prenos lastništva objekta na državo (Mrak et al., 2005).

Kot vsi ostali načini povezovanja in financiranja ima tudi javno-zasebno partnerstvo svoje prednosti in slabosti, med katerimi velja izpostaviti kot prednost predvsem hitrejšo zagotavljanje in izvedbo javne infrastrukture ter boljšo razporeditev tveganja. Glavne slabosti tega sistema so predvsem premajhen nadzor javnega sektorja, neizkušenost ter nejasna delitev odgovornosti med javnim in zasebnim partnerjem (Hrabar, 2007).

Tabela 4: Prednosti in slabosti JZP

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - zmanjšani stroški celotne investicije, - zmanjšan pritisk na javna sredstva - spodbuda za izboljšanje delovanja, - zmanjševanje tveganj, - izboljšane storitve, - dodaten dohodek, - povečano vključevanje javnega sektorja in javnosti. 	<ul style="list-style-type: none"> - neizkušenost – projekt se zaplete, - premajhen nadzor javnega sektorja, - zvišanje stroškov javne infrastrukture, - izvajanja javne službe, - nejasna delitev odgovornosti med javnim in zasebnim partnerjem; <ul style="list-style-type: none"> • v predvidenih primerih; • v primeru pojava nepredvidenih sprememb in zapletov.

Vir: M. Hrabar, Cilj najboljših je okoljska odličnost, 2007.

Spodaj je navedenih nekaj slovenskih primerov dobrih praks, ki so bile financirane na podlagi javno-zasebnega partnerstva (Kranjc, 2007). To so:

- Tehnološki park Ljubljana Brdo,
- Apartmajsko naselje terme Snovik,
- E-računovodstvo, Unija d. d.,
- Izgradnja javne komunalne infrastrukture v obrtni coni Kidričevo,
- Izgradnja turističnih kapacitet na kmetiji Klinec,
- Bastion – Interreg III A.

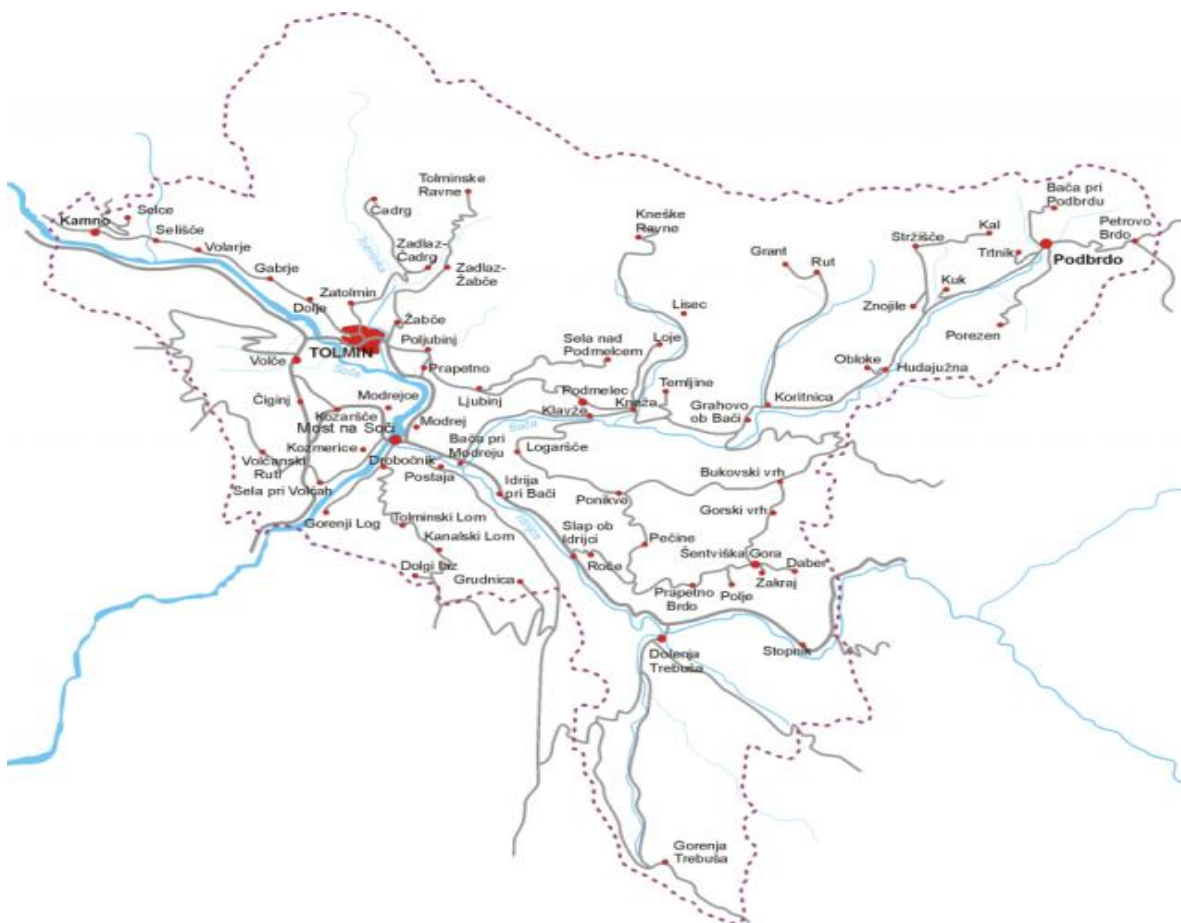
Med omenjenimi primeri je izpostavljen primer dobre prakse o izgradnji apartmajskega naselja term Snovik, saj se ta lahko primerja z raziskavo glede izgradnje termalne riviere na Tolminskem. Na razpis so se prijavi pod predlogom »Spodbujanje razvoja turističnih destinacij – turistična infrastruktura«, medtem ko so bile Terme Snovik prijavitelj projekta. Vsebina prijave se je glasila »Investicija v izgradnjo 24 apartmajskih enot z dvema in štirimi ležišči po standardu ****«. Investicija se je pričela leta 2004 in se septembra 2005 tudi uspešno zaključila. Vrednost investicije je bila ocenjena na 1,2 milijarde tolarjev (5.007.508,57 EUR), medtem ko so cca. 400 milijonov takratnih tolarjev (1.669.169,52 EUR) pridobili s strani nepovratnih sredstev (Kranjc, 2007).

3 PREDSTAVITEV ZGORNJEGA POSOČJA IN OBČINE TOLMIN

Soška dolina ali Posočje je sestavljeno iz spodnjega, srednjega in zgornjega Posočja. Raziskava v okviru magistrske naloge se osredotoča na zgornje Posočje in njegovo središče, mesto Tolmin. Gospod Stojan Trošt je v Tolminskem zborniku (1956) opisal zgornje

Posočje z besedami: »Zgornje Posočje ali Tolminsko leži na stičišču dveh velikih evropskih gorskih enot, Alp in Dinarskega gorstva. Alpe tu že prehajajo iz visokogorskega sveta v predgorje, ki pomeni po višinskih odnošajih in po zunanjem izgledu prehodni pas na eni strani v Furlansko nižino, na drugi strani pa brez vidne meje na črti od spodnje Bače proti Cerknemu v kraške planote Dinarskega gorstva. Vmes se vleče slikovita Soška dolina, ki se ji v bližini Tolmina pridružita še dolina Idrijce in Bače. Tako predstavlja tolminski kotel, nastal ob stičišču teh treh in še nekaj drugih manjših dolin, prirodno središče zgornjega Posočja in tistega dela Cerkljanskega hribovja ter Čepovanske planote, ki teži proti Tolminu« (Trošt, 1956).

Slika 1: Občina Tolmin



Vir: Občina Tolmin. Predstavitev občine Tolmin, 2014.

»Naše mesto leži sredi zelene kotline, na ravnici, ki sta jo ustvarili šumeči vodi Tolminka in Soča, stekajoči se z obkrožajočih planin Julijskih Alp. Domačini imenujejo skalnato verigo bohinjskih gora na severu kotline »Peči«. Majhen je ta košček sveta, zajeti ga je moč z enim samim pogledom. Kljub temu je bogat v svoji pestrosti, lepoti in skladnosti oblik.« Tako je Tolminsko opisala etnologinja Marija Rutar v knjigi Tolminska je pesem (Rutar et al., 2000).

3.1 Turistična ponudba

Hunziker in Krapf sta leta 1942 (Bunc, 1986, str. 26) opredelila turistično ponudbo kot tisto količino turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen in/ali pri

danem stanju deviznih tečajev. Planina (1966, str. 161-166) razdeli turistično ponudbo na primarno in sekundarno:

- **Primarna turistična ponudba:** obsega tiste dobrine, ki niso proizvod dela ali ki jih človek ne more več proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo; to so naravne in antropogene dobrine- podnebje, gore, jezera, vegetacija ter antropogene dobrine v obliki kulturnih in zgodovinskih spomenikov in znamenitosti (Planina, 1966, str. 161-166).
- **Sekundarna turistična ponudba:** zajema tiste turistične dobrine, ki so proizvod dela in jih človek ob drugih nespremenjenih okoliščinah še vedno lahko proizvaja v zahtevani količini in kakovosti (Planina, 1966, str. 161-166). V omenjeni sklop sodijo osnovna infrastruktura, turistična infrastruktura ter turistična superstruktura (Planina, 1966, str. 161-166).

Mihalič (2006a) navaja, da se izraz splošna infrastruktura nanaša na transportno, vodovodno, energetska, kanalizacijsko, zdravstveno itd. infrastrukturo, ki ni bila načrtovana za potrebe turizma. Omenjene zmogljivosti, ki nastanejo načrtno zaradi potreb razvoja turizma, imenujemo turistično pogojena širša infrastruktura (Mihalič, 2006a). Turistična infrastruktura pa se nanaša na objekte, ki so bili zgrajeni izključno za potrebe turizma. Primeri so hotelske zgradbe, turistični zabavišni in športni ter drugi objekti (Mihalič, 2006a). Storitve, ki jih nudijo ti objekti, strokovno imenujemo turistična superstruktura (Mihalič, 2006a). Mednje sodijo storitve nastanitve, polpenziona, storitve prehrane, zabave, vodenja itd (Mihalič, 2006a).

3.2 Turistična ponudba: Tolmin, Kobarid

Dolina Soče je evropsko pomembno stičišče narave in kulture. Lahko se sprehodite po poteh iz prve svetovne vojne, se srečate z mojstri, ki rečne kamne in pesek spreminjajo v nepozabne podobe, se ustavite na turističnih in ekoloških kmetijah, ki razvajajo čute z naravnimi okusi in doživetji, se preizkusite na adrenalinskem spustu po divjih brzicah, na jadralskem poletu z gorskega zaletišča, na pokušini sirarskih posebnosti, na poti po pastirskih stezah, kjer se bodo oči napolnile s podobami, kakršnih drugje ni (LTO Bovec, 2008).

Z vidika vodnih športov je na tem območju najbolj popularno soteskanje (angl. *canyoning*), sledita mu rafting ter kajak (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Najbolj znane in obiskane pohodniške poti na tem območju so predvsem evropska pešpot E7, Alpe Adria Trail, Pot miru ter Tolminska korita (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). V zadnjem času v ospredje vedno bolj prihaja kolesarjenje, ki postaja ključna dejavnost v občinah (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Kolesarji se najraje zapeljejo po kolesarskih poteh ob Soči, od Tolmina do Kobarida, na planino Zaprikraj, po Kosmačevi učni poti, na planino Razor ter po Breginjskem kotu (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Reka Soča z vsemi njenimi pritoki je idealna točka tudi za vse, ki so ukvarjajo z ribolovom (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Na športnem področju se ljudje poleg vodnih športov, pohodništva, kolesarjenja ter ribolova odločajo tudi za jadralsko padalstvo, saj Kobala pri Tolminu in Stol pri Kobaridu nudita primerno vzletišče za omenjeni šport (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Med najbolj prepoznavne naravne znamenitosti uvrščamo reko Sočo in Nadižo, slap Kozjak, slap Sopota ter Tolminska korita (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Med kulturno zgodovinskimi znamenitostmi najbolj izstopajo Javorca, spominska cerkev Svetega Duha, italijanska in nemška kostnica, muzeji na prostem iz prve svetovne vojne (Kolovrat, Mengore, Mrzli vrh, Zaprikraj), Napoleonov most pri Kobaridu, Kobariški muzej prve svetovne vojne ter rojstna hiša Simona Gregorčiča (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013).

Predvsem v poletnih mesecih je veliko ponudbe povezano tudi z raznimi športnimi prireditvami in festivali (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Največji med njimi je prav gotovo Metalcamp oziroma pod novim imenom Metaldays, ki vsako leto privabi več kot deset tisoč obiskovalcev (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013). Sledijo mu še Punk Rock Holiday, Overjam internation Reggae festival, med športnimi prireditvami najbolj izstopata Soča Outdoor festival ter Gorski maraton štirih občin (Turistična ponudba, Dolina Soče, 2013).

3.3 Turistična ponudba: Bovec

Kot največji deležnik turistične ponudbe na Bovškem je bilo še pred kratkim aktualno smučišče Kanin, ki pa je sedaj zaradi številnih zapletov zaprto (Ozebek, 2013). Zaprtje smučišča Kanin je negativno vplivalo na turistično sezono v Bovcu tako v zimskem kot tudi poletnem času, ko je krožno-kabinska žičnica vozila turiste na izlete v visokogorje (Ozebek, 2013). V zimski sezoni je Bovec ostal brez pomembnega vira dohodka, zato pa ostaja vedno bolj priljubljeno sankanje z Mangartskega sedla, krpljanje, tek na smučeh, ledno plezanje ter turno smučanje (Ozebek, 2013). V poletnem času turiste najbolj privabi reka Soča, kjer sta najbolj priljubljena kajakaštvo in rafting, vedno bolj pa tudi ribolov (Bovec – doline navdiha, 2013). Poleg tega dolina reke Soče ponuja še veliko možnosti za kolesarjenje in pohodništvo po okoliških hribih in planinah (Bovec – doline navdiha, 2013). Na področju kulture Bovec ponuja ogled tovarne žičnice na Golobar, Štoln v Logu pod Mangartom, čebelnjak Matije Komaca, trdnjavo Fort Hermann, etnološko pot, muzej na prostem (Čelo ali Ravelnik) ter Dom Trenta. Prav tako je moč obiskati tudi utrdbo in spomenik na Predelu, ki izhajata še iz časa Napoleonovih vojn (Bovec – doline navdiha, 2013). Med najbolj obiskane kulturne znamenitosti v Dolini Soče pa sodi trdnjava Kluže (Bovec – doline navdiha, 2013).

3.4 Turistično povpraševanje

Turistično povpraševanje predstavlja pripravljenost turistov, da menjajo oziroma pridobijo določeno količino turističnih dobrin za določeno količino denarja (Kaspar, 1991, str. 117). Turistično povpraševanje se običajno šteje kot uporaba oziroma meritev uporabe določene dobrine ali storitve s strani obiskovalca (Song, Li, Witt & Fei, 2010). Je posebna oblika povpraševanja, v tem primeru turističnega produkta, ki predstavlja skupek komplementarnih izdelkov in storitev (Song et al., 2010). Različne načine merjenja turističnega povpraševanja lahko razdelimo na turistične prihode in odhode, turistično potrošnjo (izdatke), dolžino bivanja ter število nočitev v turističnih nastanitvah (Song et al., 2010). Čeprav sta načina prihod turistov in turistični izdatki uporabljena za merjenje in napoved turističnega povpraševanja, pa razlike med njima ne smemo ignorirati (Song et al., 2010).

Prvič, temeljna razlika med tema dvema ukrepoma je način, kako sta bili zbrani ti dve vrsti podatkov (Song et al., 2010). Mednarodni turistični prihodi so pogosto zabeleženi na obmejnih točkah, medtem ko so podatki o turističnih izdatkih običajno zbrani z anketami obiskovalcev (Song et al., 2010).

Drugič, ta dva načina povpraševanja služita vsak svojemu namenu (Song et al., 2010). Ponudniki turističnih produktov so veliko bolj zainteresirani glede turističnih prihodov in napovedi za prihodnja leta, saj to neposredno vpliva na njihovo zmogljivost in zasedenost (Song et al., 2010). Na primer, odločitve o vlaganju v nove hotelske zmogljivosti se v veliki meri zanašajo na natančno napoved prihodov turistov (Song et al., 2010).

Tretjič, ko povzamemo daljše časovno obdobje, lahko ugotovimo, da različni dejavniki vplivajo tako na turistično povpraševanje kot na turistične izdatke (Song et al., 2010). Ta dva načina imata zato različno stopnjo nihanja v različnih časovnih obdobjih zaradi sprememb v

menjalnih tečajih ali zaradi drugih gospodarskih dejavnikov, kot so dohodek turističnega izvora v državi in relativne turistične cene (Song et al., 2010).

Četrtrič, v zvezi z napovedovanjem turističnega povpraševanja se je literatura vedno osredotočila predvsem na primerjavo uspešnosti napovedi alternativnih modelov, ki temeljijo na istem ukrepu turističnega povpraševanja (Song et al., 2010). Nobenega poskusa ni bilo na tem, da se preveri točnost napovedi različnih ukrepov za zmanjšanje povpraševanja (Song et al., 2010).

Na turistično povpraševanje bi lahko vplivali številni dejavniki; gospodarski, vedenjski in politični dejavniki, vendar večina ekonomskih študij preučuje le turistično povpraševanje, s poudarkom na gospodarskih dejavnikih (Song et al., 2010). Prihodki in cene igrajo pomembno vlogo pri določanju turističnega povpraševanja (Song et al., 2010). Izdatke za marketing, potrošnikov okus, pričakovanja potrošnikov, navade, vztrajnost, prebivalstvo in enkratni dogodki so vsi potencialno pomembni dejavniki, ki bi lahko bili vključeni v turistični model povpraševanja (Song et al., 2010).

Trendi, ki bodo vplivali na turistično povpraševanje v prihodnosti se osredotočajo predvsem na (European Travel Commission, 2006; Ovsenik & Uran, 2006, str. 136):

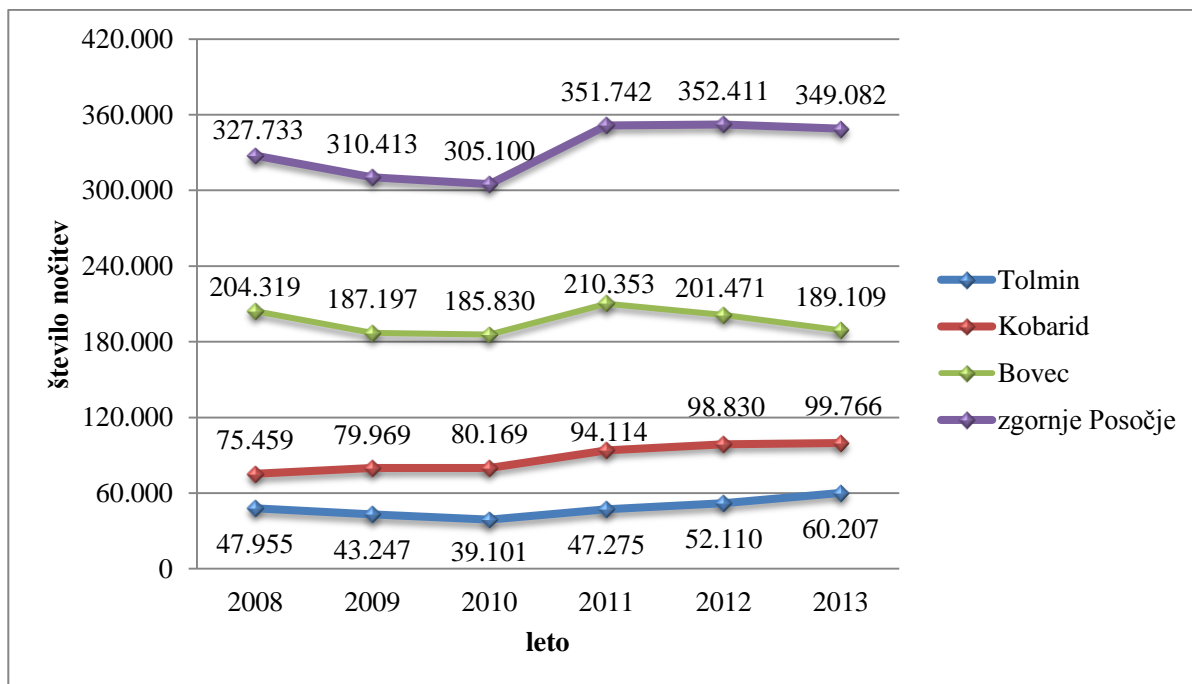
- cenejše, krajše, doživljajske in intenzivnejše počitnice oz. potovanja,
- specializirana in izobraževalno naravnana potovanja,
- varne destinacije – vpliv »11. septembra« ter vse večjega razraščanja kriminala povečuje privlačnost relativno varnih destinacij,
- ekološko čiste destinacije,
- povečevanje izdatkov za potovanja,
- vedno bolj izrazita sezonska nihanja,
- trend »nazaj k naravi« in povečevanje povpraševanja po ekoloških turističnih produktih (European Travel Commission, 2006; Ovsenik & Uran, 2006, str. 136).

Analiza posameznih trendov nam pokaže, da ima občina Tolmin idealno priložnost za okrepitev turizma. Povprečna doba bivanja na Tolminskem je 3,3 dneva (konkretnije predstavljeno v nadaljevanju magistrske naloge), torej turisti obiščejo naše kraje le za kratek čas, poleg tega pa je tolminska regija cenovno zelo ugodna. Bogata kulturna, zgodovinska in naravna dediščina močno prispevajo k temu, da bodo turisti preživeli intenzivne počitnice, polne novih doživetij. Poleg tega imajo možnost, da bodo njihova potovanja temeljila tudi na izobraževalni ravni, saj je tolminska regija močno vpletena v dogajanje iz prve svetovne vojne, na kar pričajo številni spomeniki, ostanki, rovi, obrambne linije, pokopališča itd. Omenjeni trend »nazaj k naravi« in povečanje povpraševanja po ekoloških turističnih produktih sovpada s tolminsko regijo, ki je z vseh strani obdana z neokrnjeno naravo, medtem, ko prebivalci iz okoliških vasi skrbijo za ponudbo ekoloških produktov.

3.5 Turistično povpraševanje v zgornjem Posočju

V zgornjem Posočju se je turistično povpraševanje v zadnjih letih zmanjšalo, kar dokazujejo podatki o prihodih in nočitvah obiskovalcev. V spodnjem grafu je sicer razvidno, kako se je število nočitev v občini Tolmin in Kobarid v zadnjih letih povečalo. Medtem v občini Bovec beležijo padec nočitev, kar lahko pripisemo zaprtju smučarskega centra na Kaninu; to je močno vplivalo na turistično povpraševanje v zimskem času (Ozebek, 2013). V Bovcu v povprečju beležijo skoraj štirikrat več nočitev kot v Tolminu ter vsaj dvakrat več nočitev kot v Kobaridu.

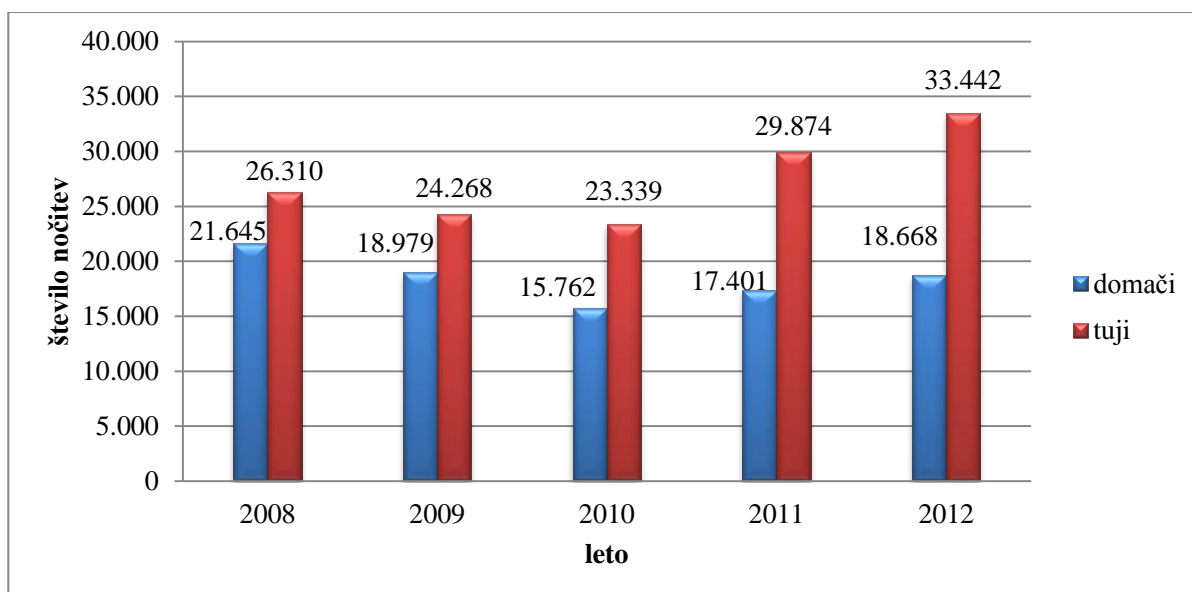
Slika 2: Grafični prikaz gibanja števila nočitev v Tolminu, Kobaridu in Bovcu, 2008-2013



Vir: Statistični urad RS, *Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, Slovenija, letno, 2013*; LTO Sotočje, *Statistični podatki za občini Tolmin in Kobarid, 2014*.

Med vsemi nočitvami je bilo v občini Tolmin, Kobarid in Bovec največ tujih gostov, ti so leta 2012 predstavljali kar 65,8 % vseh gostov. Skupno število nočitev se je leta 2012 glede na leto 2008 povečalo za 7,53 %, od tega se je število domačih gostov povečalo za 9,81 %, tujih pa za 6,38 %. Spodnji graf prikazuje povečanje števila nočitev tujih gostov v občini Tolmin v zadnjih dveh letih. Od leta 2008 do leta 2010 lahko zasledimo padec v nočitvah, kar lahko pripišemo začetku gospodarske krize, ki je Slovenijo dosegla konec leta 2008.

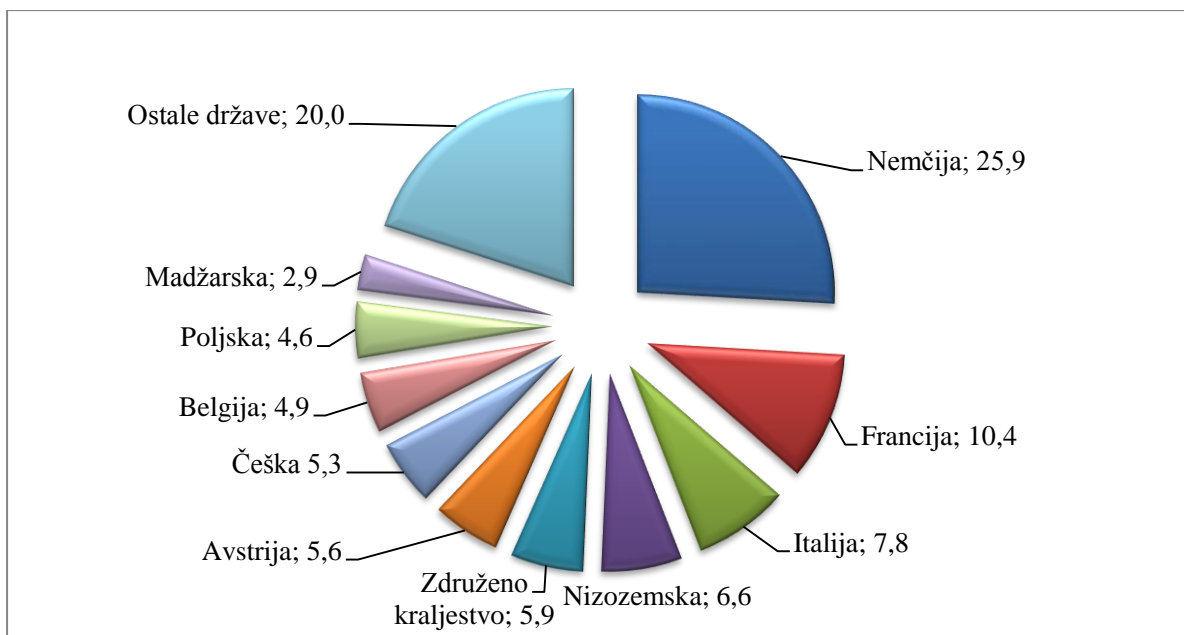
Slika 3: Grafični prikaz gibanja števila nočitev po narodnosti v občini Tolmin, 2008-2012



Vir: LTO Sotočje, *Statistični podatki za občini Tolmin in Kobarid, 2014*.

Spodnji diagram prikazuje strukturo tujih gostov po številu prenočitvev v občini Tolmin v letu 2012. Iz grafa je razvidno, da je v Tolminu prenočilo največ turistov iz Nemčije (25,9 %), sledijo jim Francozi (10,4 %), Italijani (7,8 %) in Nizozemci (6,6 %). Večina turistov obišče naše kraje predvsem v želji aktivnega preživljanja prostega časa. Med njimi se večinoma nemški in italijanski turisti odločijo za obisk zaradi padalstva, ribolova ter ostankov in spominov na prvo svetovno vojno (nemška in italijanska kostnica, cerkev sv. Duha v Javorci).

Slika 4: Grafični prikaz prenočitve turistov po narodnosti v občini Tolmin leta 2012 v %

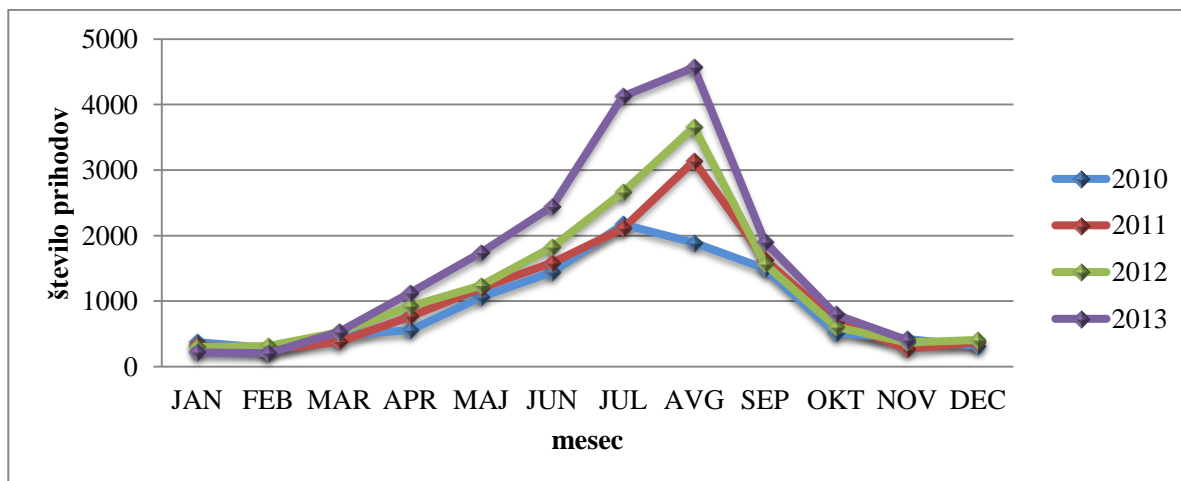


Vir: Statistični urad RS, Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, Slovenija, letno, 2013.

V obdobju od leta 2010 do leta 2013 je občina Tolmin zabeležila 189.057 nočitev ter 62.917 prihodov turistov. Struktura števila prihodov tujih gostov se tako razlikuje od strukture tujih gostov, ki se odločijo za bivanje v občini Tolmin. Tudi glede števila prihodov je največ nemških obiskovalcev (24,02 %), sledijo jim Italijani (10,61 %), Francozi (9,97 %) ter Avstrijci (7,97 %).

Mrtva sezona na Tolminskem traja nekje od konca septembra pa do aprila, potem ko se začne število prihodov in nočitev turistov v začetku maja povečevati. Še posebno v letu 2013 smo zabeležili veliko povečanje prihodov turistov v občino Tolmin. V letu 2013 je občina Tolmin zabeležila 1,7-krat več prihodov kot leta 2010. Samo avgusta leta 2010 je občino Tolmin obiskalo 1896 turistov, medtem ko se je avgusta leta 2013 ta številka povzpela na kar 4570 turistov. Na grafu na naslednji strani je razvidno, kdaj v tolminski občini beležimo visoko sezono in kdaj dejansko poteka t. i. mrtva sezona.

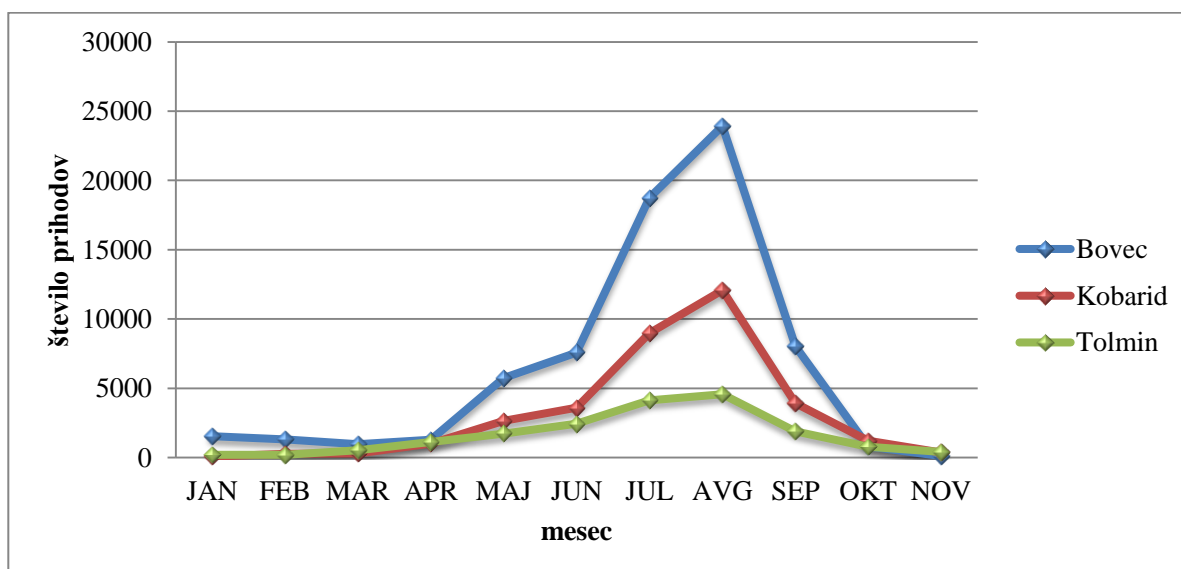
Slika 5: Grafični prikaz števila prihodov turistov v občino Tolmin po mesecih, 2010-2013



Vir: Statistični urad RS, *Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, Slovenija, letno, 2013.*

Razlog za mrtvo sezono v omenjenih mesecih le ni tako preprost. Občina Tolmin v teh mesecih nima zadostne ponudbe, ki bi zadovoljila vsakega obiskovalca. Poleg tega pa se tu odpira še vprašanje trženja in managementa obravnavane destinacije. Malenkostno odstopanje opazimo ob koncu leta, ko se v zgornjem Posočju odvijajo razne zabavne prireditve, prav tako pa obiskovalce pritegneta tudi okrasitev mesta in preživetje novega leta izven večjih mest. V občini Bovec je pred leti za višje povpraševanje v zimskih dneh skrbelo tudi smučarsko središče Kanin, ki pa je od leta 2013 zaprto (Ozebek, 2013). V Bovcu se soočajo z velikimi izgubami na tem področju, saj je Kanin predstavljal velik delež v zimski sezoni (Ozebek, 2013). Kljub temu v Bovcu tekom celotne zimske (mrtve) sezone omogočajo veliko dejavnosti na področju zimskih športov, med katerimi prevladuje sankanje z Mangartskega sedla, tek na smučeh, smučanje v Logu pod Mangartom ter krpljanje (Ozebek, 2013; Bovec – doline navdiha, 2014).

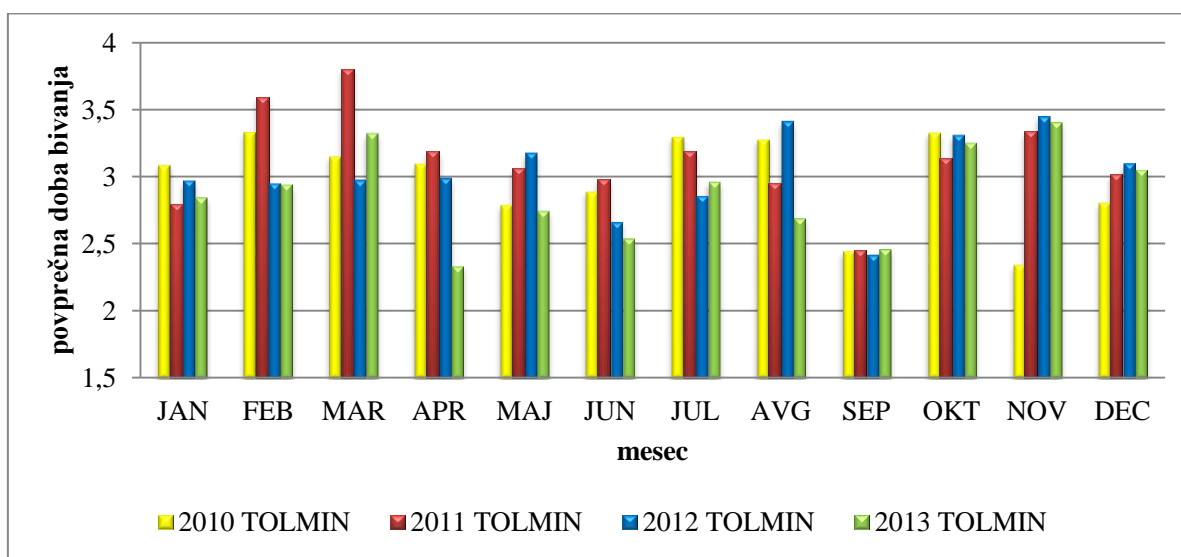
Slika 6: Grafični prikaz števila prihodov v zgornje Posočje leta 2013



Vir: Statistični urad RS, *Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, Slovenija, letno, 2013.*

Spodnji graf prikazuje, da se povprečna doba bivanja spreminja glede na posamezen mesec. Iz grafa je razvidno, da je v letih 2010, 2011 in 2012 do začetka maja v občini Tolmin bivalo precej več turistov kot leta 2013. Za takšne rezultate gredo zasluge predvsem smučarskemu centru na Kaninu, kjer je še leta 2012 trajala smučarska sezona do meseca maja (Ozebek, 2013). Razlog za takšno nihanje je tudi v vremenu, saj smo imeli v letu 2013 kar precej slabega vremena, ki je negativno vplivalo na dobo bivanja v naši občini. Močan vpliv na dolžino bivanja v občini imajo tudi festivali, ki se dogajajo v poletnih mesecih. V mislih imam predvsem Metaldays, Sajeta, Punk Rock Holiday ter Overjam international reggae festival (LTO Sotočje, 2014). Veliko turistov ostaja na Tolminskem tudi zaradi ribolova ter mednarodno priznanih padalskih tekmovanj. Za največ obiska med poletnimi meseci so zaslužni vodni športi, bogata kulturna in naravna dediščina ter pohodništvo (LTO Sotočje, 2010).

Slika 7: Povprečna doba bivanja v občini Tolmin od leta 2010 do leta 2013



Vir: LTO Sotočje, Statistični podatki za občini Tolmin in Kobarid, 2014.

Glede na to, da za leto 2013 še ni na voljo podatkov glede prihodov in prenočitev gostov, lahko na podlagi podatkov iz leta 2012 ugotovimo, da je povprečna doba bivanja v občini Tolmin znašala 3,3 dneva, medtem ko je v Sloveniji znašala 2,9 dneva (LTO, 2014). Občina Tolmin in zgornje Posočje spadata tako med tranzitne destinacije kot tudi med prehodne in izletniške destinacije (LTO, 2014). Razlogi za krajše bivanje se odražajo v tem, da se turisti vedno bolj odločajo za nekajdnevne izlete (LTO, 2014). Posočje sicer ponuja dovolj raznolike turistične proizvode, ki pa niso dobro definirani in ne prepričajo gostov, da bi ostali dlje (LTO, 2014). Glede na to, koliko naravnih, kulturnih in drugih znamenitosti ponuja Posočska regija, bi bilo smiselno oblikovati določene večdnevne pakete, preko katerih bi gostje v 6-7 dneh obiskali in izkusili tiste najboljše oblike turizma (LTO, 2014).

3.6 Trajnostne smernice razvoja turizma na Tolminskem

Občina Tolmin si bo prizadevala, da bo pri razvijanju turistične dejavnosti sledila ciljem trajnostnega razvoja, kot jih opredeljuje svetovna turistična organizacija (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010):

1. **Sposobnost ekonomskega preživetja:** zagotoviti konkurenčnost in sposobnost preživetja turističnih destinacij in podjetij, da se bodo ta lahko razvijala in prinašala koristi na dolgi

rok (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).

2. **Lokalna blaginja:** turizem in porabo obiskovalcev v kraju v čim večji meri usmeriti h krepitvi blaginje destinacije gostiteljice (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
3. **Kakovost zaposlitve:** krepiti število in kakovost delovnih mest, ki jih v kraju ustvarja in podpira turizem, vključno z zagotavljanjem primerne višine plačil, ustreznih pogojev za delo in odprtih možnosti za zaposlovanje brez kakršne koli diskriminacije na osnovi spola, rase, invalidnosti ali česa drugega (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
4. **Socialna pravičnost:** prizadevati si za široko razdelitev ekonomskih in socialnih koristi turizma po vsej skupnosti prejemnici, vključno s krepitvijo priložnosti, prihodkov in storitev, namenjenih socialno ogroženim skupinam (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
5. **Zadovoljstvo obiskovalcev:** obiskovalcem zagotoviti varne, navdušujoče in izpopolnjujoče izkušnje, brez kakršne koli diskriminacije na osnovi spola, rase, invalidnosti ali česa drugega (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
6. **Lokalni nadzor:** vključevanje lokalnih skupnosti v načrtovanje, upravljanje in odločanje o nadaljnjem razvoju turizma v njihovem okolju; krepiti njihovo vlogo v partnerskem dogovarjanju vseh zainteresiranih strani (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
7. **Blagostanje skupnosti:** ohranjovati in graditi kakovost življenja v lokalnih skupnostih, krepiti socialne strukture in dostop do virov, storitev in sistemov življenjskega pomena, izogibati se vsaki obliki izkoriščanja ali slabšanja socialnih razmer (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
8. **Kulturno bogastvo:** spoštovati in krepiti kulturno in zgodovinsko dediščino, tradicije in različnosti gostiteljskih skupnosti (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
9. **Fizična neokrnjenost:** ohraniti in povečevati krajinske kvalitete, in sicer tako mestne kot podeželske, preprečevati fizično in vizualno slabšanje okolja (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
10. **Biotska raznovrstnost:** zavarovati in ohranjati naravna območja, habitate in prosto živeče rastline in živali, ter čim bolj zmanjšati negativne vplive (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
11. **Učinkovitost virov:** čim bolj zmanjšati porabo redkih in neobnovljivih virov pri razvoju in delovanju turističnih zmogljivosti in storitev (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).
12. **Okoljska čistost:** čim bolj zmanjšati onesnaženost zraka, vode in zemlje ter količine odpadkov, ki jih ustvarjajo turistična podjetja in obiskovalci (UNEP & UNWTO, 2005; LTO Sotočje, 2010).

Predinvesticijska študija (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d.o.o., 2007), ki je bila narejena za določitev lokacije centra dobrega počutja v Tolminu, je že vsebovala elemente, ki temeljijo na trajnostnem razvoju. Gradnja na teh temeljih je za občino Tolmin kot Posočje izrednega pomena, saj je regija obdana z velikimi področji neokrnjene narave (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d.o.o., 2007). Potrebno je poskrbeti, da bo izgradnja objekta potekala v smeri trajnostnega razvoja in hkrati vsebovala elemente iz okolja iz narave, torej predvsem elemente iz lesa in kamna (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d.o.o., 2007).

4 ANALIZA EMPIRIČNIH REZULTATOV IZGRADNJE TERMALNEGA KOPALIŠČA

Zdravje in telesna aktivnost postajata vse bolj pomemben vidik v življenju ljudi in obenem tudi pomemben vidik potovanja (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Povečanje stresa bo tako ustvarilo več povpraševanja po individualiziranih proizvodih v naravnem in mirnem okolju (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Zdraviliškemu turizmu in turizmu dobrega

počutja je namenjeno, da postane velika tržna niša do leta 2020 (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Ljudje bodo tako v oddih združevali zdravljenje in potovanje (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Počitnice, ki so bile nekoč namenjene le rekreaciji in sprostitvi, se sedaj preoblikujejo v sfero fizično-duševnega ter duhovnega pomlajevanja (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Obstaja povečano zanimanje za alternativno medicino in dejavnosti, kot so joga in meditacija, telesne aktivnosti in programi telesne vadbe, aromaterapija, hujšanje in zdraviliško zdravljenje v pričakovanju, da bodo te dejavnosti dale boljše ravnovesje med človekom in naravo (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Zdraviliški turizem je zlasti v Evropi že dobro uveljavljen (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173). Poleg tega počitnice, kjer je vse vključeno (angl. *all-inclusive*) pritegnejo tiste ljudi, ki se želijo popolnoma sprostiti od službe in pritiska brez kakršnekoli potrebe po odločanju ali sodelovanju v določenih aktivnostih (Pollock & Williams, 2000, str. 165-173).

V Tolminu je bila pred sedmimi leti že izvedena študija glede izgradnje termalnega kopališča, a do realizacije projekta do danes še ni prišlo (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d.o.o., 2007). Da bi prišli do ugotovitve, kako so ljudje zadovoljni s trenutnim »stanjem« turizma v Tolminu, kakšne so njihove želje, kje vidijo nove priložnosti tako za razvoj turizma kot tudi same občine Tolmin, je bila izvedena spletna anketa. V nadaljevanju bodo poleg rezultatov ankete predstavljeni še:

- SWOT analiza izgradnje termalnega kopališča,
- analiza posameznih lokacij, primernih za postavitev takšnega kompleksa,
- odgovori, pridobljeni na podlagi intervjujev, opravljenih s predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji,
- odgovori, pridobljeni na podlagi intervjujev, opravljenih s turističnimi ponudniki v Tolminu in Kobaridu.

4.1 Realizacija projekta

Zametki študije upravičenosti izgradnje centra dobrega počutja segajo že v leto 2007, ko je bila narejena »Predinvesticijska študija za določitev lokacije wellness centra Tolmin«. Omenjeno študijo je pripravila lokalna turistična organizacija Sotočje v sodelovanju z izvajalcem projekta Hosting svetovanje d. o. o. (2007). Študija je razdeljena na analitični del, ki vsebuje predstavitev projekta in okolja, analizo obstoječega stanja (glede na potencialne lokacije), primerjalno analizo ter SWOT analizo za obe lokaciji. V drugem, programsko - trženjskem delu, se študija osredotoča na opredelitev ciljev (kvalitativni in kvantitativni cilji), opredelitev ciljnega trga, opredelitev programske strukture, oceno možnega obsega poslovanja, finančno analizo ter analizo občutljivosti investicijskega projekta. Tretji del zajema programsko projektno nalogo, kjer so predstavljeni osnovni koncept razvoja projekta, vstop na tržišče in komercializacija, planirane strukture kadrov ter model nadaljnjega razvoja projekta (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007).

V nadaljevanju raziskovalnega dela magistrske naloge so v SWOT analizi (PSPN matrika) navedene prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti izgradnje takšnega kompleksa.

4.1.1 SWOT analiza termalnega kopališča v občini Tolmin

SWOT analiza predstavlja okvir za analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (Schraeder, 2002). Razvita je bila kot preprosta, a učinkovita metoda za analizo v procesu strateškega načrtovanja trženja (Schraeder, 2002). SWOT analiza se lahko uporablja za identifikacijo in analizo prednosti in slabosti projekta, organizacije ali institucije, kot tudi

priložnosti in nevarnosti, ki jih o zunanjem okolju razkrijejo zbrane informacije (Webb, 2008). Lahko se uporablja, pri pripravi načrta, ki upošteva več različnih notranjih in zunanjih dejavnikov, in poveča potencial prednosti in možnosti ob hkratnem zmanjšanju vpliva slabosti in nevarnosti (Webb, 2008).

SWOT analiza predstavlja pomembno orodje in hkrati je to prvi korak glede nadaljnjih odločitev v smeri izgradnje termalnega kopališča. Tako, da je potrebno pred začetkom načrtovanja projektov na takem nivoju najprej opraviti SWOT analizo, ki nam prikaže dejansko stanje lokacije oziroma njene prednosti in slabosti. Prikaže nam katere priložnosti se nam bodo ponudile ob izgradnji takšnega kompleksa ter pred katerimi nevarnostmi se moramo zavarovati, da te ne bi imele prevelikega vpliva na obstoječi kompleks.

Tabela 5: SWOT analiza glede izgradnje termalnega kopališča v občini Tolmin

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - dodatna ponudba v destinaciji, - nova oblika turizma v regiji, - naravne in kulturne znamenitosti v regiji, - neokrnjena narava, naravne danosti, - lokalna hrana in običaji, - poletna sezona na reki Soči, adrenalinski športi, festivali, - turistična destinacija odličnosti, - lepa lokacija na obrobju mesta (Žabče), obdana s pašniki in z gozdovi, - možnost povezovanja z ostalimi turističnimi in drugimi ponudniki, (povezovanje kulture, kmetijstva, športa, turizma), - brez konkurenčnih ponudnikov na tem območju, - bogata kulturna in zgodovinska dediščina, - velika izbira športnih dejavnosti, - razvoj kopališkega turizma oziroma turizma dobrega počutja ter uporaba le tega tudi za rehabilitacijo, šole, treninge, - čezmejno sodelovanje z Italijo. 	<ul style="list-style-type: none"> - slabe cestne in železniške povezave ter dostop do lokacije, - premajhna izobraženost kadrov na tem področju, - pomanjkanje sodelovanja med občinami zgornjega Posočja, - nepoznavanje občine Tolmin na evropskem trgu, - velika oddaljenost mednarodnih letališč, - slabša ponudba v jesenskem in zimskem času, pomanjkanje prireditev, - pomanjkanje namestitvenih kapacitet višjega ranga, - premajhen interes in premalo vloženega truda pri iskanju investitorjev.
Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none"> - povezava z obstoječimi turističnimi ponudniki, - ponuditi gostu edinstveno izkušnjo v osrčju neokrnjene narave, - povezava športne in eko ponudbe, - vedno večje povpraševanje po storitvah na področju turizma dobrega počutja, - združitev in povezave vseh turističnih ponudnikov v Posočju, - večje število nočitev v mrtvi sezoni na Tolminskem, - nova delovna mesta, novi poklici, - nadgradnja turistične ponudbe, 	<ul style="list-style-type: none"> - upad povpraševanja po storitvah na področju turizma dobrega počutja, - pomanjkanje izobraževalnih ustanov na tem področju, - nadaljevanje gospodarske krize, - vedno bolj zahtevni gostje, - razvoj konkurence na tem območju - nekontrolirana gradnja večjih turističnih kompleksov, - povečanje vpliva lokalne politike na turizem v regiji.

se nadaljuje

nadaljevanje

Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none">- drugačen način preživljanja prostega časa,- trenutni trend, ki poudarja zdravo življenje in uživanje,- trajnostni razvoj in ekološka ozaveščenost,- izboljšanje cestne in železniške infrastrukture,- bližina ciljnih trgov – Italija, Avstrija.	

Glede na opredeljene prednosti in slabosti ugotovimo, da ima izgradnja takšnega kompleksa res veliko prednosti, pa tudi veliko slabosti. Glede slabosti je potrebno poudariti, da se slabe cestne povezave in dostop lokacije v zadnjem času izboljšujejo. To nam dokazujejo dela, ki trenutno potekajo na odseku Most na Soči-Želin. Dela so usmerjena na celotno obnovo in razširitev cest na tem področju. Pri izgradnji takšnega kompleksa je potrebna visoka izobraženost kadrov, ki nam ga na tem področju primanjkuje. Rešitev je v sodelovanju v okviru javno-zasebnega partnerstva, kjer bi zasebno podjetje zagotovilo primerne in izobražene kadre. Med slabosti štejemo tudi nesporazume in nesoglasja, do katerih prihaja znotraj treh občin, ki tvorijo zgornje Posočje. Velik vpliv na reševanje nesoglasij med občinami ima zagotovo zamenjava direktorja oziroma odhod direktorja iz LTO Sotočje v LTO Bovec. Poleg omenjenih težav na Tolminskem obratujeta dva velika hotela, vendar zaradi nesodelovanja in finančne stiske ne izpolnjujeta potreb gostov, ki so velikokrat razočarani nad tem dejstvom. Poleg tega lastniki večinoma delujejo sami zase in ne želijo sodelovanja z občino oziroma LTO-jem. V kolikor bi bilo sklenjeno sodelovanje z lokalno turistično organizacijo Sotočje, občino Tolmin in omenjenimi hoteli pri projektu termalnega kopališča potem bi zadostovala samo gradnja termalnega kopališča brez pripadajočih namestitev. Tako bi bil problem glede sprejema večjega števila gostov rešen.

Analiza opravljenih intervjujev s turističnimi ponudniki je pokazala, da so le ti pripravljeni na sodelovanje v okviru izgradnje termalnega kopališča oziroma centra za dobro počutje. Gostje predvsem v jesenskem in zimskem času (mrtva sezona) povprašujejo po različnih storitvah na področju turizma dobrega počutja. Izgradnja termalnega kopališča bi v tem primeru vplivala na večje turistično povpraševanje v mrtvi sezoni, medtem ko bi v primeru slabega vremena omogočila razširitev dodatne ponudbe.

Turistični ponudniki na Tolminskem so se odločili in ustanovili spletno stran, kjer si lahko turisti izberejo način, kako bi preživeli počitnice v dolini Soče (izbirajo lahko med različnimi namestitvenimi obrati, izbirajo med različnimi športnimi in drugimi aktivnostmi), na podlagi tega pa se za njih potem kreira ponudbo, prilagojeno glede na njihov izbor.

4.1.2 SWOT analiza potencialnih lokacij

SWOT analiza je sredstvo za pridobivanje informacij od udeležencev (Webb, 2008). Te informacije so sestavljene iz opazanj in analize teh stališč s strani udeležencev (Webb, 2008). V okviru tega procesa pa SWOT analiza ni niti prvi niti zadnji korak (Schraeder, 2002). Temelji predvsem na dobrem poznavanju sedanjega okolja in trendov kot tudi notranjih virov (Schraeder, 2002).

Direktor LTO Bovec, Janko Humar je v intervjuju navedel, da ima Tolmin pri izgradnji takšnega kompleksa na voljo tri potencialne lokacije, in sicer na območju sotočja reke Tolminke in Soče (na Cvetju), na območju podjetja Kurivo ter na idilični lokaciji v osrčju narave pri vasi Žabče (Priloga 3). Glede na to, da ima vsaka od izbranih lokacij tako svoje prednosti in slabosti kot tudi priložnosti in nevarnosti, je bila za vsako lokacijo posebej izdelana SWOT analiza.

4.1.2.1 Lokacija: Sotočje/na Cvetju

Lokacija ob sotočju rek Tolminke in Soče leži na ravnici južno od centra Tolmina, cca. 500 m od odcepa za regionalno cesto Tolmin-Nova Gorica (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). V prihodnjih letih se bo le dobrih 100 m od lokacije gradila obvoznica za mesto Tolmin, ki bo ponudila še lažji dostop do same lokacije (Priloga 4). V neposredni bližini, na samem sotočju rek, je idilično naravno kopališče, dobro obiskano predvsem s strani udeležencev različnih prireditev (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Gre za zaščiteno območje, pretežno gozd, v katerega predvidena gradnja ne bi posegla (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Omenjeno zaščiteno območje lahko z ureditvijo sprehajalnih poti predstavlja dodatno zanimivost za goste turističnega kompleksa (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007).

Tabela 6: SWOT analiza – lokacija Sotočje/na Cvetju

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - dobro urejena komunalna infrastruktura, - urejena dovozna cesta, - priključki za javno električno, vodovodno in kanalizacijsko omrežje, - dobra podlaga za gradnjo, - dostopnost lokacije, ki se bo z izgradnjo obvoznice še povečala, - bližina centra mesta, - bližina sotočja rek Tolminke in Soče, neokrnjena narava, bližina zgodovinskih spomenikov, - možnost rekreacije (tek, jahanje, lokostrelstvo, kolesarjenje) ... 	<ul style="list-style-type: none"> - bližina šolskega središča, - bližina čistilne naprave, - lastništvo zemljišč; zemljišča so v lasti posameznikov, - nakupna cena zemljišč, - omejena širitev lokacije, - lokacija je slabo vidna in težko prepoznavna, - omejen razgled na okoliške hribe, - propadajoči hotel Paradiso ...
Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none"> - sodelovanje s šolskim središčem v okviru plavalnih tečajev, - paketi, v katerih je vključena tudi karta za različne festivale ... 	<ul style="list-style-type: none"> - gradnja obvoznice in s tem povečan hrup ter ogrožena mirnost lokacije, - zmanjšanje števila gostov zaradi festivalov, - obnova hotela Paradiso – konkurenca.

Vir: LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., Predinvesticijska študija za določitev lokacije »wellness« centra v Tolminu, 2007.

4.1.2.2 Lokacija: Žabče

Lokacija leži na dominantni legi, dvignjeni nad Tolminom, s čudovitim razgledom na celotno dolino in mestom pod seboj (Priloga 5). Na sami lokaciji se trenutno nahaja zapuščen vojaški objekt s streliščem (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Teren leži na hribu, vendar je na sami lokaciji izravnana (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Sestava tal je kamnita, lokacijo prekrivajo travniki in nizko rastje (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Zrak je izredno čist, lokacija je s treh strani obdana z neokrnjeno naravo (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Tudi v bodoče se pričakuje, da na sami lokaciji in njeni bližini ostaja zeleni pas narave (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007). Na lokaciji se nahaja arheološko najdišče, ki bi

s primerno parkovno ureditvijo predstavljalo dodatno zanimivost za goste turističnega kompleksa (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., 2007).

Tabela 7: SWOT analiza – lokacija Žabče

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - zemljišče v lasti občine Tolmin, - možna širitev lokacije, - arheološko najdišče v bližini, - čudovita lokacija s pogledom na mesto, obdana s travniki in z gozdovi, - čist zrak, neokrnjena narava, - hribovit teren kot prednost pri drugačni gradnji z vidika arhitekture, - kamnita sestava tal v globljih plasteh zagotavlja dobro podlago za gradnjo, - hrupa zaradi odmaknjenosti od mestnega jedra in industrijske cone ni pričakovati, - možnost rekreacije (jahanje, lokostrelstvo). 	<ul style="list-style-type: none"> - ni pravega dostopa – potreba po gradnji nove ceste, - ni električnega priključka na tej lokaciji, - ni ustrezne komunalne infrastrukture, - bližina industrijske cone, - oddaljenost lokacije – do mesta je oddaljena 20-30 minut hoje.
Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none"> - boljša infrastruktura do kraja Žabče, - popestritev lokacije; prostor sedaj sameva z zanemarjenim streliščem, - povezava z lokalnimi ponudniki v kraju - nova pridobitev za vaščane Žabč, možnost popoldanske sprostitev. 	<ul style="list-style-type: none"> - večanje industrijske cone in tako posledično več hrupa, - vpliv gostov na okolje in okolico, - samevanje kompleksa v primeru gospodarske krize in večje konkurence.

Vir: LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., Predinvesticijska študija za določitev lokacije »wellness« centra v Tolminu, 2007.

4.1.2.3 Lokacija: Kurivo

Lokacija se nahaja na ugodni lokaciji blizu središča mesta ter športnih igrišč. Trenutno je zemljišče v lasti podjetja Mercator d.d., ki pa namerava to zemljišče kmalu prodati zaradi zmanjšanja prodaje. Lokacija je precej omejena, saj jo z ene strani obdajajo stanovanjske hiše, z druge strani pa drugi poslovni objekti. Se pa omenjena lokacija nahaja na t. i. terasi mesta, ki ponuja čudovit razgled na okoliške vasi (LTO Sotočje & Hosting svetovanje d.o.o., 2007).

Tabela 8: SWOT analiza – lokacija Kurivo

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - dobro urejena komunalna infrastruktura, - urejena dovozna cesta, - priključki za javno električno, vodovodno in kanalizacijsko omrežje, - dobra podlaga za gradnjo, - bližina centra mesta – idealno za sprehode, - bližina športnih igrišč (tek, nogomet, košarka, tenis, otroška igrišča), - lokacija na »terasi« mesta – lep razgled. 	<ul style="list-style-type: none"> - omejena širitev lokacije, - urbano okolje, pomanjkanje zelenih površin, - podjetje Kurivo ima na tem mestu še vedno svoje prostore, - stroški rušenja obstoječih objektov.

se nadaljuje

nadaljevanje

Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none">- boljša infrastruktura – boljša ureditev cest in dostopa do objektov na tistem območju- povezava s športnim igriščem,- priprave za športne ekipe, ki bi v bližini lahko uporabljala športna igrišča za trening,- boljša ureditev športnih igrišč.	<ul style="list-style-type: none">- pritožbe sosedov.

Vsaka izmed obravnavanih lokacij ima svoje prednosti in slabosti, pa tudi priložnosti in nevarnosti. V kolikor bi gradili na obstoječi infrastrukturi oziroma na območju, kjer je že urejena komunalna infrastruktura (nižji stroški pri gradnji), bi bili za to najbolj primerni lokaciji »na Cvetju« ter lokacija na območju podjetja Kurivo. Na omenjenih lokacijah je namreč že urejena dovozna cesta, priključki za javno električno, vodovodno in kanalizacijsko omrežje. Poleg tega sta lokaciji le nekaj metrov oddaljeni od »centra« mesta Tolmin. Ob pogovoru s tolminskim županom Urošem Brežanom je ta dejal, da je ena izmed možnosti tudi izgradnja parkirišča na območju Kuriva, ki bo glede na višino finančnih sredstev in glede na potrebe po parkirnih prostorih prednostno realizirana. Območje Kuriva je poleg tega še vedno v lasti podjetja Mercator d. d. Na drugi ustrezni lokaciji, na Cvetju, pa se pojavlja resno vprašanje o delovanju takšnega kompleksa v poletnih mesecih, ko se v neposredni bližini odvijajo različni koncerti, ki privabijo tudi več tisoč ljudi. Na eni strani bi to pomenilo veliko prednost, vendar po drugi strani ti koncerti povzročajo velik hrup. Lokacija na Cvetju ima še eno slabo lastnost, in sicer prisotnost čistilne naprave v bližini. Ljudje se zadnje čase veliko bolj odločajo za dopust v neokrnjeni naravi, na kar kažejo tudi trendi in rezultati raziskovanj (European Travel Commission, 2006; Ovsenik & Uran, 2006, str. 136). Čeprav sta na voljo potencialni in infrastrukturno urejeni lokaciji, bi bila gradnja veliko bolj smiselna na lokaciji nad Žabčami, saj je obdana s travniki in z gozdovi, ponuja čudovit pogled na mesto in okoliške hribe. Omenjena lokacija sicer nima ustrezne komunalne infrastrukture, prav tako tam ni električnega priključka ter ustrezne dovozne poti. Vendar bi glede na trende, ki jih je v svojem poročilu objavila Evropska turistična komisija (European Travel Commission, 2006), prav gotovo prepričala veliko večje število gostov. Turisti se namreč odločajo za oddih v naših krajih prav zaradi čudovite narave in aktivnega preživljanja prostega časa. Lokacija nad Žabčami se nahaja dobesedno v neokrnjeni naravi, ki bi bila idealno mesto oziroma začetna točka za marsikatero aktivnost.

4.2 Anketa o izgradnji termalnega kopališča

Spletna anketa o izgradnji termalnega kopališča je bila zasnovana in oblikovana kot glavno vodilo te naloge. Glede na to, da se o ideji glede izgradnje termalnega kompleksa govori že kar nekaj časa, je bil namen ugotoviti koliko je dejansko ta ideja še živa in podprta s strani lokalnih prebivalcev. Spletna anketa tako omogoča vpogled in primerjavo med različnimi tipi vprašanj glede na posamezne demografske podatke. V tem primeru zlahka preverjamo, kateri del populacije bolj podpira turizem oziroma izgradnjo termalnega kopališča oziroma katere omejitve vidijo anketiranci ob vsem tem. Veliko lažja je tudi kasnejša obdelava in analiza podatkov s strani občine Tolmin ali lokalne turistične organizacije, ko so dejansko ideje in omejitve projekta zbrane vse na enem mestu.

Med občani in občankami Tolmina je bila tako izvedena spletna anketa, ki se je nanašala na stanje turizma v občini Tolmin, na njegovo ponudbo, izvajanje in priložnosti. Del ankete je namenjen tudi izgradnji termalnega kopališča v občini Tolmin. Anketa je bila izvedena oziroma je bila na voljo na internetu od 27. januarja do 27. februarja 2014. Rezultati ankete, podrobnosti o njenem izvajanju, so predstavljeni v nadaljevanju.

4.2.1 Metodologija

Anketno zbiranje podatkov po internetu poteka že od konca osemdesetih let, ko so za anketiranje pričeli uporabljati elektronsko pošto (Parker, 1992; Sproull, 1986). Sredi devetdesetih let so v ta namen pričeli uporabljati tudi svetovni splet (GVU, 1994), ki je danes prevladujoč način anketiranja po internetu. Anketiranje po internetu bo postalo enakovredno drugim metodam, ko bo dokazano, da njegove anketne napake (napake zaradi neodgovorov, nepokritja, vzorčenja in samega merjenja) niso večje od tistih, dobljenih z drugimi metodami (Manfreda, Vehovar in Batagelj, 2000).

Pri sklepanju iz rezultatov vzorčne anketne raziskave na ciljno populacijo so ocenjene statistike podvržene različnim anketnim napakam (angl. *survey errors*), ki izhajajo iz različnih virov: **nepokritja, neodgovorov, vzorčenja in merjenja** (Groves, 1989, str. 11). Napake nepokritja (angl. *noncoverage*), neodgovorov (angl. *nonresponse*) in vzorčenja (angl. *sampling*) nastanejo zato, ker nekatere enote niso opazovane, medtem ko do napake merjenja (angl. *measurement*) pride pri samem opazovanju enot (Manfreda, Vehovar in Batagelj, 2000). Medtem ko do zgoraj omenjenih napak neopazovanja navadno pride že pred samim procesom zbiranja podatkov, pa do napak opazovanja (angl. *observational errors*) pride med samim merjenjem (zato se imenujejo tudi merske napake, angl. *measurement error*) bodisi zaradi anketiranca, merskega instrumenta (vprašalnika), načina zbiranja podatkov ali anketarja, če gre za osebno anketiranje (Groves, 1989, str. 11). Pri anketah na svetovnem spletu, ki so samoankete, do napak zaradi anketarja seveda ne prihaja (Groves, 1989, str. 12).

Spletne ankete imajo primerjavi z drugimi anketami (telefonsko anketiranje, osebno anketiranje, anketiranje po pošti) veliko število prednosti, med katerimi so najbolj značilni nižji stroški anketiranja, izključena časovna in geografska omejitev, večja hitrost pri zbiranju podatkov, elektronska oblika podatkov (za lažjo analizo), enostavna izvedba ter z določenimi programi samodejno zbiranje in analiziranje podatkov (Szolnoki in Hoffmann, 2013). Na drugi strani pa imajo spletne ankete tudi nekatere slabosti. Ena izmed slabosti je omejeno vzorčenje in razpoložljivost anketiranca. Za nekatere skupine je manj verjetno, da imajo dostop do interneta oziroma, da se odzovejo na spletne vprašalnike. Prav tako je težje pripraviti verjetnostne vzorce, ki temeljijo na e-poštnih naslovih ali spletnih obiskih. Med slabosti se uvrščajo tudi težave morebitnega sodelovanja. Čeprav spletne ankete na mnogih področjih dosegajo enako ali nekoliko višje stopnjo odziva kot pri tradicionalnih načinih, so uporabniki interneta danes nenehno bombardirani s sporočili in lahko zlahka izbrišejo pošto. Slabost spletne ankete je tudi odsotnost anketarja. Namreč pomanjkanje usposobljenega izpraševalca, da pojasni način anketiranja, lahko privede do manj zanesljivih podatkov (Szolnoki in Hoffmann, 2013).

Spletna anketa magistrske naloge je tako vsebovala vse omenjene napake. Pri napakah neopazovanja ugotovimo, da so odstopanja velika, saj je bila anketa posredovana le preko nekaterih elektronskih naslovov in preko družbenega omrežja facebook. Tako je bil v anketo vključen le del in ne celotna ciljna populacija. Velikost napak se zmanjšuje s povečevanjem velikosti vzorca, ker se s tem zmanjšuje verjetnost, da bo vzorec statistično značilno različen od populacije (Manfreda, Vehovar, Batagelj, 2000). V tem primeru bi bila bolj smiselna izvedba anketiranja preko telefona oziroma osebnega anketiranja, vendar bi bili stroški izvedbe v tem primeru večji. Odločitev za spletno anketo je bila sprejeta izključno zaradi nižjih stroškov izvedbe ter časovne omejitve ter zavedanja, da se v krajšem časovnem obdobju s takšnim načinom anketiranja pridobi večje število anketirancev. Manfreda (2001) na podlagi raziskav poudarja, da ankete na svetovnem spletu zagotavljajo hitrejša odgovore

in večjo kvaliteto podatkov (merjena s številom neodgovorjenih vprašanj in dolžino odgovorov na odprta vprašanja).

4.2.2 Namen in cilji ankete

Namen ankete je ugotoviti, ali občani/občanke spodbujajo razvoj kopališkega turizma in turizma dobrega počutja v Tolminu.

Cilj ankete je pridobiti podatke glede razmišljanja ljudi o turizmu v občini Tolmin. Zastavljena je tako, da anketiranci najprej odgovorijo na nekaj osnovnih vprašanj glede življenja in o vplivih turizma v občini Tolmin, torej kaj jih najbolj moti oziroma razveseljuje. Sledijo vprašanja glede investiranja in zaposlitve v turističnem sektorju ter v kakšni smeri bi anketiranci želeli, da se razvija turizem v občini Tolmin. Anketa je vključevala še vprašanja glede izgradnje in razvoja turizma dobrega počutja v Tolminu ter glede investiranja v to dejavnost. Ob zaključku ankete so imeli anketiranci možnost napisati mnenje glede razvoja kopališkega turizma v naši občini.

4.2.3 Zbiranje podatkov

Anketa med občani/občankami občine Tolmin se je izvajala od 27. januarja do 27. februarja 2014. Anketa na spletni strani lka je bila preko družbenih omrežij posredovana anketirancem. V tem času je anketo rešilo 300 anketirancev, med katerimi pa jih 57 ni odgovorilo na vsa vprašanja oziroma niso dokončali ankete v celoti.

4.2.4 Izbira vzorca

Vzorec je na podlagi ankete vseboval odgovore 118 občanov in 125 občank. Določeno število občanov/občank (57 anketirancev) je odgovorilo le na nekaj posameznih vprašanj, zato lahko govorimo o napaki zaradi neodgovora oziroma natančneje o napaki spremenljivke; določeni enoti namreč manjkajo le odgovori na posamezna vprašanja. Anketa je bila na voljo na spletnem naslovu, kjer so udeleženci sami odgovarjali na posamezna vprašanja. Izpolnjevanje ankete jim je vzelo približno 5-10 minut časa. Anketa je bila namenjena izključno občanom in občankam občine Tolmin.

Glede na velikost vzorca je bil opravljen izračun v okviru Hi-kvadrat testa, ki nam pokaže ali je posamezen vzorec reprezentativen oziroma ali lahko vzorec posplošimo na populacijo. V spodnji tabeli so tako prikazane vrednosti vzorca pridobljene s pomočjo spletne ankete ter vrednosti celotne populacije pridobljene s pomočjo Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju SURS).

Tabela 9: Ugotavljanje reprezentativnosti vzorca s pomočjo Hi- kvadrat testa

Značilnost vzorca/ populacija	Vzorec (spletna anketa)	Populacija (SURS)	Hi-kvadrat test
Spol			p=0,497
Moški	119	5749	
Ženske	129	5712	
Leta			p= 0,000
do 20 let	57	2058	
od 21 do 25 let	87	534	
od 26 do 30 let	45	755	

se nadaljuje

nadaljevanje

Značilnost vzorca/ populacija	Vzorec (spletna anketa)	Populacija (SURS)	Hi-kvadrat test
Leta			p= 0,000
od 31 do 35 let	24	754	
od 36 do 40 let	10	772	
od 41 do 60 let	22	3453	
61 let ali več	3	3135	
Prebivalci			p= 0,000
Mesto Tolmin	118	3436	
Ostali kraji v občini Tolmin	130	8025	
Izobrazba	248	9446	p= 0,000
Osnovna šola	23	2804	
Srednja šola	122	4925	
Visoka šola	37	/	
Univerzitetna izobrazba	55	760	
Magisterij	10	867	
Doktorat	1	90	

Vir: Statistični urad RS, *Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija, polletno, 2014*; Statistični urad RS, *Prebivalstvo, staro 15 ali več let, po izobrazbi in spolu, občine, letno, 2014*; Statistični urad RS, *Prebivalstvo po velikih in petletnih starostnih skupinah in spolu, naselja, Slovenija, polletno, 2014*.

Na podlagi izračunih hi-kvadrat testov za posamezno značilnost vzorca je bilo ugotovljeno, da je vzorec spola, pridobljen na podlagi spletne ankete reprezentativen oziroma ga lahko posplošimo na celotno populacijo, ker je $p=0.498 > \alpha=0,1$. Vsi ostali vzorci so glede na izračune ne-representativni oziroma jih ne moremo posplošiti na celotno populacijo, ker velja, da je $p=0,000 < \alpha= 0,05$. V tem primeru to pomeni, da pridobljene rezultate ne moremo posplošiti in se celotna analiza spletne ankete nanaša samo na vzorec in ne na celotno populacijo občine Tolmin.

4.2.5 Izhodiščne hipoteze

Anketa glede izgradnje termalnega kopališča na Tolminskem je bila posredovana občanom in občankam Tolmina, da posredujejo svoja mnenja glede možnosti realizacije projekta. Anketa je sestavljena iz 25 vprašanj, od katerih se 5 vprašanj nanaša na socialno-demografsko področje. Ostala vprašanja v anketi so razdeljena glede na posamezne sklope (smer razvoja turizma v občini Tolmin, pozitivni in negativni dejavniki razvoja turizma v občini Tolmin, privlačnost za obiskovalce, zaposlitev v turističnem sektorju ter vlaganje sredstev v turizem, velikost izgradnje termalnega kopališča, potencialne lokacije termalnega kopališča, sodelovanje z vlagatelji).

Anketiranci so izbirali med že oblikovanimi odgovori. Pri določenem številu vprašanj so anketiranci imeli možnost podajanja svojega mnenja. Odgovori niso bili opredeljeni le pri enem vprašanju, kjer so imeli anketiranci tako v celoti možnost izraziti svoje mnenje, kritiko ali pohvalo glede izgradnje termalnega kopališča na Tolminskem (Priloga 9). Anketa in pripadajoči odgovori so bili oblikovani s pomočjo priročnika: Metodologija za stalno spremljanje zadovoljstva turistov (Makovec- Brenčič et al., 2007), pridobljenega na spletni strani Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo.

Kot dodatna pomoč pri oblikovanju odgovorov in vprašanj je služil tudi pogovor in sodelovanje z direktorjem Lokalne turistične organizacije Bovec Jankom Humarjem.

Analiza magistrske naloge bo poskušala potrditi ali ovreči hipoteze, ki se nanašajo na izgradnjo termalnega kopališča na Tolminskem. Hipoteze so bile oblikovane glede na veliko zainteresiranost tako mladih kot starejših prebivalcev občine Tolmin glede razvoja turizma na področju dobrega počutja in hkrati izgradnjo termalnega kopališča.

H1: Mladi podpirajo izgradnjo termalnega kopališča bolj kot starejši.

H2: Prebivalci Tolmina so bolj zadovoljni z razvojem turizma kot prebivalci drugih krajev v občini.

H3: Za nakup delnic termalnega kopališča se bolj odločajo mladi kot starejši prebivalci.

H4: Bolj izobraženi prebivalci so bolj naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja kot manj izobraženi.

H5: Prebivalci, ki vidijo možnost vlaganja v turizem bolj podpirajo razvoj turizma kot prebivalci, ki ne vidijo možnost za vlaganja v turizem.

4.2.6 Rezultati ankete

Na anketo je v enem mesecu odgovorilo 300 udeležencev, med katerimi je 243 oseb odgovorilo skoraj na vsa vprašanja. Analiza spletne ankete je predstavljena po različnih sklopih. V prvem delu analize so predstavljeni socialno- demografski podatki anketirancev (spol, starostna skupina, ekonomska aktivnost, formalna izobrazba). Sledi sklop vprašanj namenjenih razvoju turizma v občini Tolmin, oziroma obravnava pozitivnih in negativnih dejavnikov ob tem razvoju.

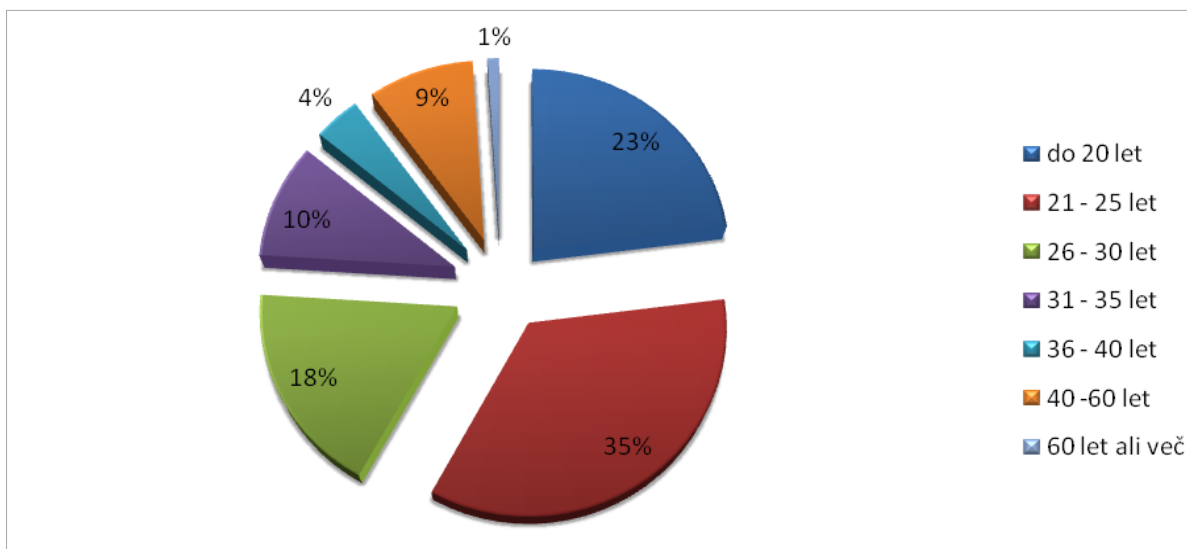
4.2.6.1 Socialno- demografski podatki

Med anketiranci, ki so v celoti izpolnili anketo, predstavljajo moški 48 %, ženske pa 52 % vseh anketirancev. Glede ekonomske aktivnosti je 56 % anketirancev navedlo, da so zaposleni oziroma samozaposleni (aktivni), 38 % se jih še šola, 4 % je brezposelnih, 2% med vsemi predstavljajo upokojnenci, 1 % anketirancev se uvršča med neaktivne.

Pri vprašanju glede najvišje dosežene formalne izobrazbe je bilo med 250 anketiranci največ tistih s srednješolsko izobrazbo, in sicer kar 124. Sledijo jim tisti z univerzitetno (55), visokošolsko (37) ter z osnovnošolsko izobrazbo (23). Anketo je izpolnilo tudi 10 oseb z magisterijem ter ena oseba z doktoratom. Med vsemi 246 anketiranci, ki so odgovorili na vprašanje, v katerem kraju v občini Tolmin prebivajo, jih je 52 % odgovorilo, da bivajo v ostalih krajih občine Tolmin, 48 % pa so predstavljali prebivalci mesta Tolmin.

Slika na naslednji strani prikazuje, da največji del (35 %) anketirancev sodi v starostno skupino med 21 in 25 let. Sledijo jim anketiranci v starostni skupini do 20 let, ki predstavljajo 23 %.

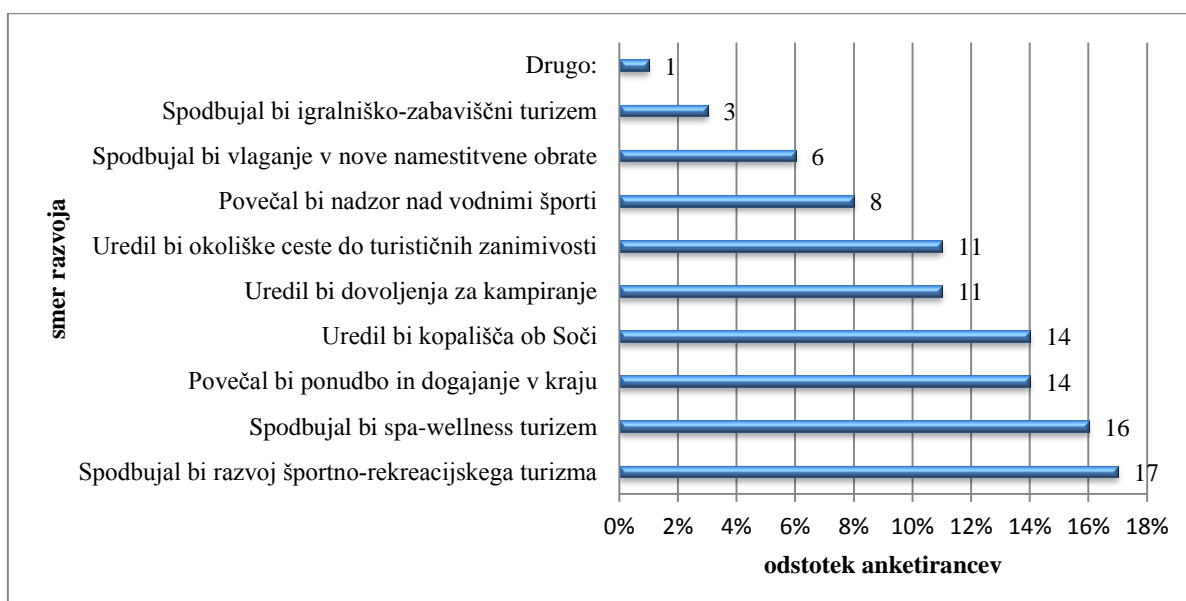
Slika 8: Struktura anketirancev po starostnih skupinah v %



4.2.6.2 Smer razvoja turizma v občini Tolmin

Vprašanje številka 12 se je v spletni anketi nanašalo na smer razvoja turizma v naši občini oziroma, kje domačini vidijo priložnost za razvoj in kaj bi spremenili oziroma uredili na tem področju. Iz spodnjega grafa je razvidno, da bi večina anketirancev spodbujala razvoj športno-rekreacijskega turizma, ki je sicer v Posočju že dobro uveljavljen in priznan ter je tudi eden izmed dejavnikov, zaradi katerega je Posočje prepoznavno tako v domačem kot svetovnem merilu. Velika večina anketirancev pa bi spodbujala tudi novo področje, ki je pri nas nepoznano, in sicer turizem dobrega počutja. Ko so pred nekaj leti naredili študijo o izgradnji takšnega termalnega kompleksa v naši regiji, so se začela intenzivna razmišljanja o tem, kako bi vse to vplivalo na tolminsko regijo in Posočje. Prišli so do zaključka, da je to idealna priložnost za okrepitev turizma tako v občini Tolmin kot tudi v Posočju. Občani in občanke bi poleg tega uredili še kopališča ob reki Soči, ki je poleti idealna lokacija za razne piknike in osvežitve, pa tudi za vodne športe in ribolov. Povečali bi ponudbo in dogajanje v kraju, uredili okoliške ceste, dovoljenja za kampiranje itd.

Slika 9: Smeri razvoja turizma v občini Tolmin v %



Tudi pri tem vprašanju so imeli anketiranci možnost podati svoje predloge. Navedli so:

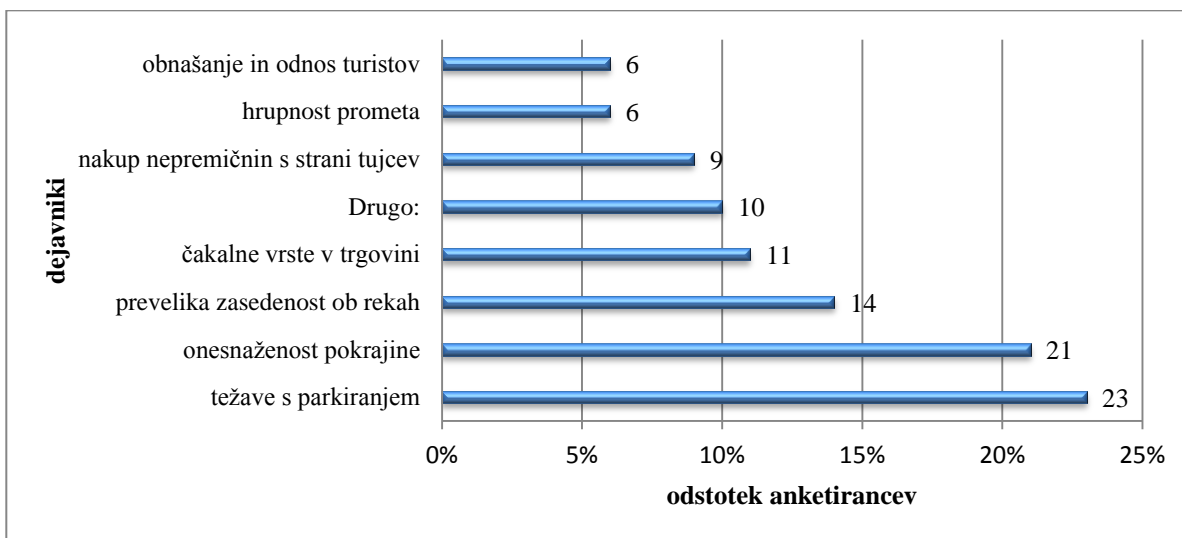
- povezava že obstoječih projektov in trženje slednjih kot celotna destinacija,
- promocija občine Tolmin v Sloveniji in v tujini,
- označiti in urediti kolesarske in pohodne poti,
- individualni turizem – turistična ponudba prilagojena posamezniku,
- festivalski in kulturni turizem.

4.2.6.3 Pozitivni in negativni dejavniki razvoja turizma v občini Tolmin

Naslednji sklop vprašanj je namenjen razvoju turizma v občini Tolmin. Anketiranci so naprej odgovarjali na vprašanji, »kaj jih najbolj moti« ter »kaj jih najbolj razveseljuje« pri razvoju turizma v občini. Podatki oziroma odgovori na posamezno vprašanje so predstavljeni v spodnji tabeli.

Kot je razvidno iz spodnje slike, občane in občanke Tolmina najbolj moti oziroma jih pri razvoju turizma skrbijo težave s parkiranjem, kar v Tolminu že sedaj predstavlja res veliko težavo, saj niti zaposleni in prebivalci v občini Tolmin včasih nimajo dovolj parkirnih mest. Kot drugi dejavnik jih skrbi onesnaženost pokrajine, kar bi za neokrnjeno naravo v teh koncih v primeru množičnega turizma predstavljalo velik udarec, saj se večina turistov odloči za obisk Posočja zaradi čudovite in neonesnažene pokrajine in reke Soče.

Slika 10: Razvoj turizma v občini Tolmin v % – negativni dejavniki



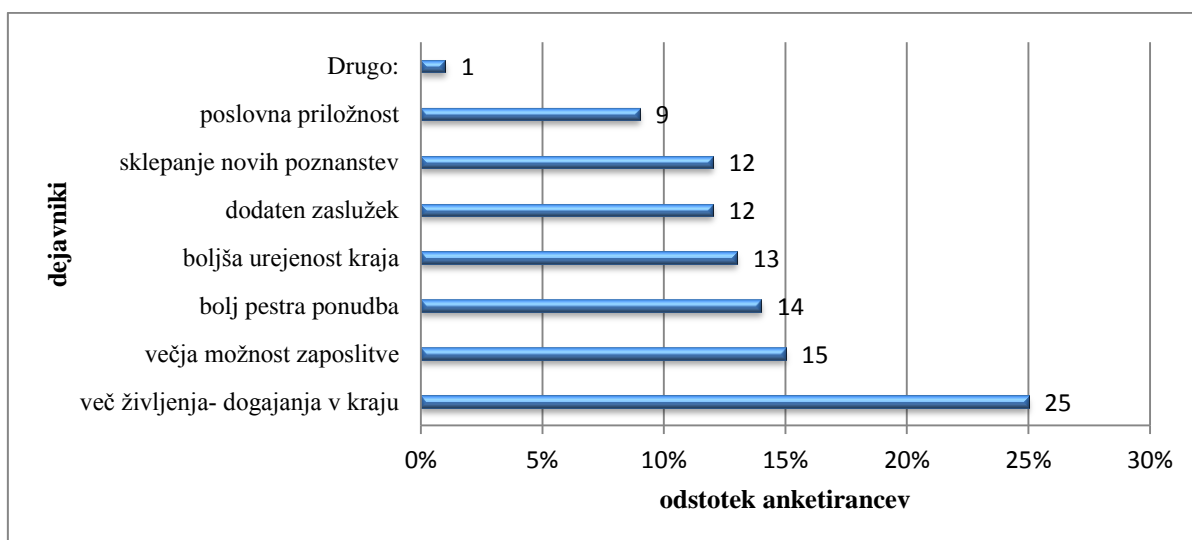
Pri tem vprašanju so imeli anketiranci možnost podati tudi svoje mnenje glede razvoja turizma v občini Tolmin na splošno, med katerimi navajam nekaj najbolj zanimivih mnenj, vrednih premisleka:

- »Napačna smer razvoja, ne-posodabljanje zastarelih hotelov, nepovezanost turistične ponudbe, trženje posameznikov in ne celotnega Posočja ...«
- »Mislim, da je turizem v tolminski občini premalo razvit. Vsaka sprememba na bolje bi bila dobrodošla. Destinacija tudi ni primerna za množičen turizem, tako da se večine izmed naštetega, vsaj po mojem mnenju, ni za bati.«
- »Slabe ceste, premalo gostinske ponudbe (s tipično lokalno hrano), zabava na trgu vsaj 2- do 3-krat na teden, ker turisti nimajo kam iti zvečer.«
- »Premalo razpisov, subvencij, pomanjkanje ponudbe – spominki, bazen ...«

- »Obnašanje in odnos nekaterih starejših, vplivnejših občanov, ki namerno zavirajo razvoj turizma in turistične ponudbe Tolmina.«
- »Neaktivnost in nerazumevanje pojmovanja te panoge pri večini občanov in občinskih strukturah.«
- »Pomanjkanje infrastrukture, pomanjkanje vizije, namestitvene možnosti.«
- »Povezava javnega prometa (turisti morajo nujno imeti avto).«

V spodnji sliki so izpostavljeni še dejavniki, ki anketirance najbolj razveseljujejo pri razvoju turizma v občini. Med vsemi anketiranci jih 25 % meni, da razvoj turizma prinaša več dogajanja oziroma »življenja« v kraju samem, kar bi bilo še posebej dobrodošlo v mrtvi sezoni, ko se število prireditev precej zmanjša. 15 % občanov in občank meni, da razvoj turizma omogoča dodatne možnosti zaposlitve, ki bi po eni strani omogočile, da mladi ne bi odhajali na delo v tujino (ali v druga mesta v Sloveniji). Anketiranci še navajajo, da razvoj turizma prinaša bolj pestro ponudbo, boljšo urejenost kraja, dodaten zaslužek, poslovno priložnost ter možnost sklepanja novih poznanstev tako na poslovni kot prijateljski ravni.

Slika 11: Razvoj turizma v občini Tolmin v % – pozitivni dejavniki



4.2.6.4 Privlačnost za obiskovalce

Posočje oz. občina Tolmin sta najbolj prepoznavna po prekrasni naravi in okoliških hribih ter po športnih aktivnostih, ki so aktualne predvsem tekom poletne sezone. Prav takšni so bili tudi odgovori anketirancev na vprašanje: »S čim menite, da občina Tolmin najbolj privlači turiste?«

- 32 % vseh občanov in občank je na to vprašanje odgovorilo z odgovorom o prekrasni naravi in okoliških hribih,
- 19 % jih meni, da je za to kriva velika ponudba športnih aktivnosti,
- 14 % je prepričanih, da ljudi prepriča v obisk oddaljenost od velikih mest,
- 11 % vseh anketirancev meni, da turiste privlačijo vojni in povojni ostanki,
- 9 % meni, da turiste privlači prijaznost prebivalcev,
- 8 % meni, da turiste privlačijo ugodne cene,
- 6 % meni, da turiste privlači to, da se počutijo varni v naših krajih,
- 1% izprašanih meni, da turiste privlačijo festivali, kot so Metaldays (Metalcamp) ter Punk Rock Holiday.

4.2.6.5 Zaposlitev v turističnem sektorju ter vlaganje sredstev v turizem

V naslednjem delu ankete so anketiranci odgovarjali na vprašanje glede zaposlitve ter vlaganja sredstev v turizem. Približno 58 % anketirancev bi se zaposlilo v turističnem sektorju, 25 % jih ne ve, kako bi se odločili, medtem ko se preostalih 17 % ne bi odločilo za zaposlitev v turističnem sektorju. Med 264 anketiranci, ki so odgovorili na vprašanje glede vlaganja sredstev, bi se jih 100 med njimi odločilo za vložek svojih sredstev v turistično dejavnost, 72 anketirancev to področje ne zanima, 61 jih meni, da je to preveč tvegano, medtem ko jih 31 razmišlja o razvoju lastne podjetniške dejavnosti na tem področju. Glede vprašanja o vlaganju lastnih sredstev v termalno kopališče je med 253 popolnimi odgovori 51 % anketirancev odgovorilo, da to trenutno predstavlja za njih preveliko tveganje, 39 % bi se jih odločilo za vložek lastnih sredstev, v kolikor bi se jim zdel projekt obetaven, medtem ko bi se 10 % vseh anketirancev odločilo za nakup delnic.

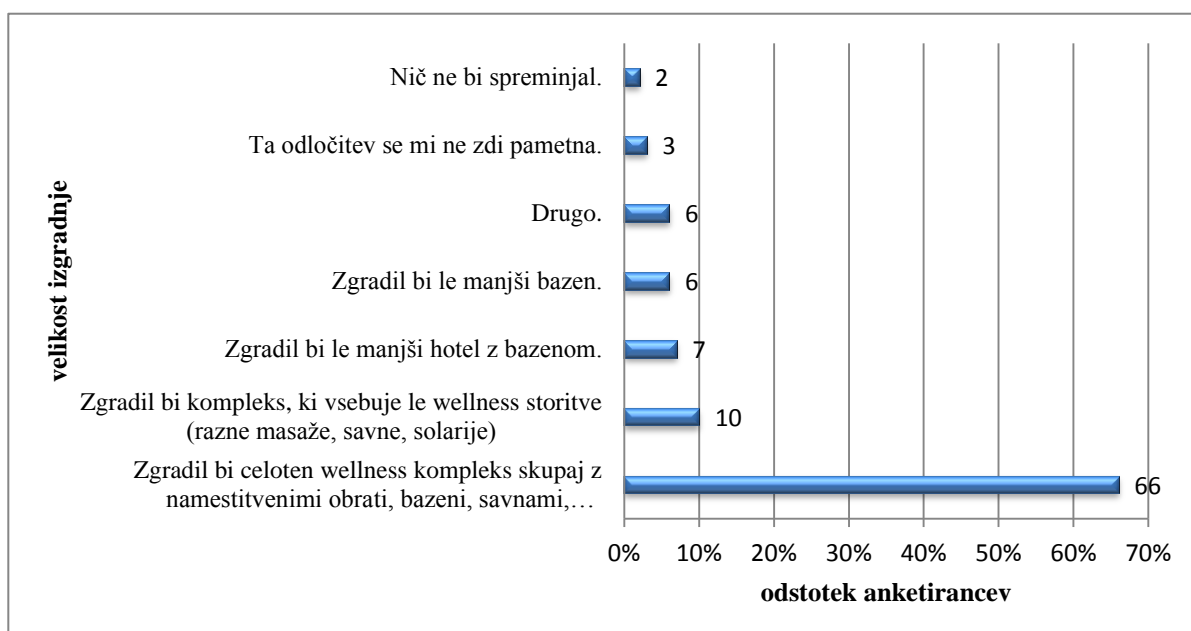
Spodaj je navedenih nekaj dejstev oziroma povzetkov, ki so bili narejeni na podlagi kratkih in enostavnih vprašanj:

- 62 % (192 od 304 anketirancev) vseh občanov in občank je odgovorilo, da so zadovoljni z življenjem v omenjeni občini,
- 92 % anketirancev meni, da bi se morali v občini Tolmin bolj posvetiti razvoju turizma,
- 65 % (169 od 259 anketirancev) meni, da bi občina Tolmin lahko več sredstev namenila za razvoj turizma,
- 90 % jih meni, da ima razvoj turizma v občini Tolmin pozitiven vpliv,
- 53 % jih meni, da občina Tolmin nima dovolj namestitvenih obratov,
- 66 % jih meni, da bi bilo lahko v občini več kulturnih, zabavnih in športnih prireditev.

4.2.6.6 Velikost izgradnje termalnega kopališča

V zadnjem delu ankete so anketiranci odgovarjali na naslednje vprašanje: »Kaj vi menite o izgradnji »wellness« kompleksa oziroma termalne riviere v naši občini?« Glede na to, da se magistrska naloga nanaša na to temo, so podrobnejši rezultati odgovorov predstavljeni v spodnjem grafu.

Slika 12: Mnenja glede velikosti izgradnje termalnega kopališča v %



Ob tem velja poudariti dejstvo, da anketirancem ni bila predstavljena predvidena vrednost investicije ter vplivi izgradnje takšnega kompleksa na okolje in družbo. Iz tega gre sklepati, da so odgovori nerelevantni in prikazujejo sliko termalnega kopališča ob idealnih pogojih izgradnje.

Glede na omejitve in nerelevantnost podatkov, bi v idealnih pogojih predpostavljali, da velika večina vprašanih podpira izgradnjo celotnega termalnega kompleksa skupaj z namestitvenimi obrati, bazeni, s savnami, z masažami in s tobogani.

Ob odgovoru »drugo« so anketiranci navedli svoje zamisli razvoja. Glede na njihove zamisli bi morali v Tolminu zgraditi:

- olimpijski bazen, fitnes ter masaže,
- za začetek predlagajo nekaj manjšega (manjši hotel z bazenom in s storitvami na področju turizma dobrega počutja),
- kompleks z nekaj bazeni, s savnami ter z masažami,
- samo bazen, v primeru, da se projekt izkaže kot nerealen,
- bazen/kompleks, ki ni namenjen samo turistom, ampak tudi domačinom in Centru šolskih in obšolskih dejavnosti (v nadaljevanju ČŠOD).

Ob tem velja izpostaviti tudi mnenje enega izmed anketirancev glede ideje o izgradnji termalnega kopališča. »Morda bi poleg kompleksa, ki bi bil zgrajen izven mesta (če bi bil npr. nad Žabčami), kljub vsemu veljalo še vedno premisliti o gradnji vsaj manjšega pokritega bazena tudi v Tolminu (npr. v bližini šolskega centra). Slednjega bi lahko uporabljali za potrebe šol, pa tudi za turizem, predvsem pa za tiste, ki bi prenočevali v centru šolskih in obšolskih dejavnosti – dom Soča. V primeru, da bi imeli možnost razviti oddelek športne gimnazije (za kar bi tu imeli kar precej pred-dispozicij, vključno z dijaškim domom, možnostjo vodnih športov na divjih in mirnih vodah, s plezanjem, pohodništvom, tekom, solidno športno dvorano in z zadovoljivimi igrišči ter s stadionom), bi tak bazen služil tudi (ali pa predvsem) »srednjemu« šolstvu. Bi pa bil dobra dopolnitev k turizmu in morebitnemu bazenskemu kompleksu nad Žabčami, s šolanjem dijakov z drugih koncev Slovenije pa bi si Tolmin razširil bazen bodočih turistov in povečal prepoznavnost ter atraktivnost.« Ostali pozitivni in negativni pogledi na izgradnjo termalnega kopališča so na voljo v prilogi (Priloga 8).

4.2.6.7 Potencialne lokacije termalnega kopališča

Glede lokacije izgradnje takšnega kompleksa je bilo mnenje deljeno, saj je 44 % vseh vprašanih predlagalo lokacijo na bivšem strelišču nad Žabčami, 45 % jih meni, da je najbolj primerna lokacija »na Cvetju«, ostalih 11 % pa je izbralo lokacijo na območju sedanjega Kuriva, ki je v lasti podjetja Mercator d. d.

4.2.6.8 Sodelovanje z vlagatelji

V kolikor bi prišlo do realizacije in ponovne obuditve projekta, bi 40 % anketirancev glede sodelovanja najbolj zaupalo domačinu iz okoliških krajev, 32 % bi se odločilo za tujega vlagatelja, 22 % bi zaupalo domačim vlagateljem iz Slovenije, medtem ko bi 6 % vprašanih projekt raje izpeljalo brez sodelovanja z drugimi vlagatelji.

4.2.7 Analiza rezultatov

Analiza ankete je pokazala, da so občani pripravljene sprejeti takšen kompleks v Tolminu in ga tudi podpirajo. Vendar pri tem opozarjajo, da je najprej potrebno zagotoviti potrebne podporne dejavnike (ureditev družinskih kolesarskih poti, večja ponudba lokalne hrane, pestra ponudba prireditev, torej ne samo ob poletnih mesecih, zagotovitev večjega števila parkirišč,...). Velika večina vprašanih bi se odločila za izgradnjo celotnega termalnega kompleksa oziroma bolj rečeno termalne riviere s pripadajočimi masažami, savnami, bazeni, namestitveni obrati. Želijo si kompleks, ki bi zajemal tudi športno-rekreativni del oziroma bi ta bil vključen v njegovo ponudbo. Tako po mnenju anketirancev kot tudi turističnih ponudnikov se največ turistov odloči za obisk naše doline prav zaradi prekrasne doline in reke Soče. Po mnenju direktorja LTO Bovec in nekaterih predstavnikov kopališkega turizma v Sloveniji je potrebno zgraditi predvsem kompleks, ki bo temeljil na načelih trajnostnega razvoja. Izgradnja termalnega kopališča bi pomenila velik poseg v naravno okolje. Gradnja kompleksa bi morala potekati v skladu s trenutno podobo Posočja, torej termalno kopališče s svojo podobo ne bi smelo uničevati sliko neokrnjene narave. Zgrajeno bi moralo biti v kombinaciji les-kamen.

Glede na oblikovane hipoteze je prikazan izračun za hipotezo H1 na podlagi z-testa. Izračuni ostalih hipotez so na voljo v prilogi številka 10. V tem delu bo prikazano le to, ali je posamezno hipoteza sprejeta ali ovržena.

Postopek izračuna: **H1: Mladi podpirajo izgradnjo termalnega kopališča bolj kot starejši.**

$$H_0: p_1 \geq p_2$$

$$H_1: p_2 > p_1$$

$$\text{Formula: } z = \frac{p_1 - p_2}{se(p_1 - p_2)} \quad (1)$$

$n_1 = 191$ - vsi mladi, ki podpirajo ali ne podpirajo izgradnjo termalnega kopališča

$n_2 = 3$ - vsi starejši, ki podpirajo ali ne podpirajo izgradnje termalnega kopališča

$p_1 = \frac{170}{191} = 0,89$ - delež mladih, ki podpirajo izgradnjo termalnega kopališča

$p_2 = \frac{2}{3} = 0,67$ - delež starejših, ki podpirajo izgradnjo termalnega kopališča

$$p = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{(n_1 + n_2)} = 0,887 \quad (2)$$

$$se(p_1 - p_2) = \sqrt{p(1-p)\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)} = 0,184 \quad (3)$$

$$p_1 - p_2 = 0,89 - 0,67 = 0,22$$

$$z = \frac{0,22}{0,184} = 1,196$$

$$z = 1,196 < z(\alpha=0,1) = 1,282$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$, da mladi bolj podpirajo izgradnjo termalnega kopališča kot starejši.

Zakon o javnem interesu v mladinskem sektorju (Ur. l. RS, št. 42/2010) opredeljuje **mlade** od 15 do 29. leta. Glede drugače opredeljenih starostnih skupin v spletni anketi, so v tem

primeru pod pojmom mladi uporabljeni podatki iz starostnih skupin (do 20 let, od 21 do 25, od 26 do 30let). Pri **starejših prebivalcih** pa Statistični urad Republike Slovenije v svoji definicije prebivalstva opredeljuje prebivalstvo, ki je staro 65 let ali več (Vertot, 2010). V analizi bo glede na drugače opredeljene starostne skupine starejši predstavljali tisti del populacije, ki je star 60 let ali več.

H2: Prebivalci Tolmina so bolj zadovoljni z razvojem turizma kot prebivalci drugih krajev v občini.

Na podlagi vzorčnih podatkov zavračamo H_0 pri stopnji značilnosti $\alpha=0,1$ in sprejmemo sklep, da so prebivalci drugih krajev bolj zadovoljni z razvojem turizma kot prebivalci Tolmina.

Izračun: $z = -1,0849 > z(\alpha=0,1) = -1,282$

H3: Za nakup delnic termalnega kopališča se bolj odločajo mladi kot starejši prebivalci.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$, da se za nakup delnic termalnega kopališča bolj odločajo mladi kot starejši prebivalci.

Izračun: $z = -1,733 < z(\alpha=0,1) = -1,282$

H4: Bolj izobraženi prebivalci so bolj naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja kot manj izobraženi.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$, da se izobraženi prebivalci bolj naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja kot starejši prebivalci.

Izračun: $z = 0,016 < z(\alpha=0,1) = 1,282$

H5: Prebivalci, ki vidijo možnost vlaganja v turizem bolj podpirajo razvoj turizma kot prebivalci, ki ne vidijo možnost za vlaganje v turizem.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$ da prebivalci, ki vidijo možnost vlaganja v turizem bolj podpirajo razvoj turizma kot prebivalci, ki ne vidijo možnost za vlaganje v turizem.

Izračun: $z = 0,313 < z(\alpha=0,1) = 1,282$

4.3 Intervjuji na področju turizma dobrega počutja

Raziskovalna metoda pri izvedbi raziskave predstavlja eno izmed ključnih odločitev. V drugem podpoglavju empirične raziskave so bili za boljše razumevanje problema oziroma projekta opravljeni intervjuji s posameznimi predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji ter turističnimi ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid.

Intervjuji z največjimi predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji so bili opravljeni, ker v Posočju še nimamo izkušenj na tem področju. Intervjuji so zaradi dolgih usklajevanj potekali od začetka januarja do konca meseca marca. V prvotnem načrtu je bila kot raziskovalna metoda zastavljena izvedba globinskega polstrukturiranega intervjuja, vendar je bila z nekaterimi predstavniki zaradi časovne stiske opravljena zgolj anketa preko elektronske pošte.

Glede na dogovor s tolminskim županom gospodom Urošem Brežanom je bil med turističnimi ponudniki v Tolminu in Kobaridu opravljen kombiniran globinski strukturiran in polstrukturiran intervju glede financiranja (udeležbe) ponudnikov v termalno kopališče v občini Tolmin. Župan je kot podlago za gradnjo in primer dobre prakse izpostavil Beljaški center »Warmbad«, ki je bil zgrajen prav po dogovoru s turističnimi ponudniki o »polnjenju« kapacitet termalnega centra. O podobnem načinu financiranja razmišljajo tudi v občini Tolmin, kjer bi morali ponudniki z občino oziroma investitorjem skleniti pogodbo, na podlagi katere bi se obvezali k letnemu odkupu kart, kar bi za njih pomenilo fiksno finančno obveznost.

V kolikor bi se v Posočju (konkretnije v občini Tolmin) odločili za gradnjo termalnega kopališča oziroma termalne riviere, bi bili tu v veliki meri odvisni tudi od turističnih ponudnikov. Namen oziroma naloga ponudnikov bi bila ta, da bi ti zagotavljali polnjenje tega kompleksa. V Posočju oziroma širši tolminski regiji se trenutno gost ne more sprostiti v okviru bazenskega kompleksa (najbližja bazena sta trenutno v 40 km oddaljeni Novi Gorici ter v 30 km oddaljenem smučarskem središču Cerkno). Preko poletne sezone (v lepem vremenu) je zasedenost in obiskanost Posočja zelo dobra. Prav tako so tudi obiskovalci navdušeni in zadovoljni s celotno ponudbo. Problem nastane v primeru slabega vremena, ko ni pripravljene konkretne ponudbe za obiskovalca. Po mnenju nekaterih turističnih ponudnikov bi bila to idealna rešitev za deževne dni, tako v poletnem času kot tudi v obdobju od oktobra do aprila, ko poteka t. i. mrtva sezona.

4.3.1 Namen in cilji intervjujev

Namen intervjujev s **predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji** je bil pridobiti informacije predstavnikov glede delovanja na področja kopališkega turizma in turizma dobrega počutja ter spoznati njihove začetke v tej obliki turizma. Vprašanja so se nanašala na njihovo ponudbo, cene, novosti na tem področju, na dejansko zasnovano ponudbo ter način, kako privabiti čim večje število obiskovalcev. Vprašanja so obsegala tudi področje financiranja iz evropskih sredstev ter uporabo le teh (Priloga 6). Glede na to, da v občini Tolmin nimamo izkušenj na tem področju, so intervjuvanci odgovorili tudi na vprašanje o izgradnji takšnega kompleksa v zgornjem Posočju.

Namen intervjujev s **turističnimi ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid** je bil pridobiti mnenja glede gradnje termalnega kopališča. V Posočju so glavni dejavniki turizma predvsem vodni športi na reki Soči, padalstvo, ribištvo ter pohodništvo. Intervju se je osredotočal predvsem na njihov pogled na trenutno situacijo v Posočju, s kakšnimi težavami se soočajo v mrtvi sezoni in najpomembnejše, kako gledajo na idejo glede izgradnje takšnega kompleksa v naši regiji. Glavno vprašanje se je navezovalo na to, ali bi bili pripravljene na kakršno koli sodelovanje na tem področju (Priloga 7).

4.3.2 Metodologija

Anketiranje po elektronski pošti sodi med daleč najpogostejšo vrsto vprašalnika (Birmingham & Wilkinson, 2003). Takšen način anketiranja je učinkovit za zbiranje velike količine podatkov. Anketiranje preko navadne kot tudi preko elektronske pošte včasih velja kot neosebno in zaradi tega posledično prihaja do nizke odzivnosti (Birmingham & Wilkinson, 2003). Vprašalniki so v veliki meri sestavljeni iz več različnih pristopov k postavljanju vprašanj. Med te pristope štejemo predvsem zaprta vprašanja, vprašanja z izbiro večjega števila odgovorov, vprašanja, ki vsebujejo mersko lestvico ter odprta vprašanja (Birmingham & Wilkinson, 2003). Kot splošno pravilo glede dolžine vprašalnika velja, da le

ta ne sme trajati več kot dvajset minut. V kolikor je vprašalnik predolg, potem lahko anketiranci opustijo določen del vprašalnika (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Birmingham in Wilkinson (2003) med drugimi navaja tudi razloge za uporabo anketiranja preko elektronske pošte:

- Vprašalniki omogočajo zbiranje velikih količin podatkov z minimalnim naporom.
- Dobro oblikovani vprašalniki omogočajo primerjavo oziroma analiziranje odnosov med posameznimi odgovori.
- Vprašalniki so zaščiteni z anonimnostjo. Omogočajo, da se odgovori posredujejo tretjim osebam brez identifikacije anketiranca.
- Kot raziskovalni instrument se vprašalniki lahko uporabljajo znova in znova za izmero razlike med določenimi skupinami ljudi. So zanesljiva orodja namenjena zbiranju podatkov.
- Če je vprašalnik zastavljen na ustrezen način, nam le ta omogoča zelo hitro analizo z nizko stopnjo napak.
- Za razliko od nekaterih drugih instrumentov (kot recimo nestrukturiran intervju) raziskovalec ohrani nadzor nad raziskavami, usmerjanja in vodi anketirance, da bi razpravljali samo o izbranih vprašanjih.

Po drugi strani pa obstajajo tudi razlogi, ki odsvetujejo uporabo te vrste anketiranja (Birmingham & Wilkinson, 2003):

- Enostavnost izvedbe ankete lahko pripelje do velike količine podatkov, kot jih je mogoče učinkovito uporabiti.
- Veliko število vprašalnikov, ki jih prejema anketiranci (Birmingham in Wilkinson, 2003). Pomanjkanje ustreznega časa za dokončanje lahko povzroči vračanje nedokončanih vprašalnikov.
- Pomanjkanje osebnega stika lahko pomeni, da je stopnja odzivnosti nizka. V kolikor se anketiranci ne odzovejo na poslan vprašalnik jih anketiranci »preganjajo« z nadaljnjimi elektronskimi sporočili in telefonskimi klici.

Intervjuji se pogosto primerjajo kot pogovor med dvema osebama, čeprav pristojni raziskovalec zahteva, dirigira, usmerja in nadzoruje potek intervjuja v različnem obsegu (Denscombe 1998, str. 109). Intervjuji vključujejo niz predpostavk in dogovorov o položaju, ki običajno niso povezani z običajnim pogovorom (Denscombe 1998, str. 109). Intervjuje se že dolgo uporablja pri različnih raziskavah kot način pridobivanja podrobnih informacij (Birmingham & Wilkinson, 2003). Pogosto se intervjuji uporabljajo, kadar drugi raziskovalni instrumenti niso primerni (Birmingham & Wilkinson, 2003). Pri nedavni študiji, ki je raziskovala osnovno pismenost med odraslimi in kjer so bili primarno uporabljeni intervjuji za posvetovanje z anketiranci, je bila primerna uporaba za posvetovanje z anketiranci prav intervju zaradi omejene pismenosti sodelujočih za dokončanje dolgih vprašalnikov (Birmingham & Wilkinson, 2003). V mnogih primerih ima uporaba raziskovalnega intervjuja v primerjavi z vprašalnikom večji pomen pri raziskavi (Birmingham & Wilkinson, 2003). Uporaba vprašalnika omogoča nižje stroške, prav tako so vprašalniki lahko širše zastavljeni in jih je lažje analizirati (Birmingham & Wilkinson, 2003). Po drugi strani pa izvedba intervjuja zahteva veliko več intenzivnega dela (Birmingham & Wilkinson, 2003). Ta zahteva od raziskovalca, da od intervjuvanca izbere informacije v pogovoru na štiri oči (angl. *one-to-one conversation*). Intervjuji lahko trajajo dlje kot eno uro in omogočajo pridobitev večje količine podatkov (Birmingham & Wilkinson, 2003). Medtem, ko se drugi raziskovalni instrumenti osredotočijo le na površinske elemente, intervjuji dajo raziskovalcu širši pogled na dogajanje (Birmingham & Wilkinson, 2003). Kot pri drugih raziskovalnih instrumentih, obstajajo številne faze za

razvoj in učinkovito uporabo intervjujev (Birmingham & Wilkinson, 2003). V prvi fazi poteka kreiranje osnutka intervjuja, v drugi fazi sledi preizkus uporabljenih vprašanj, nato izbira intervjuvancev, dejanska izvedba intervjuja in v končni fazi analiza podatkov (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Nestrukturiran intervju omogoča zelo fleksibilno izvedbo (Birmingham & Wilkinson, 2003). Področje interesov namreč določi raziskovalec, vendar potek razprave o vprašanih narekuje intervjuvanec (Birmingham & Wilkinson, 2003). To omogoča nekaj nadzora nad intervjujem tako za raziskovalca kot za intervjuvanca. Nestrukturirane intervjuje je težko načrtovati (v smislu časa, ki je potreben za izvedbo), prav tako jih je težje spremljati, če razprava uide iz ključnega predmeta. Poleg tega je analiza takšnega intervjuja zelo zahtevna (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Pol- strukturiran intervju ne omogoča več toliko fleksibilnosti kot nestrukturiran intervju (Birmingham & Wilkinson, 2003). V tem primeru je intervju bolj usmerjen s strani raziskovalca. Vnaprej je določenih več vprašanj, kot z nestrukturiranim intervjujem, čeprav še vedno obstaja določen del fleksibilnosti, ki ponuja intervjuvancu priložnost, da oblikuje tok informacij (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Pri strukturiranem intervjuju ima anketar oziroma raziskovalec nadzor nad vrstnim redom vprašanj, od katerih so vsa vnaprej določena (Birmingham & Wilkinson, 2003). Ob tem je potrebno biti previden in natančno časovno izdelati potek intervjuja ter se potem tega tudi držati. Intervju naj bi predvidoma trajal eno uro (Birmingham & Wilkinson, 2003). Za razliko od drugih modelov, lahko strukturiran intervju zagotovi lažji okvir za analizo. Včasih je težko natančno razlikovati med nestrukturiranim in pol-strukturiranim intervjujem. Vendar pa je dogovor, da nestrukturiran intervju nadzira in usmerja intervjuvanec medtem, ko imajo pol-strukturirani intervjuji vnaprej določeno področje za razpravo (Birmingham & Wilkinson, 2003). V vsakem intervjuju - strukturiranem, delno strukturiranem ali nestrukturiranem - je pomembno, da anketar pripravi seznam ključnih vprašanj, ki jih je treba pokriti za določeno področje, tako da ne bi spregledali pomembnih vprašanj, kar zagotavlja intervjuju logično napredovanje (Birmingham & Wilkinson, 2003). Pomembno je, da se v fazi priprave osnutka, pojasni število in vrsto vprašanj, ki jih bo anketar zahteval, ter da le ta hkrati pripravi tudi zaporedje vprašanj med intervjujem (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Osnovni namen intervjuja je zbrati podatke in informacije, ki jih ni mogoče zlahka zbrati drugje. So dogodki, ki zahtevajo veliko sredstev tako glede časa in, še pomembneje, zahtevajo čas vašega intervjuvanca. Zaradi tega morajo biti zastavljena vprašanja jasno oblikovana kar omogoča zbiranje čim večjega števila informacij (Birmingham & Wilkinson, 2003). Ko so s pomočjo vprašanj zajeta vsa področja je potrebno pripraviti še zaključek intervjuja. To je priložnost za raziskovalca, da k temu kar je bilo povedano v razpravi, doda dodatne informacije oziroma popravi nepravilnosti, ki jih je v razlagi zapisal kot odgovor (Birmingham & Wilkinson, 2003). Običajna praksa je, da se anketar oziroma raziskovalec zahvali intervjuvancu in mu ponudi pisno poročilo intervjuja (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Pred izvedbo intervjuja je potrebno biti pozoren na številne ukrepe, ki jih mora vsak dober spraševalec sprejeti (Birmingham & Wilkinson, 2003). Pred uradnim začetkom intervjuja se je potrebno intervjuvancu najprej predstaviti (v kolikor to še ni bilo opravljeno po elektronski pošti oziroma telefonu). Sledi obrazložitev poteka intervjuja ter pomen le tega za vaše raziskave (Birmingham & Wilkinson, 2003). Pred nadaljevanjem z vprašanji je potreben posvet z intervjuvancem glede vprašanj o raziskavi. Glede uporabe zapiskov oziroma snemanja pogovora med intervjujem je potrebno za dovoljenje prositi intervjuvanca

(Birmingham & Wilkinson, 2003). Ob koncu intervjuja je priporočljivo z intervjuvancem deliti glavne točke, ki so bile ugotovljene med razpravo. To omogoča, da intervjuvanec razjasni določene odgovore oziroma doda še svoj komentar (Birmingham & Wilkinson, 2003).

Prednosti izvedbe intervjuja (Birmingham & Wilkinson, 2003):

- Raziskovalec lahko zaradi posredne vpletenosti doseže tudi 100% odzivnost na zastavljena vprašanja.
- Omogoča postavljanje dodatnih vprašanj, če upoštevamo, da so ta ustrezna oziroma, da z njimi lahko zberemo dodatne koristne informacije.
- Omogoča opazovanje govornice telesa in interpretacijo tona odgovora na določeno vprašanje. Raziskovalec namreč s pomočjo opazovanja pridobi veliko širši odgovor kot ga je intervjuvanec dejansko povedal.
- Udeleženci intervjuja pogosto vidijo intervjuje kot priložnost, da izrazijo mnenja o obravnavanih temah.
- V večini primerov, intervjuji ponujajo velike količine bogatih in koristnih podatkov, ki so primerni za nadaljnje analize.

Slabosti pri izvedbi intervjuja (Birmingham & Wilkinson, 2003):

- Delo dobrega spraševalca zahteva veliko usposabljanja za tehnike intervjuja.
- Intervjuji so zamudni in stroškovno dragi za izvedbo. V kolikor intervjuji potekajo cel dan je potrebno vedeti, da potem ostaneta še dva dni za prepis vseh intervjujev.
- Podatki, pridobljeni s pomočjo intervjujev, se lahko za osamljenega raziskovalca izkažejo kot zelo zapleteni za analizo.
- Razlage podatkov pridobljenih z intervjuji se lahko razlikujejo med raziskovalci. Pojavlja se vprašanje glede izbire razlage za analizo.
- Če intervju ni strogo nadzorovan, se lahko pogovori oddaljijo od glavne teme.

4.3.3 Izvedba intervjujev

Pri **predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji** je bila predvidena oprava intervjujev »na štiri oči«, saj sogovornik spraševalcu v takem primeru zaupa veliko več informacij, poleg tega pa se skozi celoten pogovor ohranja stik med spraševalcem in intervjuvancem. Zaradi mnogih dejavnikov (časovna stiska, prezaposlenost udeležencev, prevelike razdalje) je bil opravljen le en intervju, medtem ko so ostali udeleženci odgovorili na vprašanja preko elektronske pošte. Vsak izmed udeležencev intervjuja je bil najprej osebno kontaktiran po elektronski pošti. Intervju v živo je bil opravljen le z direktorjem Vodnega mesta Atlantis in Športnega centra Milenium. Intervju je potekal na podlagi globinskega polstrukturiranega intervjuja, ker ta omogoča več manevrskega prostora in lahko osebi oziroma intervjuvancu zastavimo še dodatna vprašanja oziroma podvprašanja (Birmingham & Wilkinson, 2003). Prav tako so pri polstrukturiranem intervjuju vprašanja vnaprej zastavljena, vendar njihova oblika ni točno določena (Birmingham & Wilkinson, 2003).

S **turističnimi ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid** je bilo opravljenih osem intervjujev. Intervjuji so bili izvedeni »na štiri oči«, saj takšen način opravljanja intervjujev omogoča ohranjanje stika z intervjuvancem. Po eni strani to pomeni, da intervjuvanec spraševalcu skozi pogovor zaupa mnogo več informacij, kot če bi bila opravljena anketa. Po drugi strani ta način dopušča postavljanje dodatnih podvprašanj. Intervjuji so bili izvedeni kot kombinacija med globinskim strukturiranim in polstrukturiranim intervjujem. Značilnost strukturiranega načina intervjuja je ta, da se izvaja v osebni komunikaciji, vprašanja so enaka

za vse udeležence, hkrati so vnaprej pripravljena ter zapisana. Za lažjo primerjavo se enako zapisujejo tudi odgovori (Tratnik, 2002). Za polstrukturiran intervju je značilno to, da omogoča postavljanje dodatnih vprašanj oziroma podvprašanj. Prav tako so pri polstrukturiranem intervjuju vprašanja vnaprej zastavljena, njihova oblika pa ni točno določena (Birmingham & Wilkinson, 2003).

V posameznih tabelah so predstavljeni turistični ponudniki glede na dejavnost, ki jo opravljajo, saj se tipi gostov zelo razlikujejo. Po dva intervjuja sta bila opravljena s predstavnikoma kampa (Kamp Siber, Kamp Gabrje) in penziona (Penzion Kobala, Penzion Rutar) ter po en intervju s predstavnikom turistične kmetije (TK Kranjc), hotela (Hotel Zlata Ribica), turistične agencije (Tmin Tours) ter agencije, ki se ukvarja z organizacijo turističnih aranžmajev ter s prodajo le teh (Agencija Maya team).

V prvem delu intervjuja so bila udeležencem zastavljena splošna vprašanja glede njihovih začetkov v tej dejavnosti, zasedenosti, odziva gostov ter sodelovanja z drugimi turističnimi ponudniki. Drugi del intervjuja se osredotoča na osrednjo temo pogovora in sicer na izgradnjo termalnega kopališča v občini Tolmin. V tem delu so udeleženci odgovarjali na vprašanja glede njihovega mnenja in zainteresiranosti za kakršno koli sodelovanje na tem področju. Vrstni red vprašanj v intervjujih je zastavljen tako, da se pogovor začne z bolj osnovnimi in manj težkimi vprašanji, kjer spoznamo intervjuvanca, nato pa se posveti konkretni situaciji.

4.3.4 Rezultati empirične raziskave

Analiza odgovorov, ki sem jih pridobil na podlagi intervjujev je predstavljena po različnih tematskih sklopih. V raziskavo so bile vključene dve skupini populacije:

- Prva skupina: predstavniki kopališkega turizma
- Druga skupina: turistični ponudniki

Empirična raziskava obsega 9 globinskih strukturiranih in polstrukturiranih intervjujev ter 3 ankete izvedene preko elektronske pošte. Dobeseden zapis vprašalnika ja na voljo v prilogi (Priloga 6-7, str. 4-6).

V nadaljevanju so v tabeli predstavljeni udeleženci posamezne skupine intervjujev.

Tabela 10: Predstavniki kopališkega turizma

Intervjuvanec	Položaj v podjetju	Podjetje	Izvedba
Miha Rakar	Direktor Vodnega mesta Atlantis in Športnega centra Millenium	BTC d.d. PE Ljubljana – Vodno mesto Atlantis	Opravljen intervju
Anže Čokl	Direktor hotela	Bohinj Park ECO Hotel*****	Vprašalnik poslan preko elektronske pošte
Jože Hočevar	Svetovalec generalnega direktorja za investicije	Terme Čatež d. d.	Vprašalnik poslan preko elektronske pošte
Lea Sevšek Buterin	Izvršna direktorica področja term in turizma dobrega počutja	Istrabenz turizem d. d. (LifeClass)	Vprašalnik poslan preko elektronske pošte

Tabela 11: Turistični ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid

Turistični ponudnik	Občina	Vrsta dejavnosti	Izvedba
Hotel Zlata Ribica	Tolmin	Hotel	Opravljen intervju
Kamp Gabrje	Tolmin	Kamp	Opravljen intervju
Kamp Siber	Tolmin	Kamp	Opravljen intervju
Penzion Kobala	Tolmin	Penzion	Opravljen intervju
Penzion Rutar	Tolmin	Penzion	Opravljen intervju
Turistična agencija Maya Team	Tolmin	Turistična agencija	Opravljen intervju
Turistična agencija Tmin Tours	Tolmin	Turistična agencija	Opravljen intervju
Turistična kmetija Kranjc	Kobarid	Turistična kmetija	Opravljen intervju

V nadaljevanju je predstavljena analiza intervjuja po različnih sklopih: koncept turizma dobrega počutja, ponudba in povpraševanje, sodelovanje med ponudniki, financiranje projektov, odzivi gostov.

4.3.4.1 Koncept turizma dobrega počutja

Vsi predstavniki kopališkega turizma s katerimi so bili izvedeni intervjuji oziroma so odgovorili na anketo preko elektronske pošte, imajo v svoji ponudbi tudi elemente turizma dobrega počutja. Intervjuji so bili že v osnovi načrtovani s predstavniki na področju turizma dobrega počutja, saj je bila kot podlaga za magistrsko nalogo izbrana »Predinvesticijska študija za določitev lokacije wellness centra Tolmin«.

Opravljen analiza je pokazala, da v večini primerov ta segment predstavlja le določen del celotne ponudbe. Med drugimi Anže Čokl, direktor Eco Park hotela v Bohinju navaja, da niso izrazito usmerjeni v turizem dobrega počutja ampak, da ta segment predstavlja le del ponudbe hotelskega kompleksa. V to odločitev jih je prepričala potreba po storitvah turizma dobrega počutja, ki je bil v času odprtja v trendu rasti povpraševanja.

Po besedah Jožeta Hočevarja iz Term Čatež, so širitev ponudbenega programa s ponudbo na področju turizma dobrega počutja narekovali splošni trendi na turističnem trgu. »V Čatežu smo aktivno pričeli zasledovati te trende v 90. letih prejšnjega stoletja, leta 2005 pa smo odprli sodoben center zdravega počutja Spa&Wellness center.«

Na drugi strani pa je podjetje LifeClass, ki na področju turizma dobrega počutja nastopa z zelo dolgo tradicijo, ki sega v čase nastanka portoroškega turizma. In prav ponudba storitev dobrega počutja je eden od »krivcev« razvoja Portoroža kot turističnega kraja še v času avstro-ogrskega cesarstva. V nadaljevanju pa Lea Sevšek Buterin iz hotelov LifeClass še navaja, da sedaj enostavno sledijo svetovnim trendom, ki prikazujejo turizem dobrega počutja kot enega izmed najbolj obetajočih turističnih segmentov.

Intervju s turističnimi ponudniki v občini Tolmin in Kobarid, je bil v veliki meri zasnovan z namenom, da se ugotovi ali so turistični ponudniki zainteresirani za razširitev ponudbe (z izgradnjo kompleksa) na področju turizma dobrega počutja. Vsi udeleženci intervjuja so že dobro seznanjeni z idejo glede izgradnje termalnega kopališča s pripadajočimi elementi na področju turizma dobrega počutja. Po mnenju turističnih ponudnikov bi omenjeno kopališče predstavljalo dodano vrednost, ki jo Tolmin (Posočje) nujno potrebuje še posebej v primeru slabega vremena.

Termalni kompleks bi po besedah turističnih ponudnikov moral zajemati še kongresno dejavnost, torej kongresne in sejne dvorane, bazene, masaže ter hotel, ki bi sprejel od 200 do 300 ljudi. Glede zasedenosti bazenov so mnenja, da le to ne bi predstavljalo veliko oviro saj ima občina Tolmin razne športne klube, center šolskih in obšolskih dejavnosti (v nadaljevanju CŠOD), vrtec, malo šolo, osnovno šolo in gimnazijo. S projektom bi v Tolmin privabili še veliko novih gostov, ki še nikoli niso obiskali naših krajev prav zaradi premajhne dodatne ponudbe.

Po drugi strani pa so predvsem lastniki kampov mnenja, da z njihovega vidika ta projekt v naše kraje ne sodi. Gostje kampov, pridejo v Posočje večinoma poleti ter prosti čas veliko raje preživijo aktivno zunaj na prostem, v naravi. Veliko raje si izberejo reko Sočo. Ob tem bi bilo potrebno poudariti in obenem premisliti glede upravičenosti izgradnje termalnega kompleksa v primeru slabega vremena, ki lahko močno prizadene turistično obiskanost regije, ki nima dodatne ponudbe na tem področju (primer poletje v letu 2014).

Po besedah Komar Renate iz Penziona Kobala je potrebna pametna, premišljena odločitev. Omenjeni projekt je zelo pomemben in potreben tako za turizem kot tudi za samo mesto Tolmin. Potreben je temeljit razmislek kako, kam, na kakšen način bi se postavilo takšen center. Potrebna bi bila ureditev prostorskega plana za širše območje, recimo na območju nad Žabčami – skupaj s stanovanji, hišami, termalnim kopališčem, da bi po eni strani tudi mladi lahko razmišljali, da bi ostali oziroma se preselili na naše območje.

4.3.4.2 Ponudba in povpraševanje

V želji privabljanja vedno večjega števila gostov ter ohranjanja konkurenčnosti na trgu, je treba obiskovalcem ponuditi različne akcije, popuste in ugodnosti, ki pozitivno vplivajo na njihovo odločitev za obisk kompleksa. Obiskovalec se veliko raje odloči za obisk, v kolikor ima na voljo različne ugodnosti oziroma pakete. Največkrat se to pozna pri družinah, saj si te želijo brezplačno storitev za vsaj enega otroka. Najlepši primer tega so »mini počitnice«, ki jih ponujajo Terme Čatež. Le te pa vključujejo brezplačno bivanje za dva otroka, ob bivanju treh odraslih oseb.

Vsak predstavnik kopališkega turizma oblikuje in ponuja neko edinstveno izkušnjo, ki je značilna samo za določeno regijo ali kompleks. Akcije in pakete, ki so sestavni del ponudbe, prilagajajo glede na trenutne razmere na trgu. Med najbolj značilne pakete sodijo predvsem počitniški paketi, mini programi na področju turizma dobrega počutja, »wellness« vikend paket (angl. *wellness package*), paketi, ki vključujejo zdravstvo na področju turizma dobrega počutja (angl. *medical wellness*), božični in novoletni paketi ter programi za hujšanje.

Termalne riviere (centri dobrega počutja) pa niso namenjeni samo starejšim in mladini, ampak tudi otrokom. Po eni strani je priporočljivo, da otroci nekaj časa preživijo v vodi (v smislu vodnih aktivnosti) ter si tako krepijo zdravje (hrbni in ramenski del ter prsni koš), poleg tega pa se še neizmerno zabavajo. Po drugi strani pa je pomembno tudi to, da družinam z otroki omogočimo obisk tako, da se lahko starši mirno odpočijejo recimo ob masaži, v savni, medtem pa animatorji poskrbijo za njihove otroke. Predvsem med šolskimi počitnicami je pomembno, da omogočimo varstvo za otroke, različne animacije, tečaje in delavnice.

Predstavniki kopališkega turizma, s katerimi sem opravil intervjuje na tem področju, največkrat nudijo storitve kot so varstvo otrok med šolskimi počitnicami, učne ure tenisa, učenje tujih jezikov, plavalni tečaji, rojstnodnevne animacije, varstvo in animacija otrok med sproščanjem staršev na masaži/savni, delavnice z naravnimi materiali ter spoznavanje narave

in živali. V Termah Čatež poleg tega izvajajo še obnovitveni program za otroke s cerebralno paralizo.

Pri gradnji takšnega kompleksa je potrebno biti pozoren na to, da omogočimo vsem ljudem enake pogoje in da nihče izmed njih ne ostane prikrajšan. Potrebno je prilagoditi tako ponudbo kot tudi vse dostope (v hotelu, v apartmajih, bazenih, vstop na tobogane, v športne dvorane, uporabo športnih rekvizitov, parkirišč), pri čemer ne smemo pozabiti tudi na invalidne osebe in ljudi s posebnimi potrebami.

Pri oblikovanju ponudbe je potrebno pogledati tudi na stran povpraševanja, ali je dejansko dovolj povpraševanja po storitvah turizma dobrega počutja. Opravljeni intervjuji med turističnimi ponudniki so pokazali, da je največ povpraševanja s strani tujih gostov (70-90% med vsemi obiskovalci), kateri v povprečju ostanejo od 3 do 5 dni. Največje povpraševanje beležijo v poletnih mesecih (junij, julij, avgust), medtem, ko zimski čas prinaša bolj ali manj primanjkljaj. V tem času nekateri turistični ponudniki tudi prenehajo z delovanjem. Največje povpraševanje je na področju preživljanja aktivnih počitnic, vodnih športov, padalstva, pohodništva, kolesarjenja in ribolova. V zadnjem času je veliko tudi obiskovalcev raznovrstnih festivalov.

4.3.4.3 Sodelovanje med ponudniki različnih storitev

Primer dobre prakse, na področju sodelovanja med ponudniki različnih storitev je viden pri vodnem mestu Atlantis, kjer po besedah Mihe Rakarja sodelovanje poteka s slovenskimi železnicami, kjer je ob nakupu vozovnice všteta popust za nakup karte v Atlantisu. Pri sodelovanju s hotelom Plaza, gostje ob nakupu aranžmaja dobijo še brezplačno kopanje ali savnanje v Atlantisu. Kupec pa tudi ob nakupu dnevne smučarske vozovnice za Krvavec dobi še dodatni popust za razvajanje v vodnem mestu Atlantis. Poleg tega Atlantis sodeluje z večino hotelov v Ljubljani v obliki ugodnosti, ki jih gostje lahko koristijo v vodnem mestu. Preko celega leta tako poteka 40- 50 akcij, kjer se povezujejo z različnimi gospodarskimi subjekti.

Turistični ponudniki v občini Tolmin in Kobarid v primeru zasedenosti obiskovalca napotijo k drugim turističnim ponudnikom. Velikokrat se obiskovalci obrnejo na turističnega ponudnika glede predlogov ter vprašanj o turistični ponudbi in ti jim po svojih najboljših močeh tudi pomagajo. Pomembno je, da turistični ponudniki sodelujejo med seboj, saj tudi tako pripomorejo k temu, da obdržijo obiskovalca v naših krajih. Z dobrim sodelovanjem je zagotovljeno, da bo obiskovalec o tem širil lepo besedo tudi med svoje prijatelje in znance.

4.3.4.4 Financiranje projekta

Na področju financiranja projekta so turistični ponudniki v občini Tolmin v veliki meri pripravljeni na sodelovanje v smislu, da bi se zavezali in skrbeli za polnjenje kapacitet termalne riviere. Za njih bi to predstavljalo fiksno finančno obveznost. Pred izgradnjo je namreč potrebno vedeti, ali ima občina oziroma investitor podporo pri turističnih ponudnikih. Turistični ponudniki v celoti podpirajo to idejo, vendar bi se le nekateri izmed njih dejansko odločili za finančno sodelovanje.

Glede financiranja so se pojavila različna mnenja in vprašanja. Ponudnike zanima predvsem to, ali bi sodelovanje potekalo v obliki partnerstva med občino, ponudniki in LTO-jem in ali bi imeli turistični ponudniki ob vsem tem kaj besede. Glavni razlogi, zaradi katerih ponudniki niso pripravljeni na sodelovanje so predvsem oddaljenost turističnega objekta, finančne težave ter nezaupanje. Po določenem časovnem obdobju, ko bo znano, ali je bila

odločitev glede gradnje kompleksa pravilna, pa bi ponovno premislili glede sodelovanja v tej smeri.

Med glavnimi razlogi, zaradi katerih ponudniki niso pripravljene na sodelovanje je tudi trenutno finančno stanje posameznih ponudnikov. V tej smeri so bila ponudnikom zastavljena vprašanja glede drugih virov financiranja. Nekateri turistični ponudniki bi na projektu gradnje termalnega kopališča sodelovali kot soinvestitorji v projektu, in sicer v sklopu iniciative ponudnikov (vsak od zainteresiranih ponudnikov bi prispeval določen delež). Potrebna je združitev vseh zainteresiranih podjetij (ne samo na področju turizma) v občini, in sicer v obliki partnerstva.

Po drugi strani pa nekateri niso pripravljene na sodelovanje v primeru solastništva. Menijo, da je bolj primerno, da je lastnik nekdo drug, ki že ima veliko znanja in strokovnega kadra na tem področju. Mogoče v okviru javno-zasebnega partnerstva. Problem namreč nastane, ko je več malih delničarjev. Nekateri bi po njihovem mnenju z dobičkom radi razpolagali tako, da bi ga vložili v investicije, drugi bi si ga izplačali itd. Preveč delničarjev po njihovem mnenju pomeni preveč različnih mnenj, trenj in neskladij.

Veliko je odvisno tudi od zastavljenosti in resnosti projekta, saj bi ponudniki v primeru dobro zastavljenega projekta bili pripravljene aktivno sodelovati. Navajajo, da bi se v prihodnosti, v kolikor bi se stvar spoznala za dobro obiskano in atraktivno, odločili tudi za nakup delnic.

Med druge vire financiranja sodi še kreiranje paketne ponudbe, ki bi jo ponudniki posredovali vsem partnerjem, ki bi potem tudi oglaševali ponudbo. Paketna ponudba namreč pomeni dobro popotnico za povezavo s celotno dolino, kjer so združene nastanitve, prehrana in raznorazne aktivnosti.

4.3.4.5 Odzivi gostov

Na splošno so obiskovalci navdušeni in očarani nad čudovito dolino ter turistično ponudbo. Pogrešajo več prireditev oziroma dogajanja, še posebej ob večernih urah, in urejene kolesarske poti za družine. Mnogi med njimi so dodali, da še posebej izven sezone ali v slabem vremenu pogrešajo kraj, kjer bi se lahko v miru sprostiti oziroma, kamor bi lahko peljali svoje otroke. Veliko mladih pogreša predvsem prostore za notranje aktivnosti. Smiselno bi bilo premisliti glede izgradnje plezalne stene, ureditve prostorov za nogomet, košarko, bowling, namizni tenis, tenis, torej objektov, ki bi bili na voljo tako domačinom kot tudi obiskovalcem.

4.3.4.6 Priporočila s strani predstavnikov na področju kopališkega turizma

Turizem dobrega počutja trenutno predstavlja enega izmed najbolj obetajočih turističnih segmentov. Potrebna je izgradnja kompleksa, ki ponuja več raznolikih aktivnosti oziroma, da center dobrega počutja predstavlja le del celotne ponudbe.

Glede na to, da je Posočje najbolj prepoznavno po reki Soči, bi bilo smiselno razmisliti o gradnji kompleksa z adrenalinskim in bazenskim kompleksom. Veliko turistov se namreč odloči za obisk Posočja izključno zaradi želje po adrenalinskih športih. V tej smeri bi bilo pametno razmisliti tudi o sodelovanju z agencijami, ki ponujajo adrenalinske športe. Po drugi strani bi bilo smiselno sodelovanje tudi z ribiško družino, s padalskim društvom ter z lokalnimi pridelovalci. Gost mora dobiti občutek o povezanosti naše doline ter mu tako v celotnem paketu poleg namestitve, storitev na področju dobrega počutja in bazenov ponuditi še dodatne aktivnosti (rafting, kolesarstvo, padalstvo, ribištvo, pokušanje lokalnih jedi ..).

Potrebno je oblikovati takšne pakete, ki bi zadovoljile vsakega obiskovalca. Primer takšnega paketa bi bil: namestitev z vključeno karto za bazen in s storitvami dobrega počutja, kolesarjenje z vodnikom, rafting ter okušanje lokalnih jedi. Tudi družine z otroki predstavljajo velik del povpraševanja. V sklop ugodnosti in popustov je smiselno vključiti še brezplačno bivanje za otroke do 12. leta starosti, popuste za študente, popuste za upokojence, popuste za lokalno prebivalstvo, popust na dnevno karto ob nakupu karte za ribolov, popust na storitve dobrega počutja ob skoku s padalom ipd., med drugim bi bila smiselna organizacija varstva, različnih programov, tečajev in animacij za otroke v času šolskih počitnic.

Pri zaposlitvi je potrebno obenem računati tudi na domače prebivalstvo, sploh na mlajše generacije, ki odhajajo, saj v Posočju ne dobijo priložnosti. Že v prvi fazi mora biti projekt zasnovan tako, da bo primeren tudi za invalide ter ljudi s posebnimi potrebami.

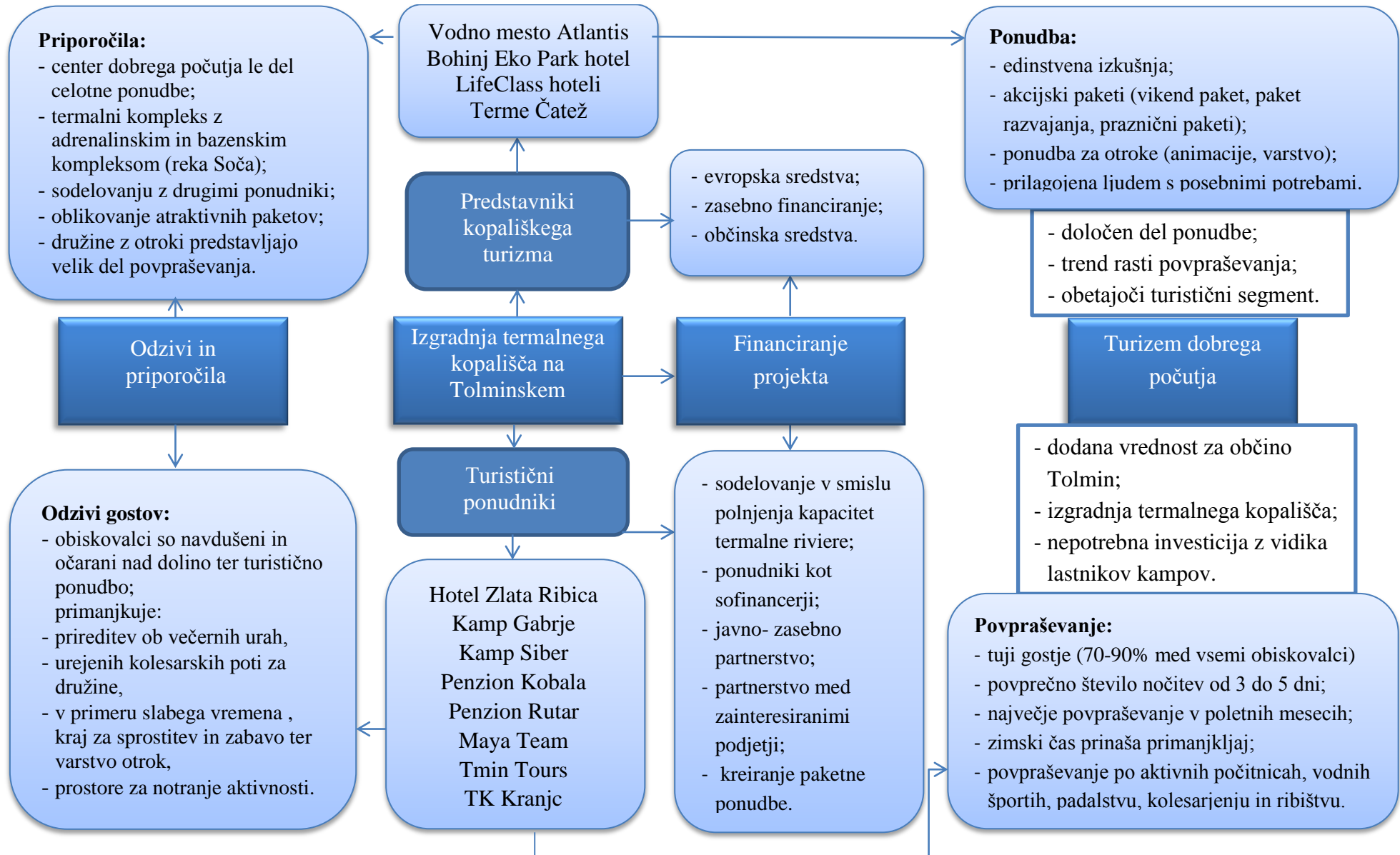
4.3.4.7 Sklepni del empirične analize

Odziv ponudnikov na intervju je bil velik, zato bi bilo smiselno v določenem časovnem obdobju sklicati sestanek oziroma javno razpravo glede izgradnje termalne riviere oziroma termalnega kopališča v občini Tolmin. Razprave naj bi se tako udeležili vsi, ki imajo kakršno koli mnenje, predlog ali kritiko glede realizacije projekta. Po končani javni razpravi bi moral biti organiziran še sestanek za fizične in pravne osebe oziroma vse, ki bi bili pripravljeni sodelovati na tem projektu.

Tako občina Tolmin kot LTO nimata izkušenj na področju turizma dobrega počutja oziroma kopališkega turizma, zato bi bilo potrebno razmisliti o iskanju partnerja z izkušnjami na tem področju, morda celo v okviru javno-zasebnega partnerstva. Izgradnja termalnega kopališča bi pomenila veliko dodano vrednost za vse ponudnike v občini Tolmin ne glede na dejavnost, ki jo opravljajo. Ljudje se v današnjem času z veseljem sprostijo po napornem dnevu, ne glede na to, ali se ukvarjajo s kolesarjenjem, pohodništvom, z ribolovom ali jadralnim padalstvom. Glavni vzrok za obisk Posočja je predvsem aktivno preživljanje prostega časa, poleg tega pa imamo tudi veliko srečanj poslovnih gostov ter obiskovalcev poletnih festivalov.

V nadaljevanju so v okviru skice prikazani povzetki intervjujev, opravljenimi med turistični ponudniki v občinah Tolmin in Kobarid ter predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji.

Slika 13: Povzetki intervjujev glede izgradnje termalnega kopališča na Tolminskem



4.4 Pomen za občino Tolmin

Tolmin predstavlja vedno bolj zanimivo turistično destinacijo, saj se iz leta v leto povečuje število nočitev (LTO, 2014). Od leta 2008 pa do leta 2012 se je število vseh nočitev povečalo za 8,7 %, od tega se je število tujih nočitev povečalo za 27,1 % število domačih nočitev pa se je zmanjšalo za 13,8 % (LTO, 2014). V Tolminu je bilo tako leta 2008 47.995 nočitev, leta 2012 52110, za leto 2013 pa se, glede na to, da še nimamo podatkov za december 2013, lahko predvideva, da bo ta številka znašala okoli 60.207 (LTO, 2014). Vse te številke kažejo na strmo rast števila prenočitev v zadnjih letih, kar je le še en dokaz več, da je Tolmin odlična destinacija tako za domače kot tuje obiskovalce (LTO, 2014). Skrb glede zasedenosti kapacitet ob gradnji takšnega kompleksa bi bila povsem odveč. Večina nočitev se beleži med začetkom pomladi in koncem poletja, medtem ko od oktobra pa do aprila pri nas traja t. i. mrtva sezona (LTO, 2014). Prav izgradnja takšnega kompleksa bi prispevala k manjši sezonskosti v občini Tolmin in nasploh v Posočju.

Tolmin bi s tem pridobil hotelsko-termalni kompleks oziroma termalno kopališče, povečala bi se zasedenost prenočitvenih zmogljivosti tudi v t. i. mrtvi sezoni, zvišala bi se ponudba in povpraševanje po turističnih in drugih produktih. Povečalo bi se tudi povpraševanje po gostinskih ter kulinarčnih storitvah in lokalnih izdelkih. Ob tem velja izpostaviti povezavo oziroma sodelovanje med lokalnimi ponudniki turističnih aktivnosti in ponudniki ostalih dejavnosti. Odprla bi se nova delovna mesta, nove priložnosti tudi za mlade. Posledično bi se zvišal ugled in prepoznavnost, občina Tolmin bi v tem primeru postala bolj atraktivna destinacija za vse vrste gostov. Celoten kompleks ne bi bil namenjen samo turistom ampak tudi domačinom, ki bi s tem pridobili nov način za preživljanje prostega časa, uporabo storitev dobrega počutja (masaže, savne, bazeni), fitnesa, uporabo prostorov za treninge.

Na koncu gre omeniti še dejstvo, ki bi prav gotovo ugodno vplivalo na možnost izgradnje termalnega kopališča. V letu 2011 je poizkusno vrtanje na eni izmed možnih lokacij pokazalo, da se v globini nahaja geotermalna voda, ki jo je možno izkoriščati (Leban et al., 2011). Po izračunih, ki jih je pridobila Goriška lokalna energetska agencija Golea, so navedena naslednja dejstva (Leban et al., 2011):

- geotermalni vodonosnik ima površino 48 km²,
- v vodonosniku se nahaja pregreta voda s temperaturo 109°C,
- globina vodonosnika je med 3.400 in 5.500 m,
- del vodonosnika, ki ga je smotrno uporabljati, vsebuje 27,8 PJ toplotne energije,
- voda v vodonosniku je nizko mineralizirana,
- z vrtine je možno pridobivati 45 l/s vode s temperaturo 109°C in tlakom 5 bar.

Idejna zasnova izkoriščanja geotermalne vode je vsebovala naslednje elemente (Leban et al., 2011):

- področje vrtine in ob njej hotelski kompleks;
- proizvodnja električne energije z izkoriščanjem višjega temperaturnega nivoja 93°-109°C;
- uporaba geotermalne toplote za ogrevanje dela mesta Tolmin. V tem delu izkoriščamo temperature termalne vode v območju med 56°C do 93°C. Po izračunu moči z upoštevanjem področje temperatur vode med 35°C in 56°C uporabimo v toplicah ali športno rekreacijskem centru in šolskem centru. Del te energije se uporabi za nizkotemperaturno ogrevanje objektov, del pa za ogrevanje bazenov;

- temperature pod 35°C bi se lahko izkoristile še na območju reke Tolminke, kjer je predvidena ribogojnica ter rastlinjaki.

SKLEP

V sklepnem delu magistrske naloge so opredeljeni ključni odgovori oziroma možnosti na kakšen način bi morala potekati izgradnja takšnega kompleksa. Eden izmed glavnih vzrokov za gradnjo takšnega centra je zmanjšanje mrtve sezone na Tolminskem, ki traja od oktobra do aprila.

Investicija na področju kopališkega turizma bi na Tolminsko doprinesla veliko več dogajanja in življenja ne samo ob poletnih mesecih, ampak skozi celo leto. V primeru izgradnje termalnega kopališča bi bilo zagotovljenih veliko novih delovnih mest, kar po eni strani pomeni, da se bo vedno več mladih odločalo za življenje in delo v občini Tolmin, poleg tega se bo povečala možnost poslovnih priložnosti. To bi zagotovo vplivalo tudi na večjo prepoznavnost mesta Tolmin, posledično bi se izboljšala urejenost mesta.

Na podlagi rezultatov ankete, ki je bila izvedena med občani in občankami Tolmin je bilo največ glasov namenjenih lokaciji na Cvetju ter lokaciji nad Žabčami. Kljub temu, da SWOT analiza prikazuje, da lokacija nad Žabčami nima zagotovljene ustrezne električne in komunalne infrastrukture, ocenjujem, da je to primerna lokacija. Zaradi njene lege (prisojna stran v osrčju narave) ter možnosti razširitve (velikost parcele cca 10 ha) je ta lokacija tista, zaradi katere bi bila smiselna izgradnja takšnega kompleksa, navkljub navedenim infrastrukturnim pomanjkljivostim.

Celotna analiza je pokazala, da tako občina Tolmin kot Posočje potrebujeta konkretno, termalno riviero z vključenimi namestitvenimi kapacitetami, s storitvami dobrega počutja, skratka kompleks z bogato ponudbo. Razlog ni samo v mrtvi sezoni. Obiskovalci si po aktivno preživetem dnevu radi privoščijo sprostitev v obliki masaže ali kopanja v bazenu. Prav tako razlog ni samo v turistih, ampak tudi v domačem prebivalstvu, za katerega bi tovrsten kompleks pomenil tudi dopolnilno dejavnost. Mogoča bi bila organizacija raznih tečajev v smislu učenja plavanja, potapljanja, tečaji za reševalca v vodi, tečaj za opravljanje dejavnosti na področju turizma dobrega počutja. Glede na intervjuje, ki so bili opravljeni s predstavniki kopališkega turizma v Sloveniji je veliko povpraševanje tudi s strani varstva za najmlajše, predvsem med šolskimi počitnicami. Storitve bi lahko uporabljala vsa športna društva, celoten šolski sistem, upokojenci ter ljudje, ki se zdravijo po raznih poškodbah in operacijah. Ob tem je potrebno omeniti bližino italijanskih mest, sploh kraja Udine, ki ima s svojo okolico več kot pol milijona prebivalcev.

Tudi predstavniki kopališkega turizma so mnenja, da destinacija, kot je Posočje, nujno potrebuje tovrsten kompleks kot dopolnitev k že tako raznoliki ponudbi. Nekateri izmed njih so tudi mnenja, da je potrebna izgradnja kompleksa v smislu les-kamen, da bi tako čim manj kvaril podobo kraja. Zagotoviti bi bilo potrebno, da bi se kompleks gradil po trajnostnih načelih, tako da bi bil vpliv na naravo in onesnaževanje čim manjši. Predlagajo izgradnjo celotne termalne riviere z bogato ponudbo ter adrenalinskim vodnim parkom, ki bi hkrati posebej reko Sočo. Tako predstavniki kopališkega turizma kot tudi turistični ponudniki na Tolminskem opozarjajo, da občina sama zaradi pomanjkanja znanj ni sposobna zagotoviti in zgraditi kompleksa, ki bi bil na takšnem nivoju. Potrebno je pridobiti kakovostnega partnerja z znanjem in izkušnjami na tem področju ter glede na opravljeno analizo v okviru javno-zasebnega partnerstva izpeljati projekt. V tem primeru bi bil najbolj primeren model BOT, kjer se objekt po določenem časovnem obdobju, ki je določen s pogodbo, izroči v roke državi oziroma občini, ki je podelila koncesijo za zgraditev in obratovanje objekta. V tem

časovnem obdobju bi investitor oziroma partner projekta tudi izobrazil in zagotovil ustrezen kader, ki bi bil potreben za nadaljnje obratovanje kompleksa.

Povečati bi bilo treba kulturne in športne prireditve, gostinsko ponudbo, večerno dogajanje v centru mesta itd. Veliko pozornost pri izgradnji bi bilo potrebno nameniti zadostnemu številu parkirnih mest (na obrobju in v mestu Tolmin), da to ne bi vplivalo na prezasedenost parkirišč v samem centru mesta. Trenutna obnova in sanacija cest proti Ljubljani prinaša velik napredek, saj urejena infrastruktura predstavlja velik del pri odločitvi za obisk določene destinacije.

Raziskave, ki jih je izvedla Goriška lokalna energetska agencija so tudi pokazale, da se v vodonosniku nahaja pregreta voda s temperaturo 109°C (globina vodonosnika je med 3.400 in 5.500 m) ter da je iz vrtine možno pridobivati 45 l/s vode s temperaturo 109°C in tlakom 5 bar (Leban et al., 2011). Ti izračuni dokazujejo, da ima občina Tolmin idealno priložnost in vse pogoje za izgradnjo termalnega kopališča.

LITERATURA IN VIRI

1. ALOHAS. (2010). *Priročnik za hotele za razvoj trajnostnih poslovnih modelov*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.
2. Andereck, K., & Vogt, C. (2000). The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.
3. Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C., & Vogt, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32, 1056-1076.
4. Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions and preferences to tourism development. Evidence from Crete. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29(1), 67-90.
5. Barret, P. (2003). Public private partnerships – are there gaps in public sector accountability? *Australian National Audit office*. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu http://www.anao.gov.au/~media/Uploads/Documents/public_private_partnerships.pdf
6. Birmingham, P., & Wilkinson, D. (2003). *Using research instruments. A guide for researchers*. London: RoutledgeFalmer.
7. *Bovec- doline navdiha*. Najdeno 15. decembra 2013 na spletnem naslovu <http://www.bovec.si/>
8. Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
9. Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 493-515.
10. Bučar, M., Karnar, P., & Ciraj, A. M. (2007). *Strukturni skladi v Sloveniji- zadostno izkoriščen vir?* Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
11. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
12. Bunc, M. (1986). *Integrirani marketing v turizmu*. Ljubljana: Delavska enotnost.
13. Denscombe, M. (1998). *The Good Researcher Guide: For Small-Scale Social Research Projects*. Buckingham: Open University Press.
14. Dietrich, A., & García-Buades, E. (2008). Locals Perceptions of Tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30, 1-10.
15. Dogan, H. (1989). Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 16, 216-236.
16. Doswell, R. (1997). *How effective management makes a difference*. Oxford: Butterworth Heinemann.
17. Dunn, H.L. (1959): High-level Wellness for man and society. *American Journal of Public Health*, 49(6), 786-792.
18. European Travel Commission. (2006). Tourism trends for Europe. Najdeno 1. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.hospitalitynet.org/news/4028954.html>.
19. Evropska komisija. (2011). *Kohezijska politika 2014 –2020. Vlaganje v rast in delovna mesta*. Luxembourg: Urad za publikacije Evropske unije.
20. Evropska komisija. (2012). *Spremenjeni predlog uredbe Sveta o večletnem finančnem okviru za obdobje 2014–2020*. Bruselj: Svet Evropske unije.
21. Evropska komisija. (2014). Kohezijska politika in Slovenija. Najdeno 13. maja 2014 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/regional_policy/information/cohesion-policy-achievement-and-future-investment/factsheet/slovenia_sl.pdf

22. *Evropska sredstva za razvoj Slovenije*. Najdeno 23. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.evropa.gov.si/si/10-let-v-eu/kaj-nam-prinasa-clanstvo-v-eu/evropska-sredstva-za-razvoj-slovenije/>
23. Evropska unija. (2006). Regije in mesta v znamenju rasti in delovnih mest: pregled uredb za kohezijsko in regionalno politiko za obdobje 2007–2013. *Info regio. Informacijski bilten*, 06 (281). Bruselj: EUR-OP.
24. Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating importance-performance analysis into the limits of change framework. *Tourism Management*, 13(1), 128-140.
25. Gilbert, D., & Clark, M. (1997). An Exploratory Examination of Urban Tourism Impact, with Reference to Residents Attitudes in the Cities of Canterbury and Guildford. *Cities*, 14, 343-352.
26. Gojčič, S. (2005). *Wellness: zdrav način življenja: nova zvrst turizma*. Ljubljana: GV Založba.
27. Goličnik, S. (1997). *Projektno financiranje*. Ljubljana: Bančni vestnik.
28. Groves, R.M. (1989). *Survey Errors and Survey Costs*. New York: Wiley.
29. GVU. (1994). GVU's 1st WWW User Survey. Najdeno 5. avgusta 2014 na spletnem naslovu http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/survey-01-1994/
30. Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23, 503-526.
31. Hoheb, C. (2013). *Top 10 Wellness Travel Trends for 2014*. Kalifornija: PRlog.
32. Hrabar, M. (2007, 21. november). Cilj najboljših je okoljska odličnost. *Finance*. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/file.php?id=15443>.
33. Hribar, M., & Tomin Vučković, M. (2007). *Turistična politika za leto 2007 z usmeritvami za leto 2008*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem.
34. Hribar, M., & Tomin Vučković, M. (2010). *Turistična politika za leto 2010 z usmeritvami za leto 2011*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem.
35. Huh, C., & Vogt, C.A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: a cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455.
36. Jago, L., Fredline, L., & Deery, M. (2006). Tourism in small communities: risk and benefits. *Tourism Review International*, 10(1-2), 91-101.
37. Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
38. Kaspar, C. (1991). *Die Tourismuslehre im Grundriss*. Bern: Haupt.
39. Kaufmann, E. L. (1999). *Wellness Tourismus in der Schweiz-Qualitätsanforderungen an die Hotellerie*, in. Bern: Publ.FIF.
40. Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4, 171-191.
41. Kekuš, K.M. (2012). Trajnostni razvoj. Najdeno 13. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://sl.mojcakleva.eu/lang/sl/nacela/trajnostni-razvoj/>
42. Kozlar, V. (2010). *Koncept uporabljene oblike javno-zasebnega partnerstva*. Prevalje: Bau-ing d.o.o.
43. Kranjc, D. (2007). Primeri dobre prakse in kratka predstavitev Zakona o javno-zasebnem partnerstvu. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.skupnostobcin.si/Datoteke/Primeri%20dobre%20prakse.ppt>
44. Kranjc, V., Kerševan, E., Plauštajner, K., & Prelič, S. (2009). *Zakon o javno- zasebnem partnerstvu (ZJZP) s komentarjem*. Ljubljana: GV Založba.
45. Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706.

46. Lapanja, A.T., Vadjunec, T., Gerbec, T., Pirih, A., & Ferjančič, S.Ž. (2012). Izvedbeni načrt Regionalnega razvojnega programa Severne Primorske (Goriške statistične regije) za obdobje 2012-2014. Najdeno 2. februarja 2014 na spletnem naslovu http://www.prc.si/file/download/943_cf4be91d581a/stat.
47. Leban, R., Kacafura, I., Mljač, B., Cencič, V., & Ladava, P. (2011). *Dopolnitev lokalnega energetskega koncepta občina Tolmin, 2010*. Šempeter pri Gorici: Goriška lokalna energetska agencija.
48. Liu, J., & Var, T. (1986). Resident attitudes towards tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
49. Long, P., Perdue, R., & Allen, L. (1990). Rural resident perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Tourism Research*, 28(3), 3-9.
50. LTO Bovec. (2008). EDEN- Dolina Soče. Najdeno 29. maja 2014 na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/si/EDEN-2008:-Dolina-So%C4%8De.htm?eden_dolina_soce=0&lng=1
51. LTO Sotočje. (2010). *Strategija razvoja turizma v občini Tolmin 2010-2015*. Tolmin: LTO Sotočje.
52. LTO Sotočje. (2014). *Statistični podatki za občini Tolmin in Kobarid* (interno gradivo). Tolmin: LTO Sotočje.
53. LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o. (2007, oktober). *Predinvesticijska študija za določitev lokacije wellness centra Tolmin* (interno gradivo). Tolmin: LTO Sotočje.
54. Makovec- Brenčič, M., Dmitrovič, T., Knežević- Cvelbar, L., Kolar, T., Konečnik- Ruzzier, M., Mihalič, T., Ograjenšek, I., Rojšek, I., Vida, I., Žabkar, V., Gabrijan, V., Milfelner, B., Mumel, D., Ogorelc, A., Pisnik- Korda, A., & Snojn B. (2007). *Metodologija za stalno spremljanje zadovoljstva turistov: priročnik*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem.
55. Manfreda, L.K. (2001). *Web surveys errors* (doktorska disertacija). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
56. Manfreda, L.K., Vehovar, V., & Batagelj, Z. (2000). Veljavnost interneta kot anketnega orodja. *Teorija in praksa*, 37(6), 1035- 1051.
57. Martin, K. (2008). Tourism as social contest: opposing local evaluations of the tourist encounter. *Tourism, Culture & Communication*, 8(2), 59-69.
58. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism; economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
59. McCool, S., & Martin, S. (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
60. Medved, R., Pirih, A., Brežan, U., & Kutin, M. (2007). *Program spodbujanja razvoja v Posočju 2007-2013*. Kobarid: Posoški razvojni center.
61. Menheere, S., Pollalis, S.N., Bol, A., Huijbregts, R., Klein, M., Paul, P., & Verhoeven, L. (1996). *Case studies on build operate transfer*. Delft: Faculty of Architecture.
62. Mihalič, T. (2006a). *Tourism and its environments: ecological, economic and political sustainability issues*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
63. Mihalič, T. (2006b). *Trajnostni turizem*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
64. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2014). *Podatki o financiranju v turističnem sektorju* (interno gradivo). Ljubljana: MGRT.
65. Močnik, B. (2014, 5. april). Upam, da je sesutje Kanina najnižja točka. *Delo*. Najdeno 1. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/novice/slovenija/upam-da-je-sesutje-kanina-najnizja-tocka.html>
66. *Models of public – private partnerships*. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.ictregulationtoolkit.org/en/toolkit/notes/PracticeNote/3162>
67. Molle, W. (2007). *European Cohesion Policy*. Abingdon: Routledge

68. Mrak, M., Gazvoda, M., & Mrak, M. (2005). *Projektno financiranje- alternativna oblika financiranja infrastrukturnih objektov*. Ljubljana: Služba Vlade RS za lokalno samoupravno in regionalno politiko.
69. Mulec, B. (2008). *Kohezijska politika Evropske unije in problemi njene implementacije s poudarkom na Republiki Sloveniji in državah jugovzhodne Evrope*. Ljubljana: Založba Koščak.
70. *Občina Tolmin. Predstavitev občine Tolmin*. Najdeno 3. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.tolmin.si/sl/26>
71. Ogorelc, A. (2009) Residents' perceptions of tourism impacts and sustainable tourism development. *International Journal of Sustainable Economy*, 1(4), 373-387.
72. Ovsenik, R., & Uran, M. (2006). *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Direktorat za turizem.
73. Ozebek, N. (2013, 12. oktober). Kako je Kanin padel Bovcu na glavo. *Dnevnik*. Najdeno 16. decembra 2013 na spletnem naslovu <http://www.dnevnik.si/objektiv/v-objektivu/-kako-je-kanin-padel-bovcu-na-glavo>
74. *Panoramska karta mesta Tolmin in dolin Tolminke, Zadlaščice ter Godiče*. Najdeno 4. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.yago.si/panorame/img-tolmin/tolmin-panorama.html>
75. Parker, L. (1992). Collection Data the E-mail Way. *Training and Development*, 46, 52-54.
76. Perdue, R., Long, P., & Allen, L. (1990). Resident Support for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 17, 586-599.
77. Pintar, J. (2009). *Javno-zasebna partnerstva. Kaj? Kako? Zakaj?*. Nova Gorica: Založba Educa.
78. Planina, J. (1966). *Kvantitativna analiza sezonskih variacij turističnega prometa v Jugoslaviji*. Ljubljana: s.n.
79. Pollock, A., & Williams, P. (2000). Health Tourism Trends: Closing the Gap between Health Care and Tourism. V D. W. Lime. & W. C. Gartner, *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism* (str. 165-173). New York: CABI Publishing.
80. Posner, P.L. (2014). Private-Public Partnerships, the Relevance of Budgeting. *George Mason University*. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu www.oecd.org/gov/budgeting/41278496.ppt
81. *PPP models*. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu <http://assamppp.gov.in/pppmodels.pdf>
82. Statistični urad RS. (2014). Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija, polletno. Najdeno 20. septembra 2014 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
83. Statistični urad RS. (2014). Prebivalstvo po velikih in petletnih starostnih skupinah in spolu, naselja, Slovenija, polletno. Najdeno 20. septembra 2014 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
84. Statistični urad RS. (2014). Prebivalstvo, staro 15 ali več let, po izobrazbi in spolu, občine, letno. Najdeno 20. septembra 2014 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
85. Statistični urad RS. (2013). Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, Slovenija, letno. Najdeno 11. decembra 2013 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
86. *Public- private partnerships*. Najdeno 2. junija 2014 na spletnem naslovu http://www.pc.gov.au/__data/assets/pdf_file/0010/86941/10-chapter8.pdf
87. Puczko, L., & Rátz, T. (2000). Tourist and Resident Perceptions of the Physical Impacts of Tourism at Lake Balaton, Hungary: Issues for journal Sustainable Tourism Management. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(6), 458-478.

88. Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination , a Sustainable Tourism Perspective*. Cambridge: CABI publishing.
89. Ross, G.F. (1992). Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city. *Journal of travel research*, 30(3), 13-17.
90. Rumbak, R. (2010). *Uvod v wellness turizem: gradivo za 2. letnik*. Ljubljana: Zavod IRC.
91. Rutar, M., Kofol, K., Gabršček, S., & Marušič, B. (2000). *Tolminska je pesem*. Tolmin: Tolminski muzej.
92. Rutar, S. (1882). *Zgodovina Tolminskega, to je: zgodovinski dogodki sodnijskih ograjev Tolmin. Bolec in Cerčno ž njih prirodoznanskim in statističnim opisom*. Nova Gorica: Goriški muzej.
93. Schraeder, M. (2002). A simplified approach to strategic planning: Practical considerations and an illustrated example. *Business Process Management*, 8(1), 8-18.
94. Song, H., Li, G., Witt, S. F., & Fei, B. (2010). Tourism Demand Modelling and Forecasting: How Should Demand Be Measured? *Tourism Economics*, 16(1), 63-81.
95. Sproull Lee, S. (1986): Using Electronic Mail for Data Collection in Organizational Research. *Academy of Management Journal*, 29, 159-169.
96. Stewart, E.J., Bronwyn, M.H., Devlin, P.J., & Kirby, V.G. (1998). The "Place" of Interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation. *Tourism Management*, 19(3), 257-266.
97. Szolnoki G., & Hoffmann, D. (2013). Online, face-to-face and telephone surveys— Comparing different sampling methods in wine consumer research. *Wine Economics and Policy*, 2(2), 57- 66.
98. *Tolminka*. Najdeno 13. januarja 2014 na spletnem naslovu <http://www.tolmin.si/sl/173>.
99. Tratnik, M. (2002). *Osnove raziskovanja v managementu*. Koper: Visoka šola za Management.
100. Trošt, S. (1956). *Tolminski zbornik 1956*. Tolmin: Tiskarna Jadran.
101. *Turistična ponudba, Dolina Soče*. Najdeno 9. decembra 2013 na spletnem naslovu http://www.dolina-soce.com/ponudniki_nastanitev/.
102. UNEP & UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Paris: United Nations.
103. Vargas-Sánchez, A., de los Ángeles Plaza-Mejía, M., & Porrás-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
104. Vertot, N. (2010). *Starejše prebivalstvo v Sloveniji*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
105. Vlada Republike Slovenije. (2008). *Državni razvojni program Republike Slovenije za obdobje 2007–2013*. Ljubljana: Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko.
106. Vlada Republike Slovenije. (2013). *Učinkovitost črpanja EU sredstev in finančna perspektiva 2014-2020*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.
107. Webb, J. (2008). *Strategic Information Management- A practitioner's guide*. Oxford: Chandos Publishing.
108. World Tourism Organisation. (1994). *Recommendations on tourism Statistics*. Madrid: World Tourism Organisation.
109. World Tourism Organisation. (2008). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: World Tourism Organisation.
110. Zakon o gospodarskih javnih službah. *Uradni list RS št. 32/1993, 30/1998 – ZZLPPO, 127/2006 – ZJZP, 38/2010 – ZUKN in 57/2011 – ORZGJS40*.
111. Zakon o javnem interesu v mladinskem sektorju. *Uradni list RS št. 42/2010*.
112. Zakon o javnem-zasebnem partnerstvu. *Uradni list RS št. 127/2006*.

113.Zakon o popotresni obnovi objektov in spodbujanja razvoja v Posočju. *Uradni list RS*, št. 26/2005 - UPB1.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Podatki o sofinanciranem projektu: »Izgradnja hotela Mangrt***«.....	1
Priloga 2: Koncept uporabljene oblike javno- zasebnega partnerstva v okviru modela BOT ...	2
Priloga 3: Potencialne lokacije za gradnjo termalnega kopališča na Tolminskem.....	3
Priloga 4: Lokacija »na Cvetju«.....	3
Priloga 5: Lokacija »nad Žabčami«.....	4
Priloga 6: Vprašalnik za predstavnike kopališkega turizma v Sloveniji	4
Priloga 7: Intervju s turističnimi ponudniki na Tolminskem.....	6
Priloga 8: Pozitivni in negativni pogledi na izgradnjo termalnega kopališča	7
Priloga 9: Anketa o izgradnji termalnega kopališča.....	8
Priloga 10: Izračun hipotez H2, H3 H4 in H5	12

Priloga 1: Podatki o sofinanciranem projektu: »Izgradnja hotela Mangrt*«**

Podjetje: Žnider's d. o. o., Vita Kreigherja 5, 2000 Maribor

Razpis: Dvig konkurenčnosti turističnega gospodarstva – Turistična infrastruktura (Nova finančna perspektiva 2007-2013)

Realizirana vrednost projekta: 3.960.445,33 EUR

Upravičeni izdatki: 3.304.945,36 EUR

Sofinanciranje: 35-% sofinanciranje po zaključku investicije, sredstva izplačana v letu 2010 (1.156.730,88 EUR), 85 % sredstev iz Evropskega sklada za regionalni razvoj.

Višina sofinanciranja:

- EU del: 983.221,25 EUR
- SLO del: 173.509,63 EUR
- EU IN SLO del skupaj: 1.156.730,88 EUR
- Zasebni viri: 2.803.714,45 EUR

Datum potrditve sofinanciranja: 10. 9. 2007

Kratek opis investicije:

- Namen investicije je izgradnja hotela Mangrt ***, ki v destinacijo prinese nov hotel ustrezne kategorije, ki ga glede na cilje v regionalnih razvojnih programih in strategijah razvoja potrebuje.
- Nov turistični ponudnik, z lastno turistično agencijo in s pisarnami po Sloveniji ter z dobrimi poslovnimi stiki izven Slovenije, ki bo prek lastne agencije, pogodbenih partnerjev in tujih turističnih operaterjev polnil nastanitvene kapacitete regije in pritegnil nove obiskovalce in nove ciljne skupine gostov.
- Novi hotel bo v regijo pritegnil tudi drugačno strukturo gostov.

Glavni cilji investicije:

- Izgradnja hotela 3* z recepcijo, zajtrkovalnico in s sobami kategorije 3*.
- Restavracijski del.
- Hotelski bar.
- Klubski prostor z možnostjo priprave in postrežbe hrane.
- Seminarški prostor s 34 sedeži z možno izvedbo manjših prireditev, animacijskih in drugih delavnic za goste hotela in zunanje obiskovalce.
- Gostom je prilagojena ponudba hotela, ki zajema tako gostinsko ponudbo kot dodaten wellness program (wellness center).
- V okviru hotela bo locirana tudi manjša turistična poslovalnica, ki bo s svojo dejavnostjo služila gostom hotela kot širši okolici (turistična agencija za destinacijo in globalni turistični trg).
- Vzpostavitev dejavnosti (segmenti gostov: družine v aktivni fazi življenjskega cikla, segmenti polno gnezdo II in III (pari z otroki 6-11 let ter 12-18 let) ter prazno gnezdo (starejši pari)).

Rezultati:

- Število novih sob: 36
- Restavracija: število sedežev: 34
- Število novih delovnih mest: 5

Terminske faze investicije:

- Začetek investicije: izvedbena faza (zemeljska dela) december 2007
- Pridobitev uporabnega dovoljenja: 26. 11. 2009
- Zaključek investicije: december 2009

Otvoritev hotela Mangrt***: 21. 12. 2009 (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologija, 2014).

Priloga 2: Koncept uporabljene oblike javno- zasebnega partnerstva v okviru modela BOT

Predlog javno-zasebnega partnerstva za predmetni projekt vsebuje naslednje temeljne elemente (Kozlar, 2010) :

- BOT (Built-Operate-Transfer) model koncesijskega razmerja,
- koncesionar zgradi vrtec in obnovi športno igrišče, z njo upravlja v koncesijski dobi pod pogoji koncesijske pogodbe in na koncu koncesijske dobe prenese infrastrukturo koncedentu,
- koncesionar zaračunava storitve tretjim osebam,
- pravila spreminjanja cene storitve,
- koncesionar zgradi vrtec in obnovi športno igrišče ter ju v upravnem postopku usposobi za uporabo,
- ko sta vrtec in športno igrišče dana v uporabo, ju koncedent po pošteni vrednosti pripozna v svojih poslovnih knjigah kot osnovno sredstvo in istočasno v enaki vrednosti pripozna obveznosti za tveganje delovanja,
- v trenutku pripoznanja infrastrukture v poslovnih knjigah koncedenta, pripozna koncesionar v svojih poslovnih knjigah pravico do uporabe vrtca in športnega igrišča za namen opravljanja storitev in zaračunavanja storitev tretjim osebam kot neopredmeteno sredstvo,
- koncesionar prevzema naslednja tveganja koncesijskega razmerja :
 - tveganja izgradnje vrtca in obnove športnega igrišča,
 - tveganje obsega storitev,
 - tveganje sposobnosti zagotavljanja storitev,
 - tveganja v zvezi s tekočim vzdrževanjem infrastrukture,
 - tveganja racionalne rabe energije,
 - okoljska tveganja,
 - tveganja donosa na vložena sredstva, inflacije in tečajna tveganja,
- koncedent prevzema naslednja tveganja koncesijskega razmerja :
 - politična tveganja,
 - infrastrukturna tveganja (možnost priključitve na komunalno infrastrukturo),
 - koncesionar in koncedent skupaj prevzameta naslednja tveganja :
 - pravna tveganja,
 - tveganja sodelovanja.
- koncedent ne izda nobenega instrumenta zavarovanja koncesijskega razmerja,
- predlagana koncesijska doba je 1+19 let,
- prednost arbitražnega reševanja sporov pred sodnim,
- koncesijskih dajatev ni,
- koncedent ni udeležen na prihodkih ali dobičku koncesionarja (Kozlar, 2010).

Priloga 3: Potencialne lokacije za gradnjo termalnega kopališča na Tolminskem

Slika 1: Potencialne lokacije za gradnjo termalnega kopališča na Tolminskem



Vir: Panoramska karta mesta Tolmin in dolin Tolminke, Zadlaščice ter Godiče, 2014.

Priloga 4: Lokacija »na Cvetju«

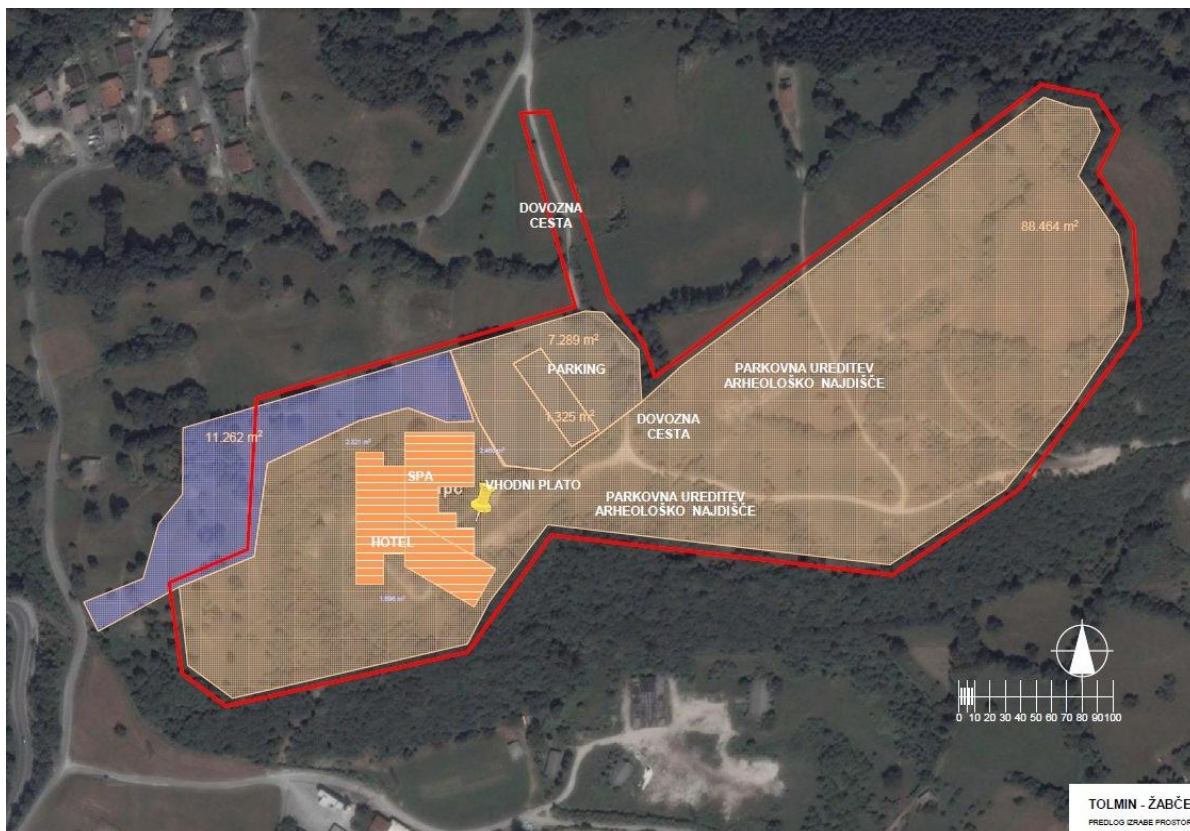
Slika 2: Lokacija »na Cvetju«



Vir: LTO Sotočje & Hosting svetovanje d.o.o., Predinvesticijska študija za določitev lokacije »wellness« centra v Tolminu, 2007.

Priloga 5: Lokacija »nad Žabčami«

Slika 3: Lokacija »nad Žabčami«



Vir: LTO Sotočje & Hosting svetovanje d. o. o., Predinvesticijska študija za določitev lokacije »wellness« centra v Tolminu, 2007.

Priloga 6: Vprašalnik za predstavnike kopališkega turizma v Sloveniji

1. Kakšni so vaši začetki oziroma zakaj (kako) ste se podali v projekt turizma dobrega počutja? Kaj vas je prepričalo v to odločitev?
2. Na spletni strani sem zasledil, da na področju turizma dobrega počutja ponujate razne masaže, solarij, savne, kozmetični salon ter kolagensko komoro. Zanima me, po katerih produktih največ povprašujejo turisti? Se povpraševanje razlikuje glede na narodnost, glede na spol, na leta? Torej obstajajo kakšni vzorci, na podlagi katerih lahko razvrstite povpraševanje?
3. Kako je razdeljena vaša ponudba? Glede na to, da zadnje čase tudi veliko mladih uporablja storitve na področju turizma dobrega počutja, so te prilagojene glede na starost?
4. Naslednja vprašanja se nanašajo na vaše goste. Kateri gostje prevladujejo pri vas? Narodnost? Starost? Spol?
5. Kako pa recimo poskrbite za družine z otroki? Imate mogoče na voljo kakšne posebne programe, ponujate mogoče kakšne animacije za otroke?
6. Po drugi strani pa me zanima, imate mogoče ponudbo in dostop, prilagojen tudi za invalide ter za ljudi s posebnimi potrebami?

7. Kakšni so odzivi oziroma ocene gostov? Kako gostje ocenjujejo vaše produkte? Se jih veliko vrača nazaj?
8. Ste imeli ponudbo na področju turizma dobrega počutja že v samem začetku delovanja ali ste se kasneje odločili za uvedbo te? Se je z uvedbo wellnesa povečalo število gostov?
9. Kdo vse opravlja storitve na področju turizma dobrega počutja? Koliko zaposlenih imate trenutno na tem področju? (kakšen odstotek to predstavlja med vsemi zaposlenimi?)
10. Na kakšen način promovirate oziroma oglašujete vašo ponudbo? Sodelujete morda tudi z drugimi turističnimi ponudniki ali vse aktivnosti izvajate popolnoma samostojno (skupni produkti, skupno trženje)?
11. Se vaša ponudba mogoče pooseblja s kakšno zgodbo? Ste mogoče razmišljali, da bi vašo ponudbo promovirali skozi zgodbo?
12. Ali v prihodnosti načrtujete še kakšno novost na področju turizma dobrega počutja? Povečanje ponudbe?
13. Glede na to, da takšni projekti zahtevajo tudi velik finančni zalogaj me zanima, ali ste tudi pri izgradnji vašega kompleksa zaprosili za evropska sredstva?
14. Vem, da mi nekaterih podatkov glede finančnega področja ne morete zagotoviti. Zanima me, kakšna je bila struktura glede pridobljenih sredstev? Verjetno ste nekaj sredstev pridobili tudi s strani občine?

Zanima me, če bi bili pripravljeni v drugem sklopu vprašanj odgovoriti še na nekaj vprašanj, povezanih s projektom na področju turizma dobrega počutja v Posočju?

1. Kako dobro poznate Posočje oziroma konkretno občino Tolmin?
2. Zavedamo se, da so evropska sredstva še kako velik dejavnik pri izgradnji takšnega kompleksa, ampak v kolikor to odmislimo me zanima, kaj bi bilo po vašem mnenju ključno pri izgradnji takšnega kompleksa?
3. V kolikor bi sami sprejeli odločitev, kaj bi bilo po vašem mnenju trenutno najboljša izbira? Samo termalni center? Center dobrega počutja s prenočišči? Center dobrega počutja + bazeni + prenočišča?
4. Vem, da je naslednje vprašanje precej na široko zastavljeno, vendar me zanima, na kaj je potrebno biti še posebej pozoren, ko se lotiš tako zahtevnega in finančno velikega projekta? Odvisnost od evropskih sredstev? Trenutno turistično povpraševanje v naši regiji? Način promoviranja naše regije? Predstavitev projekta pred samo izgradnjo?
5. Naslednje vprašanje se nanaša na finančno pomoč pri izvedbi projekta. Kaj menite, je mogoče pametno poiskati partnerje projekta, morda celo v tujini? Kaj vi priporočate? Kakšne so vaše izkušnje?
6. Se morda lahko občina Tolmin pri izpeljavi projekta obrne po nasvete k vam?

Priloga 7: Intervju s turističnimi ponudniki na Tolminskem

Kot sem vam že po elektronski pošti na kratko pojasnil, bi rad z vami opravil intervju glede sodelovanja na lokalno-investicijski ravni v primeru realizacije termalnega kopališča v Tolminu. V svoji magistrski nalogi namreč preučujem, kako bi izgradnja centra dobrega počutja – termalnega kopališča v občini Tolmin – vplivala na mrtvo sezono, ki pri nas traja od oktobra do aprila. Skratka, odločil sem se, da bom opravil intervjuje z največjimi turističnimi ponudniki na Tolminskem in Kobariškem. Glavni pomen centra dobrega počutja kot ponudbe je pravzaprav pomembna za razširitev sezone oz. spodbujanje celoletnega poslovanja. Izjemna prednost tovrstne ponudbe je tudi ta, da je dejansko bolj zanimiva izven same sezone kot pa v juliju in avgustu, torej od oktobra do aprila (mrtva sezona). Namen teh intervjujev je, da bi dobil vsaj približno oceno, koliko ste turistični ponudniki pripravljeni na sodelovanje v tem primeru. Za začetek bi vam najprej postavil par kratkih vprašanje glede vaše dejavnosti.

1. Zanima me, kakšni so vaši začetki v tej dejavnosti? Oziroma zakaj (kako) ste se podali v to? Kaj vas je prepričalo v to odločitev?
2. V kolikor imate podatke, bi me zanimala struktura turistov glede na narodnost (prevladujejo Slovenci, tujci).
3. V katerem obdobju beležite največje povpraševanje?
4. Za koliko dni povprečno največ ostanejo turisti pri vas?
5. Sodelujete mogoče s katerim drugim turističnim ponudnikom?
6. Kakšni so odzivi/mnenja gostov glede obiska Posočja?

V nadaljevanju bi vam tako zastavil vprašanja glede investicijskega kapitala oziroma vlaganja v termalno kopališče v primeru njegove izgradnje. Gradnja takšnega kompleksa bi bila smiselna le ob močni podpori turističnih ponudnikov, ki bi zagotavljali »stalne« goste v kompleksu, po drugi strani pa bi center dobrega počutja skrbel za njihovo promocijo.

1. Ste že slišali glede ideje o izgradnji takšnega centra v Tolminu? Kaj menite o tem?
2. Zanima me ali bi bili vi osebno pripravljeni vložiti določen del sredstev v termalno kopališče? Konkretno pri tem mislim, če bi se bili pripravljeni zavezati, da bi 5-10 let zagotavljali določeno število gostov, ki bi obiskali termalno kopališče? V primeru partnerstva bi vnaprejšnji letni odkup kart pomenil fiksno finančno obveznost, ki je potem, ko bi bila pogodba podpisana, ne bi mogli kar pozabiti. Strošek ne bi bil samo na vaši strani, tudi termalno kopališče bi vam zagotavljalo določeno oglaševanje ter ponujalo gostom vaše storitve. V primeru nakupa kart bi imeli seveda možnost, da bi te prodali svojim gostom – nikakor ni nujno, da bi jih plačali sami.
3. Bi se mogoče odločili za kakšen drug vir financiranja oziroma pomoči? Če vas mogoče lahko kar neposredno vprašam: bi bili pripravljeni vložiti sredstva v projekt kot solastniki z nakupom deleža ali delnic?
4. Kolikšen odstotek svojih sredstev (oziroma konkretno v evrih) bi bili vi pripravljeni vložiti v to?
5. Kje vidite vi rešitev za financiranje ob izgradnji takšnega kompleksa? Vaše mnenje?

Priloga 8: Pozitivni in negativni pogledi na izgradnjo termalnega kopališča

Pozitivni pogledi na izgradnjo takšnega kompleksa

»Se že ukvarjam s turizmom v občini, saj sem investiral veliko denarja v izgradnjo apartmajev. To bi bila dodatna ponudba in bi vsekakor pritegnila večje število tujcev in Slovencev v našo dolino. Ne morem razumeti, da se prezira turistično dejavnost. Tudi to, da ob izgradnji bazena razmišljajo samo o stroških in da v tem ne vidijo koristi. Predvsem to, da bi se otroci vseh šol v regiji Tolmina, Kobarida, Podbrda, Trebuše, Bovca, Kanala ob Soči in še kje učili plavati in jim ne bi bilo treba odhajati v tujino. Da bi domačini lahko to koristili za rehabilitacijo po raznih poškodbah, da bi se po stresnih službah zvečer lahko sprostiti in se s krajanji dobili na klepetu ali se z družinami igrali in razgibavali ter koliko toliko zdravo živeli. Namesto tega visijo na računalnikih, telefonih ali pred TV. Kar se tujcev tiče, lahko iz lastnih izkušenj povem, da veliko povprašujejo po bazenih, saj je Soča za njih premrzla, Nadiža pa preobremenjena. Glede na to, da v turistični sezoni nimamo ravno veliko zabavnih prireditev v večernih urah in da nimamo prav veliko restavracij oz. nimamo kvalitetnih ponudnikov hrane in pijače, kjer bi turisti radi zapravili še kakšen evro, bi jim bilo smiselno ponuditi vsaj termalni kompleks (termalno kopališče), kjer bi si krajšali dolgočasne urice.«

»Predvsem sem mnenja, da potrebujemo namenski bazen, če je to center dobrega počutja, je odvisno od strukture gostov – hotel. Seveda ob kontinuiranem vlaganju v drugo infrastrukturo. Hotel na Sotočju, urejen koncertni prostor, kolesarsko-sprehajalna, tekaška pot Most na Soči-Kobarid (ob Soči), vstopna-izstopna mesta na Soči, turistično-rekreacijski center na Kobali (padalstvo, TNP, ponudba planin, planinski muzej, sedežnica za potrebe kolesarskega spusta in smučanja, kulinarčna ponudba), ureditev doline v Pologu, povezava Baške grape z bodočim smučiščem Kobla, povezava spodnjega dela Baške grape z Voglom. Leta 2006 je bil narejen idejni načrt večnamenskega bazena ob centru za šolske in občolske dejavnosti (v nadaljevanju CŠOD), ki ga je financirala občina Tolmin. Dokumentacija obstaja in je vidna, v kolikor je še na spletni strani CŠOD dom Soča. Zakaj ni prišlo do realizacije, kljub realni zasnovi (partnerji, CŠOD, Ministrstvo za šolstvo RS in šport-občina, lokacija, infrastruktura), morate poiskati odgovor na občini.«

»Podobno anketo smo že delali kot zoisovi štipendisti leta 2000 (najbrž morajo rezultati biti še kje za primerjavo) in spomnim se, da je bilo ogromno želja in podpore s strani krajanov, kupovali bi celo delnice in vlagali v projekt, pa se žal ni kaj dosti zgodilo v 15 letih. Če bi res ugotovili, da je termalne vode zadosti, bi se najbrž tudi s pomočjo krajanov dalo nadgrajevati projekt, ampak najprej bi rabili nekoga, ki bi bil pripravljen prevzeti začetni finančni riziko. Vsekakor pa se mi zdi odlično, da bi razvili kopališki turizem, saj v kar veliki razdalji okrog nas ni kakšnega.«

»Ponudba na področju turizma dobrega počutja v razvitih turističnih krajih ni več konkurenčna niša, temveč standard, ki samoumevno sodi k razviti ponudbi. Standardne rešitve kopališkega turizma tako ne bi bistveno izboljšale konkurenčne pozicije Tolmina, zato moramo iskati posebne in dodelane rešitve. Termalno kopališče (center dobrega počutja) moramo zgraditi predvsem kot infrastrukturo, ki bo prispevala k podaljševanju sezone oz. omogočanju celoletnega poslovanja, kot infrastrukturo, ki bo dopolnjevala ponudbo ostalih kapacitet v destinaciji, predvsem pa mora zastavljeni koncept izhajati iz tradicije in posebnosti lokalnega okolja (tradicionalne dejavnosti in običaji, lokalna hrana in pridelki, športne aktivnosti v naravi, Triglavski narodni park), saj bomo le tako lahko zastavili koncept, ki bo tržno atraktiven, poseben, drugačen in konkurenčen.«

»Meni se to zdi super ideja, sem tud sam razmišljal o tem pred 4 leti, ko sem se preselil na Tolminsko iz Posavja. Narava mora ostati neokrnjena, kot je sedaj, prav tako strog bonton

okoli sotočja in drugih naravnih znamenitosti. Termalni kompleks naj bo velik, sodoben in ponujati mora čim več.«

Negativni pogledi na izgradnjo takšnega kompleksa

»Občina Tolmin ima veliko naravnih in kulturnih znamenitosti, na katere bi se morali še bolj osredotočiti in s katerimi bi lahko še pospešili razvoj turizma. Prav tako imamo zelo razvit festivalski turizem ob Soči. Tolmin z okolico omogoča mnogo športnih užitkov, kot so kolesarjenje, pohodništvo, tek, rafting, plavanje, padalstvo, plezanje ... to je tisto, čemur bi se morali še bolj posvetiti – to je naša blagovna znamka, ki jo moramo čim bolj uveljaviti. Turizem dobrega počutja po mojem mnenju v ta kraj ne sodi.«

»Po mojem mnenju turizem dobrega počutja ni primeren za Tolmin. Mislim, da bi morali bolj izkoristiti naravne danosti (reke, gore, hribi) in na njih graditi turistični razvoj kraja. Obdržati in več pozornosti posvetiti festivalom, ki dokazano privabljajo veliko število ljudi in glas o naših krajih nosijo v svet.«

Priloga 9: Anketa o izgradnji termalnega kopališča

Q1 - Ste zadovoljni z življenjem v občini Tolmin?

- DA, vseč mi je
- NE, ni mi vseč
- Šel bi živet drugam
- Ne vem

Q2 - Menite, da bi se morali v občini Tolmin bolj posvetiti razvoju turizma?

- DA
- NE
- NE VEM

Q3 - Menite, da ima razvoj turizma v občini Tolmin pozitiven vpliv?

- DA
- NE
- NE VEM

Q4 - Kakšna se vam zdi turistična ponudba v občini Tolmin?

- odlična
- lahko bi bila boljša
- dobra
- niti dobra niti slaba
- slaba
- zelo slaba

Q5 - Menite, da ima občina Tolmin dovolj namestitvenih obratov?

- DA
- NE
- NE VEM

Q6 - Ste zadovoljni s številom kulturnih, zabavnih in športnih prireditev?

- DA
- NE
- Lahko bi jih bilo več
- Preveč jih je

Q7 - Kako pogosto se udeležujete teh prireditev?

- redno
- velikokrat
- včasih
- redko kdaj
- nikoli

Q8 - Kaj vas pri razvoju turizma v občini Tolmin najbolj moti?

Možnih je več odgovorov

- onesnaženost pokrajine
- hrupnost prometa
- nakup nepremičnin s strani tujcev
- težave s parkiranjem
- prevelika zasedenost ob rekah
- čakalne vrste v trgovini
- obnašanje in odnos turistov
- Drugo:

Q9 - Kaj vas pri razvoju turizma v občini Tolmin najbolj razveseljuje?

Možnih je več odgovorov

- boljša urejenost kraja
- bolj pestra ponudba
- večja možnost zaposlitve
- dodaten zaslužek
- več življenja- dogajanja v kraju
- sklepanje novih poznanstev
- poslovna priložnost
- Drugo:

Q10 - Bi se zaposlili v turističnem sektorju?

- DA
- NE
- NE VEM

Q11 - Bi bili pripravljeni vlagati svoja sredstva v turizem oziroma razvijati lastno podjetniško dejavnost na področju turizma?

- Da, odločil bi se za vlaganje sredstev v turizem
- Ne, ker je preveč tvegano
- DA, razmišljam o razvoju lastne podjetniške dejavnosti na področju turizma
- NE, to področje me ne zanima

Q12 - V katero smer bi želeli, da se razvija turizem v naši občini?

Možnih je več odgovorov

- Spodbujal bi vlaganje v nove namestitvene obrate
- Spodbujal bi razvoj športno-rekreacijskega turizma
- Povečal bi ponudbo in dogajanje v kraju
- Spodbujal bi igralniško-zabavišni turizem
- Spodbujal bi spa-wellness turizem (kopališki turizem)
- Uredil bi kopališča ob Soči
- Uredil bi dovoljenja za kampiranje
- Povečal bi nadzor nad vodnimi športi
- Uredil bi okoliške ceste, ki vodijo do raznih turističnih zanimivosti
- Drugo:

Q13 - S čim menite, da občina Tolmin najbolj privlači turiste?

Možnih je več odgovorov

- Velika ponudba športnih aktivnosti
- Ugodne cene
- Prijaznost prebivalcev
- Varnost
- Oddaljenost od velikih mest
- Vojni in povojni ostanki
- Prekrasna narava in okoliški hribi
- Drugo:

Q14 - Kaj vi menite o izgradnji wellness kompleksa oziroma termalne riviere v naši občini?

- Zgradil bi celoten wellness kompleks skupaj z namestitvenimi obrati, bazeni, savnami, masažami, tobogani,..
- Zgradil bi le manjši bazen
- Zgradil bi le manjši hotel z bazenom
- Zgradil bi kompleks, ki vsebuje le wellness storitve (razne masaže, savne, solarije,..)
- Nič ne bi spreminjal
- Ta odločitev se mi ne zdi pametna
- Drugo:

Q15 - Bi bili pripravljeni vložiti lastna sredstva oziroma kupiti delnice v družbi, ki bi zgradila wellness center?

- V kolikor bi se mi projekt zdel obetaven, bi vanj vložil lastna sredstva
- Odločil bi se za nakup delnic
- V teh časih vlaganje predstavlja preveliko tveganje

Q16 - V kolikor bi se odločili za gradnjo takšnega kompleksa, kjer bi po vašem mnenju bila najbolj primerna lokacija?

- Na bivšem strelišču nad Žabčami
- Na "Cvetju" (na vzpetini nad bivšim hotelom Paradiso in šolskim centrom)
- Na območju bivšega Kuriva

Q17 - V kolikor bi bilo potrebno sodelovanje z drugimi podjetji, komu bi vi najbolj zaupali?

- Domačinu iz okoliških krajev
- Domačim vlagateljem iz Slovenije
- Tujim vlagateljem
- Nobenemu

Q18 - Menite, da občina Tolmin dovolj vlaga v razvoj turizma?

- Da, občina Tolmin dovolj sredstev namenja za razvoj turizma
- Občina Tolmin bi lahko več sredstev namenila za razvoj turizma
- Občina Tolmin premalo sredstev namenja razvoju turizma

Q19 - Menite, da bo ta anketa pospešila razvoj wellness turizma v občini Tolmin?

- Da, ta anketa bo spodbudila vsaj delno razmišljanje v tej smeri
- DA, anketa bo omogočil razvoj wellness turizma v naši občini
- Ne, anketa ne bo prispevala k razvoju wellness-a v občini Tolmin
- Drugo:

Q20 - V zadnjem vprašanju bi vas prosil, če lahko s svojimi besedami napišete, kakšno je vaše mnenje o razvoju wellness turizma v občini Tolmin.

Spol:

- Moški
- Ženski

V katero starostno skupino spadate?

- do 20 let
- 21 - 25 let
- 26 - 30 let
- 31 - 35 let
- 36 - 40 let
- 40 -60 let
- 60 let ali več

Kakšen je vaš trenutni status?

- Šolajoči
- Aktivni
- Neaktivni
- Brezposelni
- upokojenec

Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- osnovna šola
- srednja šola
- visoka šola
- univerzitetna izobrazba
- magisterij
- doktorat

V kateri regiji prebivate?

- mesto Tolmin
- ostali kraji v občini Tolmin

Priloga 10: Izračun hipotez H2, H3 H4 in H5

H2: Prebivalci Tolmina so bolj zadovoljni z razvojem turizma kot prebivalci drugih krajev.

$$H_0: p_1 \geq p_2$$

$$H_1: p_2 > p_1$$

$$\text{Formula: } z = \frac{p_1 - p_2}{se(p_1 - p_2)} \quad (4)$$

$n_1 = 116$ - vsi prebivalci Tolmina

$n_2 = 129$ - vsi prebivalci drugih krajev

$p_1 = \frac{9}{116} = 0,078$ - delež prebivalcev Tolmina, ki so zadovoljni z razvojem turizma

$p_2 = \frac{19}{129} = 0,147$ - delež prebivalcev ostalih krajev, ki so zadovoljni z razvojem turizma

$$p = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{(n_1 + n_2)} = 0,1447 \quad (5)$$

$$se(p_1 - p_2) = \sqrt{p(1-p)\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)} = 0,064 \quad (6)$$

$$p_1 - p_2 = 0,078 - 0,147 = -0,069$$

$$z = \frac{-0,069}{0,064} = -1,0849$$

$$z = -1,0849 > z(\alpha=0,1) = -1,282$$

Na podlagi vzorčnih podatkov zavračamo H_0 pri stopnji značilnosti $\alpha=0,1$ in sprejmemo sklep, da so prebivalci drugih krajev bolj zadovoljni z razvojem turizma kot prebivalci Tolmina.

H3: Za nakup delnic termalnega kopališča se bolj odločajo mladi kot starejši prebivalci.

$$H_0: p_1 \geq p_2$$

$$H_1: p_2 > p_1$$

$$\text{Formula: } z = \frac{p_1 - p_2}{se(p_1 - p_2)} \quad (7)$$

$n_1 = 186$ - vsi mladi prebivalci

$n_2 = 3$ - vsi starejši prebivalci

$p_1 = \frac{13}{186} = 0,07$ - delež mladih, ki bi se odločili za nakup delnic termalnega kopališča

$p_2 = \frac{1}{3} = 0,33$ - delež starejših, ki bi se odločili za nakup delnic termalnega kopališča

$$p = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{(n_1 + n_2)} = 0,074 \quad (8)$$

$$se(p_1 - p_2) = \sqrt{p(1-p)\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)} = 0,152 \quad (9)$$

$p_1 - p_2 = 0,07 - 0,33 = -0,26$

$$z = \frac{-0,26}{0,152} = -1,733$$

$z = -1,733 < z(\alpha=0,1) = -1,282$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$, da se za mladi nakup delnic termalnega kopališča se bolj odločajo mladi kot starejši prebivalci.

H4: Bolj izobraženi prebivalci so bolj naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja kot manj izobraženi.

$H_0: p_1 \geq p_2$

$H_1: p_2 > p_1$

$$\text{Formula: } z = \frac{p_1 - p_2}{se(p_1 - p_2)} \quad (10)$$

$n_1 = 294$ - vsi bolj izobraženi, ki so ali niso naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja

$n_2 = 698$ - vsi manj izobraženi, ki so ali niso naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja

$p_1 = \frac{46}{294} = 0,1565$ - delež mladih, ki so naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja

$p_2 = \frac{109}{698} = 0,1561$ - delež starejših, ki so naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja

$$p = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{(n_1 + n_2)} = 0,156 \quad (11)$$

$$se(p_1 - p_2) = \sqrt{p(1-p)\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)} = 0,025 \quad (12)$$

$p_1 - p_2 = 0,1565 - 0,1561 = 0,0004$

$$z = \frac{0,0004}{0,025} = 0,016$$

$z = 0,016 < z(\alpha=0,1) = 1,282$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavriniti ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$, da se izobraženi prebivalci bolj naklonjeni razvoju turizma dobrega počutja kot starejši prebivalci.

V tem primeru so kot bolj izobraženi prebivalci opredeljeni tisti prebivalci, ki imajo dokončan univerzitetni študij, magisterij ali doktorat. Manj izobraženi prebivalci pa so opredeljeni kot prebivalci s končano osnovno, srednjo ali visoko šolo.

H5: Prebivalci, ki vidijo možnost vlaganja v turizem bolj podpirajo razvoj turizma kot prebivalci, ki ne vidijo možnost za vlaganje v turizem.

$$H_0: p_1 \geq p_2$$

$$H_1: p_2 > p_1$$

$$\text{Formula: } z = \frac{p_1 - p_2}{se(p_1 - p_2)} \quad (13)$$

$n_1= 123$ - prebivalci, ki podpirajo ali ne podpirajo razvoja turizma in obenem vidijo možnosti vlaganja v turizem

$n_2= 130$ - prebivalci, ki podpirajo ali ne podpirajo izgradnje termalnega kopališča in obenem niti ne vidijo možnosti za vlaganje v turizem

$p_1 = \frac{116}{123} = 0,94$ - delež prebivalcev, ki podpirajo razvoj turizma in obenem vidijo možnosti za vlaganje v turizem

$p_2 = \frac{121}{130} = 0,93$ - delež prebivalcev, ki podpirajo razvoj turizma in obenem ne vidijo možnosti vlaganja v turizem

$$p = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{(n_1 + n_2)} = 0,93 \quad (14)$$

$$se(p_1 - p_2) = \sqrt{p(1 - p)\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)} = 0,032 \quad (15)$$

$$p_1 - p_2 = 0,94 - 0,93 = 0,01$$

$$z = \frac{0,01}{0,032} = 0,313$$

$$z = 0,313 < z(\alpha=0,1) = 1,282$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavriniti ničelne domneve pri stopnji tveganja $\alpha=0,1$ da prebivalci, ki vidijo možnost vlaganja v turizem bolj podpirajo razvoj turizma kot prebivalci, ki ne vidijo možnost za vlaganje v turizem.