



UNIVERZA V LJUBLJANI
Ekonomska fakulteta
Fakulteta za arhitekturo
Akademija za likovno umetnost in oblikovanje

PROJEKTNA NALOGA

Pri predmetih Razvoj in trženje novih izdelkov, Upravljanje v oblikovanju in Projektiranje 5

Razvoj Kanina z visokogorskimi prenočišči

Nosilci predmeta: **prof. dr. Tanja Dmitrović**
doc. Primož Jeza
doc. Miha Klinar

Avtorji: **Manca Prešeren, Ekonomska fakulteta**
Marko Kotnik, Ekonomska fakulteta
Marta Oven, Ekonomska fakulteta
Filip Đurić, Akademija za likovno umetnost in oblikovanje
Petra Kostevc, Akademija za likovno umetnost in oblikovanje
Jan Valjavec, Fakulteta za arhitekturo

Študijsko leto: 2015/2016
Ljubljana, 18. Januar 2016

POVZETEK ZA POSLOVODSTVO

Turizem v občini Bovec predstavlja ključni nosilec njenega gospodarskega razvoja. Za generator, ki je potreben, da bo ta razvoj uspešen tudi skozi vso leto, pa prav gotovo lahko prepoznamo v sanaciji kaninske žičnice, ki bo kmalu po vseh zapletih le ugledala luč sveta. S tem se ne le na Kaninu, temveč v celotni Bovški kotlini napovedujejo lepši in boljši časi.

S tem optimizmom in zanosom smo se tudi mi podali na našo raziskovalno pot z namenom potrditi kakovost, ki jo z različnih spektrov znanja kot skupina bodočih strokovnjakov z različnih področij tudi posedujemo in tako opravičiti zaupanje do Vas, našega naročnika. Z interdisciplinarnim pristopom skozi celoten proces razvoja in trženja novega produkta smo želeli oblikovati turistični produkt, ki bo za občino Bovec resnično bil dodana vrednost. Upoštevajoč podnebne spremembe in njihove vplive na turizem, je naš primarni fokus raziskovanja predstavljal razvoj in trženje novih produktov z manjšo odvisnostjo od vremena. Če smo eksplicitni, torej turističnega produkta, ki se ga bo dalo uporabiti tako poleti, kar je naš segment proučitve, kakor tudi pozimi. Namen projektne naloge je namreč oblikovati celovit turistični produkt, ki bo smiselno dopolnil ponudbo na Kaninu in posledično privabil na Kanin večdnevne goste, kar je tudi eden izmed vaših ciljev. Večdnevni turisti bodo namreč na Kaninu in v občini Bovec ostali dlje časa ter posledično trošili več. S premišljeno zastavljenim izhodiščem smo prav s tem namenom želeli že od samega začetka svojega raziskovanja potek raziskovalnega procesa nastaviti v smeri rešitve izziva, kako domiselno spremeniti enodnevni tranzitni turizem v večdnevni ter obenem uspešno vplivati na **desezonalizacijo turizma**.

Pot, za katero smo se glede na postavljeni izziv odločili je bila razvoj **konkurenčnega in integralnega turističnega produkta** s poudarkom na **trajnostnem turizmu**. Iz abstraktne zamisli na samem začetku smo skozi posamezne faze tekom naše projektne naloge zasledovali cilj oblikovati obetavno rešitev, ki se je kaj kmalu identificirala v pozornosti vredni priložnosti. Naš predlagan idejni turistični produkt se tako skriva v produktu **bivak**, ki odstopa od klasičnega koncepta. Iz bivakov namreč želimo zagnati butične namestitvene možnosti, kar pomeni, da bi mi nadgradili obstoječi koncept bivaka, kot je splošno znan, in sicer tako da bi zadevo prenesli širše. Bivaki, kot jih poznamo niso namenjeni dopustovanju, namenjeni so začasnemu zatočišču pred slabim vremenom ali počitku po napornih plezalnih in pohodnih turah. V Sloveniji imamo ponekod 50 ali več let stare bivake, kjer jih pogostokrat za brezplačno počitniško dopustovanje okupirajo tujci, kar ni dopustno. S prenosom koncepta širše, želimo postaviti impresivne moderne bivake, v katerih bi svojim strankam ponudili dopustovanje in najem bivakov z možnostjo vključevanja v pakete ponudb drugih storitev, kot so npr. pohodništvo, kolesarjenje (downhill in allmountain), jamarstvo, turno smuko idr. Omenjeni koncept predlaganega turističnega produkta je bil zasnovan predvsem na ciljnih turizma občine Bovec v prihodnje, ki so pritegniti predvsem stacionarne goste, ki bi v Bovcu ostali dlje časa in posledično tudi trošili več. Zasledujoč cilj so predvsem večdnevni gosti, za kar je potrebna nastanitvena dejavnost, ki jo mi v okviru svojega idejnega turističnega produkta tudi nudimo. Za razvoj Kanina je namreč primarnega pomena raznolika struktura namestitvenih kapacitet, kar naš idejni turistični produkt bivak to tudi domiselno dopolnjuje in

predstavlja eden izmed možnih temeljev pri doprinosu pokrivanja stroškov obratovanja žičnice tako poleti, kakor tudi pozimi. Naš predlagani koncept turističnega produkta bivač poleg dopolnitve namestitvenih možnosti in posebne bivačskega izkušnje omogoča tako tudi vključevanje v ponudbe drugih storitev na Kaninu. Zasnovani produkt predstavlja atraktiven in integralen turistični produkt, ki prinaša nekakšno osvoboditev od konvencionalnega in pogled onkraj okvirjev, ki smo jih vajeni.

Omenjeni produkt za občino Bovec in lokalno skupnost prinaša številne koristi, katere so, če izpostavimo le najpomembnejše predvsem povečanje obsega turistične dejavnosti, kar se bo rezultiralo ne le v številu prihodov gostov, marveč tudi v samem številu njihovih nočitev, ki jih predlagani produkt omogoča. Naslednja korist za občino Bovec je lokalno sodelovanje s svojimi obrtniki v občini, ki bodo dobili delo pri sami izdelavi in postavitvi bivačkov. Objekti bodo namreč na razpolago celo leto, zato morajo biti tudi temu primerno opremljeni. Za izvajanje del si želimo partnerjev, ki so iz Bovca, saj želimo s tem k sodelovanju privabiti mlade, ki so v preteklih letih v velikem odstotku zapuščali občino Bovec. Izpostaviti velja tudi integralnost produkta, ki se kaže v možnosti vključevanja predlaganega produkta v ponudbe drugih storitev, kot so pohodništvo, kolesarjenje, itd. Poleg same postavitve bivačkov je namreč namen povezati produkt tudi z drugimi ponudniki storitev. Izredna zanimiva ideja in korist za občino Bovec se nam prav iz tega vidika zdi oživitve doma Petra Skalarja, ki leži v neposredni bližini treh od petih predvidenih lokacij postavitve bivačkov, za kar bi se z njimi dogovorili predvsem za nudenje toplega obroka našim gostom. Prepričani smo, da bi zaradi atraktivnosti naših bivačkov pritegnili več gostov, tako iz Slovenije, kot tudi iz tujine, kar bi pripomoglo tudi k večji obiskanosti doma in bi bilo vzajemno spodbudno. Pomembna korist za občino Bovec in lokalno skupnost, pa bi v primeru podpori predlaganemu produkta bila tudi odmevnost in prepoznavnost samega projekta, ki jo predlagani turistični produkt prinaša, saj gre za inovativni pristop k razvoju turizma in obenem estetski ter arhitekturni presežek v skladu z razvojem trajnostnega turizma. Prepričani smo, da lahko takšni atraktivni objekti z dobro trženjsko strategijo in dobrim komuniciranjem močno pritegnejo ne samo domačo, temveč tudi tujo javnost in tako močno povečajo prepoznavnost ne le Kanina, ampak tudi občine Bovec ter posledično pripomorejo k večji obiskanosti te destinacije.

Številni sinergijski učinki, ki se kažejo znotraj predlaganega produkta sami govorijo o produktu, kateremu velja prisluhniti in nameniti pozornost, slednjemu pa navsezadnje potrjuje tudi poslovna analiza, ki smo jo za vas oblikovali tudi v naši projektni nalogi in govori v prid »buy in« predlagani inovativni ideji.