

POSLOVNO-KOMERCIALNA ŠOLA CELJE

RAZISKOVALNA NALOGA

# USPEŠNA TURISTIČNA PONUDBA



**MENTORICA:**

Mag. BOMBEK Metka

**RAZISKOVALKE:**

GUZEJ Helena, 4. b

KRISTAN Jasmina, 4. b

TRUNKL Katja, 4. b

Celje, marec 2005

## **ZAHVALA**

---

Iskreno se zahvaljujemo mentorici magistrici Metki Bombek za trud, pomoč, nasvete in dragocene predloge pri pripravi in izdelavi raziskovalne naloge. Prav tako se iskreno zahvaljujemo vsem drugim, ki so nam kakorkoli pomagali pri vsebinski in tehnični našega dela.

## **SPLOŠNO KAZALO**

1	POVZETEK.....	6
3	UVOD.....	7
3.1	Opredelitev problema in opis raziskovalnega področja.....	7
3.2	RAZISKOVALNI CILJI.....	8
3.2.1	V teoretičnem delu naloge smo obdelale.....	8
3.2.2	Cilji v empiričnem delu naloge pa so bili naslednji.....	8
3.2.3	Naši cilji so naslednji.....	8
3.3	OPREDELITEV HIPOTEZ.....	9
3.4	UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE.....	10
3.5	OMEJITVE PRI IZVEDBI RAZISKAVE.....	10
4	TEORETIČNI DEL.....	11
4.1	TURIST IN TURIZEM.....	11
4.2	OBDOBJE SODOBNEGA TURIZMA OD 19. stol. DO DANES.....	12
4.3	VRSTE TURIZMA.....	13
4.3.1	Gorski in planinski turizem.....	13
4.3.1.1	Kriteriji za planinsko turistično primernost.....	15
4.3.2	Lovski turizem.....	15
4.3.3	Kongresni turizem.....	16
4.3.4	Igralniški turizem.....	16
4.5	TURISTIČNE DOBRINE.....	17
4.5.1	Primarne ponudbe.....	17
4.5.2	Sekundarne ponudbe.....	17
4.5.3	Odnosi med turističnimi dobrinami primarne in sekundarne ponudbe.....	19
4.6	TURISTIČNE ZNAMENITOSTI.....	20
4.6.1	Naravne znamenitosti.....	20
4.6.2	Naravni parki.....	21
4.6.3	Družbene znamenitosti.....	21
4.7	CARINSKA ZAKONODAJA O TURIZMU.....	22
4.8	ZAVAROVALSTVO IN TURIZEM.....	25
4.9	TURISTI KOT PORABNIKI GORIVA.....	25
4.10	AVTO – MOTO ZVEZA SLOVENIJE IN TURIZEM.....	26
4.11	POSLEDICE RAZVOJA TURIZMA.....	26

4.12	GOSPODARSKI RAZVOJ TURIZMA.....	27
4.12.1	Učinek turizma na BDP.....	27
4.12.2	Učinek turizma na plačilno bilaco države.....	27
4.12.3	Vpliv turizma na zaposlenost in rast življenjskega standarda.....	28
4.12.4	Drugi gospodarski učinki turizma.....	28
4.13.3	ORGANIZACIJA TURISTIČNE DEJAVNOSTI V R SLOVENIJI .....	28
4.13.2	Organiziranost turističnega gospodarstva.....	29
4.13.3	Organiziranost družbe na področju turizma.....	29
4.14	TURISTIČNA POLITIKA.....	31
4.15	TABELE, KI SE NANAŠAJO NA TURIZEM.....	33
a)	Prihodi in prenočitve turistov od leta 1987 do 2003.....	33
b)	Prihodi turistov po državni pripadnosti.....	34
c)	Prihodi turistov po vrstah krajev .....	35
č)	Povprečna doba bivanja po vrstah krajev .....	36
4.16	PRIMERI USPEŠNE TURISTIČNE PONUDBE	37
4.16.1	Rogla	37
4.16.2	Terme Čatež	38
4.16.3	Terme Topolšica	40
4.16.4	Hotel in casino Kongo	41
5	EMPIRIČNI DEL.....	42
5.1	SPLOŠNI PODATKI O IZVEDBI ANKETE.....	43
	Grafični prikaz dobljenih podatkov	44
5.2	OVREDNOTENJE HIPOTEZ.....	62
6	ZAKLJUČEK.....	64
7	VIRI IN LITERATURA.....	65
8	PRILOGA.....	66

***KAZALO TABEL***

Prihodi in prenočitve gostov.....	33
Prihodi turistov po državni pripradnosti.....	34
Prihodi turistov po vrstah krajev.....	35
Povprečna doba bivanja po vrstah krajev.....	36

***KAZALO SLIK***

Slika 1: Slovenija in turizem.....	10
Slika 2: Gorski turizem.....	14
Slika 3: Terme Topolšica.....	40
Slika 4: Casino Kongo.....	41

## ***1 POVZETEK***

**DESKRIPTORJI:** turizem, turist, vrste turizma, turistične dobrine, turistične znamenitosti, zavarovalstvo in turizem, gospodarski razvoj turizma.

Dolgo časa so imeli za turiste samo tujce, od tod tudi prvotni izrazi za turizem v nekaterih jezikih, kot »Fremdenverkehr«. **Turizem** je splet odnosov in pojavov, povezanih z aktivnostjo oseb, ki potujejo in bivajo v krajih zunaj stalnega bivališča neprekinjeno do največ enega leta zaradi preživljanja prostega časa, poslovnih in drugih razlogov.« Statistični letopis Republike Slovenije za leto 2000 navaja za turista naslednjo definicijo: »**Turist** je oseba, ki v kraju, ki ni njegovo stalno prebivališče prenoči vsaj eno noč v gostinskem in ali kakem drugem nastanitvenem objektu.« Tako so turisti osebe, ki tudi prenočujejo, medtem ko se dnevni obiskovalci vračajo v kraj stalnega bivanja v enem dnevu.

Glavni namen raziskovalne naloge je bil raziskati, kaj naj bi zajemala turistična ponudba, da bi lahko rekli, da je ekonomsko uspešna. Za definiranje potrebnih hipotez ter vzorčnih povezav smo takoj dobili veliko podatkov in informacij iz razpoložljivih sekundarnih virov, ki so navedeni med literaturo.

V teoretičnem delu smo predstavile, kaj je turizem, katere vrste turizma poznamo in kaj vse vpliva na ekonomsko uspešno turistično ponudbo.

V praktičnem delu smo z izvedbo anonimne ankete dobile odgovore, ki so ovrgli ali potrdili naše hipoteze. Anketo smo izvedle med znanci; na naša vprašanja se je odzvalo 105 ljudi. Predhodno postavljene hipoteze smo ovrednotile z dobljenimi odgovori anketirancev ter na njihovi osnovi oblikovale ugotovitve in izhodišča.

### **3 UVOD**

#### **3.1 Opredelitev problema in opis raziskovalnega področja**

Zaradi sodobnega načina življenja, ki s seboj prinaša mnoge prej neznane tegobe, je Slovenski turizem ob souporabi naravnih zdravilnih sredstev razvila številne nove metode zdravljenja in nove programe za preprečevanje bolezni, ki v celoti upoštevajo dognanja sodobne medicinske znanosti na posameznem indikacijskem področju.

Nekaj let nazaj je tudi naša, tako imenovana zahodna kultura sprejela misel o tesni povezavi med telesom in duševnostjo. Zato v turistični ponudbi niso le balneo in fizioterapevtske storitve, ampak tudi druge vrste sodobnih terapij, povezanih z vzgojo in izobraževanjem.

V njih lahko preživimo prijetne družinske počitnice, storimo nekaj zase, za svoje telo in dušo, si izboljšamo telesno in psihično pripravljenost. To nam omogočajo dobro opremljeni zdraviliško rekreativni centri, kjer lahko plavamo, tečemo, se sprehajamo, vadimo na raznovrstnih orodjih in igriščih, igramo golf, tenis, kegljamo, jezdimo, se posvetimo kolesarjenju in se hkrati naučimo zdravo živeti.

Raziskavo smo razdelile na:

- Prvi del, kjer smo opredelili raziskovalni problem in oblikovale hipoteze.
- Drugi del, kjer smo teoretično obdelale področje raziskave.
- Tretji del je empirični. Anketirale smo ljudi, zanimalo nas je njihovo mnenje o vodnih parkih. Pri svojem delu smo rezultate podale v obliki grafov in jih tudi pojasnile oziroma smo naredile analizo ankete.
- V sklepnem delu smo podale sklepne ugotovitve in ovrednotile postavljene hipoteze.

## **3.2 RAZISKOVALNI CILJI**

### **3.2.1 V teoretičnem delu naloge smo obdelale naslednja področja turizma:**

- Turist in turizem,
- turizem in varstvo okolja,
- kriterij za planinsko turistično primernost,
- dejavniki turističnega povpraševanja,
- posledice razvoja turizma,
- gospodarski pomen turizma,
- turistične znamenitosti,
- turistično politiko,
- organizacijo turistične dejavnosti v Republiki Sloveniji,
- odnose med turističnimi dobrinami primarne in sekundarne ponudbe,
- vrst turizma...

### **3.2.2 Cilji v empiričnem delu naloge pa so naslednji**

- izdelava anketnega vprašalnika,
- oblikovanje vzorca anketiranih oseb,
- oblikovanje raziskovalnih hipotez,
- izvedba anketiranja med izbranimi osebami,
- obdelava zbranih podatkov,
- ovrednotenje postavljenih hipotez,
- oblikovanje sklepov na osnovi pridobljenih podatkov,
- oblikovanje predlogov za izboljšanje ponudbe vodnih parkov.

### **3.2.3 Naši cilji so naslednji:**

- Ugotoviti kaj privablja ljudi v turistične kraje,
- raziskati namen obiska,
- ugotoviti pripravljenost mladih oz. starejših za vključitev v športno-rekreacijske aktivnosti,
- raziskati koliko je stalnih gostov in koliko dnevnih,
- koliko so potencialni gostje pripravljeni odšteti za obisk,
- ciljne skupine gostov.



### **3.3 OPREDELITEV HIPOTEZ**

Glede na opredeljen namen raziskave je razumljivo, da je prav empirični del naloge z naslovom Ekonomsko uspešna turistična ponudba osrednji in najpomembnejši. Hipoteze, ki smo jih opredelile, smo potrdile ali ovrgle pri analizi dobljenih podatkov.

**H-1** Republika Slovenija nudi dejavnike za zelo raznovrstne turistične ponudbe.

**H-2** Republika Slovenija ima najpomembnejše naravne dejavnike, ki omogočajo razvoj turizma (podnebje, površje, reke...).

**H-3** Za gospodarstvo Republike Slovenije je turizem zelo pomembna panoga.

**H-4** Z razvojem turizma v Republiki Sloveniji se ukvarja precej organizacij.

**H-5** Turisti se največkrat odločajo na osnovi cene.

**H-6** Turisti se vedno bolj odločajo za letovanja v zdraviliščih, zaradi osveščenosti o zdravju.

**H-7** Turisti se odločajo na osnovi celovite ponudbe, kjer dobijo hrano, zdravje, športno in kulturno animacijo....

**H-8** Ljudem, ki letujejo je zelo pomembna urejenost nastavitvenih objektov.

**H-9** Ljudje so pripravljene odšteti za enotedenski oddih od 70.000 do 100.000 SIT.

### 3.4 UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE

Za izvedbo naše raziskave smo uporabile v šoli pridobljena znanja in pridobljena znanja iz virov, navedenih med literaturo.

Po jasni opredelitvi problema smo naredile načrt raziskovanja. Za definiranje potrebnih hipotez ter vzorčnih povezav smo takoj dobili veliko podatkov in informacij iz razpoložljivih sekundarnih virov, ki so navedeni med literaturo.

Z izvedbo anonimne ankete smo dobile odgovore, ki so ovrgli ali potrdili naše hipoteze. Anketo smo izvedle med znanci, na naša vprašanja se je odzvalo 105 ljudi.

Predhodno postavljene hipoteze smo ovrednotile z dobljenimi odgovori anketirancev ter na njihovi osnovi oblikovale v zaključku navedene ugotovitve in izhodišča.

### 3.5 OMEJITVE PRI IZVEDBI RAZISKAVE

Glavna omejitev pri izvedbi raziskave je kot običajno čas, ki smo ga imele premalo za dokončno izvedbo na začetku postavljenih ciljev. Raziskava je bila izvedena na naključno oblikovanem vzorcu anketiranih oseb in sicer na širšem območju Celja. Vzorec tako ni bil reprezentativen za celotno državo. Kljub temu, da rezultatov ne moremo in smemo posplošiti na vso slovensko populacijo, pa bi raziskava na nivoju cele države verjetno dala enake rezultate.



Slika 1: Slovenija in turizem

## **4 TEORETIČNI DEL**

### **4.1 TURIST IN TURIZEM**

Dolgo časa so imeli za turiste samo tujce, od tod tudi prvotni izrazi za turizem v nekaterih jezikih, kot »Fremdenverkehr«. V Sloveniji se je v prenesenem pomenu vse do druge svetovne vojne uporabljal pojem »tujski promet«. Danes tudi večina tujih jezikov uporablja izraz turizem: npr. nem. Tourismus, ang. Tourism, fr. Tourisme. Osnovo najdemo v staro-francoskem korenu »tour«, kar pomeni krožno gibanje.

Definicij »Kaj je turizem?« je bilo v drugi polovici 20. stoletja kar nekaj. Pri tem sta aktivno vlogo imela predvsem Mednarodno združenje statističnih ekspertov (AIEST) in inštitut za turizem in prometno gospodarstvo v St. Gallenu.

Na podlagi izhodišč omenjenih institucij so na mednarodnem srečanju statistikov v Ottawa leta 1991 oblikovali naslednjo definicijo: »**Turizem** je splet odnosov in pojavov, povezanih z aktivnostjo oseb, ki potujejo in bivajo v krajih zunaj stalnega bivališča neprekinjeno do največ enega leta zaradi preživljanja prostega časa, poslovnih in drugih razlogov.«

Statistični letopis Republike Slovenije za leto 2000 navaja za turista naslednjo definicijo: »**Turist** je oseba, ki v kraju, ki ni njegovo stalno prebivališče prenoči vsaj eno noč v gostinskem in ali kakem drugem nastanitvenem objektu.«

Tako so turisti osebe, ki tudi prenočujejo, medtem ko se dnevni obiskovalci vračajo v kraj stalnega bivanja v enem dnevu.

Kakor koli jih že imenujemo-turisti, obiskovalci ali izletniki, bistven je motiv bivanja v drugem kraju. Prvotne definicije so povsem izključevale pridobitno dejavnost. Danes osebe, ki se mudijo v tujem kraju pretežno zaradi poslovnih opravkov in dodatnega izobraževanja, tvorijo pomembno skupino turistov, saj poznamo ne nazadnje tudi pojem »poslovni turizem«. Udeleženci raznih seminarjev, simpozijev, konferenc in kongresov ter drugi prenočujejo v hotelih in posegajo po drugih gostinskih storitvah.

## **4.2 OBDOBJE SODOBNEGA TURIZMA OD 19.stoletja DO DANES**

Prelomnica v razvoju turizma je bilo leto 1825, ko je stekla v Angliji prva železnica. Zaradi velikega števila potnikov, ki so se lahko naenkrat prepeljali z vlakom je bila cena takšnega prevoza v primerjavi s pošno kočijo bistveno nižja. Tako so postala potovanja množična. Vzporedno so se razvijali prvi turistični kraji, predvsem ob Azurni obali in v švicarskih Alpah. Tako v Avstriji kot v Sloveniji je turistična tradicija nekoliko krajša kot v Švici, vendar precej podobna. Razvoj se je pričel z zdraviliškim turizmom, planinarjenjem in alpinizmom, proti koncu 19. stoletja pa so postajali vedno bolj privlačni zimski športi.

Turizem se je v Avstriji razmahnil že v prvi polovici 19. stoletja, intenzivnejši zagon na slovenskem pa je dobil šele po dokončanju železniške proge Dunaj-Trst (leta 1857). Pri tem velja omeniti predvsem Bled, Rogaško Slatino, Portorož, Radence, Dobrno in druge.

V poslovnem smislu velja za začetnika sodobnega turizma anglež Thomas Cook. 5. julija 1841 je kot tajnik društva nasprotnikov pitja alkohola organiziral prvo skupinsko potovanje za 580 potnikov iz angleškega Leicestra v 10 milj oddaljeni Loughborough. Namen potovanja, ki ga je izvedel z devetimi odprtimi železniškimi vagoni je bil kongres omenjenega društva. Med vožnjo so potnikom servirali čaj, za prijetno vzdušje pa je skrbela skupina glasbenikov. Čeprav ni bil cilj tega potovanja zaslužek, je uspeh, ki ga je pri tem doživel, vzpodbudil Thomasa Cooka, da je razmišljal tudi v tej smeri. Prvo takšno potovanje je pripravil leta 1845 v Liverpool. Tako se je pričelo delovanje prve turistične agencije na svetu, ki pod tem imenom še vedno posluje, čeprav ni več v lasti Cookovih potomcev.

Z razmahom potovanj se je povečala tudi potreba po kakovostnih vodnikih. Za pionirja štejemo nemca Karla Badeckerja. Že sredi 19.stoletja so njegovi vodniki zajeli svet, ki je bil v tem času zanimiv za turiste. Kasneje so se pojavili Michellin, Gide Blue, Grieben, Polyglot, Collins in drugi.

Za turizem je pomembna iznajdba avtomobila (leta 1885). Potovanja se zopet selijo na cesto. Skokovit napredek je dosegel motorizirani turizem v razvitem svetu po drugi svetovni vojni, na Slovenskem pa šele po letu 1970.

Za dvajseta in trideseta leta v 20. stoletju je bilo značilno, da so vedno pogosteje potovali tudi srednji in revnejši sloji. Pomembno vlogo so pri tem imela razna društva: turistična, ferijalna, planinska in druga, ki so ponujala svojim članom posebne ugodnosti.

V tem času so že uvedli redne letalske proge, vendar se je letalski promet v turistične namene razmahnil šele po drugi svetovni vojni. Pravi razcvet je dosegel z uvedbo reaktivnih letal v petdesetih letih 20. stol.

Turistični razvoj v Sloveniji je bil podoben kot v drugih nekdanjih socialističnih deželah. Slovenska podjetja in različne organizacije so predvsem ob hrvaški obali Jadranskega morja ustanavljali počitniške domove zaprtega tipa, ki so bili namenjeni delavcem in njihovim družinam, članom sindikalnih organizacij in mladini. Po letu 1960 narašča število tujih gostov.

Zadnje obdobje, po letu 1970, imenujemo tudi obdobje množičnega turizma. Od prevoznih sredstev mu dajeta pečat predvsem letalo in osebni avtomobil. Z letalom lahko turistične agencije organizirajo pakete potovanj-tako imenovana pavšalna potovanja. Osebni avtomobil je postal nepogrešljiv ne samo kot vsakodnevno prevozno sredstvo, ampak tudi pri prevozi v turistične namene. Omogočil je t.i. individualni turizem. V zadnjih letih ne smemo spregledati pomena razvoja informatike. Računalniki so se uveljavili, kot neobhoden pripomoček v vsaki turistični agenciji, hotelu in prevoznem podjetju.

### **4.3 VRSTE TURIZMA**

#### **4.3.1 Gorski in planinski turizem**

Gorski turizem oz. turistično podjetniške dejavnosti na gori, planinska turistika, komercialni lov, zeliščarstvo, gobarjenje, ... so področja, ki še niso strokovno profesionalno analitično obdelana, po množičnosti, to je površinah planinskega ozemlja, ki zajema skoraj 2/3 države, pa bi bila lahko na področju turizma na prvem mestu.

V gorah je po podatkih Planinske zveze Slovenije vsako leto okrog 1.300.000 obiskovalcev. Po planinskih domovih beležijo letno blizu 100.000 obiskovalcev in skoraj 15.000 nočitev, od tega je 5.000 gostov – lovcev. Izven evidence pa so množični tuji nabiralci gob ipd., zato bi bilo potrebno temu področju nameniti nekoliko več pozornosti, analitike z vidika, kako strokovno in ekološko obvladovati naravno dediščino, kako ji pomagati, kajti stroški na gori so tako visoki, da je dosežen uspeh, če se pokrijejo le upravljalni transportni stroški (konji, tovarne žičnice, helikopter, ...). Zatorej je pobuda Nacionalnega turističnega združenja (GV št.33), ki pripravlja raziskovalni program »Turizem« dobrodošla, kajti ugotavlja se, da v turizmu pravzaprav ni statistične baze podatkov in še manj sistematičnega analitskega in raziskovalnega aparata, čeprav naj bi se s tem »ukvarjalo« izjemno veliko institucij, zvez, društev, združenj ipd.

V tem projektu – analizi nameravajo proučiti obisk in nočitve v posameznih prenočitvenih objektih, še posebej pri tem omenjajo obiske izletniških točk...

Uspešna turistična ponudba

Aktivnosti v gorah, planinstvo, smučanje, alpinizem, lovstvo, gornišтво, so državni nacionalni monopoli, ki posredno vplivajo na efekte v profesionalnem turističnem gospodarstvu v »dolini«, kajti vse več turistov z nižinskih področij se odloča za vzpone na gore, planinsko popotništvo,...

Ob seznanjanju z gorskim turizmom nikakor ne moremo mimo bogate pretekle tradicije in narodne slovenske razpoznavnosti, kajti Slovenci so razpoznavni po alpski naravnosti, življenju z goro in na gori, s športi na gori, pa tudi trdem alpskem karakterju.



Slika 2: Gorski turizem

#### **4.3.1.1 Kriteriji za planinsko turistično primernost**

Pokrajinska primernost

- a) razgledanost
- b) raba tal

Ob 70-ih območjih gornišva v Sloveniji ima tako:

- 12 zelo visoko pokrajinsko primernost za gornišvo,
- 21 visoko pokrajinsko primernost za gornišvo,
- 30 zadovoljivo pokrajinsko primernost za gornišvo,
- 7 jih je brez posebne pokrajinske primernosti za gornišvo.

Število območij gornišva glede na stopnjo pokrajinske primernosti po predelih Slovenije.

Večina območij z zelo visoko pokrajinsko primernostjo za gornišvo je v **alpskem svetu**, in sicer kar 11 do 12-ih. Ta območja prevladujejo zlasti v Julijskih in Kamniško-Savinjskih Alpah. Od ostalih območij v alpskem svetu jih ima 9 visoko primernost in le dve območji zadovoljivo primernost. Za alpski svet lahko torej trdimo, da ima **zelo visoko pokrajinsko primernost za gornišvo**. Za to področje Slovenije je značilno, da ima zelo veliko reliefno energijo, da so vrhovi večji del skalnati in neporaščeni ter zato zelo razgledni.

Slabše pokrajinske razmere ima **predalpski svet**. Tu ima le eno območje zelo visoko primernost, 6 območij visoko, 12 zadovoljivo in 2 območji sta brez posebne pokrajinske primernosti za gornišvo. Najboljše razmere v predalpskem svetu kaže Pohorsko Podravje, kjer imajo vsa štiri območja visoko primernost. Dokaj ugodne so tudi razmere v Zahodnem predalpskem hribovju, medtem ko imajo območja vzhodnega predalpskega oziroma posavskega hribovja povečini zadovoljivo primernost. Predalpski svet v celoti ima delno zadovoljivo, delno visoko pokrajinsko primernost za gornišvo.

#### **4.3.2 Lovski turizem**

Kot vemo, se lovsko leto ne ujema s koledarskim turističnim letom, saj ugotavljajo lovci svoje letne učinke za obdobje od 31. marca v preteklem letu in do 1. aprila v tekočem letu.

### **4.3.3 Kongresni turizem**

Od prvih začetkov civilizacije so ljudje organizirali srečanja in sestanke zato, da bi urejevali svoje pravice in obveznosti, oblikovali zakone, mirili nesporazume in vojne, razvijali in posredovali znanje, izmenjavali izkušnje, širili religiozne ideje ali politične programe.

V zadnjih desetletjih so kongresi postali pomembna dejavnost, v katero se ogromno vlaga in kjer je mednarodna konkurenca vse bolj intenzivna. Čeprav zanesljivih statističnih podatkov ni, pa se zdajšnja svetovna kongresna potrošnja ocenjuje na 140 milijard ameriških dolarjev na leto. Pomembna dejavnost, pa vendar skoraj neopazna! Milijoni se udeležujejo kongresov, samo nekaj pa se jih zaveda kompleksnosti organizacije, koordinacije, storitev – in seveda zaslužka. Kongresni udeleženci postajajo najbolj dobrodošli obiskovalci vsake države. Raziskave kažejo, da potrošijo trikrat več kot običajni počitnikarji, stranski učinki pa so lahko prav spektakularni.

VIP predavatelji, pomembni delegati, vodilni politiki, podjetniki, znanstveniki, raziskovalci, ki se srečajo na enem mestu, pritegnejo pozornost medijev, javnosti, stroke; obiskujejo znanstvene ustanove, klinike, tovarne; navezujejo se znanstveni, kulturni, podjetniški in politični stiki; gostujoči zdravniki posredujejo svoje znanje lokalnim kolegom, enako velja za arhitekto, tehniko podjetnike...

Pridobitev in uspešna organizacija velikega medicinskega ali drugega znanstvenega kongresa je postala stvar nacionalnega pomena; države in vlade so se začele zavedati pomembnosti mednarodnih kongresov z vsemi neposrednimi in stranskimi učinki in so kongresno dejavnost pričeli podpirati organizacijsko, administrativno in tudi finančno.

### **4.3.4 Igralniški turizem**

Na nek način je bilo igralništvo vedno povezano tudi s turizmom. Dolga stoletja so smeli vstopati na to »posvečeno« področje le elitni izbranci, ki so se družili v mondenih središčih. Pred dobrimi tridesetimi leti se je rodil sodobni tip igralca – turista, ki je danes pretežni gost turističnih zabaviščno – igralniških centrov po svetu, vzporedno s tem pa se po letu 90 pojavlja nov tip igralca – elektronika, usmerjenega na potrošnjo »instant McGambling« ponudbe v domačem okolju.



Tudi pri nas kaže, da bi bila ponudba turističnega produkta, zabave in igre, ki je usmerjena na tuje trge, lahko pomemben del slovenske turistične ponudbe. Zato je razumljivo, da je strategija razvoja igralništva nastajala na ministrstvu za gospodarske dejavnosti, v sektorju za turizem. Glede same funkcije managementa smo se omejile le na nekaj elementov, za katere mislimo, da so tu nekoliko specifični kot pri drugih turističnih organizacijah. Kot pomembnejša dimenzija managerskega odločanja, v tej panogi pa še prav posebno, je etičnost odločitev kot moralno kohezivni in usmerjevalno vodilni element.

## **4.5 TURISTIČNE DOBRINE**

### **4.5.1 Primarne ponudbe**

Pojem obsega vse tiste naravne in družbene sestavine nekega območja, ki niso nastale zaradi turizma, vendar pa zaradi svojih lastnosti privlačijo turiste. Med dobrine primarne ponudbe sodi tudi splošna infrastruktura.

Med turistične primarne dobrine tako štejemo:

- naravne pokrajinske lastnosti, to so lahko klimatske, vegetacijske, vodne, reliefne pokrajinske poteze ali posamezni naravni objekti in pojave ter živalske in rastlinske vrste;
- družbene in kulturne značilnosti, kot so: kultura, običaji, šege in navade ljudi, zgodovinski in kulturni spomeniki, jezik, mentaliteta (MISELNOST), prijaznost;
- splošno infrastrukturo; to so objekti in naprave v javni rabi, ki omogočajo delovanje vseh gospodarskih in družbenih dejavnosti. Pod ta pojem uvrščamo predvsem objekte osnovne oskrbe, to so transportni, energetski in vodooskrbni objekti, naprave za odvajanje in čiščenje odpadnih voda ter za odstranjevanje odpadkov. Objekti in naprave splošne infrastrukture so prvi pogoj, da lahko v turističnem kraju nastanejo in delujejo objekti sekundarne turistične ponudbe.

### **4.5.2 Sekundarne ponudbe**

Turistične dobrine sekundarne ponudbe obsegajo vse tiste dobrine, ki so proizvod človekovega dela in ki omogočajo ali olajšujejo uporabo turističnih dobrin primarne ponudbe. Med turistične dobrine sekundarne ponudbe štejemo:

- objekte in naprave za bivanje in oskrbo, to je za prenočevanje, prehrano in druge oblike oskrbe;,,
- za izvajanje dejavnosti pasivne in aktivne turistične rekreacije;
- za turistične gospodarske dejavnosti, to je za kongresno in izobraževalno dejavnost ter trgovsko dejavnost.

- objekte za posredovanje turističnih storitev, predvsem za turistične agencije, turistična društva in druge organizacije, ki nudijo obvestila, posredujejo najem bivalnih objektov, izlete, razne prireditve ipd.

Turistične dobrine sekundarne ponudbe delimo v dve skupini, in sicer v turistično infrastrukturo in turistično superstrukturo.

Med turistično infrastrukturo sodijo vsi tisti objekti in naprave, ki so bili zgrajeni in so namenjeni prvenstveno za turiste.

Turistična infrastruktura obsega zlasti:

- turistične transportne objekte, kot so žičnice, zobate železnice, turistična letališča, ceste, namenjene izključno ali predvsem turistom, turistična pristanišča;

- objekte in naprave turističnih krajev, ki so namenjeni za rekreacijo turistov, to so sprehajalne in planinske poti, bazeni, kopališča, parkirišča, smučarske proge, drsališča, teniška in golf igrišča, hipodromi, trim steze, zelene površine z poležavanje in za razne igre, otroška igrišča, strelišča, poti za jahanje, urejene obale za sončenje in kopanje idr.

- objekte za zdravstveno obravnavanje, ki omogočajo rabo naravnih zdravilnih sredstev. V zdraviliških krajih prištevamo med take objekte: dvorane za pitje mineralne vode, parke, objekte za kopanje v zdravilni vodi, objekte za kure s plini ali blatom; objekte za inhalacije, objekte za fizioterapijo, posebno peš poti.

V klimatskih zdraviliških krajih so še posebej značilni objekti za izvajanje klimatskih kur, kot so npr. terase ali zelene površine za ležanje na soncu ali v senci, parki in objekti za fizioterapijo;

- objekte za zabavo in kulturne prireditve, kot so: dvorane za ples, igralnice, čitalnice, koncertne dvorane, muzejske zbirke idr.

- kongresna središča z raznimi objekti za celovito organiziranje kongresne dejavnosti;

- objekti za informiranje turistov in organiziranje turistične dejavnosti, kot so turistična društva, smučarske šole, ustanove za prirejanje festivalov idr.

- objekti dejavnosti, ki so namenjene izvenpenzijski oskrbi turistov, to so: trgovske prodajalne, ko se ukvarjajo s prodajo predmetov, ki jih rabijo zlasti turisti. Najbolj značilne so prodajalne turističnih spominkov, turistične literature, potovalnih, športnih, higienskih, kozmetičnih, fotografskih in drugih potrebščin, prodajalne rezervnih delov na motorna oziroma športna vozila, obrtne delavnice in servisi, zlasti kozmetični in frizerski saloni, delavnice za popravila avtomobilov, motornih čolnov in razne športne opreme; organizacije za kongresno dejavnost.

Pod pojem turistična superstruktura pa sodijo:

- objekti za bivanje: hoteli, penzioni, gostilne, moteli, posebne turistične sobe, kampingi, počitniški domovi, idr.

- objekti za prehrano: restavracije, samopostrežne restavracije in razne vrste okrepčevalnic.

#### ***4.5.3 Odnosi med turističnimi dobrinami primarne in sekundarne ponudbe***

Pri zadovoljevanju turističnih motivov je pomen turističnih dobrin primarne in sekundarne ponudbe lahko povsem različen. Za zadovoljevanje številnih motivov so turistične dobrine primarne ponudbe temeljnega pomena, kar pomeni, da so osnovna turistična privlačnost, medtem ko turistične dobrine sekundarne ponudbe omogočajo njihovo rabo oziroma uživanje. Na primer: brez poti si ni mogoče ogledati naravnih znamenitosti; zdravilnega termalnega vrelna ni možno rabiti, dokler ga ne zajamejo in zgrade bazen.

Kljub temu, da večina turistov povprašuje v bistvu po dobrinah turistične primarne ponudbe, pa dobrine turistične sekundarne ponudbe omogočajo dostop do njih in njihovo uživanje.

Dobrine turistične primarne ponudbe brez objektov sekundarne ponudbe niso zanimive za turiste, saj jih brez njih ne morejo uporabljati. Ker pa so dobrine primarne ponudbe glavni predmet povpraševanja turistov, tudi dobrine sekundarne ponudbe ne bi ostajale, če ne bi bilo povpraševanja v času in prostoru, kjer so po naravi dane dobrine primarne ponudbe.

Da bi postale turistične dobrine primarne ponudbe dostopne povpraševanju turistov, je zato potrebna primerna ureditev krajev in območij z dobrinami sekundarne turistične ponudbe. Če ni objektov sekundarne turistične ponudbe, ostane tudi primarna ponudba za turiste brez vrednosti in ne postane predmet turističnega povpraševanja.

Iz poprejšnjega pregleda je razvidno, da so dobrine turistične ponudbe raznovrstne. Turisti ne povprašujejo po posameznih dobrinah, na primer: le po hotelskih storitvah, temveč vedno hkrati tudi po več drugih dobrinah. Zato razvoj turističnih krajev in območij ni odvisen samo od posameznih turističnih dobrin, temveč od spleta dobrin primarne in sekundarne turistične ponudbe.

Predmet turističnega povpraševanja so namreč lahko različne naravne dobrine, kot so na primer: peščena obala, termomineralni izvir, nekatere klimatske lastnosti, jezero, različne družbene sestavine, kot na primer: kulturni spomenik,

folklorna prireditev ali storitve in objekti v zvezi z bivanjem, prehrano, razne usluge, ki omogočajo turistično rekreacijo, turistični transport in drugo.

Vse posamezne materialne in nematerialne turistične dobrine in storitve morajo biti v taki medsebojni povezavi, da lahko skupaj in sinhronizirano oblikujejo skupek turističnih dobrin in storitev, ki ustreza turističnim motivom oziroma željam posameznika. Ta skupek imenujemo enoviti turistični izdelek.

Za razliko od večine drugih, neturističnih blagovnih tržišč, se mora na turističnem tržišču turistu, ki išče dobrine in storitve, hkrati ponuditi več, oziroma splet različnih sestavin turistične ponudbe.

Ker tvorijo dobrine primarne in sekundarne turistične ponudbe nedeljivo celoto, se zastavlja pri razvijanju turizma izredno pomembna naloga po nujnem medsebojnem usklajevanju, to je po celovitosti turistične ponudbe.

#### **4.6 TURISTIČNE ZNAMENITOSTI**

Turistične znamenitosti so najpogosteje tolikšna privlačnost za obiskovalce, da se zaradi njih odločajo za potovanje v nek kraj, območje ali državo. V povezavi z drugimi dejavniki turistične ponudbe so del celotnega turističnega proizvoda in jih je treba obiskovalcem na ustrezen način predstaviti.

Glede na pomen ločimo znamenitosti lokalnega, regionalnega in svetovnega pomena. Vsi pomembni spomeniki so zaščiteni z mednarodnimi konvencijami in nacionalnimi zakoni.

Po nastanku ločimo naravne in družbene znamenitosti.

##### **4.6.1 Naravne znamenitosti**

Naravne lepote so glavni motiv turističnih gibanj, ki jih narekujejo predvsem potrebe po dopustu, rekreaciji in zabavi. Mnoge oblike turizma, npr. navtični, lovni, ribolovni, obmorski, planinski, jezerski, na kmetijah idr., so se razvile prav zaradi naravnih danosti nekega kraja ali območja.

Naravne znamenitosti so proizvodi geografskih značilnosti nekega območja in se kažejo predvsem v različnih površinskih oblikah, klimatskih in hidrografskih dejavnikih, termalnih in mineralnih vrelcih ter rastlinskem in živalskem svetu.

Najpomembnejši naravni dejavniki, ki omogočajo razvoj turizma:

- ◆ **PODNEBJE** (klima) je dejavnik, ki zelo pogosto odločilno vpliva na izbiro kraja, kjer preživljamo počitnice. Za turizem so najbolj privlačni kraji s sredozemsko in gorsko klimo (tudi prvi turistični kraji so se razvili

prav na območju Sredozemlja in v Alpah): Odločilni dejavniki pri tem so insolacija<sup>♦</sup>, temperatura zraka, vetrovi in padavine.

- ◆ **POVRŠJE:** ledeniški relief ( Severna Evropa, Alpe, Dinarsko gorstvo), dolinski relief (soteske in kanjoni), površinski kraški pojavi, vulkani, razčlenjenost morske obale (zalivi, fjordi, otoki).
- ◆ **REKE** se med seboj razlikujejo predvsem po reliefu, kjer tečejo (kraške, planinske, nižinske). Omogočajo različne oblike rekreacije in aktivnosti (ribolov, splavarjenje, vožnja s kajaki, rafting), turistični pomen pa jim dajejo predvsem njihovi izviri, slapovi, brzice in korita, vintgarji, kanjoni in doline, po katerih tečejo.
- ◆ **RASTLINSKI IN ŽIVALSKI SVET** imata izjemen pomen za razvoj številnih oblik rekreacije in turizma nasploh. Lovni in ribolovni turizem sta marsikje postala sestavni del turistične ponudbe, npr. safari v Afriki.
- ◆ **MORJE:** temperatura, slanost, prozornost, barva, gibanje morske vode (valovi, plimovanje, morski tokovi):
- ◆ **JEZERA:** naravna - tektonska, vulkanska, ledeniška ali glacialna, kraška, pretočna ali rečna in umetna.
- ◆ **ZDRAVILNI** (termalni in mineralni) **VRELCI** omogočajo razvoj zdraviliškega turizma (mineralno vodo lahko polnimo v steklenice in ji na ta način odpiramo pot na domače in tuje tržišče (npr. rogaškoslatinska voda v Sloveniji). Zdravilne učinke termalne vode so ljudje s pridom izkoriščali že v rimskih časih (npr. Rimske Toplice v Sloveniji). V Evropi so izviri termalne vode predvsem še v Italiji, Franciji, Nemčiji, Češki, Slovaški, Madžarski, Bolgariji, na Hrvaškem, v Srbiji.

#### ***4.6.2 Naravni parki***

S tem pojmom opredeljujemo večje – zaradi ohranjanja naravnih in kulturnih vrednost – zavarovano območje. Prvi narodni park na svetu so ustanovili v ZDA leta 1872 na območju Yellowstona v predelu, bogatem z gozdovi, jezeri, gejzirji in s kanjoni. Danes so turistično zanimivi še Grand Canyon z znamenitim kanjonom, Sekvojski narodni park v ZDA, La Vanoise in Leclins v francoskih Alpah, Visoke Tatre na Slovaškem, Engadin v Švici, Grand Paradiso v Italiji, afriški narodni parki v Keniji, Tanzaniji in Ugandi itd.

#### ***4.6.3 Družbene znamenitosti***

Družbene znamenitosti imenujemo celoto materialnih in duhovnih vrednost, ki jih je ustvaril človek. Dopolnjujejo naravne znamenitosti in omogočajo večji dohodek od turizma.

---

<sup>♦</sup> INSOLACIJA = št. sončnih dni na leto

Marsikje vključujejo v turizem tudi razne izobraževalne ustanove, šole tujih jezikov. Izobraževalni vidik pogosto kombiniramo s spoznavanjem novih krajev, počitnicami in z zabavo.

- ◆ Prireditve so pogosto sestavni del turističnih potovanj. Obiski gledaliških, opernih in baletnih predstav, kakor tudi koncertnih, športnih in sejemskih prireditev so pogosto osnovni motiv potovanja.
- ◆ Ostale družbene zanimivosti predstavljajo širok spekter družbenih dejavnikov, npr. način življenja, običaji, folklor in kulinarika.
- ◆ Ustanove, kot so muzeji, galerije, knjižnice in izobraževalne ustanove, dopolnjujejo vsebino turističnega bivanja.

#### **4.7 CARINSKA ZAKONODAJA O TURIZMU**

Carinska zakonodaja Republike Slovenije ureja status turista pri prehodu državne meje bodisi na suhozemnih, vodnih ali zračnih mejnih prehodih. Na kateremkoli mejnem prehodu turist vstopa v našo državo, se najprej sreča z državnimi organi, ki kontrolirajo verodostojnost potnih listin, nato pa z organi carinske kontrole, ki neposredno izvršujejo zakone in druge predpise ter splošne akte s področja carin. Carinska zakonodaja o turizmu zajeta v Carinskem zakonu, Zakonu o carinski službi, Postopku v potniškem prometu in mednarodnih sporazumih s posameznimi državami.

**Carinski zakon** ureja pravice in obveznosti v carinskem postopku ter pooblastila carinskih organov v zvezi s prometom blaga med carinskim območjem Republike Slovenije in tujimi carinskimi območji. Izvaja se enotno na celotnem carinskem območju, ki obsega ozemlje Republike Slovenije, če ni s tem zakonom, posebnim zakonom in mednarodno pogodbo določeno drugače.

**Zakon o carinski službi** v svojih posameznih členih ureja med ostalim tudi zakonodajo o turizmu. Čeprav se turisti na svojih potovanjih praviloma ne ukvarjajo s trgovsko dejavnostjo, morajo ob prestopu državne meje upoštevati carinsko zakonodajo. Tako Zakon o carinski službi Republike Slovenije ureja tudi pravice, dolžnosti in pooblastila carinskih organov. Za organizacijo in delo, način uresničevanja pravic, dolžnosti in odgovornosti ter druga razmerja v organih carinske službe veljajo določbe zakona o sistemu državne uprave ter o republiških upravnih organih in določbe zakona o delavcih v državnih organih, če ni s tem ali z drugim zakonom določeno drugače.

Mednarodni sporazumi se podpisujejo s posameznimi državami glede na carinske zakonodaje in običajno niso enako regulirani v carinski zakonodaji posameznih držav. Tako so se države podpisnice sporazuma o oprostitev v

turizem sporazumele, da se bodo trudile, da ne bodo uvajale carinskih formalnosti, s katerimi bi lahko povzročale težave v razvoju mednarodnega turizma. Omenjeni sporazum o carinskih oprostitvah v turizmu obravnava naslednje odredbe:

- Dajatve in uvozne takse,
- definicija »turisti«,
- začasni uvozni dokumenti,
- definicija osebne prtljage,
- carinske oprostitve,
- postopki v primeru zlorabljanja carinskih predpisov.

Ker so turisti, v širšem smislu besede, osebe, ki za določen čas zapustijo svoj dom in odpotujejo v tuji kraj zato, da bi si tam na različne načine nabrali novih življenjskih moči, ter se ne ukvarjajo s trgovsko dejavnostjo ali celo s tihotaljenjem blaga, predvideva Carinski zakon tudi pravico do carinske oprostitve. V skladu s 1. točko 161. člena Carinskega zakona je plačilo carine oproščeno blago v osebni prtljagi potnika, ki je namenjeno njegovim osebnim potrebam med potovanjem in se uvaža v nekomercialne namene. Kot osebna prtljaga se šteje prtljaga, ki jo potnik predloži carinskemu organu pri svojem prihodu na carinsko območje Republike Slovenije, kot tudi prtljaga, ki jo potnik predloži istemu carinskemu organu kasneje, če dokaže, da je bila kot spremljajoča prtljaga v času njegovega odhoda oddana na prevoz istemu prevozniku.

Za blago, ki se uvaža v nekomercialne namene, se šteje blago:

- ki ga potnik priložnostno uvaža,
- izključno za osebno rabo potnika in njegove družine, ali blago, ki je namenjeno za darilo. Narava in količina pa ne sme biti takšna, da bi lahko kazala na to, da se uvaža v poslovne namene.

Potnik, ki želi uveljaviti oprostitvev plačila carinskih dajatev za blago v spremljajoči prtljagi, oddani na kasnejši prevoz, mora carinskemu organu nedvoumno dokazati, da gre za njegovo osebno prtljago. Potniki lahko v skladu s 1. točko 161. člena Carinskega zakona uveljavlja oprostitvev plačila carine za naslednje blago, ki ga nosi s seboj in ni namenjeno nadaljnji prodaji:

a) tobačni izdelki:

- ✓ 200 cigaret,
- ✓ 100 cigarilosov ali
- ✓ 50 cigar ali
- ✓ 250 gramov tobaka za kajenje ali sorazmerna količina navedenih tobačnih izdelkov;

b) alkohol in alkoholne pijače:

- ✓ dva litra vina in
- ✓ en liter žgane alkoholne pijače

c) parfumi:

- ✓ 50 gramov ali
- ✓ toaletna voda 0,25 litra

Potniki, mlajši od 17 let, ne morejo uveljaviti oprostitev iz točke a) in b) prejšnjega odstavka.

Pravilnik o carinskem postopku v potniškem prometu predpisuje način prijavljanja in poseben carinski postopek z blagom, ki ga domači in tuji potniki nosijo s seboj, in carinski postopek z blagom, ki ga domači in tuji potniki nosijo s seboj, in carinsko nadzorstvo nad cestnimi motornimi vozili s tujo registracijo na carinskem območju Republike Slovenije.

Domači in prav tako tuji potnik se morata ob prehodu čez carinsko črto v skladu s Carinskim zakonom ustno prigrasiti carinskemu delavcu, na njegovo zahtevo pa tudi pokazati osebno prtljago in vse predmete, ki jih nosita s seboj.

Carinski zakon s podzakonskimi akti pa navaja, da je plačila carine oproščeno blago v osebni prtljagi potnika, ki je namenjeno njegovim osebnim potrebam med potovanjem in se uvaža v nekomercialne namene, kar pomeni, da ga potnik priložnostno uvaža in da gre izključno za blago za osebno rabo potnika in njegove družine.

V skladu s konvencijo o carinskih olajšavah v turizmu je lahko potnik oproščen plačila carinskih dajatev pri začasnem uvozu osebnih predmetov, ki jih pripelje s seboj, so namenjeni njegovi osebni uporabi med začasnim bivanjem na carinskem območju Republike Slovenije in jih v nespremenjenem stanju vrne v tujino takrat, ko tudi sam zapusti carinsko območje. Med osebne predmete se lahko zraven oblek, toaletnih pripomočkov in drugih predmetov, za katere je očitno, da so namenjeni osebni rabi potnika, štejejo tudi naslednji predmeti:

- ✓ osebni nakit,
- ✓ fotografski aparat in kamera, vključno s priborom, ter običajna količina filmov,
- ✓ videokamera in prenosni videorekorder ter običajna količina kaset,
- ✓ daljnogled,
- ✓ prenosni glasbeni inštrument,
- ✓ prenosni aparat za snemanje in reprodukcijo zvoka,
- ✓ prenosni radio sprejemnik,
- ✓ prenosni TV sprejemnik,



- ✓ otroški voziček,
- ✓ invalidski voziček, ortopedski in tehnični pripomočki, ki jih invalid uporablja med potovanjem itd.

#### **4.8 ZAVAROVALSTVO IN TURIZEM**

Zavarovalska storitev postane predmet turističnega managementa kot procesa vsaj dvakrat.

Prvič, ko se mora manager v turizmu odločati o izboru primernih in konkurenčnih zavarovanj za premoženje, ki ga ima ali samo upravlja, ko izbira primerna zavarovanja odgovornosti za dejavnost, ki jo izvajajo, in za osebna zavarovanja zaposlenih v dejavnosti, ki jo upravlja.

Drugič, ko postane zavarovalska storitev element pri oblikovanju celovitega turističnega proizvoda. Managerji v turizmu bodo morali v turistične proizvode vključevati večjo materialno-pravno odgovornost za posameznega turista v času njegovega letovanja, vse z namenov ustvarjanja občutka varnosti in prijetnosti. Ocenjujemo, da bo občutek varnosti eden izmed ključnih faktorjev kakovostne turistične ponudbe v prihodnjih letih oziroma desetletjih.

#### **4.9 TURISTI KOT PORABNIKI GORIVA**

Gorivo kot delni turistični produkt je namenjeno turistom. Njihov interes je vsekakor zadovoljevanje potreb, konkretna zagotovitev goriva za prevoz do zelenega cilja (destinacije). Glede na namen - cilj potovanja – je naša država lahko le del poti, preko katere vodi smer turiste do ciljnega kraja (tranzit), ali pa je namen turistov obisk oziroma ogled krajev in zanimivosti naše dežele. Razlogi so lahko različni, vendar je v končni fazi potreba turistov z vidika nakupa goriva enaka – oskrba z gorivom. Ko se turist ustavi na prodajnem mestu – bencinski črpalki, ima priložnost in možnost spoznati ostalo ponudbo. Ob spoznanju, da prodajno mesto nudi širok izbor blaga, je povsem logično, da se odloči za nakup proizvodov, ki jih v danem trenutku potrebuje oziroma se zanje odloči. Tako oblikovana ponudba je dodatna možnost posredovanja različnega blaga potencialnim kupcem, kar neposredno vpliva na oceno, mnenje posameznega turista o kraju oziroma državi, v kateri se nahaja, ker je navadno to prvo srečanje z državo, če zanemarimo organe na mejnih prehodih.

#### **4.10 AVTO–MOTO ZVEZA SLOVENIJE IN TURIZEM**

Leta 1991 se slovenska Avto–moto zveza z razpadom bivše domovine osamosvoji in tako leta 1992 postane samostojen nacionalni avtomobilski klub. S pričetkom vključevanja v mednarodne turistične in avtomobilske organizacije igra vlogo turističnega posrednika motoriziranih gostov, ki obiskujejo našo deželo, in pomaga svojim članom, ki se odpravljajo na potovanja v tujino.

Ker je Avto–moto zveza Slovenije vključena v mednarodno turistično organizacijo AIT, je tako v sistemu mednarodne pomoči. Član Avto–moto zveze si lahko v Sloveniji kupi knjižico za mednarodno touring pomoč, s katero si zagotovi pomoč in zaščito na potovanjih po tujini. Obratno velja za tuje turiste, ki si knjižico mednarodne touring pomoči priskrbijo v svoji domovini, v Sloveniji mu Avto–moto zveza nudi iste oblike pomoči, kot jih imajo naši člani.

#### **4.11 POSLEDICE RAZVOJA TURIZMA**

Za potrebe po oddihu in rekreaciji postaja turizem vedno bolj množičen. V svetovnem merilu je turizem najbolj rastoča gospodarska dejavnost. Poleg gospodarskih učinkov, ki jih predstavljamo v nadaljevanju, ne smemo zanemariti tudi negospodarskih učinkov turizma, ki so predvsem rekreativne, zdravstvene, kulturne in socialne narave. V zadnjih letih so postala pomembna tudi potovanja, povezana s poslovnimi opravki. Toda hiter razvoj turizma prinaša številne nevšečnosti, ki jih občuti predvsem domače prebivalstvo. Prometna gneča, vrste v trgovinah, na poštah, bencinskih servisih, kakor tudi visoke cene gostinskih in drugih storitev lahko negativno vplivajo na odnose med turisti in domačim prebivalstvom. Poseben problem so lokali, ki so odprti dolgo v noč.

Zato sodobni turizem zmeraj bolj upošteva skladnost naravnega in družbenega okolja. Mnoge države sprejemajo vedno strožje predpise in standarde, npr. glede velikosti nastavitvenih zmogljivosti, predvsem pa pospešujejo takšne oblike turizma, ki so prijazne okolju, v katerem se razvijajo (npr. navtični, zdravstveni turizem):

## **4.12 GOSPODARSKI RAZVOJ TURIZMA**

### **4.12.1 Učinek turizma na BDP**

Mnoge države želijo razvijati turizem, ker prinaša blaginjo in omogoča splošen razvoj nekega kraja, območja in celotne države. Vsako leto se vedno večje vsote denarja prelivajo iz držav, kjer ga ustvarjajo, v države, kjer ga turisti porabljajo. Njihova potrošnja je na potovanjih v tujini bistveno večja kot doma. Pomen turizma za gospodarstvo neke države merimo z njegovim deležem v domačem bruto proizvodu.

Denar, ki ga porabijo turisti, kroži še naprej. Hoteli in drugi gostinski obrati kupujejo živila, pijače, delavcem izplačujejo plače itd. Podobno je tudi s subjekti, ki so svoj dohodek ustvarili s prodajo turističnih storitev (turistične agencije, prevozniki, trgovina, različne ustanove). Ekonomski učinek kroženja denarja v gospodarstvu izraža t.i. dohodkovni multiplikator. Del denarja, ki ga pridobivamo v turizmu, pa porabljamo za plačilo uvoza – za nakup opreme, tehnologije in drugega blaga v tujini. Stroški uvoza zmanjšujejo učinek dohodkovnega multiplikatorja.

### **4.12.2 Učinek turizma na plačilno bilanco države**

Naravna bogastva in gospodarski razvoj posameznih držav vplivajo na presežek in pomanjkanje posameznih proizvodov in storitev. Za zadovoljitev svojih potreb morajo uvažati surovine in izdelke, ki jih doma ne proizvajajo, izvažajo pa tiste proizvode in storitve, ki jih doma ne morejo porabiti. Da bi države lahko plačale uvoz, morajo izvažati, kar koli je možno, na dva načina:

- z vidnim izvozom, tj. z izvozom izdelkov,
- z nevidnim izvozom, tj. s prodajo storitev.

Tuji turisti kupujejo turistični proizvod v državi, kamor potujejo, in tako ustvarjajo neviden izvoz.

Prelivanje dohodka iz ene države v drugo državo ima posebno tiste države, kjer je saldo pozitiven, precejšen gospodarski učinek. To je še zlasti pomembno za gospodarsko manj razvite države, kjer dohodki od mednarodnega turizma lahko pripomorejo k hitrejšemu razvoju. Visok primanjkljaj v plačilni bilanci pokrivajo številne države prav z dohodki iz inozemskega turizma.

Tudi v Sloveniji so devizni prihodki od turizma pomemben vir za kritje primanjkljaja v plačilni bilanci s tujino. Prav tako je v Sloveniji devizni priliv od

turizma, ki je leta 2000 znašal okrog ene milijarde dolarjev, pripomogel k izravnavanju plačilne bilance.

#### ***4.12.3 Vpliv turizma na zaposlenost in rast življenjskega standarda***

Turistični sektor je delovno intenziven. Poleg del v gostinstvu in turizmu daje razvoj turizma na nekem območju tudi možnost zaposlovanja v drugih dejavnostih, ki so v službi turizma, npr. v trgovini, v bankah, zdravstvenih, izobraževalnih ustanovah itd. Razvoj turizma omogoča zaposlitev v domačem kraju in tako zmanjšuje odseljevanje prebivalstva iz manj razvitih območij.

#### ***4.12.4 Drugi gospodarski učinki turizma***

In končno: turizem vpliva na splošno povečanje industrijske proizvodnje. Nekatere izdelke proizvajamo izključno ali predvsem za potrebe turizma. Razvoj turizma se kaže tudi v povečanem številu navogradenj oz. v novih investicijah. Za postavitev objektov turistične infrastrukture so potrebni številni industrijski izdelki, npr. gradbeni material, pohištvo, oprema in drugo kar vse vpliva na obseg in sestavo industrijske proizvodnje.

Turizem vpliva tudi na kmetijstvo, saj se v državah z razvitim mednarodnim turizmom porabljajo znatno večje količine hrane in pijač. To je še posebej pomembno za državo s presežki kmetijskih pridelkov. Turizem prav tako pospešuje razvoj storitvenih dejavnosti (trgovina, bančništvo, razne storitvene obrti) in negospodarskih dejavnosti.

### ***4.13 ORGANIZACIJA TURISTIČNE DEJAVNOSTI V REPUBLIKI SLOVENIJI***

#### ***4.13.1 Organiziranost države na področju turizma***

##### ***❖ Ministrstvo za gospodarstvo***

Področje turizma je v Ministrstvu za gospodarstvo organizirano v okviru področja za razvoj podjetniškega sektorja in konkurenčnosti. Opravlja vse zadeve, ki se nanašajo na razvoj turističnega gospodarstva ter njegovo pospeševanje z ekonomskimi in drugimi ukrepi sistemske narave, med drugimi tudi pripravlja zakonodajo s področja turizma. Sodeluje pri promociji turizma, mednarodnih zadevah in pripravlja predloge ustreznih aktov za vključevanje v mednarodne asociacije.

### ❖ Slovenska turistična organizacija (STO)

Slovensko turistično organizacijo je kot javni gospodarski zavod ustanovila vlada Republike Slovenije. STO načrtuje, organizira in izvaja informacijsko ter promocijsko dejavnost, s katero naj bi pripomogli k pospešitvi trženja turističnih storitev v državi in na tujih trgih. Skrbi tudi za mednarodno sodelovanje in se povezuje s sorodnimi organizacijami v svetu.

Glavne naloge STO so: pospeševanje turistične dejavnosti,

- načrtovanje in izvajanje trženjske in informacijsko-promocijske dejavnosti,
- organiziranje in izvajanje nastopov na sejnih in borzah ter drugih predstavitev turizma doma in v svetu,
- organiziranje informacijske dejavnosti in stikov z javnostjo,
- skrb za celostno podobo turizma Slovenije,
- druge naloge.

### ❖ Strokovni svet za turizem

Strokovni svet za turizem, ustanovljen l. 2001, je strokovno-posvetovalno telo Ministrstva za gospodarstvo. Obravnava pomembna vsebinska vprašanja s področja turizma in daje svoje predloge, mnenja in stališča v zvezi z uresničevanjem strategije in programov razvoja slovenskega turizma. Člani sveta so resorni minister in njegovi ožji sodelavci iz sektorja za razvoj turizma ter predstavniki turističnega gospodarstva, zbornic, turističnih združenj in zvez, Slovenske turistične organizacije in sindikata. Na seje sveta so lahko vabljeni tudi drugi strokovnjaki s področja turizma, predstavniki posameznih ministrstev in vladnih služb.

### ❖ Organiziranost turizma na lokalni ravni

Lokalne skupnosti imajo na področju turizma po zakonu o lokalni samoupravi pomembno vlogo predvsem pri pospeševanju turističnega razvoja na lokalni ravni. Problemi nastajajo pogosto zaradi različnih interesov turističnega gospodarstva, organizacij civilne družbe (turističnih in drugih društev), prebivalcev občine in same lokalne skupnosti. Poleg turističnih društev ustanavljajo v nekaterih občinah tudi lokalna turistično-gospodarske subjekte. Zakon o pospeševanju turizma predvideva ustanovitev lokalne turistične organizacije v okviru občine. Ena od njenih nalog je tudi organiziranje turistično-informacijskih centrov, ki ponekod delujejo v okviru turističnih društev. Na območjih, kjer se več občin vključuje v oblikovanje skupne

turistične ponudbe, zakon predvideva ustanovitev regionalne in območne turistične organizacije.

#### ***4.13.2 Organiziranost turističnega gospodarstva***

##### **❖ Gospodarska zbornica Slovenije – Združenje za turizem in gostinstvo**

Združuje vse gospodarske subjekte s področja turizma in gostinstva v RS. Članice lahko uveljavljajo svoj interes in voljo po vseh organih združenja, najbolj neposredno pa po stalnih delovnih telesih, kot so Združenje slovenskih žičnic, Odbor za kampe, Odbor za igralnice, Odbor za turistične agencije, Odbor za marine, Odbor za kongresni turizem, Komisija za cene in prodajo, Komisija za promocijo, Komisija za kakovost in drugi.

##### **❖ Obrtna zbornica Slovenije – Sekcija za gostinstvo in turizem**

Obrtna zbornica je stanovska organizacija slovenskih obrtnikov. Člani obrtne zbornice se povezujejo po posameznih obrtnih dejavnostih v strokovne sekcije. Sekcija za gostinstvo in turizem izvaja naloge na področjih zakonodaje in partnerstva državi, izobraževanja, pospeševanja kakovosti v turizmu, vključuje se tudi v izvajanje turistične, promocijske, sejemske in informacijske dejavnosti.

##### **❖ Gospodarska interesna združenja**

V turističnem gospodarstvu se kaže potreba po povezovanju na strokovnem (»cehovskem«) področju, in to zaradi skupnega uresničevanja poslovnih interesov, razvoja stroke in usposabljanja, postavljanja in uveljavljanja poslovnih pravil (kodeksa), zagotavljanja in nadzora kakovosti storitev, varstva potrošnikov in ustreznega mednarodnega sodelovanja. Zakon o gospodarskih družbah daje možnost povezovanja gospodarskih subjektov v gospodarska interesna združenja. Tako imamo že nekaj takšnih turističnih gospodarskih združenj na lokalni oz. regionalni ravni, na nacionalni ravni pa Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, Združenje turističnih agencij Slovenije, Slovensko hotelsko združenje.

#### ***4.13.3 Organiziranost civilne družbe na področju turizma***

##### **❖ Turistična zveza Slovenije**

Turistična zveza Slovenije (TZS) je bila ustanovljena leta 1905 pod imenom Deželna zveza za povzdigo tujskega prometa na Kranjskem. Združuje 350

turističnih društev, 29 območnih in občinskih turističnih zvez, 150 turističnih podmladkov in 40 turističnih informacijskih centrov. Deluje na prostovoljni in ljubiteljski osnovi kot nestransarska in nepolitična ustanova civilne družbe. Organizirana je na podlagi zakona o društvih.

Osnovne naloge in cilji (TZS) so: spodbujanje razvoja turizma, krepitev turističnega načina razmišljanja, skrb za okolje, spodbujanje splošnega in strokovnega izobraževanja otrok, mladine in prebivalstva za potreba turizma, sodelovanje pri oblikovanju in uresničevanju turistične politike v Sloveniji idr.

#### ❖ **Nacionalno turistično združenje**

Nacionalno turistično združenje je bilo ustanovljeno leta 1993 kot nepolitična in neprofitna organizacija, v katero se prostovoljno združujejo posamezniki, podjetja in druge organizacije s področja turizma in drugih dejavnosti, ko so povezane s turizmom. Med cilji Nacionalnega turističnega združenja zasledimo tudi spodbujanje uveljavljanja podjetništva in trženja v turizmu, splošnega in specialističnega izobraževanja ter izpopolnjevanja za potrebe turizma, uveljavljanja kakovostnih dejavnikov gospodarjenja in inovativnosti v turizmu.

#### ❖ **Druge organizacije civilne družbe**

Poleg omenjenih organizacij civilne družbe pomembno vplivajo na pestrost ponudbe kraja tudi društva s področja športa, kulture in drugih ljubiteljskih aktivnosti. Le-ta s svojo dejavnostjo in prireditvami ustvarjajo ugodno vzdušje za prihod in bivanje turistov ter prijazen odnos domačinov do gostov.

### ***4.14 TURISTIČNA POLITIKA***

Turizem ima pomembno vlogo v številnih državah, saj omogoča zaposlovanje v različnih poklicih in s tem povečuje splošno gospodarsko rast in blaginjo prebivalcev. Nasprotno pa države, ki jih obiskuje veliko število turistov, utrpijo pri tem precej škode. Zaradi raznovrstnosti turističnih potreb vključuje vedno več dejavnosti in s tem oblikuje integralni turistični proizvod, ki lahko zadovoljuje vse potrebe turistov. Poleg gospodarskih subjektov se vanj vključujejo državne ustanove, različna združenja in organizacije civilne družbe. Čeprav se organizacija turizma na nacionalni ravni razlikuje od države do države, se vpliv državnih organov v večini držav, ki pospešujejo turizem, kaže v naslednjem:

- planiranje in usmerjanje turistične dejavnosti,
- različne olajšave, ugodni krediti in finančna pomoč turističnemu sektorju,
- zakonodaja,
- promocija države doma in v tujini.

Turistično politiko lahko opredelimo kot splet smotrnih ukrepov državnih organov, različnih združenj in organizacij civilne družbe, na podlagi katerih pravilno usmerjamo razvoj turizma, sprejemamo ustrezno zakonodajo in zagotavljamo nadzor ter izvajamo promocijo države doma in v svetu.

Politiko razvoja turizma neke države podrobneje razdelamo v planu razvoja turizma kot osnovnem dokumentu, s katerim želimo doseči začrtane cilje.

Država je pomemben dejavnik pri nadzoru turističnega razvoja. V prvi vrsti gre za zakonodajo, s katero preprečujemo negativne učinke, ki jih s sabo prinaša zlasti množični turizem, zagotavljamo pa tudi spoštovanje normativov in standardov.

Leta 1995 je bila v Sloveniji sprejeta »Resolucija o strateških ciljih na področju turizma v RS<sup>♦</sup> s programom aktivnosti za njeno izvajanje«. V njej je bil opredeljen razvoj turizma kot strateška gospodarska priložnost za Slovenijo do leta 2000.

**Zakon o pospeševanju turizma** opredeljuje dejavnost v zvezi s pospeševanjem turizma in pogoje za opravljanje turistične dejavnosti. Ureja poseben status društev, ki delujejo v javnem interesu pri pospeševanju turizma, in prinaša novosti na organizacijskem področju. Predvideva ustanovitev lokalne, regionalne, območne in nacionalne turistične organizacije. Zakon predvideva tudi vire financiranja. Turistična taksa je pavšalni znesek, ki ga plačuje turist za vsak dan bivanja v kraju zunaj stalnega bivališča. Z njo poravnava storitve ali ugodnosti, ki jih je deležen brezplačno, npr. turistične informacije, ustrezna prometna signalizacija in udeležba na različnih prireditvah. Sredstva iz tega naslova se usmerjajo tudi za izdelavo različnega promocijskega gradiva, za vzdrževanje in urejanje parkov, zelenic, cvetličnih nasadov, tematskih poti in drugih javnih površin, ki so namenjene turistu. Zakon določa na lokalni ravni tudi uvedbo turističnega davka. Zavezanci za plačilo so vsi poslovni subjekti s področja turizma.

Z vključitvijo v EU<sup>♦</sup> je Slovenija postala del najpomembnejšega turističnega prostora, ki ustvari več kot polovico svetovnega zaslužka od turizma. Podatka, da v EU ustvari turizem 14% BDP<sup>♦</sup> in omogoča zaposlitev 13% vseh zaposlenih, dovolj nazorno poudarjata pomen turizma. Po napovedih Svetovne turistične organizacije (WHO) bosta v prihodnjih 20 letih srednje- in vzhodnoevropska regija izpodrinili vzhodno Evropo kot vodilno svetovno turistično destinacijo.

---

<sup>♦</sup> RS = Republika Slovenija

<sup>♦</sup> EU = Evropska unija

<sup>♦</sup> BDP = Bruto družbeni proizvod



**4.15 TABELE, KI SE NANAŠAJO NA TURIZEM****a) Prihodi in prenočitve turistov od leta 1987 do 2003 (v tisočih)**

	Prihodi turistov			Prenočitve		
	skupaj	domačih	tujih	skupaj	domačih	tujih
<b>1987</b>	2734	1664	1070	9044	5401	3643
<b>1988</b>	2724	1607	1117	8808	4934	3874
<b>1989</b>	2663	1526	1137	8510	4623	3887
<b>1990</b>	2537	1442	1095	7956	4283	3673
<b>1991</b>	1425	1126	299	4886	3916	970
<b>1992</b>	1367	751	616	5098	3083	2015
<b>1993</b>	1450	826	624	5385	3372	2013
<b>1994</b>	1579	831	748	5866	3385	2481
<b>1995</b>	1577	845	732	5883	3448	2435
<b>1996</b>	1658	826	832	5832	3282	2551
<b>1997</b>	1823	849	974	6384	3306	3078
<b>1998</b>	1799	822	977	6295	3233	3062
<b>1999</b>	1750	865	884	6057	3315	2741
<b>2000</b>	1957	868	1090	6719	3315	3404
<b>2001</b>	2086	867	1219	7130	3316	3813
<b>2002</b>	2162	860	1302	7321	3300	4021
<b>2003</b>	2246	873	1373	7503	3327	4175

Iz tabele, ki jo je objavil Statistični urad Slovenije je razvidno, da so se prihodi turistov povečevali do leta 1991. V prvih dveh letih samostojnosti je bilo prihodov turistov zelo malo, po letu 1993 pa so se prihodi le teh znova začeli zviševati. Prenočitve turistov so se prav tako povečevale do leta 1991; leta 1992 in 1993 so se prenočitve zmanjšale, po letu 1993 pa so se znova povečale.

Vzroke zakaj so se tako prihodi turistov, kot prenočitve po letu 1991 zmanjšale je treba iskati v temu, da se je Sloveniji odcepila od SFRJ (vojna za Slovenijo).

*b) Prihodi turistov po državni pripadnosti (v tisočih)*

	1990	1995	1999	2000	2001	2002	2003
<b>SKUPAJ</b>	<b>2492,4</b>	<b>1576,7</b>	<b>1749,5</b>	<b>1957,1</b>	<b>2085,7</b>	<b>2162</b>	<b>2246,1</b>
Iz Slovenije	651,3	844,6	865,5	867,6	867	859,9	872,9
Iz tujine	1841,1	732,1	884	1089,5	1218,7	1302,1	1373,2
Avstrija	86,6	116,9	126,4	150,3	174,4	193,4	201,4
Baltiške države	-	0,8	1,7	2,7	3,6	5	4,4
Belgija	40,6	11,6	11,6	16,1	19,1	23,6	25
Belorusija	-	0,6	0,4	0,4	0,9	1	0,6
Bolgarija	3,5	2,2	3,1	5,1	7,2	7,8	8
Bosna in Hercegovina	177,9	22	26,3	28,9	27,9	27,8	27,6
Češka republika	-	15,6	22,6	26,7	29	30	31,3
Danska	10,8	2,5	4,7	6	8,6	8,7	9,7
Finska	7,1	1,4	2,5	2,8	3,1	3,8	5,6
Francija	36,6	13,7	17,9	22,2	23,5	27,9	34,7
Grčija	8,5	1	1,9	1,7	2,2	2,3	3,4
Hrvaška	269	76,9	82	91,3	95,5	94,2	93,6
Irska	1,4	0,9	2,2	3,1	4,9	6,5	8,6
Islandija	0,4	0,2	0,5	0,4	0,6	0,8	0,9
Italija	281,9	160,3	207,2	256,2	269,3	274,8	288,5
Luksemburg	-	-	0,5	0,5	0,7	0,9	1,1
Madžarska	10,9	18	25,1	30,4	32,6	32,8	37,1
Makedonija, SFRJ	37,1	14,9	12,1	9,5	8,9	10,3	9,2
Nemčija	227,2	136,5	157,5	204	234,2	229,2	229,4
Nizozemska	80,2	18,3	21	31,5	34,8	38,7	46,8
Norveška	4,6	1,5	3,4	2,8	4,1	5	5,5
Poljska	5	7,3	13,4	21,2	26	24,8	20,4
Portugalska	1,3	0,5	1,4	1,7	1,7	2,3	3,2
Romunija	3,5	3,6	4,8	4,3	6,4	7,6	8,1
Ruska federacija	-	14,7	10,4	12,1	15,5	15,4	16
Slovaška	-	4,6	6,4	6,9	7,9	7,8	10,4
Srbija in Črna gora	306,4	10,8	9,6	11,4	15,2	19,6	25,1
Španija	12,5	2,4	4,1	6,8	6,8	9,9	13,1
Švedska	26,4	3,4	8,7	10,6	11,2	10,2	11
Švica	15,9	10,4	11,8	15	17,6	20,6	22,5
Ukrajina	-	2,4	3,5	3,9	3,8	4,2	5

Uspešna turistična ponudba

Združeno kraljestvo	82,3	13,9	23,7	31,2	40,4	46,1	50,2
Druge evropske države	7,4	5,4	5,5	5	5,1	4,7	6,1
Izrael	12,8	1,1	6	10,9	14,4	32	39,9

*c) Prihodi turistov po vrstah krajev*

	1990	1995	1999	2000	2001	2002	2003
<b>Prihodi turistov</b>							
<b>SKUPAJ</b>	<b>2536,8</b>	<b>1576,7</b>	<b>1749,5</b>	<b>1957,1</b>	<b>2085,7</b>	<b>2162,0</b>	<b>2246,1</b>
Zdraviliški kraji	288,9	340,1	365,3	418,2	464,3	485,4	501,3
Obmorski kraji	450,3	370,2	440,8	475,0	496,7	509,9	520,1
Gorski kraji	601	440,9	459,5	522,6	545,3	566,4	605,1
Drugi turistični kraji	1142,9	406,0	464,6	515,2	543,9	568,3	586,5
Drugi kraji	53,7	19,5	19,3	26,1	35,6	32,0	33,1
<b>Prihodi tujih turistov</b>							
<b>SKUPAJ</b>	<b>1095,1</b>	<b>732,1</b>	<b>884,0</b>	<b>1089,5</b>	<b>1218,7</b>	<b>1302,0</b>	<b>1373,2</b>
Zdraviliški kraji	83,3	92,7	103,1	134,1	163,6	185,0	196,0
Obmorski kraji	263,3	160,2	195,0	236,3	260,0	274,6	279,5
Gorski kraji	275,4	184,8	231,0	298,1	338,4	361,0	393,0
Drugi turistični kraji	452,8	282,3	342,2	404,2	433,6	459,2	482,1
Drugi kraji	20,2	12,1	12,8	16,8	23,2	22,2	23,0

Največ domačih turistov v letu 2003 je dopustovalo v gorskih krajih-na Rogli, Kranjski Gori ipd. Tuji turisti so se prav tako največ odločali za dopustovanje v gorskih krajih, torej za smučanje, pohode ipd.

Za dopustovanje v Sloveniji se je leta 2003 odločilo 2.246.100 domačih turistov in 1.373.200 tujih turistov. Skupaj je v RS leta 2003 dopustovalo 3.619.300 turistov.

**č) Povprečna doba bivanja po vrstah krajev**

	<b>Skupaj</b>	<b>Glavno mesto Ljubljana</b>	<b>Zdraviliški kraji</b>	<b>Obmorski kraji</b>	<b>Gorski kraji</b>	<b>Drugi turistični kraji</b>	<b>Drugi kraji</b>
<b>1980</b>	3,3	1,7	8,1	5,7	3,0	2,2	1,9
<b>1981</b>	3,2	1,6	7,1	5,6	3,2	1,9	2,0
<b>1982</b>	3,1	1,5	6,8	5,3	3,1	1,7	1,9
<b>1983</b>	3,2	1,5	6,7	5,6	3,2	2,0	1,9
<b>1984</b>	3,1	1,4	6,7	5,4	3,2	2,0	2,1
<b>1985</b>	3,2	1,4	7,0	5,5	3,6	1,9	2,5
<b>1986</b>	3,3	1,4	7,3	5,5	3,6	1,9	2,6
<b>1987</b>	3,3	1,4	6,7	5,5	3,7	2,0	2,8
<b>1988</b>	3,2	1,5	6,3	5,0	3,7	1,8	3,0
<b>1989</b>	3,2	1,4	6,3	4,9	3,6	1,8	2,4
<b>1990</b>	3,1	1,5	6,3	4,7	3,5	1,6	2,3
<b>1991</b>	3,4	1,7	6,1	4,1	3,5	2,0	2,5
<b>1992</b>	3,7	2,9	6,0	4,2	3,1	2,2	2,4
<b>1993</b>	3,7	2,6	5,9	4,2	3,1	2,0	2,2
<b>1994</b>	3,7	2,5	5,8	4,3	3,2	2,0	2,2
<b>1995</b>	3,7	2,2	5,5	4,5	3,3	2,0	2,4
<b>1996</b>	3,5	2,0	5,4	4,1	3,2	1,9	2,6
<b>1997</b>	3,5	2,0	5,4	4,1	3,2	1,9	2,4
<b>1998</b>	3,5	2,0	5,4	4,1	3,2	1,9	2,2
<b>1999</b>	3,5	2,2	5,2	4,0	3,1	1,9	2,2
<b>2000</b>	3,4	2,0	5,1	4,0	3,1	2,0	2,4
<b>2001</b>	3,4	2,0	4,9	4,1	3,1	1,9	2,5
<b>2002</b>	3,4	2,0	4,8	4,0	3,1	2,0	2,4
<b>2003</b>	3,3	2,0	4,7	3,9	3,0	2,1	2,2

## **4.16 PRIMERI USPEŠNE TURISTIČNE PONUDBE:**

### **4.16.1 Rogla**

Za vse goste, ki želijo svoj prosti čas preživeti aktivno, so Zreče in Rogla z okolico odlično izbran kraj počitnikovanja.

Rogla se pozimi spremeni v pravi beli paradiz, kjer se lahko na 80 ha umetno zasneženih smučarskih površinah in ob bogati kulinarični ponudbi, zimskih radosti naužije vsa družina.... Že deset let pa je Rogla prizorišče tekmovanj FIS in evropskega pokala. Na Rogli nam nudijo: možnost smučanja, sankanja na adrenalinskem sankališču Zlodejevo, teka na smučeh, nočno smuko, šolo smučanja...

Klimatsko-športni center na Rogli nudi ustrezno namestitev gostom. Hotel Planja\*\*\*\* in Rogla\*\*\* imata 250 ležišč, od tega 76 ležišč v sobah kategorije štirih zvezdic. Depandansa hotela Brinje lahko v 22 apartmanih gosti 66 gostov. Za vse, ki želijo bivati v bungalovih pa je na voljo 132 ležišč v štiriposteljnih in 16 ležišč v dvoposteljnih bungalovih. Hotel Planja ima poleg restavracije še: aperitiv bar, kamin sobo "Stara kočica", pizzerijo, seminarskedvorane, zabavišče, igralnico, boutique, trgovino z živili, vrtec, bazen, finsko in turško savno, medicocenter, šolo smučanja, ski servis in izposojevalnico smučarske opreme, garaže,...

Na stičišču smučarskih prog, kjer je pozimi očem sicer skrito akumulacijsko jezero, se v poletnih mesecih lahko poizkusite tudi v ribolovu.

Sodobno opremljen Medico center na Rogli omogoča strokovno pomoč pri poškodbah vsem športnikom na višinskih in kondicijskih pripravah. V sklopu Medico centra je tudi pulmološka ambulanta.

V poletnih mesecih pa že vrsto let gosti na pripravah številna poznana imena iz sveta vrhunškega športa od nogometa, košarke, rokomet, odbojke, tenisa, atletike, ...

ROGLA, od leta 1997 PRVI OLIMPIJSKI CENTER V SLOVENIJI, je s svojo edinstveno lego, milo sredogorsko klimo ter vrsto vrhunskih športnih objektov, pravi raj za kondicijske in taktične priprave športnikov. Veliko športno dvorano za košarko, rokomet, odbojko, tenis, squash, badminton in malo dvorano za

borilne veščine, namizni tenis ter sodobni fitness center dopolnjujejo še nogometni stadion z atletsko stezo, igrišče za rokomet, mali nogomet, košarko. Športno ponudbo Rogle odlično dopolnjujejo Terme Zreče z novo športno dvorano in nogometnim stadionom z atletsko stezo.

#### **4.16.2 Terme Čatež**

Iz vročih čateških vrelcev, odkritih konec 18. stoletja, so Terme Čatež v dvesto letih zrasle v največje slovensko naravno zdravilišče in drugo največje slovensko turistično središče. Delež turističnih prenočitev Term Čatež trenutno predstavlja več kot sedem odstotkov vseh turističnih prenočitev v Sloveniji in hkrati 21 odstotkov vseh prenočitev ustvarjenih v slovenskih naravnih zdraviliščih.

Termalno riviero - poletno in zimsko - povprečno letno obišče skoraj 640.000 kopalcev, ki pa jih ne pritegne le termalni paradiž, ampak celovita ponudba, ki je najbolj pestra v tem delu Evrope.

Termalno riviero - poletno in zimsko - povprečno letno obišče skoraj 640.000 kopalcev, ki pa jih ne pritegne le termalni paradiž, ampak celovita ponudba, ki je najbolj pestra v tem delu Evrope. Vrste savn: kristalna , parna, ekstremna, indijanska, solna, infrardeča, finska aroma, aquaviva savna. Savna park ponuja še prijetno kopanje v ohlajevalnem, relaksacijskem, vročem in osvežitvenem bazenu, počitek na terasi, za lepo obarvan ten pa so obiskovalcem na voljo trije solariji (2 ležeča in en stoječi), za sprostitev pa so obiskovalcem na voljo tudi različne masaže.

Tudi za otroke je dobro poskrbljeno, da se lahko starši privoščijo »brezskrben oddih za nekaj ur«.

Gusarski otok je novost na poletni Termalni rivieri, ki jo otroci obožujejo. Na daleč se razlegajo veseli otroški kriki. Pa ne zaradi strašnih piratov – gusarski otok s palmami ima na vrhu namreč velikansko gusarsko glavo, ki vsaki dve minuti izprazni svoje zaloge vode na kričeče otroke. Voda je tu primerno nizka, otrokom pa so na voljo številni vodni rekviziti, od vodnih pušk, ventilov, do cevi in veder, ki jih lahko kadarkoli izpraznijo na glavo svoji simpatiji.

Pod streho hotela Toplice je Športno-rekreacijski center, ki ponuja obilo športa, rekreacije in prijetnega druženja ob vsakem letnem času:

teniško igrišče v klimatizirani dvorani in 6 peščenih teniških dvorišč ob dvorani,  
squash - dinamična igra individualno ali v dvoje,

Uspešna turistična ponudba

bowling - zabava primerna za vse generacije,  
fitnes - organizirana vadba na sodobnih napravah individualno ali pod  
vodstvom strokovno usposobljenih vaditeljev,  
namizni tenis (tri mize),  
igrišče za badminton,  
betonsko igrišče za nogomet, rokomet in košarko.

Gostje se lahko s športom ukvarjajo individualno ali se vključijo v organizirano  
vadbo pod strokovnim nadzorom:

vodena vadba v fitnesu,  
šola tenisa,  
badminton.

V prostorih Športnega centra hotela Toplice deluje tudi Bowling team Terme  
Čatež.

V termah čatež ponujajo tudi fakultativne izlete v bližnjo ali daljno okolico.  
Bizeljska vinska cesta, podeželjske poti Dolenjske, Plitvička jezera, Zagreb,  
Ljubljana in Postojnska jama.

Zelo zanimivo je, da za zveste goste pripravljajo programe zvestobe.

### 4.16.3 Terme Topolšica



Slika 3: Terme Topolšica

**HOTEL VESNA \*\*\***

**HOTEL MLADIKA \*\*\***

Oba hotela skupaj nudita 390 ležišč v enoposteljnih in dvoposteljnih sobah. Sobe so prostorne, lepo opremljene; televizija s satelitskimi in zemeljskimi programi ter direktni telefonski priključek. Večina sob ima balkon. Vsaka soba ima svojo kopalnico, tuš ali banjo, WC, nekaj sob pa ima tudi hladilnik in sušilnik za lase.

V hotelu je aperitiv bar, bistro s hotelskim vrtom, restavracija s 300 sedeži, frizerski salon, prodajalna časopisov in spominkov.

V ponudbi so moderni **rekreacijski termalni bazeni s savnami** (infra, turška, finska), telovadnica, seminarska dvorana za strokovna srečanja in **prostori za**



Uspešna turistična ponudba

**poslovne razgovore.** V hotelskih prostorih so stalno na ogled gostujoče likovne razstave.

#### 4.16.4 Hotel in casino Kongo



Slika 4: casino Kongo

#### O casinoju

V Kongo Hotel & Casino je tudi v afriškem slogu opremljen igralni salon. Igralni salon je odprt 24 ur na dan, v njem je 94 igralnih mest. Igralni salon se bo v mesecu marcu širil na 127 igralnih mest, saj sedanje število igralnih mest glede na povpraševanje in obisk ne zadošča več.

Za tiste, ki raje igrajo na igralnih aparatih, so pripravili možnost igranja različnih iger. Osrednji del predstavljajo aparati, ki so povezani v skupno progresivo pod imenom Diamonds of Kongo. Teh aparatov je šest. Poleg njih so mogoče tudi igre na aparatih za reel, video reel in video poker.

#### Beauty center

V centru Beauty-wellness, ki se bo odprl predvidoma v začetku leta 2005, bosta gostom poleg lepotnih posegov ter lepotnega svetovanja priznanega lepotnega

Uspešna turistična ponudba

kirurga na voljo tudi najmodernejši solarij ter prestižna izbira posebnih sprostitev naprav in masaž.

## **5 EMPIRIČNI DEL**

V empiričnem delu raziskovalne naloge smo želele ugotoviti realne odgovore anketiranih na naslednja vprašanja:

Ali ima Republika Slovenija nudi dejavnike za zelo raznovrstne turistične ponudbe?

Ali ima Republika Slovenija ima najpomembnejše naravne dejavnike, ki omogočajo razvoj turizma (podnebje, površje, reke...)?

Ali je turizem za gospodarstvo Republike Slovenije zelo pomembna panoga?

Se z razvojem turizma v Republiki Sloveniji se ukvarja veliko organizacij?

Turisti se največkrat odločajo na osnovi cene?

Ali se turisti vedno bolj odločajo za letovanja v zdraviliščih, zaradi osveščenosti o zdravju?

Če se turisti določajo na osnovi celovite ponudbe, kjer dobijo hrano, zdravje, športno in kulturno animacijo....?

Ali je ljudem, ki letujejo je zelo pomembna urejenost nastavitvenih objektov?

Koliko so ljudje pripravljeni odšteti za enotedenski oddih in sprostitvev?

## **5.1 SPLOŠNI PODATKI O IZVEDBI ANKETE**

**Anketiranci:** Občani širše celjske regije

**Čas izvedbe:** Anketiranje je potekalo v mesecu februarju, pri spraševanju smo za posameznega anketiranca porabile med 10 in 15 minut.

**Namen ankete:** Pridobiti mnenje anketirancev o ekonomsko uspešni turistični ponudbi.

**Način izvedbe:** V največji meri smo uporabile anketiranje, skozi že pripravljena vprašanja. Ankete smo izvajale predvsem v širši okolici Celja. Na širšem območju Celja (Laško, Šentjur, Žalec...) smo razdelile anketne vprašalnike med znance, ki so izvajali anketiranje v svojem bivalnem okolišu.

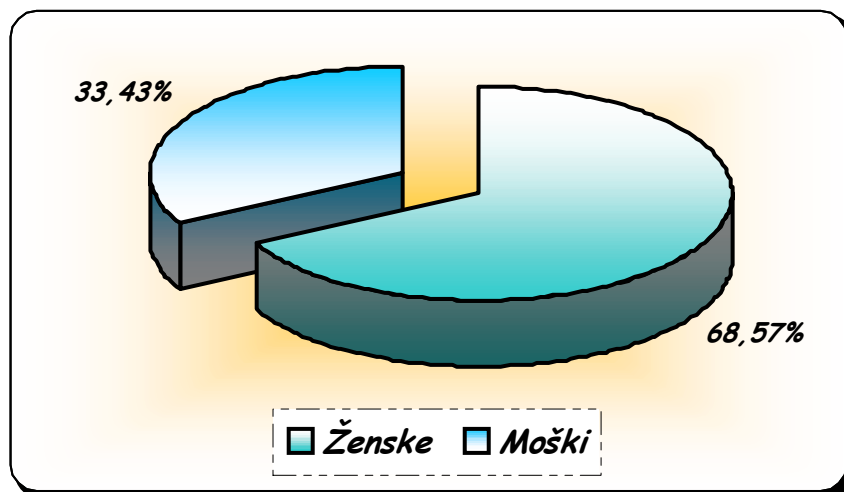
**Udeležba anketirancev:** Skupni vzorec je zajemal 105 anketirancev. Verska pripadnost, spol in druge značilnosti posameznikov niso vplivale na anketiranje. Poudariti je potrebno, da je približno 50 anketirancev, ki niso bili pripravljene sodelovati. Najpogostejši vzroki:

- nimam časa,
- ne hodim na dopust.

**Podatki o vprašalniku:** Anketni vprašalnik je zajemal 14 vprašanj, od tega je bilo 10 vprašanj zaprtega tipa, in 4 kombiniranega tipa.

## SPOL

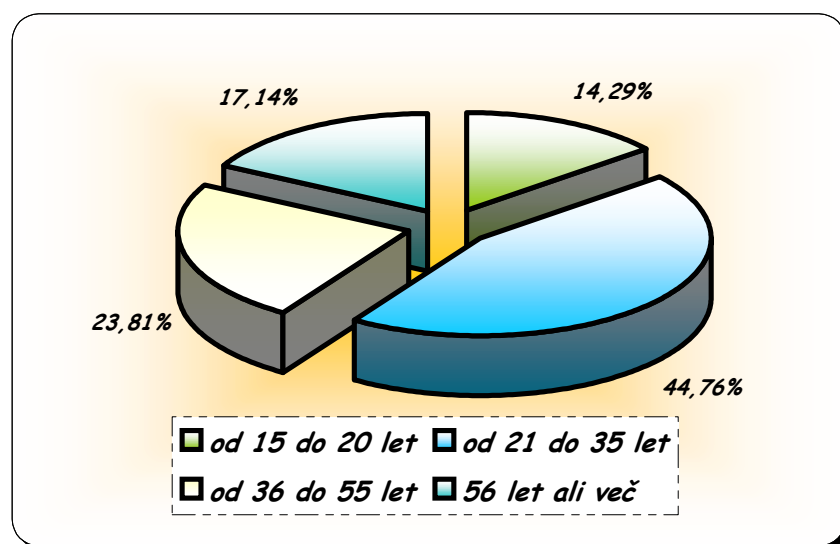
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Ženske	72	68,57
b) Moški	33	34,43



Anketirale smo 105 ljudi, od tega je bilo 72 žensk in 33 moških.

## STAROST

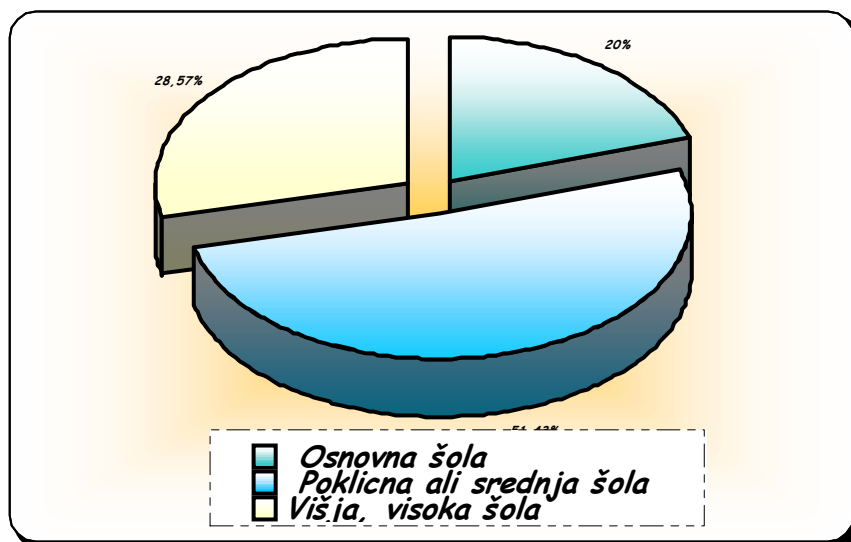
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) od 15 do 20 let	15	14,29
b) od 21 do 35 let	47	44,76
c) od 36 do 55 let	25	23,81
d) 56 ali več let	18	17,14



V anketi smo zajele ljudi različnih starosti. Anketiranci so bili stari od 15 pa vse do nad 56 let. Največ jih je bilo starih od 21 do 35 let, torej iz srednje populacije, ker se ravno ljudje takšne starosti najbolj odločajo za počitnice in smo menile, da nam bodo najbolj znali povedati kaj je za njih »Uspešna turistična ponudba«.

## STOPNJA IZOBRAZBE

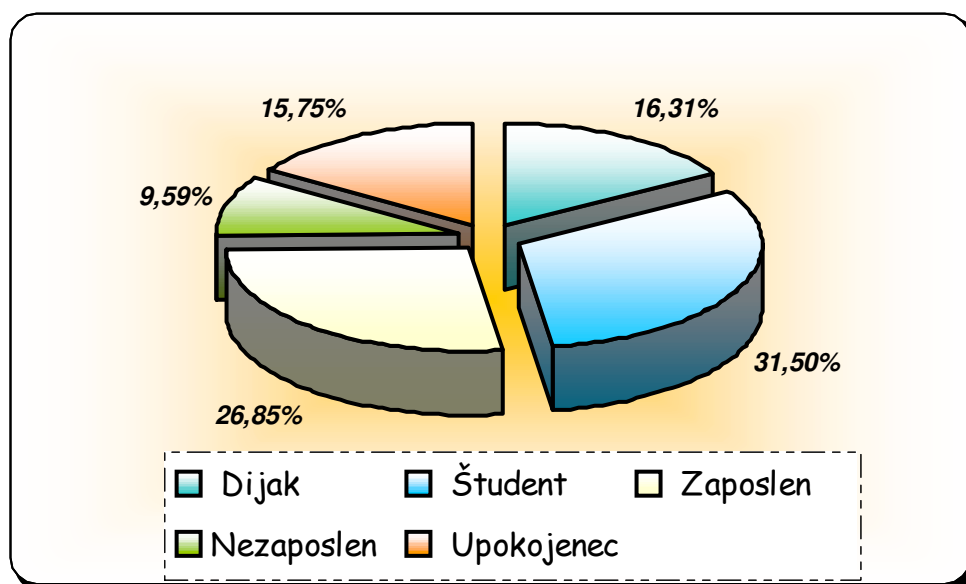
	Št.anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Osnovna šola	21	20,00
b) Poklicna ali srednja šola	54	51,43
c) Višja, visoka šola	30	28,57



Odločile smo se, da poizvemo kakšno stopnjo izobrazbe imajo naši anketiranci, čeprav to ne vpliva na rezultate raziskave. Ugotovile smo, da jih ima več kot polovica poklicno ali srednješolsko izobrazbo; le petina osnovnošolsko izobrazbo.

## DELOVNI STATUS

	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Dijak	17	16,19
b) Študent	33	31,28
c) Zaposlen	28	26,66
d) Nezaposlen	10	9,52
e.) Upokojenec	17	15,64

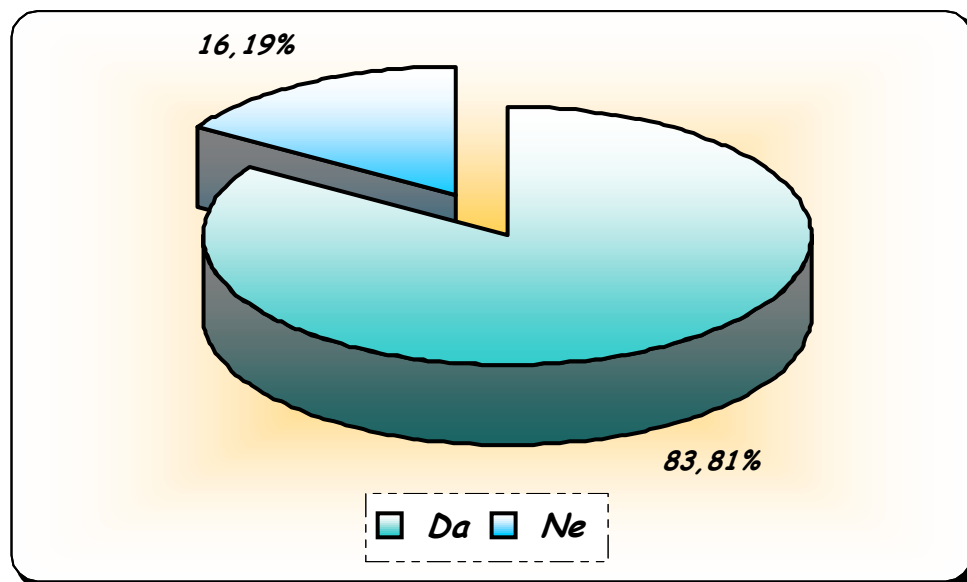


Z enim od štirih predvprašanj smo želele poizvedeti kakšen delovni status imajo naši anketiranci; ali so dijaki, študenti, zaposleni, nezaposleni ali upokojenci. Iz grafa je razvidno, da ima kar ena tretjina anketiranih status študenta.

Vredno bi bilo poudariti, da tudi to vprašanje ni vplivalo na rezultate raziskave – postavile smo ga zgolj v informativne namene.

### 1. Ali poznate definicijo besede TURISTIČNA PONUDBA?

	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Da	88	83,81
b) Ne	17	16,19



Večina od anketirancev se je opredelilo, da pozna definicijo besede turistična ponudba.

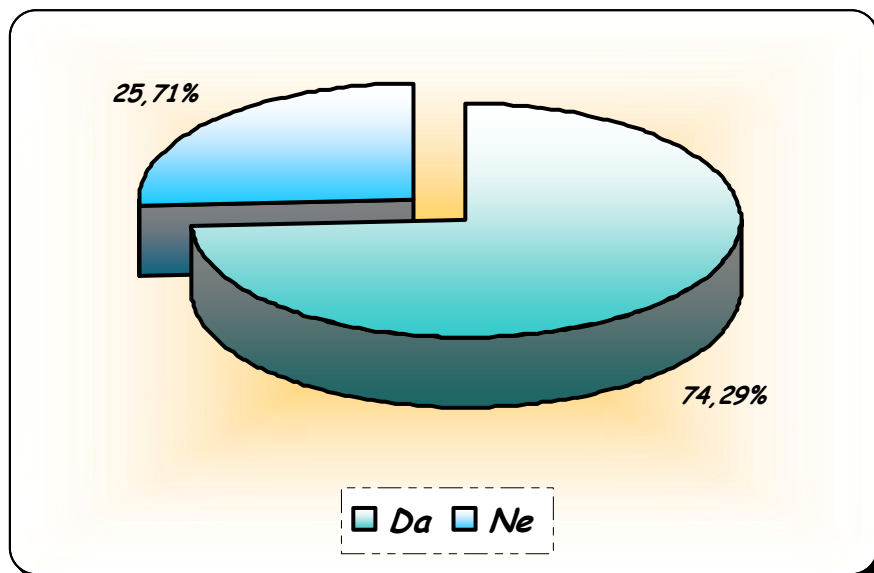
Odločile smo se, da vam zaupamo nekaj najbolj zanimivih definicij te besede.

- Ponudba, ki zadovoljuje potrebe in želje turistov.
- Ponudba prenočišč, zabave za turiste.
- Ponudba turističnih agencij, ki ponujajo potovanja, izlete...



**2. Menite, da ima Republika Slovenija dejavnike za zelo raznovrstno turistično ponudbo?**

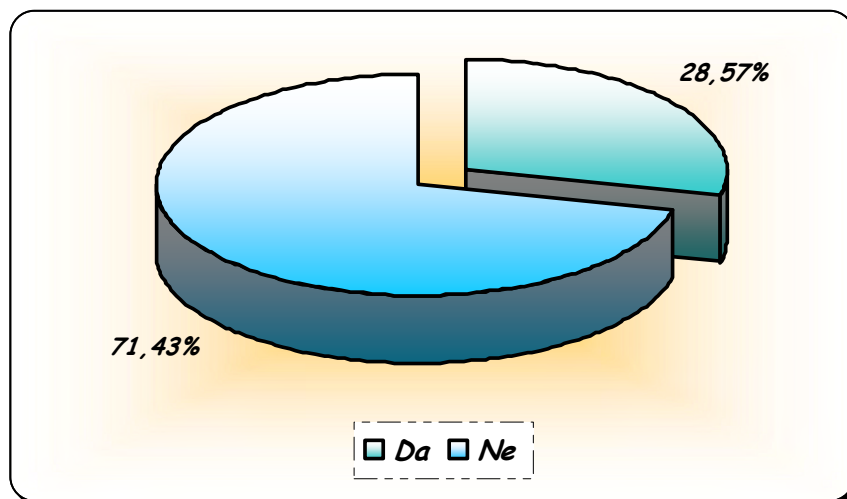
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Da	78	74,29
b) Ne	27	25,71



Večina ljudi, ki smo jih anketirale meni, da ima Republika Slovenija dejavnike za zelo raznovrstno turistično ponudbo. Nekaj pa jih je bilo tudi takih, ki se ne strinjajo, da ima RS dejavnike za zelo raznovrstno turistično ponudbo. Da obnovimo kateri so ti dejavniki: naravne znamenitosti, naravni parki in družbene znamenitosti.

### 3. Menite, da imamo dobro razvite dejavnike za razvoj turizma?

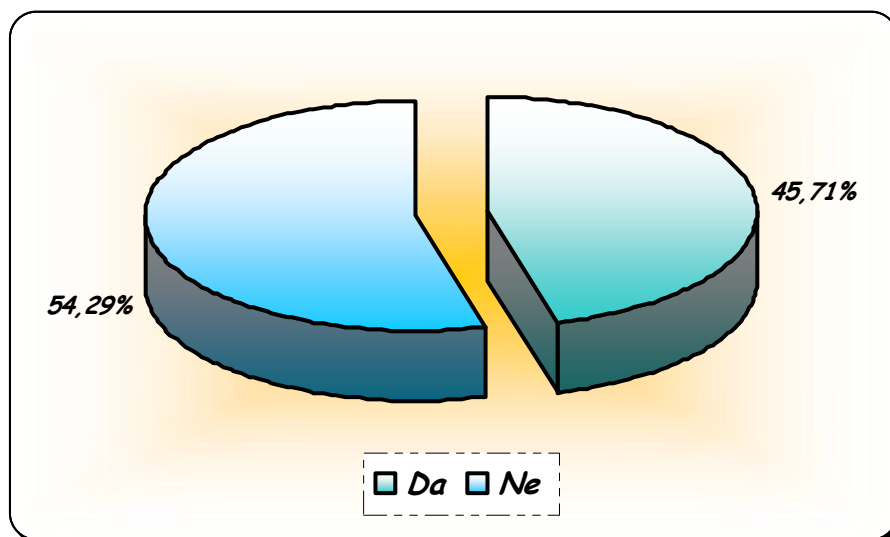
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Da	30	28,57
b) Ne	75	71,43



Po mnenju večine anketirancev ima RS dejavnike za zelo raznovrstno turistično ponudbo, vendar pa teh dejavnikov nima dobro razvitih. Tretjina anketiranih pa je mnenja, da imamo dobro razvite dejavnike za razvoj turizma. Menimo, da bi morala RS nekaj narediti na področju razvoja turizma, da bi se negativno mnenje ljudi spremenilo v pozitivno.

#### 4. Ali RS namenja dovolj sredstev za promocijo turizma v tujini?

	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Da	48	45,71
b) Ne	57	54,29

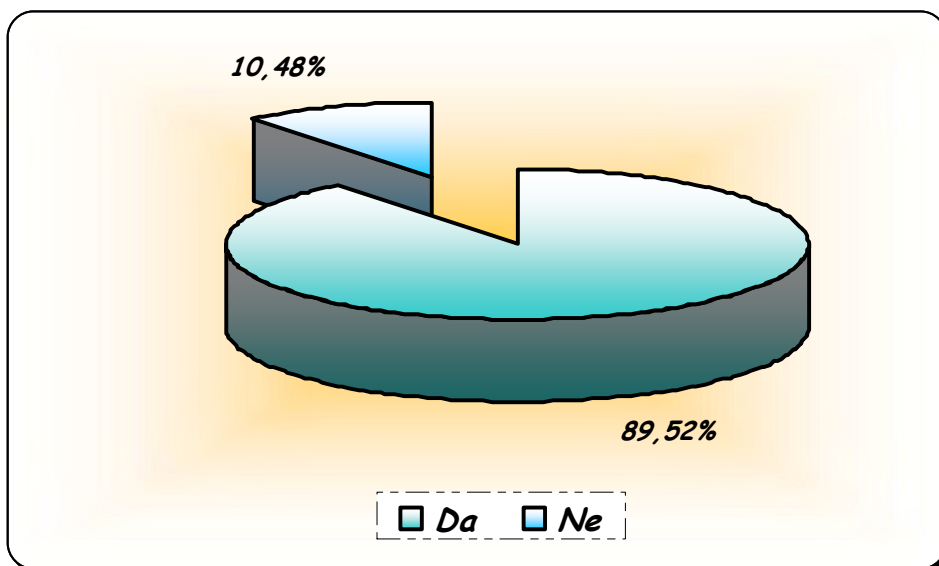


Nekaj več kot polovica anketirancev je mnenja, da naša država ne namenja dovolj sredstev za promocijo slovenskega turizma v tujini. 45 % se jim zdi da je slovenski turizem dovolj promoviran v tujini.

Iz grafa je razvidno, da bi morala RS nameniti nekaj več denarnih sredstev za promocijo slovenskega turizma v tujini.

**5. Ali je po vašem mnenju za naše gospodarstvo turizem pomembna panoga?**

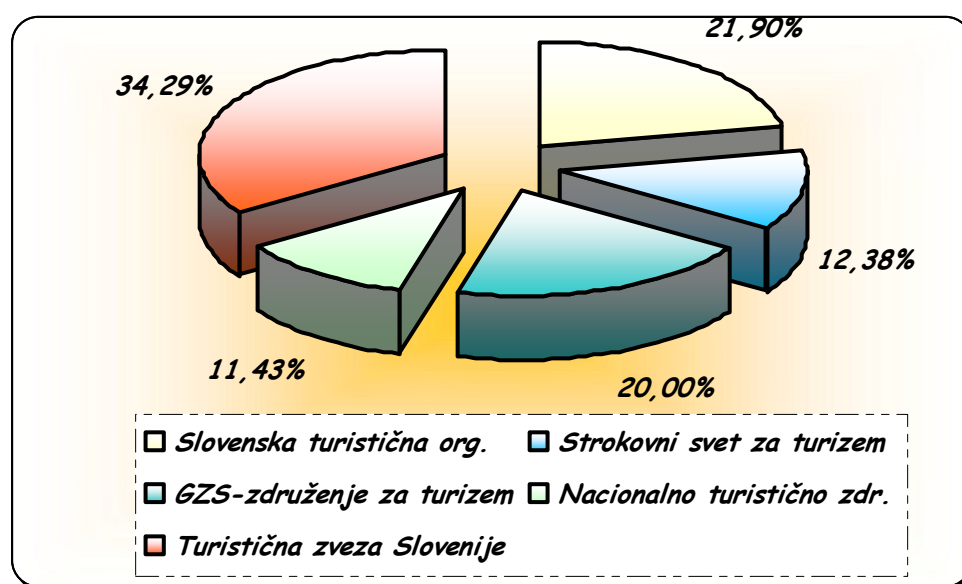
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Da	94	89,52
b) Ne	11	10,48



Kot je razvidno iz tega grafa je za slovensko gospodarstvo turizem ena izmed najpomembnejših panog, saj tako meni skoraj 90 % naših anketirancev. Ostalim 10 % pa se ne zdi tako.

**6. Za katere od naštetih organizacij ste že slišali, ki se ukvarjajo s promocijo turizma?**

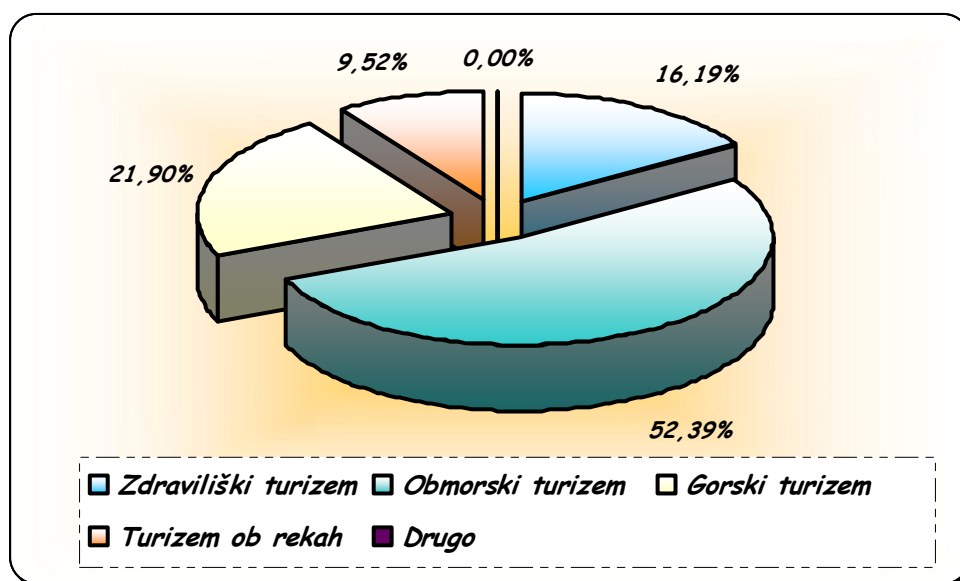
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Slovenska turistična org.	23	21,90
b) Strokovni svet za turizem	13	12,38
c) GZS-združenje za turizem	21	20,00
d) Nacionalno turistično zdr.	12	11,43
e) Turistična zveza Slovenije	36	34,29



Od zgoraj naštetih organizacij, ki se ukvarjajo s promocijo turizma je med našimi anketiranci najbolj poznana Turistična zveza Slovenije, sledita ji Slovenska turistična organizacija in GZS-združenje za turizem. Najmanj sta poznani Strokovni svet za turizem in Nacionalno turistično združenje.

### 7. Za katero vrsto turizma se Vi najpogosteje odločite?

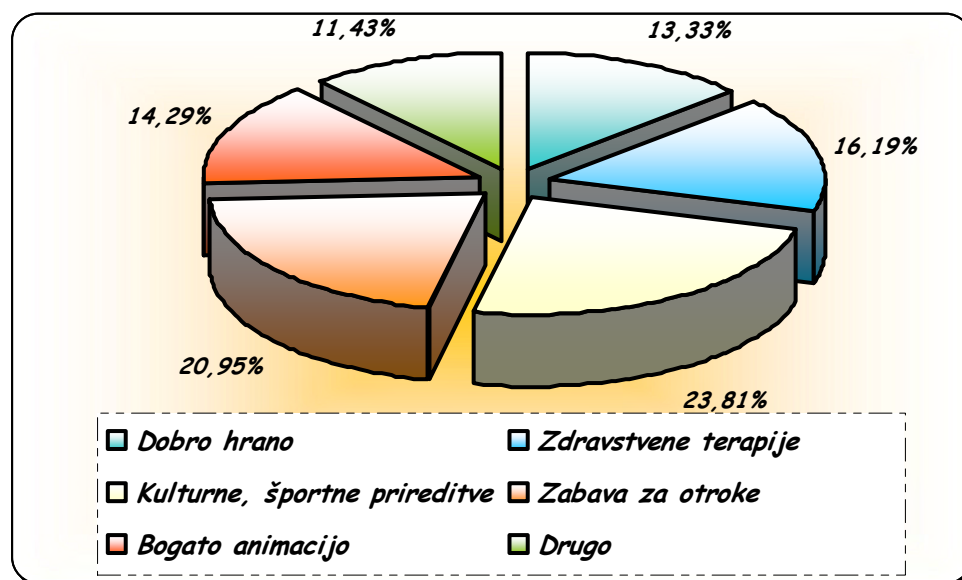
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Zdraviliški turizem	17	16,19
b) Obmorski turizem	55	52,38
c) Gorski turizem	23	21,90
d) Turizem ob rekah	10	9,52
e) Drugo	0	0,00



Kot je razvidno iz grafa je med anketiranci najbolj priljubljen obmorski turizem, saj se jih je za ta odgovor odločilo več kot polovica. Po priljubljenosti med anketiranci sledi obmorski turizem, gorski turizem ter turizem od rekah. Eden izmed ponujenih odgovorov je bil tudi drugo-lahko bi sami izbrali vrsto turizma za katero se najpogosteje odločijo, vendar se za to ni odločil nihče izmed njih.

### 8. Kaj Vam mora nuditi turistična ponudba, da se odločite za njo?

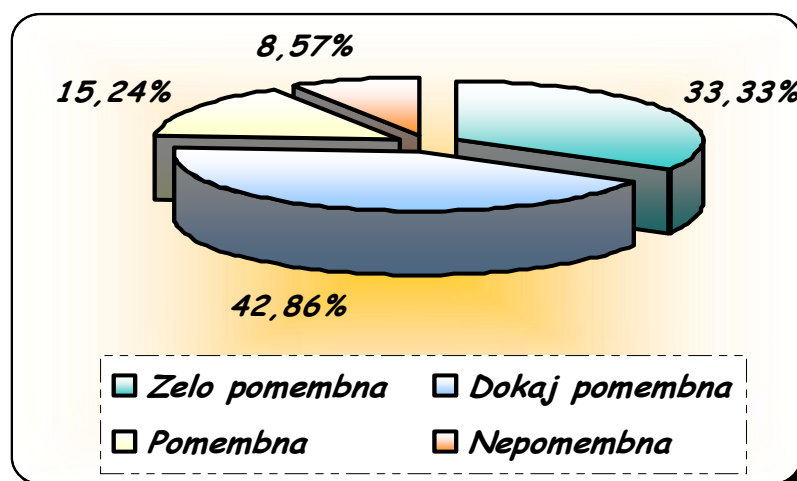
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Dobro hrano	14	13,33
b) Zdravstvene terapije	17	16,19
c) Kulturne, športne prireditve	25	23,81
d) Zabava za otroke	22	20,95
e) Bogato animacijo	15	14,29
f) Drugo	12	11,43



Največ anketirancev se je opredelilo, da se odloči za turistično ponudbo, če ta nudi dovolj kulturnih in športnih prireditev; eden izmed zelo pomembnih dejavnikov pri odločitvi za najboljšo turistično ponudbo je tudi zabava za otroke. Najmanj pomembna pa je po njihovih prepričanjih dobra hrana, saj se jih je le desetina odločila za ta odgovor.

**9. Kako pomembna se Vam zdi dodatna ponudba k osnovnim paketom?**

	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Zelo pomembna	35	33,33
b) Dokaj pomembna	42	42,86
c) Pomembna	16	15,24
d) Nepomembna	12	8,57

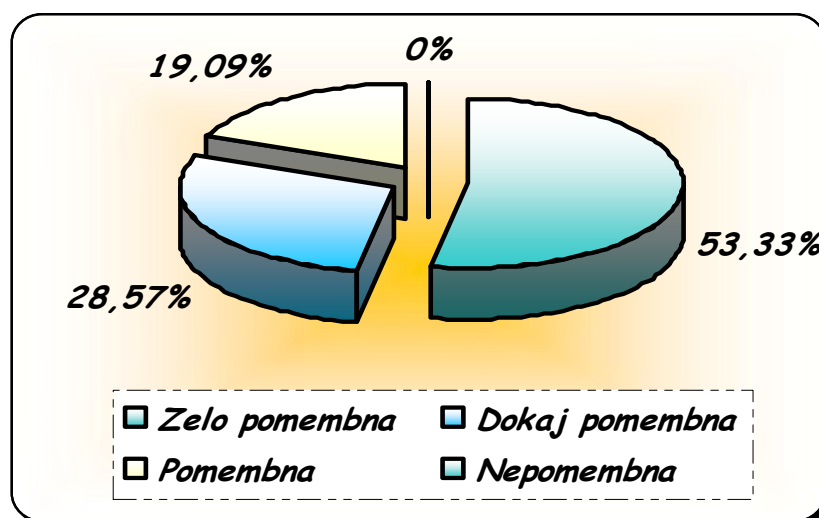


Skoraj vsem anketiranim se dodatna ponudba k osnovnim paketom zdi dokaj oziroma zelo pomembna. Nekaj manj kot desetini pa se dodatna ponudba k osnovnim paketom zdi nepomembna in gledajo predvsem na druge dejavnike ponudbe.



**10. Kako pomembna se Vam zdi urejenost nastavitvenih objektov v katerih preživljate počitnice?**

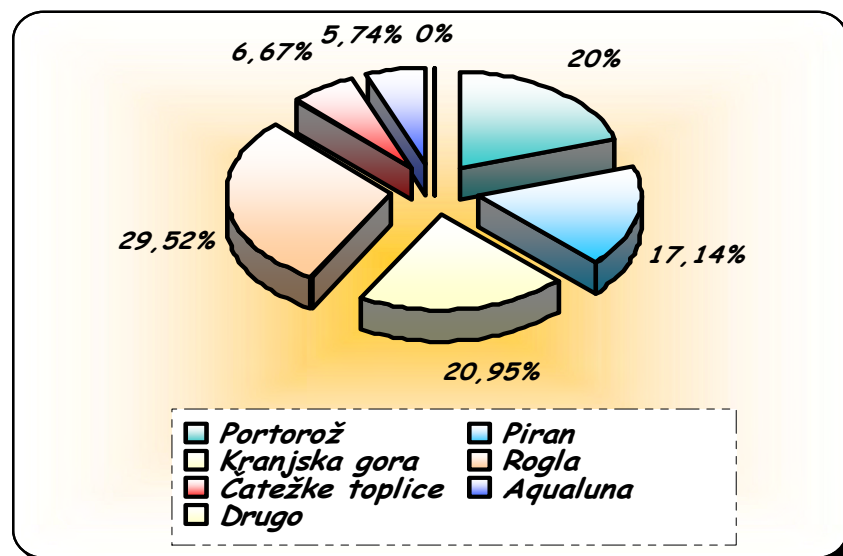
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Zelo pomembna	56	53,33
b) Dokaj pomembna	30	28,57
c) Pomembna	19	19,09
d) Nepomembna	0	0,00



Nekaj več kot polovici anketiranim se zdi zelo pomembna urejenost nastavitvenih objektov v katerih preživljajo počitnice. Tretjini se to zdi dokaj pomembno; petini pomembno. Nobenemu izmed njih pa se urejenost nastavitvenih objektov zdi nepomembna. Iz odgovorov lahko sklepamo, da morajo biti za uspešno turistično ponudbo zelo urejeni tudi nastanitveni objekti v katerih so nastanjeni turisti.

### 11. Kateri od spodaj naštetih krajev se Vam zdi najbolj turistično privlačen?

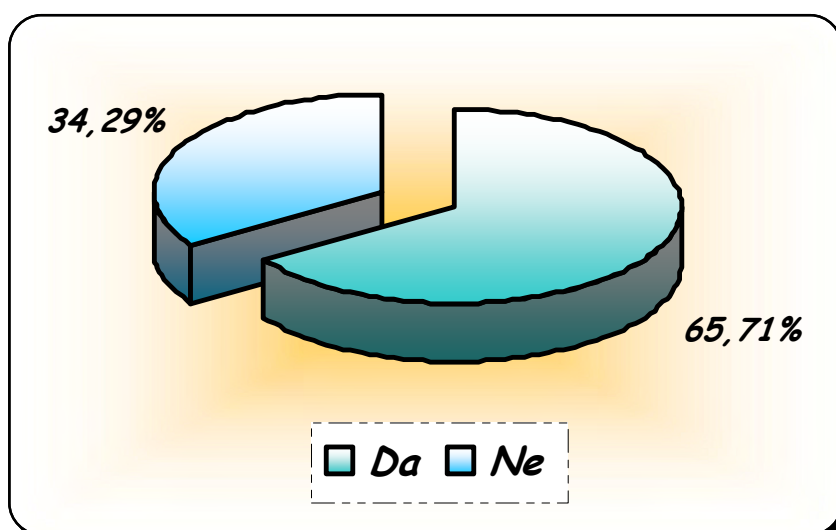
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Portorož	21	20,00
b) Piran	18	17,14
c) Kranjska gora	22	20,95
d) Rogla	31	29,52
e) Čateške toplice	7	6,67
f) Aqualuna	6	5,74
g) Drugo	0	0,00



Najbolj turistično privlačen kraj izmed zgoraj naštetih je za naše anketirance Rogla, saj se jih je za ta odgovor odločila skoraj tretjina, drugi po priljubljenosti je Kranjska Gora z 20,95 %, sledi ji Portorož (20 %), Piran, Čateške toplice in Aqualuna. Ta odgovor nas je zelo presenetil, saj so se anketiranci v enem izmed predhodnih vprašanj opredelili, da se najraje odpravijo na počitnice v obmorske kraje.

**12. Ali je po Vašem mnenju pomembno, da turistični kraj nudi skozi celo leto možnost za oddih in sprostitev?**

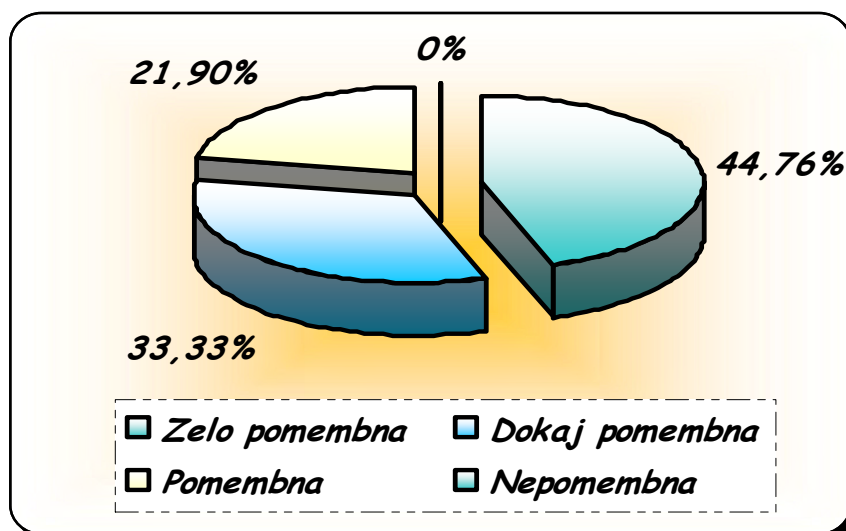
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Da	69	65,71
b) Ne	36	34,29



69 anketirancev oz. nekaj več kot 65 % je mnenja, da morajo imeti turistični kraji skozi celo leto možnost za oddih in sprostitev. Ostalih 36 anketirancev se ne strinja, da naj bi imeli turistični kraji skozi celo leto možnost oddiha in sprostitev.

**13. Kako pomembno se Vam zdi, da Vam za malo denarja ponudijo kar največ?**

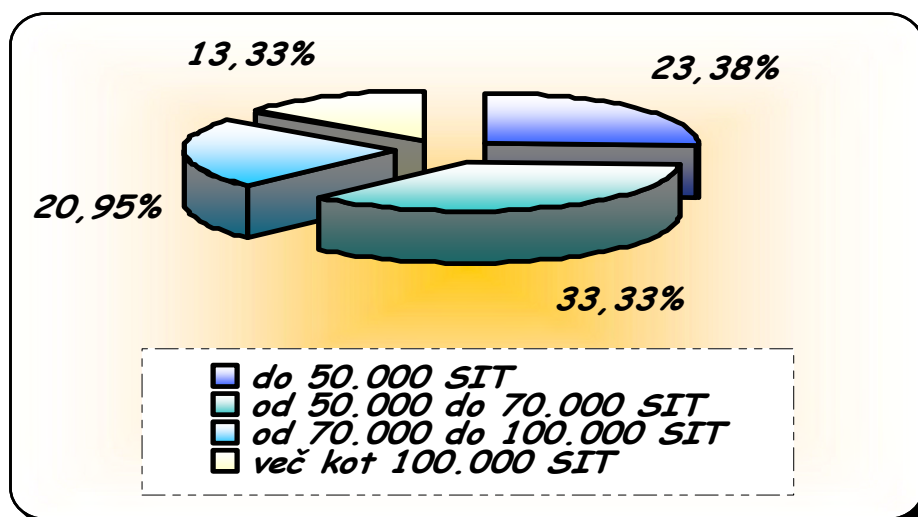
	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) Zelo pomembna	47	44,76
b) Dokaj pomembna	35	33,33
c) Pomembna	23	21,90
d) Nepomembna	0	0,00



Nekaj manj kot polovici anketiranih se zdi zelo pomembno, da jim za malo denarja ponudijo kar največ, 33,33 % se jim zdi dokaj pomembno, pomembno pa 21,90 %.

**14. Kako globoko ste pripravljeni seči v žep za enotedenski oddih?**

	Št. anketiranih (skupaj 105)	Odstotek (%)
a) do 50.000 SIT	34	23,38
b) od 50.000 do 70.000 SIT	35	33,33
c) od 70.000 do 100.000 SIT	22	20,95
d) več kot 100.000 SIT	14	13,33



Največ anketirancev je pripravljeno za enotedenski oddih odšteti od 50.000 do 70.000 SIT. 34 oseb, torej tretjina je pripravljena odšteti samo do 50.000 SIT, nekaj pa je tudi takšnih, ki jih je pripravljenih odšteti 100.000 ali več.

## **5.2 OVREDNOTENJE HIPOTEZ**

V tem delu raziskovalne naloge smo ovrednotile hipoteze, ki smo si jih predpostavile.

**H-1 Republika Slovenija nudi dejavnike za zelo raznovrstne turistične ponudbe.**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-2 Republika Slovenija ima najpomembnejše naravne dejavnike, ki omogočajo razvoj turizma.**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-3 Za gospodarstvo Republike Slovenije je turizem zelo pomembna panoga.**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-4 Z razvojem turizma v Republiki Sloveniji se ukvarja precej organizacij.**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-5 Turisti se največkrat odločajo na osnovi cene.**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-6 Turisti se vedno bolj odločajo za letovanja v zdraviliščih, zaradi osveščenosti o zdravju.**

*Raziskava te hipoteze ni potrdila, saj se za letovanje v*

zdraviliščih odloča zelo majhna populacija naših anketirancev. Mnogo bolj so med njimi priljubljeni obmorski in gorski kraji, saj se je večina anketiranih opredelila za ta dva možna odgovora.

**H-7 Turisti se odločajo na osnovi celovite ponudbe, kjer dobijo hrano, zdravje, športno in kulturno animacijo....**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-8 Ljudem, ki letujejo je zelo pomembna urejenost nastavitvenih objektov.**

*Raziskava je to hipotezo potrdila.* 😊

**H-9 Ljudje so pripravljeni odšteti za enotedenski oddih od 70.000 do 100.000 SIT.**

*Raziskava je to hipotezo le delno potrdila, saj je največ ljudi pripravljeno odšteti za enotedenski oddih od 50.000 SIT do 70.000 SIT.*

## 6 ZAKLJUČEK

Iz empiričnega dela naše raziskovalne naloge smo spoznale naslednje:  
Naši anketiranci si pod besedo turistična ponudba razlagajo naslednje:

- Ponudba, ki zadovoljuje potrebe in želje turistov.
- Ponudba prenočišč, zabave za turiste.
- Ponudba turističnih agencij, ki ponujajo potovanja, izlete...

Slovenija ima zelo raznovrstne dejavnike za uspešno turistično ponudbo, vendar pa teh dejavnikov nima dovolj dobro razvitih.

V raziskovalni nalogi smo tudi ugotovile, da RS ne namenja dovolj sredstev za promocijo slovenskega turizma zunaj meja, čeprav je turizem za našo državo ena izmed najbolj pomembnih panog, saj vedno bolj izginjajo panoge, kot so tekstilna, obutvena industrija, ki so bile še pred nekaj leti med pomembnejšimi za gospodarstvo RS.

V RS se kar nekaj organizacij ukvarja s promocijo turizma, najbolj poznana je Turistična zveza Slovenije. Večina naših anketirancev ne ve, da ima tudi Gospodarska zbornica Slovenije oddelek, ki se ukvarja s to dejavnostjo.

Ljudje se največkrat odločajo za počinkovanje v obmorskih krajih, manj za zdraviliški turizem, turizem ob rekah. Odločajo se na podlagi dobre dodatne ponudbe, ki naj bi vsebovala športne, kulturne prireditve, animacijo, varstvo otrok, da si lahko starši vzamejo urico za sebe...

Za uspešno turistično ponudbo je eden izmed zelo pomembnih dejavnikov urejenost nastavitvenih objektov, saj ljudje v le teh preživijo veliko časa. Dobro je, če ima turističen kraj možnost za oddih in sprostitev skozi celo leto, da nima v času mesecev, ko npr. v Kranjski Gori ni možnosti smučanja prevelikega izpada dobička.

Na odločitev posameznika kje bo preživel dopust vplivajo tudi cene in kaj lahko gostu ponudijo za ta denar.

V Sloveniji je najbolj turistično privlačna Rogla, saj skozi celo leto nudi ogromno možnosti za oddih in sprostitev.

Menimo, da bi se morali ostali turistični kraji vzgledovati po Rogli, saj bi potem bila vedno zelo uspešna turistična sezona.



## **7 VIRI IN LITERATURA**

- FLORJANČIČ, Jože; JESENKO, Jože; BENČIČ, Margareta (1998). Management v turizmu 2. Kranj: Moderna organizacija.
- ČEH, Jožef (2002). Turizem ohranja človeka in naravo. Zreče: Irtis,d.o.o.
- TURNŠEK, Janez (2002). Turizem za praktično rabo. Ljubljana: Mohorjeva založba.
- ZORKO, Daniela (1999). Uvod v turizem. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- [www.rogla.si](http://www.rogla.si)
- [www.stat.si/letopis](http://www.stat.si/letopis)
- [www.slovenia-tourism.si](http://www.slovenia-tourism.si)
- [www.t-topolsica.si](http://www.t-topolsica.si)
- [www.terme-catez.si](http://www.terme-catez.si)
- [www.kongo-hc.com](http://www.kongo-hc.com)

## 8 PRILOGA

### **ANKETA: » Uspešna turistična ponudba«**

#### **Spoštovani!**

Za potrebe raziskovalne naloge z gornjim naslovom, Vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnji vprašalnik v skladu z vašim prepričanjem in mnenjem. Za Vaš čas, trud in sodelovanje se Vam vnaprej lepo zahvaljujemo.

Raziskovalke Poslovno-komercialne šole Celje

- ◆ **Spol:** a) Moški b) Ženski
- ◆ **Starost:** a) od 15 do 20 let b) od 21 do 35 let  
c) od 36 do 55 let d) 56 ali več let
- ◆ **Stopnja izobrazbe:** a) Osnovna šola  
b) Poklicna ali srednja šola  
c) Višja, visoka šola
- ◆ **Delovni status:** a) Zaposlen b) Nezaposlen c) Upokojenec  
d) Študent e) Dijak

Prosimo Vas, če obkrožite odgovor kateri je v skladu z vašim prepričanjem in mnenjem.

#### **1. Ali poznate definicijo besede TURISTIČNA PONUDBA?**

- a) DA, turistična ponudba je.....
- b) NE

#### **2. Menite, da ima Republika Slovenija dejavnike za zelo raznovrstno turistično ponudbo?**

- a) DA
- b) NE

**3. Menite, da imamo dobro razvite dejavnike za razvoj turizma?**

- a) DA
- b) NE

**4. Ali RS namenja dovolj sredstev za promocija turizma v tujini?**

- a) DA
- b) NE

**5. Ali je po vašem mnenju za naše gospodarstvo turizem pomembna panoga?**

- a) DA
- b) NE

**6. Za katere od naštetih organizacij ste že slišali, ki se ukvarjajo s promocijo turizma?**

- a) Slovenska turistična organizacija (STO)
- b) Strokovni svet za turizem
- c) Gospodarska zbornica Slovenije – združenje za turizem in gostinstvo
- d) Nacionalno turistično združenje
- e) Turistična zveza Slovenije (TZS)

**7. Za katero vrsto turizma se Vi najpogosteje odločite?**

- a) Zdraviliški turizem
- b) Obmorski turizem
- c) Gorski turizem
- d) Turizem ob rekah
- e) Drugo.....

**8. Kaj Vam mora nuditi turistična ponudba, da se odločite za njo?**

- a) Dobra hrana
- b) Zdravstvene terapije
- c) Kulturne, športne prireditve
- d) Zabavo za otroke
- e) Bogato animacijo
- f) Drugo.....

**9. Kako pomembna se Vam zdi dodatna ponudba k osnovnih paketom?**

- a) Zelo pomembna
- b) Dokaj pomembna
- c) Pomembna

d) Nepomembna

**10. Kako pomembna se Vam zdi urejenost nastavitvenih objektov v katerih preživljate počitnice?**

- a) Zelo pomembna
- b) Dokaj pomembna
- c) Pomembna
- d) Nepomembna

**11. Kateri od spodaj naštetih krajev se Vam zdi najbolj turistično privlačen**

- a) Portorož
- b) Piran
- c) Kranjska Gora
- d) Rogla
- e) Čateške toplice
- f) Aqualuna
- g) Drugo.....

**12. Ali je po Vašem mnenju pomembno, da turističen kraj nudi skozi celo leto možnost za oddih in sprostitev?**

- a) DA
- b) NE

**13. Kako pomembno se Vam zdi, da Vam za malo denarja ponudijo kar največ?**

- a) Zelo pomembno
- b) Dokaj pomembno
- c) Pomembno
- d) Nepomembno

**14. Kako globoko ste pripravljeni seči v žep za enotedenski oddih?**

- a) 50.000 SIT
- b) od 50.000 do 70.000 SIT
- c) od 70.000 do 100.000 SIT
- d) 100.000 SIT ali več