

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ANDREJA PETRIČ

KOPER, 2017

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

RAZVOJ TURIZMA NA PRIMERU IZBRANE
REGIJE

Andreja Petrič

Koper, 2017

Mentor: viš. pred. mag. Dušan Gošnik

POVZETEK

V zaključni projektni nalogi predstavljamo stanje ter dejavnike stanja in razvoja turizma na primeru izbrane regije. Namen zaključne projektne naloge je bil raziskati in preučiti strokovno literaturo s področja obravnavanega problema. S pomočjo intervjujev smo analizirali in ugotovili, ali lahko na tem območju izkoristimo turizem kot pomembno gospodarsko panogo za prepoznavanje kraja in pridobivanje novih turistov ter motiviranje le-teh, da bi več časa namenili obisku v naši destinaciji. Ugotovitve kažejo, da je turizem v Vipavski dolini razvit, vendar ob določenih ureditvah in ob boljši organizaciji bi ta bolje deloval in bi ga lahko razvijali še naprej. Rezultati kažejo tudi na to, da je potrebno graditi naprej na tradiciji ter zgodovini, saj sta obe dovolj močni, da lahko združimo moči in uspemo. Turizem je gospodarska panoga, ki potrebuje vedno nove ukrepe, vedno pa je potrebno biti v koraku s časom ter se truditi, da ga razvijamo ter nikoli ne nehamo vztrajati.

Ključne besede: turist, turizem, turistična ponudba, turistična destinacija, management

SUMMARY

This final project assignment presents status and factors of status and development of tourism in chosen region. The purpose of the final project assignment was to investigate and study the scientific literature. Through interviews we analyzed and determined whether it is possible to use tourism as an important economic sector in this region for recognition of places and attracting new tourists and motivating them to spend more time on a visit to our destination. Findings show that tourism is developed in the Vipava Valley, but with better arrangements and organisation it would work better and could develop even further. The results also show that it is necessary to continue to build on tradition and history, as both are strong enough for people to unite and succeed. Tourism is an economic sector which constantly needs new measures, requires that we are keeping pace with time, trying to develop and never giving up.

Keywords: tourist, tourism, tourist offer, tourist destination, management

UDK: 338.48:005(043.2)

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju viš. pred. mag. Dušanu Gošniku za strokovno pomoč pri pisanju projektne naloge.

Prav tako gre zahvala ge. Sonji Mužina iz Turistično informacijskega centra Ajdovščina, ge. Urški Grmek iz Zavoda za turizem TRG Vipava, g. Božu Ježu iz Turistične kmetije Abram na Nanosu. Posebna zahvala gre županu Občine Ajdovščina g. Tadeju Beočaninu ter g. Tomažu Kavčiču iz Dvorca Zemono. Vsem hvala za hitro odzivnost ter čas, ki so si ga vzeli za intervjuje. Hvala ge. Ireni Humar Kobal za pomoč pri oblikovanju zaključne projektne naloge.

Zahvaljujem se tudi svoji družini, tako staršem Janji in Viktorju in bratu Aljažu kot tudi starim staršem ter prijateljem za vso podporo ter vzpodbujanje pri pisanju zaključne projektne naloge.

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilji projektne naloge	3
1.3	Uporabljene metode za doseganje ciljev projektne naloge	4
1.4	Predpostavke in omejitve pri obravnavanem problemu	4
2	Turizem	6
2.1	Utemeljitev izrazov	6
2.2	Kratka zgodovina turizma po svetu in Sloveniji	7
2.3	Zgodovina Vipavske doline	9
2.4	Turizem v Vipavski dolini	10
3	Značilnosti Vipavske doline	12
3.1	Lega in podnebje	12
3.2	Naravne vrednote in naravni spomeniki	13
3.3	Šport in doživetja	14
3.4	Značilne jedi	15
3.5	Posebnosti	15
3.6	Tržna znamka Vipavska dolina	16
4	Dejavniki turističnega razvoja	17
4.1	Turistična društva	17
4.2	Mladinska društva	19
4.3	Gostilne	20
4.4	Izletniške kmetije	21
4.5	Osmice	22
4.6	Vinogradniške kmetije	22
4.7	Namestitve	25
4.8	Znane prireditve v Vipavski dolini	27
5	Razvoj turizma na primeru izbrane regije	28

5.1	Organiziranost.....	28
5.1.1	TIC Ajdovščina	28
5.1.2	Zavod za turizem TRG Vipava	29
5.1.3	Razvojna agencija ROD Ajdovščina	30
5.1.4	Lokalna akcija skupine Zgornje Vipavske doline in Komenskega Krasa ..	30
5.2	Analiza stanja turistov.....	30
6	Analiza in intepretacija intervjujev	31
6.1	Namen intervjujev.....	31
6.2	Izvedba intervjujev.....	31
6.3	Število intervjuvancev ter zasnova vprašalnika za intervju.....	31
6.4	Interpretacija rezultatov	32
6.5	Ugotovitve in predlogi za izboljšanje	32
7	Zaključek	39
	Literatura in viri	41
	Priloge	43

SLIKE

Slika 1: Prihodi turistov med leti 2011 in 2015 za občino Vipava in občino Ajdovščina	47
Slika 2: Prihodi domačih in tujih turistov v letu 2016 za občino Ajdovščina ter občino Vipava - mesečno	48
Slika 3: Nočitve turistov med leti 2011 - 2015 v občini Vipava in občini Ajdovščina	48
Slika 4: Nočitve turistov po mesecih za leto 2016 v občini Ajdovščina in občini Vipava	49
Slika 5: Prihodi in nočitve turistov v letu 2015 in 2016.....	50
Slika 6: Prihodi turistov od 2011 do 2015 skupaj mesečno v občini Ajdovščina in občini Vipava.....	51
Slika 7: Prihodi turistov skupaj za leto 2016 v občini Ajdovščina in občini Vipava.....	51

1 UVOD

V zaključni projektni nalogi smo raziskovali ter preučili pomen turizma in njegov razvoj v izbrani regiji, ki obsega območje občine Ajdovščina ter občine Vipava.

Predvidevamo, da je turizem v Vipavski dolini panoga, ki mnoge navdušuje in zato se marsikdo trudi, da bi bila na določenem nivoju. Vipavska dolina je zelo raznolika in hkrati drugačna od drugih regij. Zgodovina, ki smo jo tudi raziskali, je bila polna dogajanja in marsikaj se je iz zgodovine tudi ohranilo. Tradicija naših prastaršev, lahko priznamo, se razlikuje od naše, vendar je to neka osnova, na kateri lahko danes naredimo nekaj drugačnega in novega. Bogata kulinarika ter avtohtona vina so bogastvo Vipavske doline, ki tudi goste vedno bolj zanima, saj samo tako lahko občutijo kraj tudi osebno.

V uvodnem poglavju te naloge smo predstavili raziskovalni problem, namen in cilje raziskave ter opredelili omejitve ter predpostavke raziskave.

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

V zaključni projektni nalogi smo raziskovali ter preučili pomen turizma in njegov razvoj v izbrani regiji, ki obsega območje občine Ajdovščina ter občine Vipava.

Vedno več držav sveta se odloča za investiranje v turizem, saj turistična panoga pomembno prispeva k ekonomskim kazalcem posamezne države, k razvoju infrastrukture ter odpiranju novih delovnih mest. Turizem je zaradi nenehnega razvoja ter rasti v zadnjem šestletnem obdobju postal eden najhitreje razvijajočih ekonomskih panog na svetu.

Odkar se razvija veda o turizmu, se vrstijo različne definicije pojma turizem. Sama beseda turizem izhaja iz grške besede *tornos*, ki pomeni šestilu podobno orodje (Veljković 2014, 23). Pozneje se je iz te grške besede razvila tudi latinska beseda *tornare*, ki pomeni zaokrožiti, iz le-te pa francoska beseda *tour* (Veljković 2014, 23). Ob tem se je beseda prevedla tudi v angleščino in nemščino, predvsem iz nemščine se je prevedla tudi v slovenščino. Dolgo smo Slovenci uporabljali izraz *tujski promet*, kar je dobesedni prevod iz nemške besede *Fremdenverkehr*, vendar tega v zadnjih letih, ko gre za turiste iz tujine, nadomeščamo z izrazom mednarodni turizem (Veljković 2014, 23). Pojmovanje turista se je spreminjalo ter prilagajalo vedno novim oblikam turizma. Za turista je bil prvotno štet le tujec, ne pa tudi državljan domače države. Dolgo so v Sloveniji in tudi v drugih alpskih državah kot turiste upoštevali samo alpiniste ter planince. Beseda "turist" je bila prvič zabeležena okrog leta 1800 v Angliji (Colarič-Jakše 2014, 35).

Turizem je odkrivanje, iskanje atraktivnega, novega, udobnega in vznurljivega. Je posledica človekove radovednosti in občutka potrebe po spoznavanju drugačnega in novega. Človek vedno išče nove odgovore na vprašanja, kar ima posledico v tem, da je v nenehnem gibanju. Da lahko za človeka rečemo, da je turist, se mora ta odpraviti na pot oziroma iti nekam drugam, kjer bo raziskoval nova področja in jih spoznaval (Veljković 2014, 26).

Guyer- Freuler E. Handwörterbuch der schweizerischen Volkswirtschaft, Bern 1895: *»Turizem v modernem smislu je pojav novega časa, ki temelji na povečani potrebi po oddihu in spremembi zraka, na povečanem in gojenem smislu za pokrajinske lepote, veselje in užitek v prosti naravi, posebno pa je pogojeno s povečano mešanico narodov in slojev družbe kot posledica razvoja trgovine, industrije in obrti ter izpopolnitve prevoznih sredstev.«* (Veljković 2014, 45).

Statistični urad RS opredeljuje turizem kot: *»Turizem je splet dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo v kraju zunaj svojega običajnega okolja, da bi tako preživele svoj prosti čas, se sprostile, zaradi poslov ali iz drugih razlogov. Turizem vključuje tako enodnevne izlete, kot tudi potovanja, na katerih turisti vsaj enkrat prenočijo.«* (Statistični urad RS, 2017).

Vse prebrane in navedene številne definicije turizma, ki jih lahko dobimo v literaturi, se med seboj zelo razlikujejo. Eden izmed vzrokov je deloma zaradi okolja in časa, kje in kdaj so nastale, deloma pa v ciljih definiranja (Colarič-Jakše 2014, 47).

Turist je torej tisti, ki potuje po različnih krajih okrog sveta in se ne giba okrog svojega običajnega okolja in tam preživi vsaj eno noč, ne pa več kot eno leto. Tega ne počne zaradi rednega dela ali opravljanja delovnih nalog, temveč zaradi sprostitev ali preživljanja prostega časa (Veljković 2014, 27). Ljudje potujejo zaradi različnih razlogov, najpogostejši so: obiskovanje sorodnikov ali prijateljev, rekreacija in izobraževanje, spoznavanje drugih krajev, zabava in sprostitev ter pobeg od vsakdanje rutine. Turisti želijo s koriščenjem turističnih storitev zadovoljiti svoje želje in potrebe (Brezovec 2000, 24).

Turist mora svoje bivanje v drugem kraju plačati s sredstvi, ki so pridobljena iz dela drugje. Zato je turist v kraju, kjer je nastanjen, izključno potrošnik oziroma obiskovalec. Turist ima različne motive ter potrebe, ki so prav tako pomembna prvina ter dejavnik turizma. Človek, ki je turist, potuje, ker čuti ljubezen ter potrebo do nečesa novega. Videti si želi več tistega, kar ne izvira iz njegovega stalnega prebivališča. Turist hoče doživeti tako nematerialne kot materialne stvari, sem pa sodijo tudi užitki ob kulturnih prireditvah, posebnostih materialne, socialne in duhovne dediščine, doživetja naravnih pojavov in podobno. To je namreč atrakcija, saj so to posebni pojavi, dejanja in dogodki (Veljković 2014, 27-28).

Turizem ni enoznačen pojav, ampak splet odnosov ekonomskega, okoljskega, družbenega in podnebne značaja. Je skupek pojavov in odnosov, ki nastajajo ob srečanju samih turistov s turistično destinacijo, kjer bodo bivali, ter lastnostih, ki jih destinacija ima. Na obnašanje ter

oblikovanje udeležencev turističnega trga vplivajo zunanji in notranji dejavniki. Ti povzročajo mnoge med seboj odvisne odnose gospodarskega, kulturnega, socialnega, demografskega ter drugega pomena (Veljković 2014, 28).

Bistveni turistični dejavniki so na primer: motiv potovanja (oddih, rekreacija, spoznavanje novih dežel ...), organiziranje potovanja (individualno ali organizirano), pogostost potovanj (enkrat, dvakrat, enkrat na mesec, večkrat na leto), dolžina potovanja (izleti, poldnevni, celodnevni, vikendi, krajša potovanja za dva dni ...) in letni čas potovanja (jesen, zima, pomlad, poletje) (Turnšek 2002, 17).

Vipavska dolina leži na zahodnem delu Slovenije in se začne na prehodu iz osrednje Slovenije v Furlansko nižino. Od vzhoda proti zahodu jo oklepajo planote Nanos, Hrušica in izraziti rob Trnovskega gozda. Vipavski griči jo na jugu ločijo od Krasa, na zahodu pa se izteka v Goriško ravan. Reka Vipava veže zgornji in spodnji konec doline. Vipava izvira v Vipavi in se v spodnji Vipavski dolini izlije v Sočo. Območje je pedološko, reliefno ter klimatsko zelo pestro, zato so tudi vzgoje kultur in kmetijske dejavnosti zelo različne. Na tem območju prevladuje vinogradništvo in sadjarstvo. Vipavska dolina obsega 124 naselij.

Na območju Vipavske doline postaja turizem vedno pomembnejša gospodarska panoga. Ta prinaša osebni zaslužek vedno večjemu številu posameznikov, ki se turizem trudijo razvijati. V Vipavski dolini je prisotna tradicija vinogradništva na gričevnatem obrobju, v dolini poljedelstvo z živinorejo, na planoti Nanos in na Gori pa živinoreja in gozdarstvo. Opazne so naravne danosti, kulturna in tehnična dediščina, možnosti športnih aktivnosti in podobno. Na tem območju turizem ni bil vedno prioriteta panoga, tako da območje ni tradicionalno usmerjeno v to gospodarsko panogo. Sprva je bila dolina predvsem industrijsko razvito območje (fužine, mlini, prehrabena industrija, lesna industrija - žagarstvo, tekstilna industrija). Vsaka destinacija ima določen življenjski cikel – uvajanje – rast – zrelost - degeneracija. Vipavska dolina je kot turistična destinacija trenutno v fazi uvajanja, kar pomeni, da jo turisti šele spoznavajo, povpraševanje pa se veča.

Osnovni obravnavani problem v projektni zaključni nalogi je, kako naj izbrani turistični občini Ajdovščina in Vipava s pomočjo managementa v turizmu dosežeta, da se bo ta razvijal in postal pomembna panoga, ki bo privabljala turiste ter jih spodbujala k ostajanju na tej destinaciji.

1.2 Namen in cilji projektne naloge

Namen zaključne projektne naloge je raziskati in proučiti strokovno literaturo s področja obravnavanega problema, predstaviti pomen turizma ter z njim povezane pojme. To bo temelj za nadaljnje razumevanje zaključne projektne naloge vključno s prikazom značilnosti ter znamenitosti zgornje Vipavske doline. S pomočjo intervjujev z nekaterimi pomembnimi

turističnimi delavci smo analizirati ter ugotovili, ali lahko na tem območju izkoristimo turizem kot pomembno gospodarsko panogo za prepoznavanje kraja in pridobivanje novih turistov ter motiviranje le-teh, da bi več časa namenili obisku na naši destinaciji.

Cilj zaključne projektne naloge je razviti predloge izboljšav na področju turizma za nadaljnji razvoj obravnavanih občin.

1.3 Uporabljene metode za doseganje ciljev projektne naloge

Zaključna projektna naloga je razdeljena na dva dela, in sicer na teoretični in empirični. V teoretičnem delu si bomo pomagali s študijem sekundarnih virov, strokovno literaturo predvsem domačih avtorjev, nekaj pa bo prevzeto s spletnih strani in zloženk, ki so nam jih posredovali turistični centri. Uporabljene metode za doseganje ciljev projektne naloge:

- metoda deskripcije;
- deskriptivna metoda za opis pojmov in pojavov;
- študija primerov izbranih občin;
- analiza sekundarnih virov in literature;
- intervju;
- sinteza spoznanj.

V drugem delu smo najprej izvedli intervjuje s turističnimi delavci iz Turistično informacijskega centra v Ajdovščini in Vipavi. Nato pa smo opravili intervju še s Tomažem Kavčičem, kuharjem v Dvorcu Zemono, Božom Ježem, lastnikom Turistične kmetije Abram na Nanosu, županom občine Ajdovščina g. Tadejem Beočaninom. Z intervjuji smo pridobili njihovo mnenje o stanju turizma v tem trenutku ter njegovem razvoju v prihodnosti na izbranih območjih. Na podlagi sinteze spoznanj smo prevzeli ter analizirali odgovore, podali sintezo spoznanj ter dodali njihove ter naše predloge za izboljšanje razvoja turizma.

1.4 Predpostavke in omejitve pri obravnavanem problemu

Predpostavljamo, da so odgovori v intervjujih na zastavljena vprašanja resnični in realni.

Omejitve:

Pri pisanju zaključne projektne naloge je nekaj omejitev, in sicer:

Vsebinske:

- za preučevanje razvitosti turizma smo izbrali občini Ajdovščina in Vipava.

Metodološke:

- omejitev je uporaba metode intervjuja.

Obravnavani problem, ki se nanaša na razvoj turizma, je postal zadnja leta nadvse aktualna tema, saj se z njo ukvarja veliko organizacij ter ljudi. Osredotočili smo se predvsem na analizo trenutnega stanja turizma na tem območju ter predstavitev naših ugotovitev in predlogov za izboljšanje razvoja turizma.

2 TURIZEM

Po vsem svetu se je turizem razvil v enega najpomembnejših stebrov številnih gospodarstev. Človekova radovednost daje potrebo po spoznavanju drugačnega in čisto novega. V iskanju teh odgovorov se človek pojavlja v nenehnem gibanju.

Turizem je bil kot potovanje ljudi omenjen že pred 6.000 leti v kameni dobi. Ta potovanja niso bila potovanja, kot jih poznamo danes, pač pa je bila to predvsem potreba po menjavi dobrin. Namen teh potovanj so bili predvsem razvedrilo, počivljanje in zabava. Tudi turizem na Slovenskem se je razvil podobno kot v drugih deželah.

V geološki preteklosti je bila sedanja Vipavska dolina potopljena na dnu terciarnega morja. Danes pa Vipavsko dolino obkrožajo vrhovi in griči. Mnogo je urejenih poti, ki vodijo na ogled čudovite narave, zato je tudi idealna za športne dejavnosti. Vipavska dolina pa ni poznana le po kulinariki in avtohtonih vrstah vina, tukaj se najde še marsikaj zanimivega.

2.1 Utemeljitev izrazov

Razumevanje izrazov, ki smo jih opisali in razložili, je ključnega pomena za nadaljnje razumevanje celotne diplomske zaključne naloge.

Turist je obiskovalec, ki prenoči najmanj enkrat in ne več kot 364-krat v zasebni ali javni prenočitveni zmogljivosti v določenem kraju, ki ga obišče. Turistu, ki prenočuje v državi, v kateri ima stalno bivališče, pravimo domači turist. Kadar pa prenočuje v tujini, kjer nima stalnega bivališča in izpolnjuje iste pogoje glede števila prenočitev, mu rečemo mednarodni turist. Turist potuje zaradi sprostitev, poslov, preživljanja prostega časa ter drugih razlogov, vendar opravljanje dejavnosti ne sme vključevati plačila v obiskanem kraju. Ob prihodu v kraj je turist registriran v vsakem nastanitvenem objektu, v katerem biva, zato se lahko zgodi, da je večkrat registriran v neki državi ali kraju (Lebe 2012, 643).

»Turizem je dejavnost presenečenj, upanja, doživetij, krepitve zdravja, avantur in dobrega počutja,« pravi Božidar Jelković (Colarič- Jakše 2014, 23). To odkrivanje in iskanje nečesa vznemirljivega ter predvsem novega, je poskus vrnitve človeka k svojem socialnem in naravnem bistvu. Občutek potrebe po spoznavanju drugačnega in čisto novega je posledica človekove radovednosti, ki pride iz njegove neidentitete z naravnim okoljem. V iskanju vseh teh odgovorov na različna mnoga vprašanja, se človek nahaja v nenehnem gibanju (Colarič- Jakše 2014, 26).

Klasično pojmovanje managementa predstavlja organiziranje, vodenje, planiranje in kontroliranje dela v podjetju oziroma vseh aktivnosti in nalog, ki jih delavci opravljajo. V bistvu je management usklajevanje dejavnosti in nalog za doseg postavljenih ciljev (Vorina 2012, 9).

Izraz turistična destinacija označuje ciljno območje, ki je pomembno za določeno ciljno skupino. Uporablja se kot nadpomenka za vse velikosti in vrste ciljev potovanj. Destinacija je odvisna tudi od namena potovanja, saj bolj kot je ta točno določen, manjši je prostor gibanja. V Leksikonu turizma prevzemajo Biegerja, ki pravi, da lahko na strani povpraševanja destinacijo definiramo tudi kot geografski prostor (kraj, naselje, regijo), ki ga turist izbere kot cilj potovanja. Destinacija pa mora vsebovati vse pri bivanju potrebne ustanove za oskrbo, nastanitev, zaposlitev in zabavo (Lebe 2012, 75).

Turistična ponudba določene turistične destinacije je celota številnih subjektov, ki raznovrstno ponudbo iščejo in ponujajo svojo tržno pozicijo (Veljković 2014, 78). Predmet menjave med povpraševanjem ter ponudbo na področju turizma označujemo z besedno zvezo turistični proizvod. Gledano ekonomsko je turistični proizvod osnovna enota turistične ponudbe (Colarič- Jakše 2014, 49).

Turistični kraj glede na statistične merila in definicije označujejo kot kraj, ki nudi privlačne raznorazne komunikacijske možnosti (prometne zveze, možnost dostopa itd.), možnosti za bivanje (zdravilni vrelci, kulturnozgodovinski spomeniki, kulture prireditve, naravne lepote, športne in zabavne prireditve itd.) in receptivne možnosti (namestitveni objekti s spremljajočimi obrtniškimi, trgovskimi, poštnimi ter drugimi storitvenimi objekti) (Lebe 2012, 669).

2.2 Kratka zgodovina turizma po svetu in Sloveniji

Že pred 6.000 leti v mlajši kameni dobi so ljudje potovali. Ta potovanja niso bila potovanja v današnjem pomenu, bila so predvsem izraz potrebe po menjavi dobrin. Transevropske poti so vodile iz Sredozemlja na sever Nemčije in iz Švedske do Bodenskega jezera. Potovanja so se razmahnila v 2. tisočletju pred našim štetjem pri Egipčanih. Namen njihovih potovanj so bili predvsem razvedrilo, poživljanje in zabava. Poznali so celo svojega boga popotnikov.

Med letoma 776 pred našim štetjem in 394 po našem štetju so stari Grki množično obiskovali olimpijske igre. Ostanki rimskih cest, ki so jih gradili celih 600 let, so vidni tako v Avstriji kot tudi v Sloveniji. Ob cestah so odpirali krčme s prenočišči. Rimljani so že razpolagali s turističnim vodniki, opisi potovanj, s potovalnimi vozili s spalnimi oddelki in uradi za pojasnila (Turnšek 2002, 7).

Dolgo obdobje plenilnih in osvajalskih pohodov različnih narodov je sledilo po razpadu rimskega imperija. Potovanja so postala zelo moderna v 17. stoletju. Grand Tour of Europe je bil življenjski cilj vsakega posameznika v tistem času. Med takimi potovanji so obiskali na primer Benetke, Pariz, Rim, Firence, Genovo, Torino, Berlin in Bruselj. Predvsem so prevladovala potovanja z lastnim prevozom - vprego, zato so bila to večinoma potovanja premožnih ljudi. Poštne kočije so uporabljali za potovanja v obdobju med 17. in 19. stoletjem.

Takšno potovanje je npr. od Muchna do Berlina trajalo kar tri dni in pol, saj so dnevno prevozili približno 160 km, s postanki pa je hitrost potovanja znašala med 10 in 12 km na uro.

Ko je v Angliji stekla prva železnica leta 1825, je bil to pomemben mejnik v razvoju turizma. V primerjavi s pošto kočijo je bil prevoz z vlakom cenejši tudi zaradi velikega števila potnikov, ki so se lahko naenkrat prepeljali z vlakom. Turistična tradicija je tako v Sloveniji, kot tudi v Avstriji, v primerjavi s Švico nekoliko krajša, vendar podobna. Razvoj se je začel s planinarjenjem, alpinizmom in zdraviliškim turizmom, proti koncu 19. stoletja pa so postajali vedno bolj popularni zimski športi.

Intenzivnejši turistični razvoj se je na Slovenskem zgodil po letu 1857, to je po dokončanju železniške proge Dunaj - Trst. (Turnšek 2002, 8).

Za začetnika sodobnega turizma v poslovnem svetu velja omeniti Angleža Thomasa Cooka. Kot tajnik društva nasprotnikov pitja alkohola je 5. julija 1841 organiziral prvo skupinsko potovanje za 580 potnikov iz angleškega Leicestra v 10 milj oddaljeni Loughborough. Potovanje je izvedel z devetimi odprtimi železniškimi vagoni, potnike pa je želel prepeljati na kongres omenjenega društva. Med vožnjo je za vzdušje skrbela skupina glasbenikov, potnikom pa so servirali čaj. Čeprav Thomasov namen ni bil zaslužek, ga je prav zaslužek spodbudil, da je razmišljal tudi v tej smeri. Takšno prvo potovanje je pripravil v Liverpoolu leta 1845. S tem se je pričelo tudi delovanje prve turistične agencije na svetu, ki še danes posluje s tem imenom, čeprav ni več last Cookovih potomcev.

Nov pogled na turizem pa odpira tudi parnik, ki je prvič preplul Atlantik leta 1837. Omeniti velja tudi Samuela Cunarda, ki je prvi vzpostavil redno ladijsko povezavo med Ameriko in Evropo. Takšno potovanje je trajalo od 6 do 8 dni.

Iznajdba avtomobila leta 1885 je bila tudi zelo pomembna za turizem, saj so se potovanja zopet preselila na ceste. Po drugi svetovni vojni je siloviti napredek dosegel motorizirani turizem, na Slovenskem sicer mnogo kasneje, šele po letu 1970.

Gospodarske težave med in v letih po 1. svetovni vojni so upočasnile turistične tokove na območju Avstro-Ogrske. Srednji in revnejši sloji so začeli pogosteje potovati v dvajsetih oziroma tridesetih letih 20. stoletja (Turnšek 2002, 9). Letalski promet se je začel za turistične namene razvijati šele po drugi svetovni vojni.

V Sloveniji se je turizem razvijal podobno kot v drugih nekdanjih socialističnih deželah. Različne organizacije in slovenska podjetja so predvsem ob hrvaški obali Jadranskega morja ustanavljala počitniške domove zaprtega tipa, ki so bili namenjeni družinam delavcev, mladim in članom sindikalnih organizacij. Obdobje množičnega turizma imenujemo obdobje po letu 1970. Od prevoznih sredstev mu dajeta pomen predvsem osebni avtomobil in letalo. Turistične agencije lahko z letalom organizirajo pakete potovanj, ki jih imenujemo tudi

pavšalna potovanja. Osebni avtomobil je postal tudi nepogrešljiv tako pri prevozi v turistične namene kot tudi vsakodnevno prevozno sredstvo. Računalniki so se tudi uveljavili kot pomemben pripomoček v vsakem hotelu, turistični agenciji in prevoznem podjetju (Turnšek 2002, 10).

2.3 Zgodovina Vipavske doline

V geološki preteklosti je bila sedanja Vipavska dolina potopljena na dnu terciarnega morja. Pogorje Gore in Trnovskega gozda sestavljajo mezozojski dolomiti in apnenci, Hrušico in Nanos pa kredni rudistni apnenci. Arheološko je Vipavska dolina tudi zelo zanimiva, saj so doslej evidentirali okrog 50 najdišč. Arheološki ostanki v še ne dovolj raziskani jami v pobočju Nanosa dokazujejo, da je bila Vipavska dolina poseljena že v tretjem tisočletju pr. n. št. Naselja, ki so iz bronaste dobe, so na območju Gojač, Svetega Pavla nad Vrtovinom, na Gradišču nad Ajdovščino ter pri Batujah. V krog posoške železnodobne kulture pa spada Sveti Pavel nad Planino. Rimljani so skozi vso dolino in na njenih obronkih zgradili cesto. Na območju današnje Ajdovščine je kasneje zrasla trdnjava Castra. Ajdovščina ima med vsemi slovenskimi kraji, ki so dediči rimskih mest, edina ohranjeno, skoraj popolnoma strnjeno rimskodobno obzidje s štirimi stolpi. Že okrog leta 270 je življenje v tej dolini krojila vsem poznana vipavska burja. Burja je posegla tudi v zgodovinsko bitko pri Mrzli reki septembra leta 394 med vladarjem vzhodnorimskega cesarstva Evgenijem in zahodnorimskim cesarjem Teodozijem. Naselje ob Mrzli reki je leta 451 porušil hunski vojskovodja Atila, ko se je vračal v Italijo (Trošt 2015, 20).

Preko Vipavske doline so na jug ob preseljevanju narodov prehajali Vzhodni Goti, Huni in Langobardi, nato pa še Slovani, ki pa so se tu naselili. V 15. stoletju so kraji trpeli zaradi vdorov Turkov. Ajdovščina je prešla pod Benečane okrog leta 1508, vendar ne za dolgo, saj je svoj razcvet doživela, ko so pričeli z gradnjo ceste čez Hrušico in kamnitega zidu čez Hubelj leta 1664. Fužinarstvo, na tem območju se je pričelo razvijati v 16. stoletju, se je obdržalo vse do začetka 20. stoletja. Zaradi lege ob vodi je tukaj delovala papirnica, strojarne, pivovarna, predilnica in barvarna, delovalo pa je tudi veliko žag. V letih 1816 in 1817 sta na tem območju gospodarila hudo pomanjkanje in lahkota, na prehodu med letoma 1829 in 1830 je udarila še huda zima, ki je dodatno prizadela še več ljudi. Prva velika predilnica je začela delovati 1835. leta, pomenila je kruh in delo za veliko ljudi. Leta 1683 je bil zgrajen dvorec Zemono (Trošt 2015, 20).

V mesta so med vojno z vzhoda vdirale vojske, z zahoda pa begunci. Delo v tekstilni tovarni se je takoj na začetku vojne prenehalo, saj se je tam namestilo vojaštvo, sčasoma pa se je tovarna spremenila v veliko bolnišnico. Velik del uradništva se je leta 1917 vrnil v Gorico in takrat je tudi Ajdovščina preneha bili središče nezasedenega dela Goriške dežele. Po koncu vojne je dolino zaznamovalo množično vračanje živali in ljudi, saj so se begunci vračali na svoje porušene domove, vojaki pa so se vračali s fronte (Trošt 2015, 22-23).

S kmečko odvezo 1849. leta se je ljudstvo rešilo podložništva, habsburške oblasti leta 1918, italijanske pa 1943. V Ajdovščini je bil leta 1890 organiziran shod za izgradnjo železnice skozi kraj in po velikem prizadevanju je bila leta 1902 res zgrajena železnica, ki je te kraje povezala z Gorico. Najpomembnejša pa je bila nemška kapitulacija leta 1945. V Bratinovi dvorani sredi Ajdovščine je bila 5. maja istega leta ustanovljena prva slovenska narodna vlada. Občina Ajdovščina zato v spomin na ta dogodek na ta dan praznuje svoj praznik. Iz časa 1. svetovne vojne je v občini Ajdovščina kar 5 vojaških pokopališč, na katerih so pokopani vojaki avstrijske vojske. Ti so umirali v bolnišnicah zaradi poškodb, ki so jih utrpeli v času Soške fronte.

Med najlepše spomenike preteklosti danes uvrščamo samo urbano središče Ajdovščine, del Ajdovščine, imenovan Šturje, ter naselje Vipavski Križ. Poleg značilnih vipavskih hiš so se ohranili tudi kamniti detajli na hišah, kamnita znamenja in kapelice ter dela ljudskih obiskovalcev.

Ob sotočju Lokavščka ter Hublja so okrog leta 270 Rimljani zgradili pravo trdnjavo s 14-imi stolpi in močnim obzidjem, ki so jo poimenovali Castra. Danes je od utrdbe ohranjenih 7 stolpov in del obzidja. Od leta 270 pa do leta 1507 v zapisih ne najdemo veliko podatkov o zgodovinskem dogajanju. Leta 1656 je grof Edling kupil naselje in skupaj z grofom Lanthierijem dal zgraditi kamniti most čez Hubelj. Fužine za železo in baker ob zgornjem toku Hublja so bile znane v 16. in 17. stoletju.

2.4 Turizem v Vipavski dolini

Vipavsko dolino obkrožajo vrhovi in griči. Najbolj uhojene so tiste pohodne steze, s katerimi so preprejeni tako Vipavski griči kot strma pobočja Trnovske planote. Pohodne steze so tako speljane po gmajnah ob Hublju, Lokavščku in Vipavi, po planotah, gozdovih in njihovih vrhovih ter robovih, vse do koč na Čavnu in Mali gori ter še dlje in višje. Mnogo je urejenih tematskih poti, ki vodijo na ogled čudovite narave. Po vsej dolini je mogoče kolesariti, urejeni športni parki pa vabijo ljubitelje raznih športnih panog. Ajdovščino in okolico si je mogoče ogledati tudi iz zraka, pogumnejši pa si jo pogledajo kar s padalom.

Vse poti po Vipavski dolini in ob robu hribov spremljajo prekrasni in daleč segajoči razgledi. Že z nižjih hribov se pogled razpre nad rajsko dolino - gručaste vasi obdajajo lepo obdelane njive, ob njih so vinogradi in sadovnjaki. Z višjih hribov pa se pogled odpre proti morju.

Nižinski del Ajdovščine je bogat s kulturno zapuščino. Gradovi in dvorci, razstavni prostori kot je Pilonova galerija, v kateri se hrani zapuščina domačina in velikega umetnika Vena Piona, številne cerkve, ki so poslikane z velikimi umetninami, lepo ohranjeno obzidje Castre in podobno. Med kulturne spomenike pa uvrščamo tudi cela naselja, kot na primer Šturje ali Vipavski Križ.

Najmanj poldrugo tisočletje je na Vipavskem doma prav vinska trta. Ne preveč padavin in dovolj sonca v času rasti trte in njenega dozorevanja so pravi pogoji, ki obetajo vrhunsko vino. Vipavsko vino, ki je dozorelo v skrbno grajenih kletih globoko pod zemljo, ki jim po domače rečemo hrami, so pili ljubitelji v Trstu, Gorici, Ljubljani, v Pragi, na Dunaju in drugod. Prva vinogradniška zadruga je bila v Vipavi zgrajena leta 1894. Od 1873 do 1886 je na Slapu delovala prva slovenska kmetijska šola. Že Janez Vajkard Valvasor je pisal o vipavskih gričih. Matija Vertovec, ki je rojen v Šmarjah na Vipavskem, je Zgornjo Vipavsko dolino v Vinoreji za Slovence (1844) omenjal kot najboljšo lego za vinogradništvo. Vipavske vinogradnike staro znanje ter sodobni pristopi uvrščajo med odlične pridelovalce vin. V eni največjih združenih slovenskih kleti v Vipavi zorijo sauvignon, malvazija, rebula, laški rizling, sivi pinot, chardonnay, rumeni muškat, beli pinot, od rdečih vin pa barbera, merlot, cabernet sauvignon, modri pinot. Med avtohtonimi vrstami, ki delajo Vipavsko dolino še bolj posebno in kvalitetno, sta zelen in pinela, pa tudi pikolit in klarnica. Na Vipavskem je tako najbolj pomemben dogodek v letu trgatve, veselje in druženje ob pravih okusih vin pa se razprostira od martinovega do božiča, ko vinarji odprejo vrata svojih hramov in privabijo ljubitelje vin, tako od blizu kot tudi od daleč. Po celotni Vipavski dolini pa lahko vidimo ozke gase v gručastih vaseh, ki varujejo pred burjo kamnite hiše, ki jih vedno pogosteje obnavljajo po starem.

3 ZNAČILNOSTI VIPAVSKE DOLINE

Vipavska dolina je flišna pokrajina, ki leži na zahodnem delu Slovenije in se začne na prehodu iz osrednje Slovenije v Furlansko nižino. Ima mnogo značilnosti, vrednot ter posebnosti. Podnebje se že dolgo časa značilno spreminja. Na tem območju lahko najdemo naravne spomenike in naravne vrednote, tradicionalne jedi, posebnosti Vipavske doline ter doživimo lahko veliko športnih doživetij.

3.1 Lega in podnebje

Vipavska dolina leži v Srednji Evropi, na stiku poti med zahodom in vzhodom, na stičišču med Dunajem in Benetkami. Leži na zahodu Slovenije, na prehodu iz osrednje Slovenije v Furlansko nižino. Vipavska dolina skupaj meri 310 kvadratnih kilometrov, v njej živi 63.052 prebivalcev.

Vipavska dolina je flišna pokrajina med nizko planoto Kras na jugu ter visokima kraškima planotama Nanos in Trnovski gozd na severu, na zahodu pa počasi prehaja v, s prodrom nasuto, Goriško planoto - vzhodni del širše soške ravnine.

V zadnjih desetletjih se podnebje v Vipavski dolini značilno spreminja. Glede na vse podnebne pasove, ki se prepletajo po vsej Sloveniji (Ogrin 1998), sodi celotna Vipavska dolina v zaledni podtip submediteranskega podnebja. Značilnosti tega podnebja so povprečne temperature v najhladnejšem mesecu, torej januarja med 0 in 4°C, v najtoplejšem mesecu, juliju, pa med 20 in 22 °C. Povprečna letna količina padavin na območju s takim podnebjem je med 1200 in 1700 mm (Pavšič 2013, 47). Največ sončnega obsevanja v letu ima prav Vipavska dolina, saj je ta prisoten v povprečju 2100 ur. Največ jasnih dni pride prav avgusta (Pavšič 2013, 48).

V Vipavski dolini je v primerjavi z drugimi kraji po Sloveniji megle zelo malo, saj se le redko pojavijo pasovi hladnega zraka. Pogostejša je frontalna megla ali megla ob padavinah, zato je število dni z meglo približno le 16 dni na leto. Največ megle je prav v zimskem času, najmanj pa od maja do avgusta (Pavšič 2013, 50).

Veter je eden časovno in prostorsko najbolj variabilnih meteoroloških spremenljivk. Najmanjša povprečna hitrost vetrov v Vipavski dolini je v poletnih mesecih, največja pa v pomladnih mesecih. Povprečna hitrost vetra ne presega 2 km/h. Največja posebnost v Vipavski dolini je nedvoumno burja. *Burja* je lokalni veter, ki ga povzroča razgibano površje, za njen nastanek so pomembne tudi ugodne vremenske razmere v večjih razsežnosti. Doseže lahko tudi velike hitrosti, rušilna jakost lahko lomi drevesa in odkriva strehe. Najbolj močna ter izrazita burja se pojavlja največ pozimi, zmerna burja pa se pojavlja skozi celo leto. Značilna je izrazita sunkovitost ter nekajminutni močan veter, ki zamenja nekajkrat dolgo obdobje šibkega vetra. V sunkih doseže tudi do 40 m/s, največjo hitrost pa ima ob vznožju gorskih

grebenov, v Vipavski dolini je to med Vipavo in Ajdovščino z okolico. Razlike v hitrosti burje so krajevno velike. Burja prinaša zelo suh zrak, saj je pozimi zelo mrzel veter (Pavšič 2013, 50).

Vipavska dolina ima največ padavin oktobra, drugi maksimum padavin je junija, najmanj padavin pa je februarja. Sneg se ne pojavi vsako leto, saj so kar štiri zime od desetih brez snega. Letno številko dni s snežno odejo je tukaj v primerjavi z ostalo Slovenijo majhno, saj v povprečju traja snežna odeja z višino vsaj en centimeter med 2 in 4 dnevi letno. Ob nevihtah ali frontalnih situacijah lahko nastanejo tudi močnejši nalivi (Pavšič 2013, 51).

3.2 Naravne vrednote in naravni spomeniki

Na območju Vipavske doline najdemo veliko naravnih spomenikov in naravnih vrednot. Nedvomno sta najpomembnejši reka Hubelj in Vipava, zaradi prehodne lege pa najdemo tukaj še druge naravne znamenitosti in posebnosti.

Vinogradi, sadovnjaki ter gozdovi predstavljajo zeleno bogastvo doline, hribi, ki jo obdajajo pa tvorijo zelo raznoliko pokrajino. Vipavska dolina je bogata z vodnimi viri, najbolj znana in glavna vodotoka sta hudournik Hubelj in reka Vipava. Reka Vipava izvira v mestu Vipava in se izliva v reko Sočo šele na drugi strani meje z Italijo, zato lahko rečemo, da povezuje celotno Vipavsko dolino. Izvir reke je poseben, saj ima večje število izvirov, ki jih najdemo na širšem območju mesta Vipava.

Reka Hubelj izvira na stiku jurskih apnencev in fliša. Vodo zbira iz kraškega podzemlja. Izvira iz več lukenj, ki so na različnih višinah, izliva pa se v reko Vipavo. V tem okolju je naravna posebnost, saj ima gornji del Hublja alpski karakter s strmimi spusti in prodnatimi tlemi. Vsi prebivalci tega območja so zelo odvisni od hudournika, saj s pitno vodo oskrbuje celotno Vipavsko dolino, del Krasa in Goriške ter Goro. Do reke Hubelj poteka naravoslovna učna pot, ki omogoča ogled zanimive zgradbe tal, posameznih drevesnih vrst, rastlinskih združb ter živalskega sveta.

Otliško okno velja za naravno znamenitost Slovenije, saj je kraški pojav. Nahaja se na robu Trnovske planote, severno od Ajdovščine. Oknu je najbližja vasica Otlica, po katerem je dobila tudi ime (Votlica) in je tudi najkrajša pohodna pot. Najbolj obiskana pot je dostop od izvira Hublja, ki je močan krajši izvir nad Ajdovščino. Z zgornje strani Otliškega okna je lep razgled skozi okno, skozi katerega vidimo celo Vipavsko dolino.

Trta Dišečka raste na Colu, v Orešju, je ena najstarejših trt v Sloveniji. Dr. Alojz Hrček je leta 1975 opravil meritve treh domnevno najstarejših trt v Sloveniji, med drugim tudi meritve trte Dišečke. Takrat naj bi bila stara okrog 180 let, torej letos (2017) več kot 220 let. Ta sorta je bila pred pojavom trsne uši po Zgornji Vipavski dolini zelo razširjena.

Fužine ob Hublju so različni lastniki opuščali ter na novo oživljali, zato niso delovale neprekinjeno. V fužinah so pridelovali bakrovo ter železovo rudo, žeblje, bakrene kotle in obroče za kolesa. Železne predmete in železo so predvsem vozili v Benetke. Leta 1651 je Grof Lanthieri ob Hublju imel fužino, kjer so izdelovali različne železne elemente tudi za idrijski rudnik. V posesti grofa so poleg fužin bile še papirnica s papirnim mlinom, kovačija ter predilnica lanu. V prvi polovici 17. stoletja se je zgodil največji vzpon fužinarstva, ko so se v dolino preselili podjetni fantje Schleg. Zgradili so še veliko fužino za valjarno in baker ter obnovili opusteli mali fužini. V Trst ter naprej v Italijo so izvažali bakreno pločevino. Še danes je nad levim bregom Hublja opazna rumena hiša s hišno številko 80, na kateri je ohranjen napis v kamnu "Ludvig Schlegel 1979" in cerkev sv. Antona.

Vipavski Križ stoji v neposredni bližini mesta Ajdovščina na vrhu griča sredi Zgornje Vipavske doline. Podoba vasi je opazna že od daleč, znotraj obzidja pa se skrivajo zanimive zgradbe. V celoti je spomeniško zaščiteno naselje, sodi pa tudi med najlepše zgodovinske kulturne spomenike Slovenije. Vsak od arhitekturnih delov, na primer obzidje, gase, trgi, grad ter samostan, pripovedujejo svojo zgodbo. Tu so konec 15. stoletja začeli graditi utrdbo in obdali vas z obzidjem. Križ je konec 16. stoletja pridobil tržne pravice, kmalu zatem pa je bil povzdignjen v mesto. Grofje, ki so svoj pečat pustili v Vipavskem Križu, so bili predvsem Thurni, kasneje pa tudi Attemsi, ki so dolga leta bivali v gradu. Znameniti slovenski pridigar Janez Svetokriški je živel v danes skoraj štiristo let starem kapucinskem samostanu, v katerem lahko najdemo bogato samostansko knjižnico. V severnem krilu gradu je od leta 1885 osnovna šola, Dom krajanov pa je urejen v eni od stavb sredi vasi. V njem se odvijajo galerijska dejavnost ter različne druge dejavnosti. S pomočjo sredstev, pridobljenih iz Evropskega sklada za regionalni razvoj ter sredstev Občine Ajdovščina, so leta 2015 zaključili temeljito prenovo javnih površin v vasi. S prenovo trgov ter ulic je Vipavski Križ dobil tudi novo komunalno infrastrukturo, s čimer je pridobil tudi na zunanji urejenosti.

3.3 Šport in doživetja

Vipavska dolina ponuja veliko možnosti za rekreacijo, predvsem je popularno pohodništvo. Trnovska planota je prepletena z lepo urejenimi in markiranimi planinskimi potmi, urejene pa so tudi pohodne poti po Vipavskih gričih.

Razširjeno je tudi jadrarno padalstvo. Eno najbolj priljubljenih vzletišč za proste letalce v Sloveniji je na Kovku. Priljubljeno je prav med zmajarji, saj je mogoče pripeljati zmaja skoraj na vzletni prostor, kar ni običajno. Vzletišče Kovk se nahaja na višini 860 m.

Športni park Pale nudi vsem športnikom po duši veliko izbiro dejavnosti, saj se tu nahajajo: asfaltno nogometno in košarkarsko igrišče, zunanji fitness, dve teniški igrišči, poligon za rolkanje in adrenalinsko gorsko kolesarska proga. Iz parka do mesta lahko pridete peš ali z avtomobilom.

V Ajdovščini se nahaja tudi letno kopališče ter notranji bazen v Športnem centru Ajdovščina. Letno kopališče Ajdovščina obratuje od konca junija do začetka septembra. Tu poskrbijo tudi za dodatno animacijo za najmlajše, narejena so tudi igrala ter proga za avtomobilčke. Notranji pokriti bazen v objektu Športnega centra Ajdovščina je namenjen vsem športnikom ali zgolj ljubitelje plavanja. Bazen je odprt med oktobrom in junijem, velikost bazena znaša 20x10 m, globina pa med 90 in 135 cm.

3.4 Značilne jedi

Vipavska dolina je značilna tudi po nekaterih tradicionalnih jedeh. Jedi so pripravljale že v davnih časih stare mame. Te jedi so fižolova mineštra, mineštra iz zelja ali kisle repe (jota), skuta, mesno-fižolova ali zelenjavna enolončnica, šelinka (gosta juha iz listov zelene in gomolja), štruklji (iz kvašenega testa s skuto in orehi), nanoški sir in vipavski pršut.

3.5 Posebnosti

V Vipavski dolini zaradi ugodnih naravnih danosti, torej lege, vode in klime, uspevajo skoraj vse pri nas poznane kmetijske rastline. Veliko je sadja, na primer češenj, breskev, jablan, marelic, fig, kakija in hrušk, jeseni pa oljk, kostanja in grozdja. Tukaj lahko dobimo tudi domače mesnine, med, sir, lokalno sodavico, žgane pijače ter celo dve mikro pivovarni.

Osmice so posebnost Vipavske doline. V času delovanja osmice prodajajo in strežejo hladne prigrizke, domače pecivo, domači kruh, vsaj eno krajevno značilno jed in lastno pijačo, kot so sokovi, vino in žganje. V osmicah lahko kmetje strežejo in prodajajo pijačo in jedi največ dvakrat na leto do deset dni.

Vinogradništvo ima dolgo tradicijo. Zaradi ugodnih podnebnih pogojev in rodovitnih flišnih tal je vinogradniški okoliš med najkakovostnejšimi vinorodnimi območji v Sloveniji. Vipavska dolina ima tako največ avtohtonih sort v Sloveniji, najbolj poznane pa so pinela, klarnica in zelen.

Na glavnem trgu v Vipavi deluje pod okriljem Zavoda za turizem TRG Vipava Vinoteka Vipava. Obiskovalci vinoteke lahko izbirajo med 170-imi različnimi vini priznanih vipavskih vinarjev.

Faladur, ki deluje od decembra 2013 v Ajdovščini, je prostor, ki je namenjen promociji, predstavitvi in prodaji izdelkov in pridelkov domačega podeželja. Po starem beseda Faladur pomeni predprostor za hram. Če se predhodno najavimo v Faladur, je mogoče okušati razne vipavske dobrote ter lokalna vina. Degustacije temeljijo na domači tradiciji, surovini ter kulturi Vipavske doline.

3.6 Tržna znamka Vipavska dolina

Razvojna agencija ROD Ajdovščina je v letu 2015 po naročilu občin Vipava in Ajdovščina in na podlagi preteklih pobud iz okolja po povezovanju oblikovala zasnovo tržne znamke Vipavska dolina. Ta znamka prostora geografsko zaokrožuje šest občin, ki v upravnem smislu delijo Vipavsko dolino. Te občine so: Ajdovščina, Vipava, Renče-Vogrsko, Šempeter-Vrtojba, Miren-Kostanjevica in Mestna občina Nova Gorica.

V prvi fazi tržne znamke se razvijeta dve njeni kolektivni podznamki:

- Vipavska dolina kot izvorno območje produktov (prehrambnih in ostalih). Glavni namen je pridelati, proizvesti, prodati in izvoziti) in
- turistična destinacija Vipavska dolina, katere glavni namen je obiskati, uživati in doživljati.

Glavni namen znamke Vipavska dolina je dvigniti pozitivne asociacije in prepoznavnost na geografski prostor Vipavske doline in planot, ki jo obkrožajo.

Prvi ključni cilj kolektivne podznamke »Turistična destinacija Vipavska dolina« je seznaniti obiskovalce/turiste o ciljni destinaciji za visoko kakovostna vinsko-kulinarična razvajanja in edinstveni turistični destinaciji za aktivno preživljanje prostega časa preko celega leta. Drugi cilj je motiviranje za obisk območja ter spodbuditi k nakupu turističnih produktov oziroma storitev.

Razvojna agencija ROD je zaradi boljšega vodenja in koordinacije aktivnosti te tržne znamke vzpostavila projektno skupino, ki jo sestavljajo s strani županov imenovani predstavniki vseh šestih občin Vipavske doline. To je najvišji organ nadzora in odločanja. Ta skupina sprejema zelo pomembne odločitve, kot so na primer sprejem strategije tržne znamke Vipavska dolina, priročnik oblikovanja celostne grafične podobe, načrta opravljanja, potrjevanje letnih načrtov upravljanja in načrt komuniciranja tržne znamke itd.

Vzporedno z oblikovanjem logotipa in znaka tržne znamke Vipavska dolina je bila vzpostavljena in izbrana hierarhija verbalnih konstant tržne znamke Vipavske doline. Izbran je bil najustreznejši slogan in pozicijski stavek za tržno znamko Vipavske doline, ki se glasi "Vse drugače. Vse leto." Za logotip Vipavska dolina se po komunikacijskem konceptu predpostavlja, da se ne prevaja v tuje jezika, prevaja se zgolj slogan.

4 DEJAVNIKI TURISTIČNEGA RAZVOJA

Raznoverstnost turističnega povpraševanja, v katero ne sodijo le gostinska podjetja, prevozniki ali turistične agencije, ampak tudi številne druge dejavnosti, ki jim ni turizem prioriteta, zahteva sodelovanje številnih poslovnih subjektov. Različnih vrst turizma si ne moremo predstavljati brez nekaterih naravnih dobrin, ki jih na poseben način vključujemo v turizem (Turnšek 2002, 20).

Kot dejavnike turističnega razvoja navajamo naslednje: turistična društva, mladinska društva, gostilne, izletniške kmetije, osmice, vinogradniške kmetije, namestitve in prireditve, ki so v Vipavski dolini in sicer v občinah Ajdovščina in Vipava.

4.1 Turistična društva

V Vipavski dolini je kar nekaj društev. Delijo se na športna, kulturna, humanitarna, mladinska, turistična ter druga društva. Izpostavljamo le nekatera:

Društvo turističnih vodnikov Ajdovščina

Društvo je sestavljen iz desetih članov, ki imajo licenco lokalno turističnih vodnikov za področje občine Ajdovščina. Namen društva je obiskovalcem približati in predstaviti kulturno in naravno dediščino, običaje in način življenja v Vipavski dolini, ki leži na pragu zgodovine, kultur in narodov. V ta namen pripravljajo različne dogodke, na primer potopisna potovanja. Dogodke prilagajajo potrebam in željam posameznika.

Društvo DOLI iz Lokavca pri Ajdovščini

Uradno je bilo ustanovljeno leta 1992, vendar je svoje delovanje pričelo že 1990. Ustanovila jo je fantovska skupnost iz Lokavca, ki je že na začetku hotela, da bi društvo delovalo vodeno strokovno, predvsem s pomočjo strokovnih institucij, kot je Goriški muzej iz Nove Gorice.

V sklopu odprtja turistične kmetije "Pri furmanu" so se lokavški fantje organizirali ter prikazali prikaz prevoza hlodovine s trnovske planote v Lokavec in še dlje. Prevoz je potekal na temeljih starega izročila, kot so to počeli stari lokavški furmani v preteklosti, po vnaprej pripravljenem scenariju. Društvo DOLI je z Goriškim muzejem leta 1992 ob njegovi 40. letnici postavil razstavo z naslovom Vozovi in sledovi. Ta je botrovala k skupnemu projektu z naslovom FURENGA - razstava v živo, ko so furmani včasih s konjskimi vpregami ter vozovi na določenih relacijah vozili različen tovor.

Turistično društvo Okno

Glavni cilj ustanovitve društva je povezovanje vseh nosilcev turistične dejavnosti in pospeševanje razvoja turizma na Gori. Dejavnosti, ki jih izvajajo, so sledeče: skrb za obveščanje prebivalstva Gore o pomenu turizma, povezovanje nosilcev turistične dejavnosti, razvijanje turistične dejavnosti na Gori, varovanje kulturne in naravne dediščine, načrtovanje in gradnja turističnih poti ter označitev pomembnih turističnih točk na tem območju, obveščanje javnosti preko spletne strani in podobno.

Turistično društvo Vrtovče

Društvo vsako leto pripravlja tradicionalno srečanje ob vstopu v novo šolsko leto za vse vaške otroke in mlade družine. Njihov namen je obuditi stara vaška druženja, na katerih bi se družilo več generacij, zato za okoliške prebivalce ter domačine vasi prirejajo razne družabne igre, kot je na primer briškuljada, spomladi pa organizirajo čistilno akcijo.

Turistično društvo Vipavski Križ

Društvo pripravlja razstavo v Galeriji doma krajanov Vipavski Križ. Kot vsako leto so tudi v letu 2016 pripravili razstavo jaslic, kar je skozi leta postalo že tradicija. Jaslice so na ogled postavili domačini ter ljudje iz okoliških vasi, sodelovali so tudi ljudje iz drugih krajev Slovenije ter italijanski predstavniki. Postavljeno je bil 115 jaslic 72-ih razstavljavcev. Razstava je bila odprta od 18. decembra 2016 do 8. januarja 2017.

Turistično društvo Lanthieri Vipava

Društvo ima sicer že zelo dolgo tradicijo, je pa pred nekaj leti kar nekoliko izumrlo. Prav zato so se mladi v Vipavi odločili, da bodo društvo znova obnovili ter ustanovili novo, obogateno s turistične dejavnosti. Tako se je društvo znova ustanovilo leta 2009. Postavitev in ustanovitev novega društva je zajemala zbiranje članov ter pripravo statuta. Mladi Vipavci so si res želeli, da bi nekaj dobrega naredila za svoj kraj in ga tako postavili na turistični zemljevid Slovenije. Z uresničevanjem idej so pričeli postopoma zaradi pomanjkanja izkušenj in sredstev. Učenje in pridobivanje izkušenj skozi leta se odražata tudi v sodelovanju s Turistično informacijskim centrom Vipava pri vseh večjih dogodkih in organizaciji s Centrom za razvoj podeželja TRG Vipava.

Turistično društvo Podnanos

Ustanovljeno je bilo leta 2000 in je eno izmed mlajših društev v Podnanosu, vendar že od samega začetka zelo dejavno. Društvo so ustanovili pobudniki, ki so bili aktivni v Krajevni skupnosti Podnanos in so si ob tem želeli, da se Podnanos širši javnosti predstavi z različnimi turističnimi projekti.

Društvo se je prva tri leta ukvarjalo predvsem s projekti, ki so bili že predhodno zastavljeni. Njihov največji projekt je Izbor za Vurberški festival "Podnanos za Vurberk", ki pa so ga člani pred nekaj leti preimenovali v Šembiško pomlad.

Društvo aktivno sodeluje tudi z društvi v občini Vipava, drugimi društvi v Krajevni skupnosti Podnanos.

Kulturno-turistično športno društvo Zdravljica, Lozice

Ustanovljeno je bilo na dan slovenskega kulturnega praznika leta 2003 z namenom, da obudijo društvene dejavnosti, ki bi bogatile življenje tamkajšnjih prebivalcev kot so jih nekoč in bi privabljale obiskovalce tako od blizu kot tudi od daleč.

Od začetka društvo letno organizira raznovrstne družabne in kulturne dogodke ter se aktivno spopada tudi z večjimi projekti, predvsem je v osredju ohranjanje kulturne dediščine.

Ventus - Modelarsko društvo

Predsednik modelarskega društva je David Marc. Društvo je bilo ustanovljeno leta 2005. Pred ustanovitvijo so modelarji obiskovali Aeroklub Josip Križaj. Društvo danes šteje približno 55 članov, od otrok do starejših, ki so iz okolice Vipave, iz zamejstva, pa tudi iz Ljubljane. Izkoristili so priložnost ter najeli zemljišče v Vipavi, ki ga z občinskimi sredstvi obnavljajo ter redno skrbijo zanj.

Za koordinacijo skrbi sam predsednik g. Marc, saj ima kar nekaj izkušenj. Krožke modeliranja po osnovnih šolah vodita Černigoj Matjaž ter Lemut Marko. Mladina je zelo zainteresirana. Čeprav velja, da je bolje, da se otrok modelarstva loti zgodaj, pa zaradi spretnosti včlanjujejo otroke šele od 5. razreda naprej.

Slovenski modelarji se udeležujejo tekmovanj, ki so na približno 500 km oddaljenosti. Državno prvenstvo v kategoriji F3J poteka tudi v Vipavi, prav tako tudi evropsko prvenstvo. Tekmovalci se delijo na dve skupini: juniorji – do 18. leta in siniorji - nad 18 let.

V Vipavi je potekalo leta 2016 tudi svetovno prvenstvo, na katerem je sodelovalo 8 držav in sicer: Republika Južna Afrika, Nemčija, Avstrija, Švica, Belgija, Slovaška, Turčija in Slovenija.

(Prirejeno po zvočnem posnetku RTV Slo, Radio Slovenija, Radijsko vodeno modelarstvo, 2. 9. 2015. dostopnost 21. 3. 2017)

4.2 Mladinska društva

Mladinska društva so tista, ki pripomorejo k temu, da se mladi zberejo na kupu in tvorijo nova prijateljstva v podobnih interesih, zabavi in prostem času. V Vipavski dolini je kar nekaj mladinskih društev, katerih namen je zelo različen, vendar pa imajo mladi veliko izbire in se glede na interese odločajo, kaj bi radi počeli.

Mladinski center Hiša mladih Ajdovščina

Hiša mladih Ajdovščina ima svoje prostore v mladinskem hotelu v ajdovskih Palah in deluje v okviru Zavoda za šport Ajdovščina. V centru mladi radi aktivno preživljajo čas, saj imajo različne športne dejavnosti (nogomet košarka ali badminton), družabne dejavnosti (namizni nogomet in tenis, pikado, družabne igre) in ustvarjalne delavnice, ki jih organizirajo vsak teden. V Mladinskem centru imajo tudi na voljo brezplačno uporabo interneta, zato so na voljo tudi računalniki za prostočasne in šolske obveznosti. Razvijajo se tudi druge dejavnosti, kot so izleti, programi MEPI (mednarodno priznanje za mlade), tabori, svetovanje in podobno.

Društvo tabornikov Rod Mladi bori

Društvo, ki deluje na območju občine Ajdovščina, je nepolitično, prostovoljno in vzgojno gibanje za mlado, odprto vsem ne glede na raso ali prepričanje. Deluje v skladu z načelom, metodo in namenom svetovnega skavtskega gibanja.

Delo v organizaciji temelji na združevanju v manjše skupine, v katerih se mladi naučijo pomena povezanosti, samostojnosti in medsebojne pomoči z vrstniki. Vodniki se z mladimi srečujejo na rednih tedenskih sestankih, na katerih osvajajo taborniško znanje in se učijo taborniških veščin, se družijo z vrstniki ter sklepajo nova poznanstva. Svoje spretnosti in znanja vsako leto nadgradijo na letnem taborjenju, ki pomeni vrhunec sezone.

Klub ajdovskih dijakov in študentov (KAŠ)

KAŠ zastopa interese ajdovskih dijakov in študentov in skrbi za izboljšanje kakovosti dijaškega in študentskega življenja ter se zavzema za njihovo dobrobit. Deluje na področju izobraževanja, sociale, športa in izobraževanja.

Mladinski svet Ajdovščina (MSA)

MSA je združenje prostovoljnih mladinskih organizacij in društev na ravni občine Ajdovščina, deluje med mladimi različnimi nazorskih, družbenih ali političnih usmeritev. Povezovanje mladih organizacij v društvo temelji na načelih enakopravnosti, vzajemnem spoštovanju, avtonomnosti ter svobodnem združevanju. MSA si prizadeva za krepitev vloge in spodbujanje aktivnosti mladih, krepitev demokratične in svobodne skupnosti ter večje vloge v družbenem dogajanju.

4.3 Gostilne

Pojem restavracija razumemo kot gostinski brat z izbrano ponudbo pijač in jedi, ki zagotavlja ustrezno raven storitve in je tudi primerno opremljen. Gostilne se od restavracij ločujejo predvsem po enostavnejši opremi prostorov in pogrinjkov ter manjši udobnosti. Ponujajo

hladna in topla jedila, pogosto hrano sosednje in slovenske kuhinje. Vedno težje je ločiti med gostilno in restavracijo, saj številne gostilne z razširitvijo in modernizacijo ponudbe ostajajo gostilne le še po imenu, njihova opremljenost in izbor jedi sta "restavracijska" (Turnšek 2002, 35).

V Vipavski dolini je kar nekaj restavracij in gostiln, v katerih vam lahko dobro postrežejo in ne boste nikoli razočarani. Nekatere restavracije in gostilne so sicer kot vse druge po Sloveniji, saj ponujajo le jedi, ki jih lahko dobite praktično povsod, v nekaterih pa dobite prave vipavske dobrote, po katerih je tudi znana Vipavska dolina. V določenih restavracijah in gostilnah ponujajo tudi v naprej dogovorjeno rezervacijo za večjo skupino ljudi (tudi do 80), saj lahko tako pripravijo določeno ponudbo, po kateri bodo stregli ljudi.

Poznani gostilniški objekti so:

v Ajdovščini: Gostilna pri izviru Hublja, Pizzerija Fontana, Okrepčevalnica Barbera, Slaščičarna in picerija, Restavracija Planika in Pizzerija Gold club, Pizzerija in špageterija Zmaj, Okrepčevalnica pri Nives, Pizzerija Sončna ura, Okrepčevalnica in pizzerija Amon, Restavracija Dama, Gostilna Da Fonzi;

v Budanjah: Pizzerija Anja, Gostilna pri Milanu na žagi;

okolica: Gostilna Tratnik (Col), Okrepčevalnica AnGora (Otlica), Gostilna Na Brodu (Lokavec):

v Vipavi: Gostilna Podfarovž, Majerija, Gostilna pri Lojzetu (Dvorec Zemono), Pizzeria in špageterja na placu, Pizzerija Jolly, Gostilna in picerija Podskala, Cejkotova domačija.

4.4 Izletniške kmetije

Izletniške kmetije gostom ponujajo pijačo in hrano ter nastanitev v kampih ali zidanih objektih. Kmetije morajo biti urejene in delovati morajo v skladu z gostinskimi predpisi, saj je to glavni pogoj za opravljanje turistične dejavnosti na kmetiji. Osnovna je kmetijska dejavnost, turistična dejavnost pa je njihovo dopolnilo (Turnšek 2002, 35).

Izletniške kmetije niso zelo popularne na območju občin Ajdovščina in Vipava, vendar jih je nekaj prav v okolici teh dveh občin. Med znane sodijo: Turistična kmetija Arkade (Črniče), Vinotoč Černigoj (Lokavec), Vinska klet Trta (Planina), Izletniška kmetija Pr' Žipani (Predmeja), Ekološka kmetija Darje Kravos (Male Žablje), Kmečki turizem Kosovel (Črniče) in malo bolj oddaljena Turistična kmetija Birsa (Brje na Vipavskem).

4.5 Osmice

Na osmicah lahko strežejo in prodajajo lastna vina in druge doma pridelane brezalkoholne in alkoholne pijače največkrat dvakrat na leto do deset dni (Turnšek 2002, 36). Ponujajo lahko tudi doma pridelano in narejeno hrano, predvsem tradicionalno, torej tisto, po katerih je kraj znan.

4.6 Vinogradniške kmetije

Turistične kmetije so tiste, na katerih se poleg vinogradniškega kmetovanja ukvarjajo tudi z gostinskimi in turističnimi storitvami kot dopolnilno in dodatno dejavnostjo. Delimo jih na kmetije z nastanitvijo, te ponujajo tudi prenočitvene zmogljivosti za turiste, in kmetije odprtih vrat, ki obiskovalcem ob koncu tedna ponujajo le hrano in pijačo (Sibila 2012, 645).

Na ajdovski tržnici v stolpu se nahaja trgovina Faladur. V njej se prodajajo domači pridelki in izdelki: siri, vina, olja, suhomesnati izdelki, med, sivka in izdelki iz marmelade, medu, moke in testenin.

Zaradi preglednosti bomo vinarstva, kmetije in domačije razdelili na tiste, ki so v občini Ajdovščina, in tiste, ki so v občini Vipava. Najprej bomo začeli s tistimi, ki so v občini Vipava.

Lože pri Vipavi so znane po kmetiji Benčina, ki s svojo tradicijo vinarstva in vinogradništva segajo kar nekaj desetletij nazaj. Njihova vina, ki so prepoznavna in uveljavljena po številnih gostinskih lokalih po Sloveniji, so znana pod blagovno znamko "Od zida". Prejeli so že veliko diplom, priznanj in medalj na regijskih sejmih, ocenjevanjih in prireditvah. Nudijo tudi vodene degustacije v družbi za skupine do 50 ljudi. V istem kraju lahko najdemo tudi Turistično kmetijo Rehar in Vinsko klet Wipach.

Prav v Vipavi se nahaja tudi Vinska klet Vipava 1894. Omenjenega leta je bila ustanovljena vinarska zadruga, ki se ponaša z več kot 120-letno tradicijo pridelave in trženja vipavskih vinogradniških vin. Z bogato izbiro vrhunskih vin imajo tu vinoteko in vinsko trgovino Vipavka.

Blizu mesta Vipave, v vasici Gradišče pri Vipavi, dobimo Vinarstvo Andlovic. Njihovi vinogradi se razprostirajo na šestih različnih lokacijah, pridelujejo svoje vino po načelih integrirane pridelave. Ponosni so tako na bela kot rdeča vina, najbolj pa nad vipavsko sorto pinelo. Omenimo še, da se v isti vasici nahajata tudi Florjanov hram in vina kmetije Poljšak. Če nas pot pelje proti Ljubljani, se lahko ustavimo v Podnanosu. Tam nas z veseljem sprejme gospodar Vinarstva Trošt, ki bogato tradicijo nadgrajujejo s sodobno tehnologijo in znanjem, ta pa jim pomaga iz odličnega grozdja izveliči vrhunsko vino.

Če pa na poti zavijemo še do vasice Slap, lahko dobimo tudi kar nekaj vinogradniških kmetij. Prvo omenimo Hišo vin Rondič. Po predhodnem dogovoru lahko sprejmejo do 40 oseb, ki lahko govorijo v slovenskem, italijanskem, angleškem, španskem ali češkem jeziku. Omenimo tudi družinsko Kmetijo Marc, na kateri so najbolj ponosni na kakovost ter tradicijo njihovih vin, najbolj pa na zelena. Njihova vrhunskost se kaže v številnih priznanjih na ocenjevanjih tako doma kot tudi v tujini. Vrhunska vina, plod izoblikovane vizije ter trdega dela in izkušenj več generacij, imajo v Vinski kleti Žorž 1696 na Slapu. Prisegajo tudi na ekološko pridelavo, degustacije pa nudijo vsak dan v tednu tako v slovenščini kot tudi v italijanščini, angleščini in nemščini. Iz iste vasice prihaja tudi posestvo Rouna ter Vina Petrič.

Če gremo iz mesta Vipava proti Ajdovščini, lahko zavijemo proti vasi Vrhpolje in tam najdemo kmetijo Tomažin in vina Kmetije Krapež.. Pot nadaljujemo v Budanje, kjer stoji Domačija Kobal. Imajo zelo lepo urejen degustacijski prostor, v katerem je lahko tudi do 50 obiskovalcev hkrati. Gospodar Ivan z veseljem vsakega obiskovalca pospremi v klet na pokušino prave vinske kapljice.

V Lokavcu, v bližini mesta Ajdovščina, je tudi Vinotoč Černigoj, ki goste prijazno sprejema ob koncu tedna, dvakrat letno pa pripravljajo tudi osmico. V njihovih lepo urejenih degustacijskih prostorih sprejemajo tudi do 140 obiskovalcev hkrati, ob tem pa pripravijo tudi živo glasbo in dobro večerjo, ki je lahko sestavljena iz domačih vipavskih jedi.

V bližini Ajdovščine, v vasi Planina, je zelo veliko kmetij, ki pridelujejo domače izdelke pa tudi domačo vinsko žlahtno kapljico, katero prodajajo tako gostilnam v okolici kot tudi drugam po Sloveniji. Na Planini vsako leto organizirajo prireditve, imenovano Vinska cesta. Vinska cesta po hramih pomeni, da si lahko obiskovalci kupijo kozarec in nato hodijo po vseh odprtih hramih po vasi. Takrat vinarji ponudijo svoje vino tako morebitnim kupcem kot tudi drugim obiskovalcem, ki že obožujejo njihovo vino. Ob tem pa postrežejo tudi domače dobrote, kot je sir, pršut, pecivo in drugo. Vinarji tako poskušajo povezati domače okuse kot okus vina, s tem pa pričarajo še boljšo pokušino vin.

Na Planini je veliko kmetij in hramov, našteji bomo nekaj najbolj znanih. Prva je v lasti družine Petrič, njihova znamka vin je Guerila. Guerila pomeni smelost, mladost, prepoznavnost in provokacijo. Njen lastnik je Zmago Petrič, ki želi z vinogradništvom nadaljevati tradicijo številnih družinskih rodov ter ohraniti očetovo največjo ljubezen, saj je družino v preteklosti preživljala prav vinska trta. Vsi njihovi vinogradi so posajeni tako, kot so jih že stoletja sadili njihovi očetje. Pri Guerili si želijo, da bi bilo njihovo vino vir zdravega užitka in zdravja. Želijo tudi ohraniti zdravo naravo, zato so začeli ekološko kmetovati. Pridobivajo tudi certifikat o ekološki pridelavi. Njihova vina imajo sorto izrazitega zelo značilnega sadnega vonja, ki je zapeljivega ter polnega okusa, z izrazito igrivostjo in svežino. Leta 2009 so odprli nove degustacijske prostore na Planini, v katerih lahko sprejmejo večje število gostov.

Kot drugo naj omenimo posestvo Ferjančič. Njihova vinogradniška tradicija posestva sega v leto 1809. Ukvarjajo se tako z vinogradništvom kot tudi sadjarstvom. V času zrelih češenj vabijo svoje obiskovalce v svoje sadovnjake, da si kar sami naberejo prve češnje. Anica in Peter Ferjančič sta se v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja odločila prevzeti posestvo in nadaljevati tradicijo vinogradništva. V svojih degustacijskih prostorih lahko sprejmejo do 30 obiskovalcev hkrati. Ponujajo tako ustekleničena kot tudi odprta vina bogatega sortnega izbora. K dobremu vinu spada tudi odlična hrana, saj so Ferjančičevi večji pripravljana suhomesnatih izdelkov, gospodinja pa rada speče tudi odlične slaščice in domač kruh. Trenutno obdelujejo sedemindvajset tisoč trt, prav posebno veselje je seveda obnova vinogradov.

V vasici leži tudi Fortunatov hram, katerega klet je bila zgrajena med leti 1861 in 1871 iz velikih kamnitih blokov, ki so bili pravokotne oblike in so jih v ta namen pripeljali prav iz kraških jam. Vstop v klet vodijo kamnite stopnice skozi portal s sploščenim šilastim obokom, saj je klet tudi delno vkopana. Za zorenje vina se klet uporablja že 140 let, sestavlja pa jo samo en prostor s pravokotnim tlorisom, ki ga prekriva ena od vrst križnih bokov na stebrih, ki so vdeleni v zidu. Objekt je bil v zadnjih desetletjih prenovljen, vendar so ohranili prvotni videz iz obdobja, v katerem je bil zgrajen.

Domačija Božič ponuja ustekleničena in odprta vina belih in rdečih sort. Poleg češenj imajo v ponudbi tudi domače suhomesnate izdelke. V svoji vinski kleti sprejmejo tudi do 25 obiskovalcev po predhodni najavi.

Posestvo Štokelj leži med najboljšimi vinogradniškimi legami na južni obronkih Vipavske doline. Prisega predvsem na lokalne sorte, zato pineli posvečajo posebno pozornost. Gospodar Damjan rad povabi svoje goste v svojo klet, v kateri lahko postrežejo med 18 in 30 obiskovalci hkrati. Vina lahko tudi ustekleničijo, poleg vina pa lahko ponudijo tudi domači prigrizek. Posestvo Štokelj je znano tudi po tem, da prihaja 18. vinska kraljica Slovenije, Špela Štokelj, prav s tega posestva. Laskavi naslov je prejela v Radencih leta 2014.

Kot zadnje naj omenimo Vinarsko in vinogradništvo Pipan. V stoletni velbani kleti Pipanovi zorijo harmonična sveža vina. Posebnost je sok iz grozdja barbera. Na kmetiji se gospodinja ukvarja tudi s peko kruha iz krušne peči. V njihovi degustacijski sobi lahko sprejmejo do 35 oseb.

Naj omenimo še Božičev hram, Vina Štrancar, Vinsko klet Trta 1949 ter Kletarstvo Petrič. V bližini vasice Planine je še ena zelo znana vinska vas Ustje. Tam najdemo družino Stibilj, ki se ukvarja s pridelavo ter prodajo predvsem rdečega vina sorte refošk. Za degustacije sprejmejo skupino do 50 oseb. Če gremo proti Novi Gorici bomo v vasi Cesta naleteli na vina družine Valič. Še naprej v vasi Šmarje pa Kmetijo Jejčič in Kmetijo Poljšakova brajda. V vasici Brje pa Kmetijo Čehovin, Kmetijo Koren, Vinsko klet Kavčič.

Kmetija Črv, sadje in vino, se nahaja v središču strnjene vasi Velike Žablje. Gospodar lahko sprejme na kmetiji v kleti tudi do 50 obiskovalcev. Na dvorišču pa nudi prijetno posedanje v senci sadnega drevja. Ukvarjajo se tudi s sadjarstvom, prodajajo predvsem češnje in breskve. V isti vasici se nahaja Kmetija pri Petrovih. Kmetija je znana predvsem po vinarstvu in čebelarstvu.

Vinska klet Kosovel Črniče ima dolgoletno vinogradniško tradicijo, saj so največ vina v vasi nekoč pridelali prav na tej kmetiji. Delež grozdja prodajo Vinski kleti v Vipavo, večji del vina pa tržijo sami. Po predhodni najavi so za manjšo skupino do največ 15 ljudi možne tudi degustacije. V Črničah Ušajevi ponujajo odprta in ustekleničena vina bogatega sortnega izbora. Posebna je domača bela Ušajeva vipavska sorta, ki jo polnijo pod blagovno znamko Ussai.

Vir: Vipavska dolina. Vse drugače. Vse leto. Vino. (20. 4. 2017)
TIC Ajdovščina. Vstopna stran (20. 4. 2017)

4.7 Namestitve

Na območju občin Vipava in Ajdovščine je na voljo vsega skupaj 30 turističnih obratov, v katerih ponujajo možnost prenočišča v 24-ih apartmajih in 120-ih sobah. Skupna kapaciteta na tem območju znaša okoli 464 ležišč.

Nastanitvene zmogljivosti so objekti, v katerih gostom proti plačilu nudijo prenočišče (Lambertz & Fischer 2004, 59). Vsi nastanitveni obrati, kot so ponudniki prehrane, med katere štejemo gostilne, bifeje, restavracije in vse tiste vrste ponudnikov, ki strežejo hrano v svojih prostorih, ponudnike, ki se ukvarjajo s pripravo in dostavo hrane (ang. catering) ter menze, spadajo k širšemu pojmu gostinstvo (Lebe 2012, 364).

Namestitve, ki ponujajo nočitve:

V občini Ajdovščina je kar nekaj namestitev, ki ponujajo prenočišča. Kot prvo bomo omenili Apartma Bambola. Apartma vsebuje dve spalnici s TV, klimatsko napravo, popolnoma opremljeno kuhinjo s hladilnikom in pomivalnim strojem, lastno kopalnico z brisačami in s prho ter dnevni predel s pogledom na gore.

Hotel Gold club Ajdovščina se nahaja v samem centru Ajdovščine. Vseh sob imajo 39, postelj 76, dvoposteljnih apartmajev pa je 35. Oprema v sobah vključuje telefon, TV, mini bar, klimatsko napravo, tuš in sušilec za lase. Zjutraj nudijo samopostrežni zajtrk. Hišni ljubljenci so v sobah dovoljeni.

Apartma v Avtokampu Ajdovščina se nahaja v Športnem centru Ajdovščina, v neposredni bližini Letnega kopališča Ajdovščina. Na voljo je apartma za 4 osebe. V manjši sobici je pograd, kuhinjsko bivalni prostor pa je opremljen z raztegljivim kavčem.

Mladinski center in hotel Hiša mladih Ajdovščina se nahaja v Športnem parku Pale na obrobju mesta. Objekt je zelo zanimivo arhitekturno zasnovan z mnogimi kamnitimi in lesenimi detajli, zato že na prvi pogled spominja na tradicionalno vipavsko hišo. Hotel premore 50 postelj, ki so razdeljene v več sobah: v eni je šest ležišč, v treh so štiri postelje.

Kmetija z nastanitvijo pri Rebkovih v Lokavcu je 3 km oddaljena od Ajdovščine. Ponujajo namestitve v dveh lepo opremljenih ter klimatiziranih apartmajih ter zajtrk z domačimi dobrotami. V apartmaju A je prostora za 4 osebe, torej apartma vsebuje zakonsko posteljo in pograd, ima pa tudi balkon, od koder je odličen pogled na bližnje pašnike, na Ajdovščino, Vipavske griče in Vipavski Križ. V apartmaju B imajo prostor za 3 osebe, četrta oseba pa lahko prespi na dodatnem raztegljivem kavču. Na njihovi kmetiji si lahko pripravite piknik v vrtni uti, otroci pa se lahko zabavajo na otroških igralih ali na travniku. Nudijo tudi možnost izposoje koles za potep po okolici.

V občini Vipava in okolici tudi lahko dobite različne namestitve. Blizu Vipave se nahaja prijetna vasica Vrhpolje, ki je poznana predvsem po priznanih vinarjih, katere povezuje Vipavska vinska cesta. Vas Vrhpolje je odlična vasica, saj je izhodiščna točka, od koder se lahko povzpnete na Nanos, ki je raj za ljubitelje pohodništva in kolesarjenja. Tudi Kamp Vrhpolje se nahaja v Vrhpolju, neposredno v bližini cerkve sv. Felicijana in Primoža. Lastnik kampa je družina Kobal, ki svoje obiskovalce rada sprejme. Pridelujejo tudi svojo vinsko kapljico, zato obiskovalcem ponudijo tudi obisk svojega hrama. V kampu ponujajo tudi skupna ležišča za največ 16 gostov, ob tem je na voljo 5 koles. Vas Vrhpolje ima ob Gostilni in piceriji pri Kobalu tudi Apartmaje pri Kobalu. Imajo dva apartmaja vsakega s svojo kuhinjo, kopalnico, sobo in klimo. V njihovi gostilni pa po želji nudijo tudi zajtrk.

V vasi Duplje ob glavni magistralni cesti Vipava - Ajdovščina se nahaja majhna hiša v Vipavski dolini. Kraj je primeren za mirne in aktivne počitnice, privablja motoriste, kolesarje, padalce in vse tiste, ki si želijo sprostitev in miru. Hiša ima svoj vhod, parkirni prostor, velik balkon in teraso. Pred hišo je velik travnik, ki se zaključuje z vinogradom, okrog hiše pa je dovolj prostora za zabavo in sprostitev. V spodnjem delu hiše lahko dobimo jedilni/dnevni prostor z opremljeno kuhinjo. V pritličju se nahajata še kabinet. V zgornjem prostoru je velika spalnica, sledi wellness kopalnica, opremljena s savno, tušem in masažno kadjo. Hiša ima tudi klimo.

V neposredni bližini Vipave, natančneje na Gradišču pri Vipavi, leži Kamp Tura. Kamp leži ob naravni plezalni steni Gradiška tura. Nahaja se v mirnem, od mesta odmaknjenem okolju. Kamp gostom nudi 10 prostorov za avtodome in 30 šotorišč. V bližini imajo 4 stezno balinišče, igrišče za odbojko na mivki, košarkarsko in rokometno igrišče, 2 tenis igrišči z umetno travo, igrišče za mali nogomet, otroška igrišča ter umetno plezalno stezo.

Na vzhodnem obrobju Vipavske občine leži naselje Slap. Slap je obdan z vinogradi, od koder je prečudovit razgled naokrog.

V majhni strnjeni vasi Manče, ki leži v Zgornji Vipavski dolini, lahko najdemo kmetijo Pilih. V 4 sobah nudijo gostom 14 ležišč, vsaka pa ima svojo satelitsko TV, priklop na internet in kopalnico. Vse sobe so prostorne z veliko okni.

Kmetija Abram se nahaja na visoki kraški planoti Nanos. S planote Nanos se širi odličen razgled od slovenske do italijanske obale ter Dolomitov. Na kmetiji Abram ponujajo šest dvoposteljnih sob ter tri družinske, v katerih lahko prespi od štiri do pet oseb. Opremljene so s kopalnicami, satelitsko televizijo ter skupno sobo za družabne igre. Ponujajo tradicionalne primorske jedi.

Nedaleč od Vipave se nahaja tudi kmetija z nastanitvijo ter osmica Ferjančič. Kmetija je znana po tradicionalni osmici v aprilu in novembru. Družina Ferjančič, ki je tudi lastnica kmetije, ponuja obiskovalcem dvoposteljni sobi z dodatnim ležiščem.

V samem središču Vipave na Glavnem trgu se nahajajo Apartmaji Koren. Ponujajo štiri polno opremljene apartmaje. Blizu centra Vipave v pritličju sto let stare hiše dobimo Apartma Thomas, ki je bil nedolgo tega tudi obnovljen. V dnevni sobi, ki je velika približno 30m² je jedilnica, kuhinja in prostor za počitek s TV-jem. Ponoči se lahko ta prostor spremeni s pomočjo raztegljivega kavča v udobno sobo za dva. Druga soba je opremljena z zakonsko posteljo ter dodanim ležiščem.

Med vinogradi ter sadovnjaki pa najdemo tudi zadnjo domačijo Majerijo. Ponujajo deset dvoposteljnih sob, ki so umeščene pod zeliščnim vrtom. Ponujajo preproste tradicionalne jedi, ki sledijo določenim letnim časom.

4.8 Znane prireditve v Vipavski dolini

Največ turističnega potenciala imajo: Okusi Vipavske, Vipavska trgatev, Pohod po Vertovčevih poteh, Vinski hrami Vipavske doline med martinom in božičem, Martinovanje na Brjah, Festival češenj v Lokavcu, Festival 360° Vipavska dolina, WOTR, Rally Vipavska dolina, Kolesarski festival Ajdovščina, Rock Batuže, Božična zgodba v Vipavskem Križu, Mednarodni bienale akvarela Castra in Ajdovščina v maju.

V letu 2016 je bilo po vsej Vipavski dolini vseh kar 87 prireditev. Prireditve se delijo na športne, kulturne ter druge prireditve, ki jih prirejajo različni organizatorji. Nekatere prireditve trajajo tudi več kot dva dni.

Izvajajo se nekatere tradicionalne prireditve. Prireditve smo razvrstili po mesecih od januarja do decembra 2016, ki pa smo jih zaradi obsežnosti dali v prilogo 1.

5 RAZVOJ TURIZMA NA PRIMERU IZBRANE REGIJE

Trženje se tipično razume kot naloga promocije, ustvarjanja in posredovanja izdelkov in storitev podjetjem in porabnikom. Spodbujanja povpraševanja po izdelkih so tržniki večji, vendar je to preveč omejeno na naloge, ki jih zares opravljajo tržniki. Trženjski managerji poskušajo vplivati na čas, raven in sestavo povpraševanja, da dosežejo cilje organizacije. Tržniki so tako vpleteni v trženje: storitev, doživetij, dogodkov in podobno (Kotler 2005, 5).

5.1 Organiziranost

Organiziranost turizma v Ajdovščini predvsem prevzemajo Turistično informacijski center Ajdovščina, ROD Ajdovščina in Občina Ajdovščina. V Vipavi se za turizem zavzemajo tudi različne druge organizacije, predvsem pa velja omeniti Turistično informacijski center Vipava.

5.1.1 TIC Ajdovščina

Turistični informacijski center (TIC) je podporno in informacijsko mesto za turizem v določenem kraju, ki ga ustanovljajo občine in mesta, da bi z njim podprli kakovost in razvoj lokalnega turizma. TIC-i v Sloveniji delujejo kot neprofitne organizacije. Njihova osnovna naloga je vodenje točke, ki je v samem centru mesta. Za dospele turiste je okence TIC- a prva posvetovalnica, kjer dobijo vse informacije. Po potrebi turistom posredujejo tudi sobe za preživetje nadaljnjih počitnic (Lebe 2012, 632).

Področje turizma v Oddelku za razvojne zadeve in gospodarstvo pokrivajo na Občini Ajdovščina. Pod ta isti oddelek spada tudi Turistično informacijski center Ajdovščina, krajše TIC Ajdovščina. Oddelek se nahaja v Mladinskem centru Hiša mladih Ajdovščina.

Glavne dejavnosti turističnega centra so:

- objavljanje, zbiranje in posredovanje aktualnih informacij o prireditveni ponudbi Vipavske doline;
- organiziranje in priprava programov izletov po Vipavski dolini;
- objavljanje, zbiranje in posredovanje informacij o turistični ponudbi Vipavske doline ter celotne Slovenije;
- priprava PR člankov, radijskih oglaševanj ter oglasov;
- koordinacija lokalnega turističnega vodenja;
- vzpostavljanje turistične infrastrukture;

- izdaja informativno-turističnih materialov o Vipavski dolini;
- udeležba ter organizacija na sejnih;
- koordinacija kmečke tržnice v Ajdovščini;
- (so)organizacija prirediteljev.

(Strategija razvoja turizma Vipavske doline na območju občine Ajdovščina in Vipava 2016; 16)

Župan Občine Ajdovščina je v letu 2016 ustanovil *Svet za turizem*. Svet je sestavljen iz petnajstih posameznikov, ki so strokovnjaki s področja turizma. Naloge sveta turizma so naslednje:

- sodelovanje pri pripravi strategije razvoja turizma in pripadajočih akcijskih načrtov;
- priprava nabora podpornih, vsebinskih in infrastrukturnih ukrepov in projektov občine na področju turizma in
- svetovanje županu pri oblikovanju in izvedbi ukrepov s področja turizma.

(Občina Ajdovščina, Svet za turizem)

Občina Ajdovščina usmerja svoje ukrepe tudi v izgradnjo turistične infrastrukture. Do omenjenih sredstev so upravičena srednja in mala podjetja, ki se ukvarjajo z na turizem vezano dejavnostjo. Do istih sredstev so upravičena tudi kmetijska gospodarstva, ki v sklopu dopolnilnih dejavnosti na kmetijah izvajajo turistično dejavnost.

5.1.2 Zavod za turizem TRG Vipava

Zavod za turizem TRG Vipava se nahaja na glavnem trgu v Vipavi in je javni zavod, ki skrbi za turizem v občini Vipava. Zavod je pravni naslednik Centra za razvoj podeželja TRG Vipava, ki ga je leta 2004 ustanovila Občina Vipava. Glavna dejavnost zavoda, ki jo izvajajo v informacijski pisarni, je spodbujanje dejavnosti razvoja turizma.

Turizem TRG Vipava ima naslednje naloge:

- upravlja s trgovino s turističnimi spomeniki v okviru TIC-a;
- upravlja z Vinoteko Vipava in vodi Turistično informacijski center Vipava;
- organizira lokalno turistično vodenje po območju občine Vipava;
- skrbi za javne ogledе dvorca Lanthieri;

- vzpodbuja razvoj turistične dejavnosti in oblikuje turistično ponudbo okolja;
- skrbi za promocijo vipavske turistične ponudbe (v tujini in doma);
- koordinira in organizira poletne kulturne prireditve v Vipavi, organizira izobraževalne delavnice, okrogle mize, organizira vinske večere in druge dogodke in
- trži turistično ponudbo (vodenje, prodaja spominkov, vin, ribiških kart ...)

(Strategija razvoja turizma Vipavske doline na območju občine Ajdovščina in Vipava 2016; 17)

Zavod za turizem TRG Vipava se nahaja skupaj z vinoteko in trgovino s spominki. Odbor za turizem, ki tudi deluje v Občini Vipava, je eno od stalnih delovnih teles Občinskega sveta za mandat od 2014 do 2018.

5.1.3 Razvojna agencija ROD Ajdovščina

Razvojna agencija ROD Ajdovščina deluje od decembra 1999 in povezuje občini Ajdovščina in Vipava, saj sta jo ti dve občini tudi ustanovili. Osnovna naloga ROD Ajdovščina je spodbujanje integriranega razvoja. To vključuje naloge tako negospodarskih kot tudi gospodarskih dejavnosti, kar zajema področje podeželja, razvoj človeških virov ter razvoj podjetništva ob upoštevanju usklajenega prostorskega in okoljskega načrtovanja.

Opravlja tudi naloge upravljalca Lokalne akcije skupine Zgornje Vipavske doline in Komenskega Krasa, ki ga poznamo pod kratic LAS.

5.1.4 Lokalna akcija skupine Zgornje Vipavske doline in Komenskega Krasa

Junija 2008 je bila ustanovljena LAS Zgornje Vipavske doline in Komenskega krasa za območje občin Komen, Vipava in Ajdovščina za programsko obdobje EU 2007 - 2013. Člani oziroma partnerji LAS so pravne in fizične osebe. LAS ima sedež na sedežu Razvojne agencije ROD. Njihova glavna naloga je, da pripravijo lokalno razvojno strategijo ter uresničijo njene cilje s pomočjo predvsem različnih finančnih in ostalih resursov.

5.2 Analiza stanja turistov

Vse analize stanja turistov smo naredili na podlagi razpoložljivih podatkov Statističnega urada Republike Slovenije. Analizo stanja turistov smo razdelili na leto od 2011 do 2015, posebej pa smo prikazali stanje za 2016. Analizirali smo podatke o prihodu turistov med letom, nočitve turistov, prihode in nočitve turistov skupaj in prikazali smo mesečni prihod turistov. Na koncu pa smo prikazali države, iz katerih prihajajo turisti. Analizo podatkov smo naredili na dva načina. Celotno analizo stanja turistov smo zaradi prevelike obsežnosti dali v prilogo 2.

6 ANALIZA IN INTERPRETACIJA INTERVJUJEV

V drugem delu zaključne projektne naloge smo uporabili metodo intervjuja kot način zbiranja informacij. Intervjuji so nam pomagali pri reševanju problemov, namenjeni so lažjemu razumevanju stanja in razvoja turizma v Vipavski dolini.

6.1 Namen intervjujev

Z raziskavo in izvedbo intervjujev smo želeli preučiti stanje na področju razvijanja turizma v Vipavski dolini. V ta namen smo naredili 6 intervjujev z osebami, ki so neposredno povezane s turizmom in o tem področju vedo veliko.

Namen raziskave je bil pridobiti informacije o stanju razvoja turizma v Vipavski dolini ter njegovem razvoju v prihodnosti, hkrati pa predstaviti mnenja in razmišljanja o turizmu z nekaterimi s turizmom tesno povezanimi ljudmi.

6.2 Izvedba intervjujev

Intervjuje smo izvajali aprila 2017, večino smo zbrali s pomočjo vprašanj, ki smo jih intervjuvancem, tako so namreč želel, poslali po elektronski pošti.

Do intervjuvancev smo stopili osebno, da smo se jim lahko predstavili, jim pokazali temo raziskave ter razložili pomen intervjujev. Ker je bila večina intervjuvancev zelo zasedena, smo se dogovorili, da jim vprašanja pošljemo po elektronski pošti in jih poprosili, da nanje čim prej odgovorijo. Največja slabost takega načina je, da je odzivnost po navadi dokaj slaba in tudi tokrat je bilo tako, saj smo odgovore čakali kar nekaj časa.

Intervjuje, ki smo jih naredili osebno, smo posneli in jih po zvočnem posnetku zapisali.

6.3 Število intervjuvancev ter zasnova vprašalnika za intervju

Izvedli smo 5 intervjujev, s katerimi smo hoteli pridobiti različne informacije o stanju razvoja turizma v tej regiji.

Zasnovo za intervjuje smo vsaki organizaciji ali osebi posebej prilagajali, saj smo si želeli ob informacijah o stanju razvoja turizma slišati tudi mnenje o njihovi turistični dejavnosti, poti in njihovih željah glede prihodnosti turizma na njihovem področju. Vprašanja smo razvili s pomočjo literature in s preučevanjem dela intervjuvancev. Vprašanja so bila večinoma odprta, da so imeli intervjuvanci možnost širokih in odprtih odgovorov.

Najprej smo vprašalnike preko elektronske pošte poslali Turistično informacijskemu centru Ajdovščina ter Vipava, isto smo se kasneje dogovorili tudi z gospodarjem Turistične kmetije

Abram, g. Božom Ježem. Za osebne intervjuje smo se dogovorili z županom Občine Ajdovščina, g. Tadejem Beočaninom, ter g. Tomažem Kavčičem.

6.4 Interpretacija rezultatov

Rezultate intervjujev smo razdelili v naslednje skupine:

- vprašanja 1- 4, ki so bila zastavljena vsem intervjuvancem, smo združili,
- vprašanja, ki so bila specifična in zastavljena samo posameznikom, bomo navedli posebej.

Na intervjuje so odgovarjali:

- ga. Sonja Mužina iz Turistično informacijskega centra Ajdovščina,
- ga. Urška Grmek iz Turistično informacijskega centra Vipava,
- g. Božo Jež s Turistične kmetije Abram,
- g. Tadej Beočanin, župan Občine Ajdovščina in
- g. Tomaž Kavčič iz Gostilne pri Lojzetu (Dvorec Zemono)

Celotno interpretacijo rezultatov intervjujev smo zaradi prevelike obsežnosti dali v prilogo 3.

6.5 Ugotovitve in predlogi za izboljšanje

Ob nastajanju zaključnega dela smo podrobneje spoznali turizem v Vipavski dolini oziroma na področju občin Ajdovščina in Vipava. Vse informacije v raziskavi smo pridobili s pomočjo intervjuja ali vprašalnika, ki smo ga izvedli z določenimi, s turizmom povezanimi ljudmi.

Prva ugotovitev, ki jo lahko naprej izpostavimo je, da je turizem v Vipavski dolini res ena izmed pomembnih gospodarskih panog. Tako turistične agencije, kot drugi, s turizmom povezani posamezniki, se trudijo, da bi turizem v Vipavski dolini razvili do te meje, da bi postali prepoznavni tako po vsej Sloveniji kot tudi v tujini. K razvoju turizma na tem območju zagotovo pomaga tudi oblikovana Tržna znamka Vipavska dolina, ki geografsko povezuje 6 občin, ki smo jih že v nalogi omenjali. Pridobili so tudi novo spletno stran Vipavska dolina, na kateri so zbrani vsi podatki, ki bi jih gost pred izletom ali obiskom določenega kraja želel vedeti. To so na primer vreme, kulinarika, razne namestitve, aktivnosti in podobno. Spletno stran sicer še vedno vsakodnevno obdelujejo in dodajajo nove vsebine, saj nekaterih stvari nimajo še dokončanih. Vseeno lahko rečemo, da je spletna stran dobro narejena, na preprost in privlačen način ter privablja morebitne turiste. Kot pravi ga. Mužina v intervju, bo spletna verzija tudi v drugih jezikih - angleščini, nemščini in italijanščini, kar je zelo dobro. Ga.

Mužina ob tem pove, da večkrat trčijo ob težavo, ker nekateri ponudniki niso vešči niti enega tujega jezika, spletne strani imajo zelo zastarele ali jih sploh nimajo. Pomembno je namreč, da smo v toku s časom, tehnologijo, ter da se zavedamo tega, da prihajamo v obdobje, ko si ljudje vnaprej vse načrtujejo in prek spleta pregledajo ponudbo, storitve in drugo.

Zgodovina Ajdovščine in Vipave je zelo pomembna, saj je kar nekaj znamenitosti ohranjenih iz nekaterih obdobjih v preteklosti. Predvsem mislimo središče Ajdovščine, Vipavski Križ ter nekatere objekte v Vipavi. Občina Ajdovščina bo v naslednjem letu poskrbela za obnovo Lavričevega trga, ki je na območju nekdanje Castre ter po besedah g. Beočanina razmislila, kaj bi bil potrebno tržiti v smislu kulturne dediščine. Mislimo, da bo zaprtje Lavričevega trga za promet ter njegova prenova pozitivno vplivala na obiskovalce, čeprav se nekateri s tem ne strinjajo. Lavričev trg bo postal zaprto središče za promet, v ospredje bo stopila bolj turistična plat, saj bodo lahko tako turisti kot tudi meščani v središče prišli peš, se tam tudi ustavili, posedeli placu ali pa v bližnjem baru. Lepa ureditev trga bo tudi prispevala k večji privlačnosti »bisera« Ajdovščine. Kot smo že omenili, bo trg zaprt za promet, prav tako bo dostop do tamkajšnjih stanovanjskih hiš zaprt, zato so v bližini trga, za tako imenovanim starim mlinom, posodobili lepo urejeno parkirišče za avtomobile. Tako bodo tudi obiskovalci, ki bodo prispeli v Ajdovščino s prevoznim sredstvom imeli možnost, da se trgu približajo. Ob trgu stoji tudi ohranjena rimska utrdba, tudi ta bi znala pritegniti marsikaterega obiskovalca. Njena ureditev ter razni dogodki, ki se in bi se lahko odvijali znotraj nje, bi povečali prepoznavnost Ajdovščine. Nekaj časa nazaj je bil dostopen tudi vrh rimskega stolpa, vendar so ga zaradi varnosti zaprli. Z ureditvijo dostopa do vrha stolpa in seveda primerno zavarovanje tega, bi pomenilo odlično razgledno točko, s tem pa bi se ustvaril pridih preteklosti. Po ureditvi trga bi na prizorišče postavili tudi stojnice, tako turistične kot tudi druge, ki bi delovale ob koncu tedna, ko bi bil obisk večji.

Glede zgodovine bi se strinjala z go. Grmek in g. Kavčičem, da je bila uprizoritev bitke pri Mrzli reki res odličen dogodek, pomemben za preteklost, pa tudi za današnje dni. Tudi sama mislim, da ima velik potencial za trženje turizma in bi ga lahko veliko bolje tržili. Takšni in podobni dogodki bi zagotovo navdušili številne goste in obiskovalce. Bitko so v preteklosti uprizarjali pod Dvorcem Zemono. Tak dogodek bi bil pozitiven tudi za sam Dvorec. Ponovni zagon tega dogodka, povezanost celega kraja pa tudi finančna podpora, bi pripomogli, da bi dogodek postal eden prepoznavnejših v Vipavski dolini in širše. V Vipavi je ohranjena še ena zgodovinska znamenitost, to je Lanthierijev dvorec z dvoriščem. Dvorec je zelo lepo ohranjen, tako zunaj kot tudi notranjost. Dvorec ter dvorišče povezuje most čez reko Vipavo, kar ponuja turistom odlično priložnost da tudi tam posnamejo kakšno fotografijo več. Dvorišče je dovolj veliko za kulturne ter druge prireditve, s čimer bi dvorec pridobil na prepoznavnosti ter trženju turizma.

Tudi Vipavski Križ se ponaša z bogato zgodovino, danes je zelo lepo ohranjen pa tudi zelo lepo prenovljen. Vaščani se zelo trudijo, da bi Vipavski Križ pridobil čim več turistov, zato

tudi skrbijo za vasico, ki ima dobro ohranjen samostan, bogato knjižnico, v njihovem krajevnem domu pa se zgodijo razni dogodki pa tudi razstave. Z evropskimi sredstvi sklada za regionalni razvoj so prenovili tla vasice, da je bolj privlačna ter zanimiva za goste, ogled vasice je tako možen tudi ponoči. Mislimo, da bi podpora turistično informacijskega centra, ki bi s ponudbo vodenega ogleda po Vipavskem Križu ali pa zgibanko o kraju, pripomogla tudi k večji prepoznavnosti vasice, ki si zagotovo zasluži, da bi jo turisti lahko videli.

Kot smo v nalogi že omenili, so Fužine za železo in baker služile v 16. in 17. stoletju. Območje Fužin je ohranjeno, vendar bi ga bilo potrebno ves čas obnavljati ter vzdrževati, tako da bi bilo primerno tudi za ogled. Ker je območje ob cesti, na poti proti izviru Hublja, je to enkratna priložnost, da se lahko ustavimo tam. Omenjen izvir Hublja je tudi enkratna priložnost za ogled, saj je ob večjem nalivu izvir zelo velik, enkraten ter neprimerljiv. Ob izviri je tudi gostilna, v kateri se ustavi marsikateri turist. Pohodniški turisti pa lahko od tam startajo na različne vrhove, tako bližnje kot tudi bolj oddaljene. Do Izvira Hublja vodi tudi urejena naravoslovna učna pot, ki ima start v Palah. Po njej se odpravi marsikateri pohodnik, saj pot ni pretirano naporna, je pa, zlasti za otroke na splošno zelo privlačna. Ob poti so tudi poučne table. V Palah se nahaja tudi Mladinski center in hotel Ajdovščina. V njem imajo tudi nastanitvene prostore, ki so zelo urejeni in privlačni tudi za turiste, ki redno hodijo v ta hostel. V istem območju se namreč nahaja tudi Turistično informacijski center Ajdovščina, kjer goste sprejemajo. Vsekakor je pomembno, da ima Ajdovščina kot občina in tudi kot mesto tak center za turiste, čeprav bi bilo bolj primerno, da bi Turistično informacijski center premaknili v sam center Ajdovščine. S tem bi izboljšali dostopnost. Strinjam se sicer z nekaterimi, ki menijo, da morajo postati tudi Pale nekakšen center, objekt namreč leži na zelo lepem mestu in je zelo lepo ohranjen. V sklopu hostla je tudi bar Hiša mladih, pogosta zbirna točka mladih. Ob hotelu Hiša mladih Ajdovščina se nahaja Športni park Pale. Ob pestri ponudbi za vsakega športnika, lahko najdemo tudi adrenalinsko gorsko kolesarsko progo, ki so jo prenovili v zadnjem času in je bolj prilagojena za adrenalinske kolesarje. Tudi okolica je zelo privlačna tako za gledalce kot tudi turiste. Vsako leto se na tej progi preizkusijo izkušeni adrenalinski kolesarji. Leta 2015 je bil tu festival Bike fest, leta 2016 pa je bilo vrhunec festivala državno prvenstvo discipline 4X. Organizator je bil ajdovski kolesarski klub Črn Trn, ki je dokazal, da je Vipavska dolina lahko nadvse primerna za kolesarsko destinacijo. To zagotovo drži, čeprav se zdi, da bi iz tega dogodka lahko »naredili« še kaj več, saj poteka kar tri dni. Morda bi bilo smiselno razmišljati tudi o tem, da bi progo razširili še v okolico.

Podoben dogodek je tudi WOTR - obstacle trail, to je tek čez ovire v naravi in po mestu Ajdovščina, proga je dolga približno 9,5 kilometrov. Čeprav je največ tekmovalcev iz Vipavske doline ali pa vsaj okolice, bi lahko tudi ta dogodek pomagal pri trženju in večjem obisku samega dogodka ter kraja. Dogodka sta zelo edinstvena in z malo podpore, tako finančne kot tudi oglaševalske, bi lahko iztržili mnogo več.

Po vsem navedem v zaključni projektni nalogi lahko rečemo, da imamo kar nekaj nastanitvenih objektov tako v občini Ajdovščina kot tudi v občini Vipava. Na podlagi analize statističnih podatkov, ob katerih lahko ugotovimo, da imamo vedno več turistov, ki obiščejo to območje, lahko rečemo, da bi bil lahko predvsem v Ajdovščini, pa tudi v Vipavi kakšen nastanitveni objekt več, saj kakega večjega sedaj ni. V intervjujih, ki smo jih naredili z obema gospema, smo lahko tudi slišali, da turisti dejansko sprašujejo po nastanitvenih objektih, torej lahko zaključimo, da jih zagotovo primanjkuje. V prihodnosti bi bilo smiselno nastanitveni objekt umestiti v center Ajdovščine oziroma Vipave, na privlačno območje, na katerem bi uredili tudi okolico, da bi tako ponudili lahko še več in se tako še bolj približali turistom. Restavracij, barov in gostiln v okolici Ajdovščine in Vipave ne primanjkuje. Menim, da imajo zelo široko ponudbo, so se pa tudi sposobne zelo prilagajati turistom. V Vipavi se verjetno največ turistov ustavi v Baru pri Marjanci, saj ima idealno lokacijo – stoji namreč na glavnem trgu, do katerega imajo dostop prav vsi turisti, v bližnji okolici je tudi park s fontano in lesene klopce. V Ajdovščini imajo sicer kar dva parka, eden je v Šturjah, drugi pa v bližini centra Ajdovščine. Za prvo omenjenega lahko rečemo, da je lepo urejen, dodane so tudi svetilke, v bližini pa so igrala ter bar Slaščičarna. Za drugo omenjenega, torej tistega v bližini centra Ajdovščina, pa mislim, da bi lahko malo bolj poskrbeli ter ga uredili, da bi s privlačnejšim izgledom vabil sprehajalce in turiste. Po mestu Ajdovščina ter mestu Vipava bi bilo lahko več turističnih tabel, ki bi opozarjale na nahajališče neke znamenitosti. Smiseln pa bi bil tudi kak opis in zemljevid mesta. Predlagam tudi table, na katerih bi bile izrisane vse kolesarske in pohodniške poti, ki se nahajajo v Vipavski dolini. Table bi bile nameščene na turistično informacijskih centrih ali pa v samem mestu. Posledično bi morale biti seveda vse kolesarske ter pohodniške poti tudi dejansko ustrezno označene ter natančno opisane.

Na robu mesta Ajdovščina, domačini tamkajšnjemu območju pravijo »na polju«, je makadamska pot, po kateri se vsak dan ob lepem vremenu zvrsti veliko tekačev, kolesarjev pa tudi pohodnikov. Pot je dolga približno 4 km in je krožna. Ob poti tečeta kar dve reki, in sicer, od Ajdovščine proti Dolenjam, hudournik Hubelj, od Vipave proti Dolenjam, pod Dolenjskim mostom, ki se mu reče tudi Napoleonov most, pa reka Vipava. Do mostu se veliko športnikov oziroma rekreativcev, pripelje kar z avtomobili, od tu pa se naprej podajo peš. Ob mostu je dovolj prostora, da bi uredili nekakšen prostor - plac, namenjen parkiranju avtomobilov in sprostitvi športnikov. Čeprav je na tem območju veliko njiv, ki bi morda lahko pomenile zmanjšano možnost preureditve, pa bi se, v to sem prepričana, v dogovoru z lastniki tak prostor v določene smeri lahko odprl in razširil. Morda bi za začetek dodali le kako lepo klopco, ki bi sprehajalce vabila k počitku. Popravila je nujno potrebna tudi makadamska pot, ki je v dokaj slabem stanju tudi zaradi vožnje avtomobilov.

Na splošno je Vipavska dolina znana po vinogradništvu. Imamo zelo veliko vinogradniških kmetij, za katere verjamem, da poskušajo biti čim bolj prepoznavne ter inovativne. Nekateri poskušajo z, po Vipavskem znanimi, osmicami, drugi vpeljujejo turizem z nastanitvenimi objekti. Mislim, da imajo vinogradniške kmetije z nastanitvenimi objekti zelo velik potencial,

da pripeljejo tako domače kot tudi tuje turiste. Te vinogradniške kmetije so sicer bolj na vaseh, torej malo bolj oddaljene od mesta, kar mislim, da večini turistov ustreza, če se želijo spočiti, pa tudi kaj dobrega jesti in popiti, sploh če gre za domače dobrote. S finančno podporo na primer občine ali katere druge organizacije, pa tudi turistično informacijskih centrov, ki bi poskrbeli za obisk takih vinogradniških kmetij, bi te kmetije morda bolj zaživele. Poleg tega, kot je predlagala ena od mojih sogovornic, bi lahko turiste povabili na prikaz vipavske trgateve in morebitno sodelovanje, lahko bi to celo postalo atrakcija. Ko že omenjamo vinogradništvo, naj povemo, da se okrog tega zgodi kar nekaj dogodkov, med pomembnejšimi je prireditev Odprti hrami Vipavske. Gre za pomemben dogodek, saj privabi zelo veliko število obiskovalcev, ne samo iz Vipavske doline, ampak tudi od drugod. Ta dogodek ima zelo velik potencial, saj bi lahko gostje prišli tudi z avtobusnimi prevozi in bi lahko več časa prebili tukaj. V primeru, da gostje pridejo z avtomobili, bi z novimi nastanitvenimi objekti, ki jih, kot smo že ugotovili, na splošno v Vipavski dolini primanjkuje, goste lahko privabili, da ostanejo več kot en dan v Vipavski dolini.

Seveda nismo pozabili na še eno posebnost Vipavske doline, nanjo nas je spomnila tudi ga. Mužina v pogovoru, to so kraške jame. Podzemlje Vipavske doline je tudi zelo zanimivo in kar nekaj jam imamo, na katere bi bili lahko ponosni. Seveda bi morali naše kraške jame najprej predstaviti, nato pa zbrati informacije o zanimanju njihovega ogleda. Verjamem, da bi bila sprva to lahko nekoliko nenavadna ponudba, a s pomočjo jamarjev in sredstev, ki bi to ponudbo podprli, bi to lahko postala zanimiva destinacija. Menim namreč, da je veliko takih obiskovalcev, ki bi si želeli ogledati te jame, seveda pa je ob tem pomembno, da imajo vsaj nekaj izkušenj in znanja s področja jamarstva ali pa so celo izkušeni jamarji.

Kot g. Beočanin, župan občine Ajdovščina, tudi sama vidim veliko možnost turizma v športnih prireditvah po Vipavski dolini, katerih je, kot lahko vidimo, kar nekaj. Večje športne prireditve, dve smo že omenili malo prej, ki imajo potencial, bi Vipavska dolina morala podpreti ter oglaševati, saj bi le tako lahko goste privabili. Dobra organizacija je ključ za dobro trženje tudi vseh športnih prireditev, čeprav največkrat primanjkujejo financ ter podpore, ki bi držala prireditve na nekem nivoju. Vseeno lahko rečemo, da ob tolikih prireditvah ni mogoče vseh podpreti, pomembno pa je, da jih spodbujamo ter razvijamo naprej, da so še boljše, saj tudi s tem vzpodbujamo prihod turistov v Vipavsko dolino. Ob tem je pomembno dobro predstaviti Vipavsko dolino ter njene značilnosti, znamenitosti pa tudi tradicionalne tako jedi, kot vina in podobno, torej vse, kar lahko ponudimo ob druženju po prireditvi. Kot neke vrste novo športno prireditev bi predlagala pohod do starega gradu nad mestom Vipava. Pot bi seveda morala biti urejena, ves čas bi jo morali obnavljati in vedno kaj novega dodajati. Ker je tu zelo znana sorta marelice budanjska marelica, bi lahko predstavili marelice s kulturno - športno prireditvijo. Naprej bi se lahko obiskovalci sprehodili med nasadi marelic, potem pa bi v zunanjih ali notranjih prostorih uredili stojnice z različnimi jedmi iz marelic ter ponudili pravo vipavsko vino. V vasi Planina že imajo podoben dogodek, ko vsako leto goste povabijo med nasade marelic ter predstavijo sorte marelic.

V mestu Ajdovščina že organizirajo tradicionalni mednarodni nogometni turnir za otroke. To se mi zdi enkratna priložnost, da tudi otroke privabijo na igrišče, kot so to počeli včasih. Bilo bi odlično, če bi ta dogodek organizirali vsaj še enkrat v letu, saj bi s tem pridobili, da bi otroci bili dejansko zunaj. Turnir bi lahko bil samo za otroke iz okolice, tiste, ki bi lahko prišli na ta dogodek. Na ta način bi lahko podprli otroke, da bi se več dobivali na igrišču ter prebili več časa zunaj. Še en tak idealen prostor, kamor bi lahko privabili ljudi poleti, je letno kopališče Ajdovščina. Vsekakor bi ga bilo potrebno nekoliko preurediti, dodati kakšno klopco več ter omogočiti senco. V poletnih mesecih bi bila to za otroke ter starejše odlična priložnost za osvežitev. Še eno prireditev, ki jo bi omenila, je Moj kino. Enkrat na mesec v dvorani Prve slovenske vlade se ta prireditev odvija enkrat mesečno, pritegne pa mnoge ljubitelje kina ter novejših filmov. Prireditev se mi zdi zelo dobra, saj privabi tako mlajše kot tudi starejše.

Še ena zelo lepa športno kulturna prireditev, ki je verjetno znana po vsej Sloveniji, ne samo po Vipavski dolini, je Pohod po Vertovčevih poteh. Ker je proga zelo lepa ter ne pretirano težavna, privabi zelo veliko pohodnikov, tudi iz Ljubljane ter drugih krajev po Sloveniji pa tudi čez mejo. Vsako leto, sicer odvisno od vremena, se na pohod odpravi najmanj tisoč obiskovalcev. Gre za dogodek, ki bi, če bi ga le malo bolje tržili, povabil marsikaterega obiskovalca več. Predstaviti bi morali Vipavsko dolino ter njene dobrote, značilne jedi ter mogoče tudi kakšen kozarec dobrega vina. Nujno potrebno bi bilo vsaj en del poti urediti, postaviti kakšno klopco več ter omogočiti po poti do Ostrega vrha in potem naprej čez Šmarje kakšno postojanko z osvežitvijo. Na vrhu Ostrega vrha bi lahko dodali še eno klopco, ena sama je ob povečanju obiska tega hriba premalo, redno pa bi bilo treba tudi urejati in čistiti okolico. Ob poti bi lahko postavili tudi kako turistično tablo več. Podprli bi lahko še eno pohodniško pot, in sicer Pot po robu, ki je označena kot lahka pot, prehodi se jo v približno dveh urah. Pot je zanimiva tudi zato, ker dejansko poteka ob robu hribov.

V občini Ajdovščina imajo sicer organizirano izposajo koles, česar pa nisem zasledila za občino Vipava. Kolesa bi za izposajo lahko ponujali ob turistično informacijskih centrih. Tako bi se gostje lahko zapeljali ne samo po gorskih poteh, ki jih Vipavka dolina ponuja, ampak bi si bližnje kraje lahko ogledali tudi s kolesi. Bilo bi bolj preprosto in priročno.

Zdi se nam pomembno, da bi dvignili kulinariko in gastronomijo na tak nivo, da bi goste privabili tudi s tem. Naj omenimo predvsem festival Okusi Vipavske, ki tudi po mnenju g. Kavčiča potrebujejo finančno podporo ter nove ideje, da bi spet dvignili festival. Glede na dobo, letos bo že 11. leto, od kar poteka festival, je ta dogodek eden tistih, ki vedno pripelje nove goste v Vipavsko dolino, tako tiste, ki imajo radi kulinariko in gastronomijo, kot tiste, ki pridejo dogodek samo pogledat. Je pa tudi dogodek, ki temelji na tradicionalnih vinih ter kulinariki Vipavske doline. Da bi se lahko festival nadaljeval, se bo morala Vipavska dolina potruditi ter stopiti skupaj, poiskati nove ideje in ga osvežiti. Sicer pa menimo, da sta tako kulinarika kot tudi gastronomija v Vipavski dolini premalo podprti in bi ju lahko bolj postavili v ospredje tako na kulturnih kot tudi na športnih prireditvah.

Ena bolj svečanih prireditev bi lahko bila tudi dvig mlaja za 1. maj tako v Ajdovščini kot tudi v Vipavi. V popoldanskem času bi se lahko obiskovalci zbrali ter skupaj pospremili ta svečani dogodek, pod večer pa bi se zabava lahko nadaljevala. Potrebno bi bilo povečati zanimanje ter urediti program, da bi bil obisk lahko večji. Predvsem mislim tu na Ajdovščino, saj bi bil kres lahko vsako leto ob rimskem gradu. Tu bi se lahko tudi obiskovalci usedli ob ognju ter uživali ob živi glasbi kot včasih.

V nalogi smo pisali tudi o društvu DOLI in njegovim posebnem poslanstvu. Mislimo, da ima prikaz, kako so včasih vozili hlodovino s Trnovske planote v Lokavec zelo veliko možnost, ker je nekaj posebnega, saj prikazuje star običaj. Vsekakor bi morali poiskati neke rešitve, da bi se taka prireditev ohranila in bi jo večkrat lahko pripravili.

Kar se tiče Občine Ajdovščina ter njenega projekta uresničevanja participativnega proračuna, lahko rečemo, da je to zelo vzpodbudna novica, ki kaže na to, da se tudi kot občina trudimo uresničevati želje občanov in vodi v prenavo ali celo novogradnjo nekaterih zelo lepih objektov. Kot smo lahko razbrali iz pogovora je bilo zelo veliko projektov izbranih, čeprav je finančnih sredstev še vedno premalo za vse želje, ki bi jih radi izpolnili.

Ena od sedanjih pomanjkljivosti, ki pa bi, če bi bila odpravljena, zagotovo prinesla boljše učinke za razvoj turizma, je povezava med Ajdovščino in Koperom. Ob pogledu na vozni red avtobusov na relaciji Ajdovščina - Koper in obratno, ugotovimo, da je povezava zelo slaba, avtobusni prevozi povprečno vozijo največ do dvakrat na dan ali pa sploh ne, pa še to ob nenavadnih urah. Vsaj med vikendi, spomladi in poleti, bi lahko omogočili več prevozov na omenjeni relaciji, saj bi marsikaterega turista s tem tudi zvalili v Vipavsko dolino ali obratno na obalo. Verjamemo, da bi tudi ta sprememba pozitivno vplivala tako na turiste kot ljudi iz Vipavske doline, saj si marsikdo želi potovati na obalo.

Pomembno bi bilo, da bi se vsi turistični dejavniki povezali med seboj v eno turistično zvezo, katera bi bila celovit koordinator vsega, tako turističnih organizacij kot tudi dogodkov, razpisov in podobnega. Podpreti bi morala razvoj Vipavske doline ter pridobiti več sredstev iz dveh pomembnih evropskih skladov, to je sklada za regionalni razvoj ter evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja. Za to bi se sicer trenutno morala zanimati razvojna agencija ROD, ki bi ta sredstva morala poskušati pridobiti. Prej omenjena turistična zveza bi tako podprla večje dogodke, ki so bili v zaključni projektni nalogi omenjeni, podprla pa bi tudi regionalni razvoj Vipavske doline ter omogočila, da bi postala Vipavska dolina bolj privlačna ter zanimiva za goste oziroma turiste, ki bi si v Vipavski dolini želeli ostati dlje časa.

7 ZAKLJUČEK

V zaključni projektni nalogi smo raziskali stanje turizma na izbrani regiji, in sicer v občini Ajdovščina in občini Vipava. Z ugotovitvami raziskave smo hoteli podati predloge za izboljšavo razvoja turizma.

Vedno več držav sveta se odloča za investiranje v turizem, saj turistična panoga pomembno prispeva k ekonomskim kazalcem posamezne države, razvoju infrastrukture ter odpiranju novih delovnih mest. Turizem je zaradi nenehnega razvoja ter rasti v zadnjem šestletnem obdobju postal eden najhitreje razvijajočih ekonomskih panog na svetu.

Med raziskavo smo ugotovili, da je turizem v Vipavski dolini zelo podprta gospodarska panoga, katere se poslužujejo marsikateri, tako centri in organizacije, kot tudi posamezniki. Raziskava je pokazala, da je v Vipavski dolini veliko dejavnikov turističnega razvoja, ki smo jih opredelili kot društva, gostilne, izletniške kmetije, osmice, vinogradniške kmetije, namestitve in znane tradicionalne prireditve. Ugotovili smo, da je teh kar nekaj, to pomeni, da je turizem v Vipavski dolini v teku razvoja, vendar so potrebne izboljšave.

V drugem delu smo izvedli intervjuje s turističnimi delavci iz Turistično informacijskega centra v Ajdovščini in Zavodu za turizem TRG Vipava, Božom Ježem, lastnikom turistične kmetije Abram, županom občine Ajdovščina, g. Tomažem Beočaninom, ter kuharjem v Dvorcu Zemono, Tomažem Kavčičem. Z interpretacijo intervjujev smo ugotovili, da so naši intervjuvanci kar dolgo in na različne načine povezani s turizmom. Tudi sami so do turizma v Vipavski dolini nekoliko kritični, vendar so nam kljub temu podali kar nekaj pozitivnih informacij. Iz analize lahko ugotovimo, da imajo kar nekaj predlogov in zamisli o tem, kaj Vipavska dolina še potrebuje, da bi dosegla turistični vrh.

Podali smo naše predloge, ki so se navezovali na zgodovino, tradicijo, kulinariko, avtohtona vina, razne prireditve, nismo pa pozabili tudi na prometne povezave. Zgodovina in tradicija se tako nam kot tudi intervjuvancem zdita zelo pomembni, saj imamo na tem območju zelo veliko znamenitosti, katere bi lahko vključili v razvoj turizma, ampak do zdaj tega nismo še naredili. V preteklosti se je na tem območju marsikaj dogajalo, nekaj od tega je tudi zdaj ohranjeno in prav te znamenitosti bi lahko predstavili širši javnosti. Ob tem omenimo tudi tradicionalne jedi in kulinariko, ki se sicer zelo močno trži, a potrebujejo nova dodatna finančna sredstva ter vzpodbudo, da bomo lahko kos novodobnim zahtevam turizma ter prikazali nekaj inovativnega in drugačnega na podlagi naše tradicije.

Razne prireditve v obeh občinah so zelo pomembne za razvoj turizma, saj lahko ravno preko njih zvačimo turiste, goste ali obiskovalce v Vipavsko dolino. Čeprav je v Vipavski dolini zelo veliko različnih prireditev, podatki celo kažejo, da njihovo število narašča, pa lahko rečemo, da se dela na tem, da bi te prireditve dodatno razvili. Potrebno je izpostaviti večje prireditve, torej tiste, ki imajo največ potenciala in pritegnejo veliko obiskovalcev. V nalogi

smo izpostavili prireditve, za katere tudi sami menimo, da so prave, vendar potrebujejo boljše podporo, boljše oglaševanje pa tudi finančna sredstva, brez katerih žal ne gre. Čeprav vemo, da predstavljajo finančna sredstva dandanes največjo oviro in jih je težko pridobiti, pa se vložena sredstva v tako prireditve skoraj zagotovo povrnejo.

V občinah Ajdovščina in Vipava imamo sicer kar nekaj namestitev, vendar bi jih bilo potrebno povečati, saj jih je premalo. Namestitve bi omogočile večji obisk turistov v Vipavski dolini, pomembno bi vplivale tudi na to, da bi ti turisti ostali na tem območju dlje časa. V Ajdovščini in Vipavi je kar nekaj lepih, a opuščenih objektov, ki bi jih lahko prenovili v urejene namestitve, izkoristili pa bi tudi prostor v določenih objektih. Tudi turistične centre, tukaj mislimo predvsem na ajdovskega, bi bilo potrebno pomakniti v center mesta, saj se trenutno nahaja na obrobju mesta. Centri bi morali tudi poskrbeti, da bi bili bolj organizirani. Imeti bi morali boljše opcije ponudb ter na inovativen način športne prireditve približati športnikom.

Predvsem bi izpostavili, da lahko vidimo, da se tudi občina Ajdovščina trudi za regionalni razvoj, saj s projektom uresničevanja participativnega proračuna pomaga, da lahko izboljšamo ter razvijamo tudi vasice oziroma mesta v nekaj drugačnega in boljšega. Ob tem je potrebno poudariti, da so pomembna tudi evropska sredstva, ki bi jih bilo potrebno še bolj izkoristiti ter si z njimi pomagati, da lahko naredimo še kaj na razvoju turizma. Razvoj turizma bi povečali tudi z boljšo povezavo Koper - Ajdovščina in obratno, saj so avtobusni prevozi zelo neorganizirani. Popravek tega bi prispeval tudi k boljšemu in večjemu obisku turistov z obale in okolice.

Končna predloga pelje v smer, da bi se informacijski centri povezali v eno samo veliko turistično zvezo, ki bi bila koordinator vsega, kar bi se dogajalo v Vipavski dolini. Pomembno je, da bi se skupaj razvijali in poskrbeli za vse, ne pa samo za nekatere organizacije oziroma dele v Vipavski dolini.

LITERATURA IN VIRI

- Ambrož, Milan. 2005. *Sociologija turizma: izhodišča za preučevanje potovalnih kultur*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem
- Brezovec, Aleksandra. 2000. *Marketing v turizmu: izhodišča za razmišljanje in upravljanje*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
- Colarič-Jakše, Lea-Marija, Božidar Veljaković. 2014. *Teoretični aspekti evolucije krožnega gibanja*. Maribor: Fakulteta za turizem.
- Čerin, Aleš. 2017. *Reportaža: Razstava jaslic v Vipavskem Križu (FOTO)*. [Http://www.casnik.si/index.php/2016/12/23/razstava-jaslic-v-vipavskem-krizu/](http://www.casnik.si/index.php/2016/12/23/razstava-jaslic-v-vipavskem-krizu/) (20. 1. 2017).
- Društvo DOLI iz Lokavca pri Ajdovščini. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.doli.si/](http://www.doli.si/) (2. 5. 2017).
- EUParky. 2017. *Vipava zgodovina in kultura*. [Http://www.euparky.si/Slovenija/Goriska/Vipava/VipavaZgodovinakultura.aspx](http://www.euparky.si/Slovenija/Goriska/Vipava/VipavaZgodovinakultura.aspx) (21. 2. 2017).
- Heritaste. 2017. *Poti okusov in doživetij. Zgodovinski kraji in turistične poti. Fortunatov hram*. [Http://www.heritaste-project.eu/index.php?c=heritaste&view=attraction&id=c33&itemid=3](http://www.heritaste-project.eu/index.php?c=heritaste&view=attraction&id=c33&itemid=3) (24. 1. 2017).
- Hribi. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.hribi.net/](http://www.hribi.net/) (18. 1. 2017).
- Izvirna Vipavska. *Vstopna stran*. [Http://izvirna-vipavska.si/sl/o-vipavski](http://izvirna-vipavska.si/sl/o-vipavski) (3. 1. 2017).
- Kotler, Philip. 2004. *Management trženja*. Posušje: Mate; Ljubljana: GV založba.
- Lebe, Sonja Sibila. 2012. *Leksikon turizma: Destinacije, gastronomija, hotelirstvo, agencije, organizatorji, prevozniki*. Maribor: Multidisciplinarni raziskovalni institut.
- Lokalne Ajdovščina. 2015. *Vipavska dolina - Vse drugače. Vse leto*. [Https://www.lokalne-ajdovscina.si/article/2015121517380217/Vipavska%20dolina%20-%20Vse%20druga%C4%8De%20Vse%20leto/](https://www.lokalne-ajdovscina.si/article/2015121517380217/Vipavska%20dolina%20-%20Vse%20druga%C4%8De%20Vse%20leto/) (22. 2. 2017).
- Občina Ajdovščina, Občina Vipava, Zavod za razvoj turizma TRG Vipava ter Razvojna agencija ROD Ajdovščina. 2016. *Strategija razvoja turizma Vipavske doline na območju občin Ajdovščina in Vipava do leta 2030*.
- Občina Ajdovščina. 2017. *Vstopna stran*. [Https://www.ajdovscina.si/](https://www.ajdovscina.si/) (22. 2. 2017).
- Ovsenik, Rok, Bukovec Boris in Ovsenik Marija. 2015. *Izobraževanje za turizem v Sloveniji*. Novo mesto: Fakulteta za organizacijske študije Ljubljana.
- Pavšič, Jernej. 2013. *Vipavska dolina: neživi svet, rastlinstvo, živalstvo, zgodovina, umetnostna zgodovina, gmotna kultura, gospodarstvo, naravovarstvo*. Ljubljana: Slovenska matica.
- Planina nad Ajdovščino. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.vas-planina.si/index](http://www.vas-planina.si/index) (23. 1. 2017).
- Posestvo Ferjančič. 2017. *Vstopna stan*. [Http://www.ferjancic.si/index](http://www.ferjancic.si/index) (24. 4. 2017).

- ROD Mladi Bori Ajdovščina. 2017. *Vstopna stran*. [Http://rmb.rutka.net/o-nas/kje-nas-najdete/](http://rmb.rutka.net/o-nas/kje-nas-najdete/) (20. 1. 2017).
- Razvojna agencija ROD. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.ra-rod.si/](http://www.ra-rod.si/) (4. 01. 2017).
- Statistični urad RS. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.stat.si/statweb](http://www.stat.si/statweb) (4. 1. 2017).
- Trošt, Petra, Poniž Marjan, Žgur Katja, Ergever Dragica in Pirc Pavlič Marjetka. 2015. *100 let od začetka prve svetovne vojne*. Ajdovščina: Ljudska univerza.
- Trunkl, Robert. 2010. *Izbrane vsebine psihologije za boljše razumevanje turizma*. Portorož: Fakulteta za turistične študije - Turistica.
- Turistično informacijski center Ajdovščina. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.tic-ajdovscina.si/](http://www.tic-ajdovscina.si/) (4. 1. 2017).
- Turistično informacijski center Podnanos. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.tic-podnanos.si/](http://www.tic-podnanos.si/) (26. 4. 2017).
- Turistično društvo Lanthieri Vipava. 2017. *Vstopna stran*. [Http://td-vipava.si/vipava/](http://td-vipava.si/vipava/) (21. 2. 2017).
- Turnšek, Janez. 2002. *Turizem za praktično rabo*. Celovec: Ljubljana.
- Univerza v Novi Gorici. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.ung.si/sl/](http://www.ung.si/sl/) (21. 2. 2017).
- Veljković, Božidar, Lea-Marija Colarič-Jakše. 2014. *Turizem: Uvod v osnove in teorijo turizma*. Maribor: Fakulteta za turizem.
- Vipavska dolina: Uradni turistični portal. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.vipavskadolina.si/](http://www.vipavskadolina.si/) (22. 2. 2017).
- Vipavska dolina. 2017. *Vstopna stran*. [Http://www.tic-ajdovscina.si/mma_bin.php?id=2009102112044820](http://www.tic-ajdovscina.si/mma_bin.php?id=2009102112044820) (21. 2. 2017).
- Vipavski Križ. 2017. *Vstopna stran*. [Http://vipavskikriz.si/sl](http://vipavskikriz.si/sl) (2. 5. 2017).
- Vorina, Anton. 2012. *Menedžment kakovosti v turizmu*. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
- Zdravljica Lozice. 2017. *Vstopna stran*. [Http://zdravljica-lozice.nvoplanota.si/](http://zdravljica-lozice.nvoplanota.si/) (27. 4. 2017)
- Žlogar, Marjan. 2015. *Turizem - svetovna gospodarska panoga v vzponu*. [Http://siol.net/novice/gospodarstvo/turizem-svetovna-gospodarska-panoga-v-vzponu-206951](http://siol.net/novice/gospodarstvo/turizem-svetovna-gospodarska-panoga-v-vzponu-206951) (22. 12. 2016)
- Wikipedija. *Ajdovščina*. 2017. [Https://sl.wikipedia.org/wiki/Ajdov%C5%A1%C4%8Dina](https://sl.wikipedia.org/wiki/Ajdov%C5%A1%C4%8Dina) (3. 2. 2017)

PRILOGE

- Priloga 1 Znane prireditve v Vipavski dolini
- Priloga 2 Analiza stanja turistov - nadaljevanje poglavja 5
- Priloga 3 Interpretacija intervjujev
- Priloga 4 Intervju z go. Sonjo Mužina, Turistično informacijski center Ajdovščina
- Priloga 5 Intervju z go. Urško Grmek, Turistično informacijski center TRG Vipava
- Priloga 6 Intervju z g. Božom Ježem, Turistična kmetija Abram
- Priloga 7 Intervju z županom občine Ajdovščina, g. Tadejem Beočaninom
- Priloga 8 Intervju z g. Tomažem Kavčičem, Dvorec Zemono

ZNANE PRIREDITVE V VIPAVSKI DOLINI

V mesecu januarju priredijo Kamenski kros, to je primorski pokalni kros, ki poteka tretjo nedeljo v že omenjenem mesecu. Filipov tek in spust, ki je rekonstrukcija 1. smučarskega teka v srednji Evropi s staro smučarsko opremo. Batujski kros - primorski pokalni kros, na katerem potekajo proge po gozdovih, v bližini naselja Batuje, se dogaja v mesecu februarju. Na velikonočni ponedeljek se zgodita kar dve prireditvi. Prva prireditev je Tradicionalni pohod na Malo goro v spomin na košnjo visokogorskih travnikov na omenjenem območju. Druga pa je Druženje s pinelo na Planini pri Ajdovščini. Gre za druženje ljubiteljev vina ter vinarjev ob ponudnikih pinele z Vipavske vinske ceste.

V mesecu maju je prireditev mogoče nekoliko več, saj prihaja začetek poletja ter visokih temperatur, zato je največ prireditev prav v zunanjem okolju. Prva prireditev je kulturna, saj Občina Ajdovščina praznuje svoj praznik, zato se torej prireditev imenuje Praznik občine Ajdovščina, zgodi pa se v spomin na ustanovitev prve poveljne slovenske vlade. Naslednje prireditve se dogajajo v zunanjem okolju v naravi. Prva je kolesarska dirka, ki se dogaja po ulicah mesta Ajdovščina na prvo soboto v maju. Sledi tradicionalni pohod po Angelski gori. Pohod se dogaja na drugo nedeljo istega meseca. V istem vikendu se zgodi tudi Majski tek, ki poteka po razgibani poti okrog mesta Ajdovščina in je dolg približno 10 kilometrov. Tudi ljubitelji starodobnih vozil pridejo na svoj račun, saj v tem mesecu priredijo dirko omenjenih vozil.

Mesec junij je tudi bogat s prireditvami ter dogodki. Prva prireditev je Festival češenj v Lokavcu, bližnji vasi ob Ajdovščini. Imajo pester program z odprtjem razstave češenj, predavanji in delavnicami, zvečer pa sledi zabava z živo glasbo. Naslednja prireditev je Kriški semanji dnevi. Po navadi se zgodi pred 13. junijem. Colska nedelja je tudi ena izmed prireditev v tem mesecu. Po 21. juniju na soboto priredijo v Žapužah krajevni praznik. Dopoldne organizirajo različne športne aktivnosti, v popoldanskem času osrednjo proslavo s kulturnim programom, zvečer pa ples. Zadnji konec tedna v juniju se priredi Šagro sv. Petra v Dobravljah ter Dobravski tek. Na petek priredijo glasbeni večer, na soboto nogometni turnir, v nedeljo dopoldan pa Dobravski tek, ki šteje za pokal Primorskih novic in poteka po eni najbolj panoramskih prog med tovrstnimi športnimi prireditvami.

Meseca julija se zgodi še en krajevni praznik in sicer v Dolgi Poljani. Praznik ima popoldne bogat kulturni program, zvečer pa zabavo ob živi glasbi. V tem mesecu se kar dva dogodka zgodita v Batujah. Prvi dogodek je Rock Batuje, to je koncert tako mednarodnih rockovskih zvezdnikov ter lokalnih glasbenih zasedb.

Odmevni dogodek Kašev letni vrt se zgodi konec tedna v avgustu, na dvorišču Hiše mladih v Palah blizu Ajdovščine. Vrstijo se nastopi glasbenih skupin brez vstopnine. V spomin na poboj talcev ter požig vasi 8. avgusta 1942 se v vasi Ustje na isti datum zgodi krajevni praznik. Drugo nedeljo v avgustu PGD Col pripravlja gasilsko veselico na Colu. Šagro imajo

Priloga 1

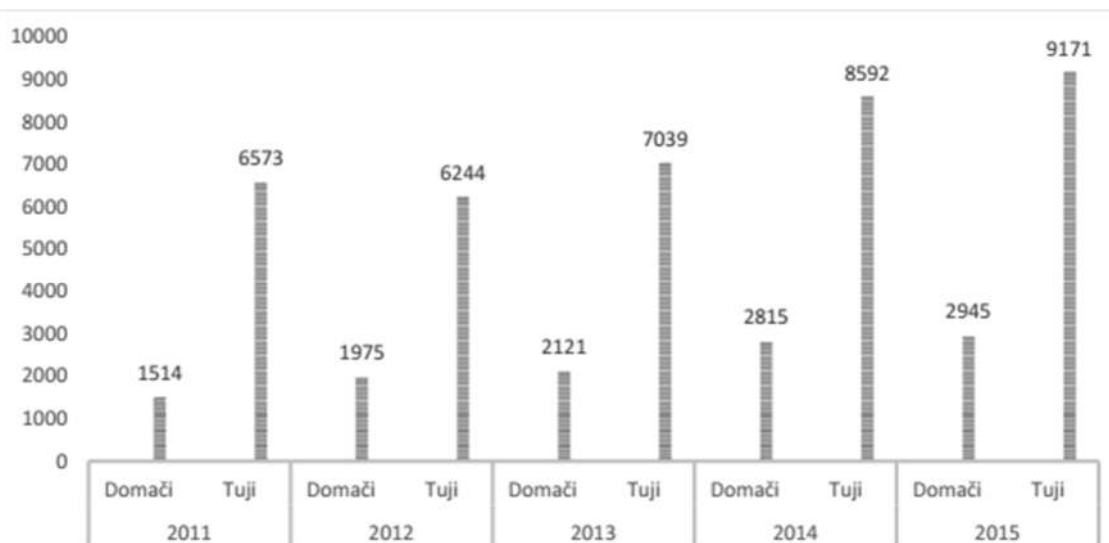
tudi v Selu, saj godujejo na dan sv. Roka s kulturno-športnim in zabavnim programom. Dobro zabavo pripravljajo tudi na dogodku Bobarska noč v Višnjah pri Podkraju. Zvrsti se kar nekaj športnih dogodkov. Prvo bomo omenili vzpon na Predmejo, gre za kolesarsko dirko, dolgo približno 10 kilometrov na 800 metrih višinske razlike. Drugi dogodek je Pohod na Kovk. Vedno več mladih, seveda tudi starejše generacije, se zvrstijo na tekaški preizkušnji Wajdušna obstacle train run (WOTR). Proga je dolga približno 20 km in navdušuje s tekom čez različne ovire po Ajdovščini in njeni okolici. Zadnji športni dogodek v tem mesecu je Tek na Angelsko goro od izvira Hublja do Otlice.

Prvo nedeljo v septembru imajo krajevni praznik na Otlici, imenujejo ga Angelska nedelja. Vključuje športni, zabavni ter družabni program. V sredini meseca se dogaja tridnevni dogodek, imenovan Vipavska trgateg. To je tradicionalna prireditev na prostem, ki se lahko pohvali zelo pestrim vsakoletnim zabavnim program, dodelanim vinsko-kulinaričnimi in športnimi vsebinami, številnimi nastopi domačih ter drugih glasbenih skupin ter razstavo grozdja in podobno. Naslednji dogodek je Študelfest, to je festival filma, plesa, glasbe in gledališča. Poteka na različnih lokacijah v mestu Ajdovščina in traja od četrtega do nedelje.

V prvi polovici oktobra so Lokavški kulturni dnevi. Dogodek traja več dni in vključuje voden pohod po zaselkih Lokavca z degustacijami lokalnih jedi, pohod na Otliško okno, nogometni turnir in osrednjo prireditev s podelitvijo priznanja Edmunda Čibeja. Naslednji dogodek, ki vključuje vse generacije, je Martinovanje na Brjah na Vipavskem. Dogodek se dogaja pod šotorom. V petek zvečer organizirajo koncert zabavne glasbe, v soboto se vrstijo kmečka trnica, različne razstave, blagoslov vina, pohod po Brejskih gričih po poteh Simona Gregorčiča, zvečer pa zabava, v nedeljo pa različna predavanja in delavnice. Pomemben in zelo znan dogodek se zgodi prvo nedeljo po martinovi nedelji, to je Pohod po Vertovčevih poteh. Pohod skozi vasi po Vipavskih gričih poteka v spomin na prvega slovenskega vinskega strokovnjaka in vipavskega rojaka Matijo Vertovca. Pohod traja okrog 5 ur ne preveč zahtevne hoje. Pohod spremlja bogat program kot je maša, osrednja slovesnost v Šmarjah, razstave po različnih krajih ter zaključno družabno srečanje s kmečko tržnico pod hrastom.

ANALIZA STANJA TURISTOV - NADALJEVANJE POGLAVJA 5

5.2.1. Prihodi turistov med letom

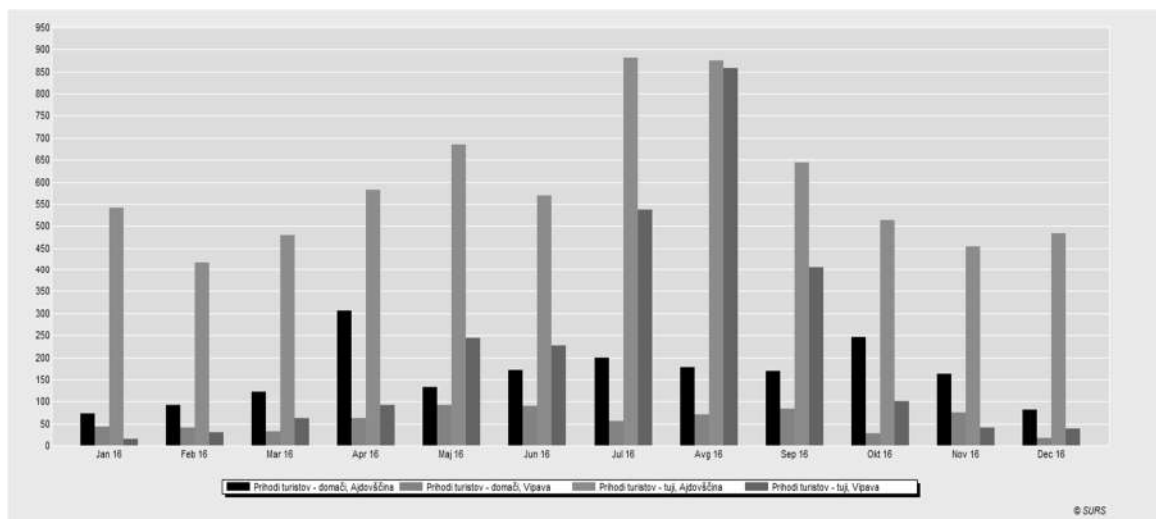


Slika 1: Prihodi turistov med leti 2011 in 2015 za občino Vipava in občino Ajdovščina

Vir: SURS 2017

Prihodi turistov so opredeljeni s številom tistih, ki se registrirajo v namestitveni objekt in tam tudi bivajo. Med turiste pa se štejejo vse osebe ne glede na starost ali spol, upoštevani pa so tudi otroci, za katera so prenočišča brezplačna. Zgoraj je iz grafa 1 razvidno, da je vsa ta leta več tujih turistov kot domačih. Razvidno je tudi, da število domačih turistov narašča, kar je zelo pozitivna informacija. Naraščanje števila turistov je verjetno posledica povečanja nastanitvenih objektov med letom 2011 in 2015 v obeh občinah.

Iz spodnjega grafa številka 2, ki se nanaša na leto 2016, lahko razberemo, da je skozi vse leto največ tujih turistov. Največ tujih turistov je bilo v občini Ajdovščina julija, in sicer 882, ter v naslednjem mesecu avgustu 876, v občini Vipava je bilo največ turistov prav tako meseca avgusta, in sicer 857. V obeh občinah je zelo malo domačih turistov, v občini Ajdovščina med 50 in 300, v občini Vipava pa od 16 do 100 turistov. Ocenimo lahko, da je v obeh občinah največ turistov med poletnimi počitnicami.

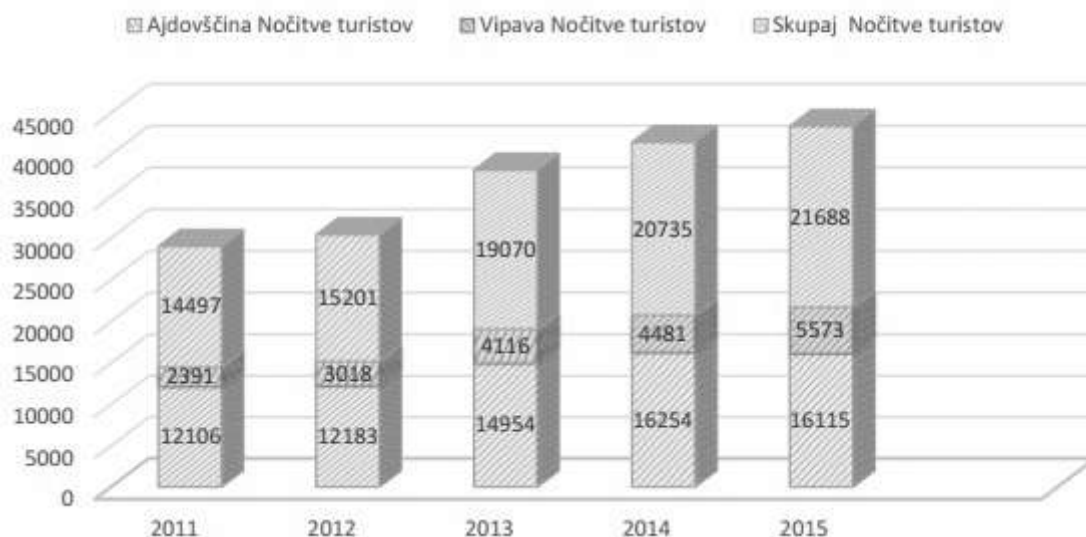


Slika 2: Prihodi domačih in tujih turistov v letu 2016 za občino Ajdovščina ter občino Vipava - mesečno

(Vir: SURS 2017)

5.2.2. Nočitve turistov

Pri številu nočitev se upošteva vsaka prenočitev, ki jo turist dejansko preživi v nastanitvenem objektu. Ob tem je potrebno še dodati, da se šteje prenočitev ne glede na to, ali se tam turist zadržuje, prespi ali pa je le registriran.

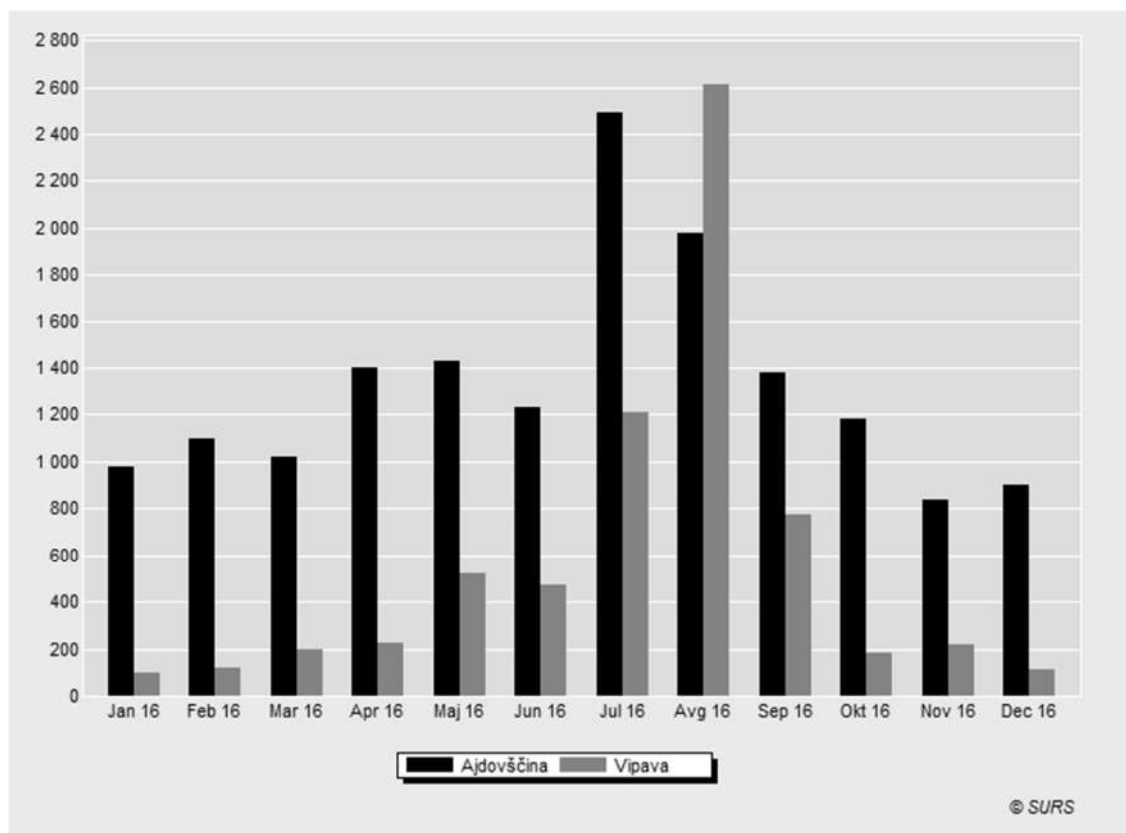


Slika 3: Nočitve turistov med leti 2011 - 2015 v občini Vipava in občini Ajdovščina

(Vir: SURS 2017)

Iz zgornjega grafa 3 je razvidno, da se je število skupnih nočitev v občinah Ajdovščina in Vipava večalo od leta 2011 do 2015, leta 2015 je doseglo kar 21.688 nočitev. Kot je razvidno iz grafa, je v občini Ajdovščina več nočitev kot v občini Vipava, saj je v občini Vipava

manjše število razpoložljivih sob. Pozitivni podatek, ki ga lahko vidimo iz grafa, je predvsem, da se število nočitev v obeh občinah veča in ne manjša ali pa stoji.

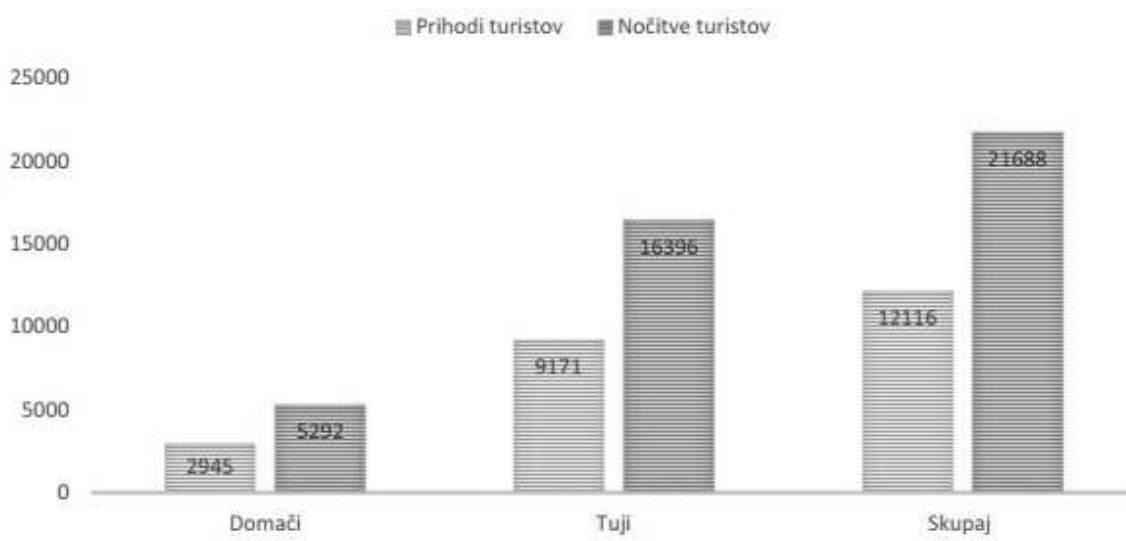


Slika 4: Nočitve turistov po mesecih za leto 2016 v občini Ajdovščina in občini Vipava

(Vir: SURS 2017)

Največ nočitev v občini Ajdovščina beležimo v mesecu juliju, ko je bilo vseh nočitev 2.489, v občini Vipava pa v naslednjem mesecu, in sicer avgusta, ko je bilo 2.612 nočitev. Na splošno je bilo v občini Ajdovščina v letu 2016 najmanj nočitev novembra s številom 840, v občini Vipava pa 96 meseca januarja. Če pogledamo zgornji graf, vidimo, da se od januarja do septembra v obeh občinah število nočitev veča, vendar tudi proti koncu leta 2016 številka nočitev ne pade za veliko. V letu 2016 zabeležimo porast števila nočitev v obeh občinah.

5.2.3. Prihodi in nočitve turistov 2015 in 2016



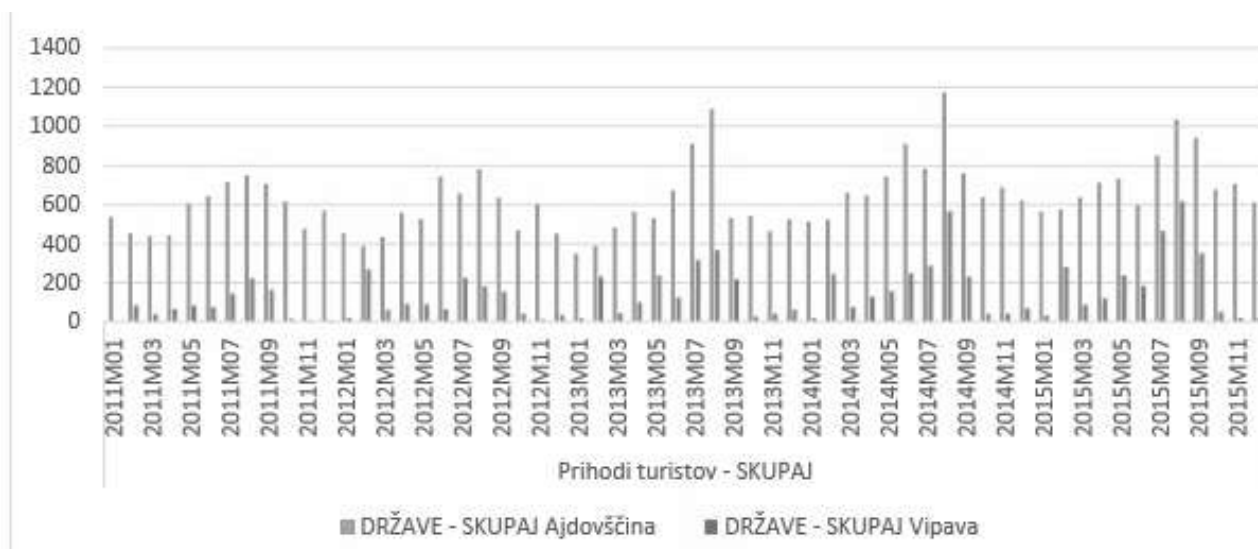
Slika 5: Prihodi in nočitve turistov v letu 2015 in 2016

(Vir: SURS 2017)

Če v zgornjem grafu 5 seštejemo vse prihode in nočitve domačih in tujih turistov, je bilo vseh kar 33.804. Če seštejemo prihode in nočitve domačih turistov, lahko rečemo, da je bilo vseh skupaj 8.237, medtem ko je bilo tujih skupaj 25.567. Številka je večja pri nočitvah tujih turistov kot domačih, in sicer je bilo tujih 16.396, medtem ko je bilo domačih samo 5.292. Vseh skupaj je bilo zabeleženih 21.688 nočitev, od tega jih je bilo 5.573 v občini Vipava in 16.115 v občini Ajdovščina. Vseh skupnih turističnih gostov je bilo 12.166, kar pomeni 76 % tujih gostov ter 24 % domačih gostov.

5.2.4. Mesečni prikaz prihoda turistov

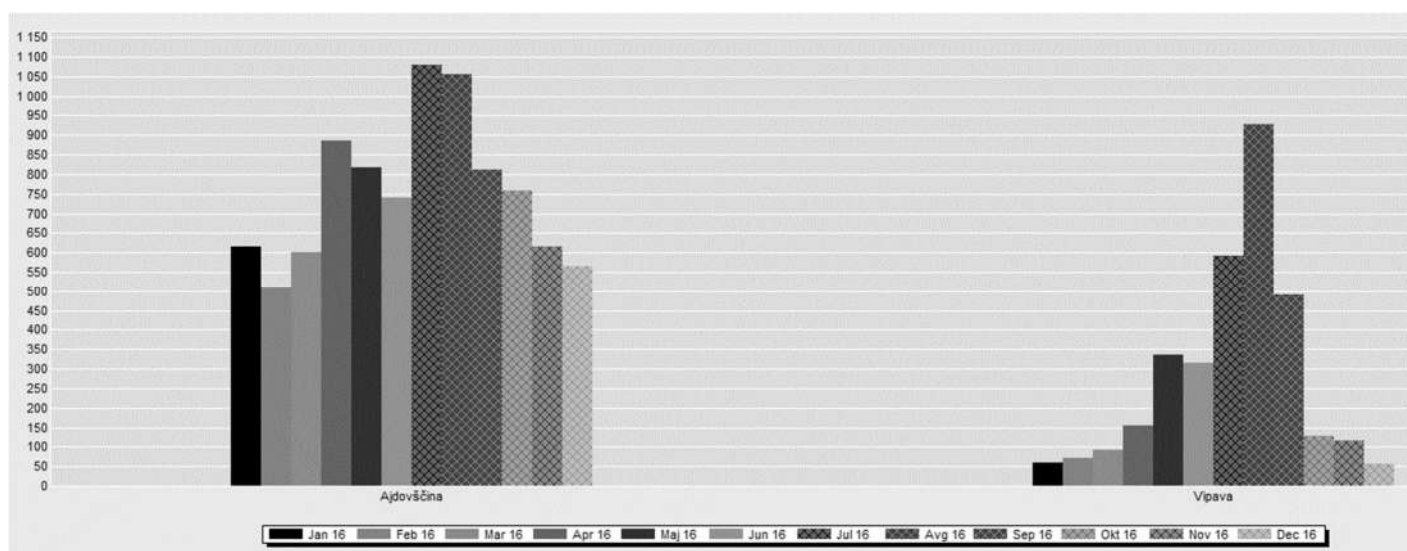
V mesečnem prikazu smo združili prihode in prenočitve turistov, združili pa smo tudi domače in tuje turiste od leta 2011 do 2015 zaradi lažje in preglednejše interpretacije vseh podatkov. Lahko bi rekli, da je na splošno Ajdovščina veliko bolj obiskana občina, a tudi občina Vipava ima kar dober obisk. Vidimo lahko, da sta obe občini najbolj obiskani čez poletni čas, saj je takrat tudi vrhunec turistične sezone. Sicer proti koncu leta turistični promet pada, vendar lahko opazimo, da kar nekaj turistov preživi december v občini Ajdovščina. Za manjši turistični promet v občini Vipava skozi vse leto je verjetno krivo manjše število turističnih nastanitev.



Slika 6: Prihodi turistov od 2011 do 2015 skupaj mesečno v občini Ajdovščina in občini Vipava

(Vir : SURS 2017)

Na spodnjem grafu lahko vidimo, da je bilo leto 2016 za občino Ajdovščino zelo turistično leto, saj je imela skozi celotno leto zelo veliko obiska. Ajdovščina je leto 2016 začela s 615 turisti. Večji obisk se je nato nadaljeval od marca naprej, in sicer z 887, vrhunec pa je doživela čez poletje in sicer julija, ko je imela kar 1.080 turistov, avgusta 1.053 in septembra 812. V Vipavi je bilo sicer turistov nekoliko manj, vendar jih je bilo čez poletja več, vrhunec pa je doživela šele avgusta z 927 turisti, je pa ta številka hitro upadla. Tako je bilo čez celo leto 2016 v Ajdovščini 9.056 turistov, v Vipavi pa kar za polovico manj, in sicer 3.340.



Slika 7: Prihodi turistov skupaj za leto 2016 v občini Ajdovščina in občini Vipava

(Vir: SURS 2017)

Priloga 2

5.2.5. Prikaz držav turistov

Na spletni strani statističnega urada RS smo poiskali in raziskali podatek, ki govori o tem, iz katere države prihaja največ turistov v občino Ajdovščina in občino Vipava.

V občini Ajdovščina je daleč največ turistov prišlo iz naše sosednje države Italije. Vsa leta od 2008 do 2015 je prišlo več tisoč turistov. Največ jih je sicer prišlo leta 2010, in sicer 4.415, vendar se vsa ta leta giba številka med 3.000 in 4.000 turisti. Na drugem mestu se vrstijo države, ki so tudi naše sosedbe, in sicer Avstrija, Madžarska, Hrvaška, sledijo Nemčija in Bosna ter Hercegovina, Švica, Srbija in Češka. Nekateri turisti prihajajo tudi iz daljnih držav, vendar je teh zelo malo. Če pogledamo podatke od leta 2008 naprej, je bila občina Ajdovščina ravno leta 2015 zelo turistično obiskana, vsega skupaj je imela 9.296 turistov.

Tudi v občini Vipava je bilo največ turistov iz sosednjih držav, predvsem iz Avstrije, Hrvaške in Italije, sledili so turisti iz drugih držav, tako iz Nemčije, Nizozemske, Francije ter drugih. Sicer je bilo v občini Vipava veliko manj turistov, vendar se številke gibljejo med 100 in 300 turistov, kar je zelo nizka številka. Tudi v občini Vipava je bilo največ turističnega prometa prav v letu 2015 in sicer 2.820 turistov. Če pogledamo celotno obdobje od leta 2008 do 2015, lahko rečemo, da je bilo leta 2008 710 turistov, nato pa se številke od leta 2009 do leta 2015 gibljejo med 927 in 2.304 leta 2014.

INTEPRETACIJA INTERVJUJEV

VPRAŠANJE 1: Pozdravljeni. Za začetek me zanima, kako in koliko časa ste povezani s turizmom in kaj vam ta osebno pomeni?

Moji sogovorniki so mi povedali, da so s turizmom povezani zelo dolgo. Ga. Mužina pravi: *»S turizmom sem povezana zadnjih 25 let, v TIC Ajdovščina pa sem zaposlena zadnjih 6 let.»* Da je s turizmom povezana že kar nekaj časa, mi je povedala tudi ga. Grmek, ki pravi: *»S turizmom sem povezana od leta 2006, ko sem se zaposlila v Centru za razvoj podeželja TRG Vipava, v okviru katerega je že takrat deloval tudi turistično informacijski center.«*

Zelo lepo misel o svoje vse življenjskem delu s turizmom nam je kratko in jedrnato zaupal g. Jež: *»Vse svoje življenje, to je naš posel, naše preživljanje.»* G. Tadej Beočanin je s turizmom povezan kot župan občine Ajdovščina. Kaj pomeni turizem občini Ajdovščina nam je povedal z besedami: *»Turizem za območje občine Ajdovščina je zagotovo pomembna gospodarska panoga. To pomeni, da želimo v turizem vlagati. Trenutno ga imamo po moji oceni pod razvitega, kar pomeni ogromno nekih izzivov za naprej.»* Dodaja pa: *»Vse aktivnosti, povezane s turizmom, grejo v smeri tega, da želimo, da turizem postane ena najpomembnejših gospodarskih panog.«*

Da je turizem ena najpomembnejših gospodarskih panog, se strinja tudi ga. Grmek, ki dodaja, da turizem lokalnemu prebivalstvu prinaša dohodek. Malo bolj zgovorno nam je o svoji ljubezni do turizma povedala ga. Mužina: *»Turizem mi pomeni način življenja, vsakodnevno srečevanje s turisti, pridobivanje njihovih mnenj, sodelovanje z vsemi deležniki v turizmu pa me bogati s številnimi znanji s področja turizma.«* Dodaja še: *»Tudi na potovanjih nekako ne morem iz svoje kože in nehote delam analizo turistične ponudbe skozi oči turističnega delavca. Vedno, ko se katera od naju s sodelavko vrne s potovanja, izmenjujeva mnenja in poskušava dobre stvari prenesti na domač teren.«*

Čeprav tudi g. Kavčič ni tako tesno povezan s turizmom, mi na začetku pogovora razloži: *»Težko je odgovoriti na to vprašanje, ker jaz nisem direktno povezan s turizmom in se nisem nikoli ukvarjal s tem, pa tudi se ne bom. Gostinstvo mi predstavlja usmerjenost, vizijo, strategijo in celoto.«* Nato nadaljuje: *»Rojen sem v gostilniški družini, sem namreč četrta generacija gostinstva. Že približno 30 let se ukvarjam z gostinstvom in preko tega sem zelo močno vpet v turizem. Pohvaliti se moram, da sem prvi, ki je začel sodelovati s STO-jem prav od njegovega prvega leta, ko je bil STO ustanovljen. Od takrat smo začeli potovati, jaz s hrano, mobija pa takrat še z vinom. Prepotovali smo že en lep kos Evrope. Pomembno ob tem je, da smo vedno to počeli z entuziazmom, torej nikoli ni bila na prvem mestu računica. To hvala bogu se me drži še sedaj.«*

Priloga 3

VPRAŠANJE 2: Kakšen vpliv mislite, da ima turizem na gospodarstvo? Se ljudje zavedamo, da postaja turizem ena pomembnejših panog za razvijanje in prepoznavanje posameznih regij in celotne države? Ga dovolj tržimo? Zakaj ja ali ne?

Vsi intervjuvanci se strinjajo, da je turizem ena pomembnejših gospodarskih panog. Ga. Grmek, g. Jež in g. Kavčič se strinjajo, da se *»ljudje vedno bolj zavedamo»*, ga. Urška pa dodaja, da se *»zavedanje razvija počasi in da turizma ne tržimo dovolj, saj se ponudba šele razvija.«*

G. Kavčič razvije odgovor: *»Rekel bi, da se nam je ta turizem zgodil oziroma vedno je bil prisoten, saj smo Slovenci tak narod, ki zelo rad sprejema, daje in predvsem ima domačnost. Ko k nam pridejo ljudje v goste, smo veliki gostitelji. To odliko imamo mi prirojeno. Rekel bom, da je bil turizem vedno prisoten, vendar se nismo dovolj zavedali, koliko je to pomembno za identiteto države. Potrditi moram, da se v zadnjih letih bolj zavedamo, da je pomemben in tega sem zelo vesel. Turizem je prvi tudi na točkah našega gospodarstva in politike, predvsem država je to začela zelo vzpodbujati. Kar je najvažnejše, kot sam tudi pravim, začeli smo imeti dobro strategijo in prav to Slovenija v zadnjih letih ima. Prej moram reči, da smo bili zelo razdrobljeni. Eno leto je bila ena akcija, drugo leto je bila druga. Na vprašanje, ali ga dovolj tržimo, bom rekel, da nikoli ni dovolj in nikoli ne smemo biti s tem dovolj zadovoljni. Vesel sem že, da imamo neko strategijo in se imamo s kom pogovarjati o trženju. Vedno je potrebno biti inovativen ter stremeti naprej po novem, večjem in boljšem. Ker, če rečemo ali razmišljamo, da je dovolj, je konec.«*

Ga. Mužina pravi: *»Turizem v Sloveniji predstavlja veliko priložnost ... Turizem je v zadnjih letih ena izmed najhitreje rastočih gospodarskih panog v svetu. Menim, da se odnos do turizma kot gospodarske panoge v zadnjih letih med prebivalci Slovenije in Vipavske doline spreminja in da ga začenjamo prepoznavati kot eno pomembnejših gospodarskih panog. Na področju turizma imamo premalo inovativnih, trajnostnih turističnih proizvodov, premalo je povezovanja med deležniki v turizmu, velika večina turističnih agencij se ukvarja z outgoing turizmom, incoming jim ni zanimiv oz. jim prinaša premalo zaslužka. Velika težava pri dvigu prepoznavnosti destinacij se kaže v razdrobljenosti občin, ki sestavljajo eno destinacijo. Npr. Vipavsko dolino sestavlja šest občin, kar pomeni izredno veliko usklajevanja na operativni ravni»*. Njen odgovor se je zaključil z: *»STO v svojih kampanjah promovira le nekaj destinacij Slovenije (Bled, Piran, Ljubljana, Julijske alpe, Postojnska jama, Brda, Dolina Soče), ostali deli pa so nekako zapostavljeni oz. morajo vložiti veliko več truda in sredstev, da postanejo prepoznavni.«* Na to navezujemo županov odgovor na isto vprašanje: *»Tudi na področju trženja turizma lahko zadeve še izboljšamo, ampak je vedno trženje povezano tudi s finančnimi viri in tukaj moramo kot občina seveda usklajevati vse interese, vključno s turizmom.«*

Župan pa nam je še povedal: *»Turizem ima zelo velik vpliv na gospodarstvo. Tisto, kar je vredno povedati, je to, da danes delež turizma v gospodarstvu občine Ajdovščina Vipavske*

doline ne predstavlja pomembnega deleža, si pa seveda želimo, da se to bistveno obrne ... Tisto, kar želimo v nadaljevanju, je krepitev vseh dejavnosti, ki spodbujajo razvoj turizma in spodbujajo tudi zasebno iniciativno na področju turizma in je povezano z vašim vprašanjem konkretno, ali ga dovolj tržimo, bom rekel, da občutek kaže na to, da imamo še ogromno priložnosti.»

VPRAŠANJE 3: Mislite, da v Vipavski dolini dovolj tržimo in razvijamo turizem? Mislite, da bi ga lahko še izboljšali, ali smo že dovolj sredstev namenili za ta razvoj? Katere dejavnosti bi po vašem mnenju morali še tržiti?

Tako ga. Mužina kot župan sta govorila o trženju destinacije Vipavska dolina, ki povezuje vseh 6 občin. Prva pove, da so zelo veliko že naredili na področju prepoznavnosti Vipavske doline in jih čaka še veliko dela. *»Občina Ajdovščina je pobudnica pri povezovanju šestih občin v destinacijo Vipavska dolina, je tudi v celoti financirala tržno znamko Vipavska dolina, video Vipavska dolina in zemljevid Vipavska dolina. Skupaj z občino Vipava aktivno sodeluje pri novo nastajajočem spletnem portalu Vipavska dolina, koordinira in pripravlja katalog ponudbe Vipavske doline, ki ga sofinancira vseh šest občin Vipavske doline.»*

Župan pa nam razloži: *»Gre se, da kot občina tržimo destinacijo Vipavska dolina in ne toliko posameznih aktivnosti oziroma posameznih ponudnikov. Namreč, ponudniki, aktivnosti in podobno se morajo sami tržiti, naša naloga pa je, da tržimo destinacijo kot tako temelječo na treh stebrih, ki smo si jih zadali kot ključne stebre razvoja turizma v Vipavski dolini, to je v prvem stebru po eni strani kulinarika, gastronomija in vinarstvo, drugi steber športni in rekreativen turizem in tretji naša dediščina tako kulturna kot tudi industrijska. Kot celoto teh treh ključnih stebrov, na katerih gradimo turizem, tudi oglašujemo in tržimo Vipavsko dolino, priložnosti pa so seveda še.«*

Ga. Grmek in g. Jež se strinjata: *»Absolutno premalo sredstev je bilo namenjenih za razvoj.»* Tukaj lahko dodamo županovo lepo misel: *»Vreča je vedno premajhna.»* O sredstvih nam je povedal še: *»Pri sredstvih smo jih prav v zadnjih letih bistveno povečali. Kar se tiče sredstev, ki jih namenjamo trženju blagovne znamke Vipavska dolina in turistične destinacije Vipavska dolina, lahko vedno rečemo »vreča je vedno premajhna«, vedno bi lahko dodatna sredstva namenjali, vendar tukaj vedno ne pademo v pravzaprav recept, kjer moramo kot občina zagotavljati sredstva za ogromno drugih dejavnosti in področij.«*

G. Kavčič pa ostaja kritičen: *»Če sem bil nad prejšnjim vprašanjem navdušen, ko sem pomislil bolj na Slovenijo, moram reči, da glede tega v Vipavski dolini nisem kaj preveč zadovoljen. To je predvsem zaradi ne združevanja ter pomanjkanja skupnega nastopa. Manjka nam, da nastopimo in predstavimo to bogastvo ter raznolikost, ki jo imamo. Preveč se zgublamo z majhnimi stvarmi. Bolj nas zanima, kaj je pri sosedu, kot pa, da bi vsak skrbel zase, oziroma, da bi nastopili skupaj, saj smo le tako lahko močnejši proti vsem drugim.«*

Priloga 3

Pove nam tudi osebno mnenje o Vipavski dolini z besedami: *»Moje osebno mnenje je, da ima Vipavska dolina večji potencial kot Goriška Brda, ampak priznati moramo, da so nas prehitela prav zaradi teh skupnih nastopov. Zgrešeno je to, da se še vedno ukvarjamo z Zgornjo in Spodnjo Vipavsko dolino, ali še bolj natančneje Vipavo in Ajdovščino. Če tega ne bomo rešili, ne bomo zrasli kot turistična destinacija. Vipavska dolina kot tako raznolika dežela, ima zelo veliko za pokazati, zato je potrebno gledati širše, ne samo do Ljubljane, ampak še dlje in izven Slovenije. V teh trenutkih in v tem obdobju kot smo, ter glede na razvijanje turizma v prihodnosti, moramo gledati v smeri, da nas svet pride obiskat, saj si Vipavska dolina to zasluži.«*

O dejavnostih, ki bi jih bilo potrebno še tržiti, se ga. Grmek ter ga. Mužina strinjata o trženju namestitvene kapacitete. *»Primanjkuje nam namestitvenih kapacitet, predvsem opažamo, da gostje povprašujejo po namestitvah, ki poleg spanja ponujajo vsaj še možnost zajtrka, še bolj pa, da imajo ponudbo polpenziona, izposoja koles, wellness ... »* pove g. Mužina. Priložnost vidi v varnosti destinacije: *»Veliko vlogo pri odločitvi za naslednje počitnice igra tudi varnost destinacije. Slovenija v percepciji gostov predstavlja varno destinacijo. Menim, da bi morali to konkurenčno prednost bolj izkoristiti. Veliko število turistov Slovenijo samo prečka na poti do ciljne destinacije Hrvaške. Z zaostrovanjem mejnih kontrol, bodo čakalne vrste daljše, mogoče bi morali tudi to situacijo izkoristiti.«* Zaključimo pa z besedami ge. Grmek: *»Najprej je potrebno vzpostaviti še več namestitev, vzpostaviti trženje paketne ponudbe, vzpostaviti mrežo ponudnikov (vinarjev ...), ki so odprti za sprejem turistov ...«*

VPRAŠANJE 4: Katere znamenitosti Vipavske doline po vašem mnenju še niso bile predstavljene javnosti in bi mogoče dobile pozitiven odziv obiskovalcev? Ali so že katere znamenitosti, ki so že poznane, vendar niso še tržene?

G. Jež je prepričan: *»Za turizem so primerne vse dejavnosti, le pravo zgodbo mora imeti.«*

Drugi vidijo potencial v drugih znamenitostih, ga. Grmek nas spomni na imenitno zgodovino Vipavske doline: *»Npr. bitka pri Mrzli reki, društvo Teodozij je vzpostavilo multimedijsko sobo za predstavitev bitke – zanimivo bi bilo za predstavitev gostom.«*

Vsi, ki živimo v teh krajih, se lahko strinjamo z besedami g. župana, ki nam pove: *»Vipavska dolina ima ogromno različnih znamenitosti, tako tistih, ki so že deloma predstavljene, kot tudi tistih, ki jih javnost še ne prepozna.«* Župan nam je še zaupal svoje misli: *»Če konkretiziram, bi sam stavil predvsem na to, da tiste bisere, ki jih imamo, Vipavski Križ je eden od takih, še bolj oglašujemo, še bolj tržimo.«* Spomni se pa prav tako na našo kulturo dediščino v našem glavnem mestu: *»Dediščino, ki jo imamo, na primer rimsko dediščino, povezano z našim območjem, prav z našim glavnim mestom občine, Ajdovščino, bomo tudi, predvsem drugo leto, ko bomo prenavljali Lavričev trg, ki je na območju nekdanje Castre. Enako velja za vse odlične galerije. Tisto, kjer sem relativno zadovoljen s trženjem, so športne priredite, ki jih še posebej spodbujamo.«*

Ga. Mužina je eno od svojih mislih tudi posvetila športu z besedami: *»Z regulativo gorskega kolesarjenja (določitev poti, ki bi jih lahko uporabljali kolesarji za spust z Gore v dolino, bi vzpostavili red in se kolesarji ne bi vozili vsevprek, za pohodnike pa bi bilo to bolje in varneje. Na tak način bi lahko kolesarske spuste tržili in vzdrževali poti, planinci pa bi se na pohodnih poteh počutili varneje).* Ni pozabila niti na eno od prekrasnih znamenitostih, ki tudi krasijo Vipavsko dolino in to so kraške jame, misel pa je zaključila tako: *»Vse več turistov si želi tudi doživeti izkušnjo na počitnicah, zato bi bilo izredno zanimivo pripraviti programe kot npr. delovni dan na kmetiji, doživetje trgatve ...«*

G. Kavčič pa o točno določenih segmentih, ki niso omenjeni in niso tako znani, vendar so po njegovih besedah tako močni, da bi bilo prav, da bi bili predstavljeni: *»Jaz velikokrat naše goste pošljem ali jim vsaj rečem, naj se grejo malo sprehodit po Vipavi, saj se Vipava ne imenuje male Benetke kar tako brez pomena. V Vipavi so živela, delala in ustvarjala velika svetovna imena. Prvi je denimo Leonardo da Vinci, ki je bil od Benečanov, od grofov Beneških poslan prav v Vipavo. Tukaj je živel in deloval kar nekaj časa. Vendarle smo tukaj v vojaških sferah in govorimo o sistemu upora proti Turkom. Carlo Dalgoni, ki je bil sin osebnega zdravnika grafov Lanthieri, je svoje prve komedije s svojimi 14, 15 leti spisal v Vipavi. V Dvorcu Zemono je bil tudi Cassanova. V enih od svojih dnevnikov, ki jih je spisal in so javno objavljeni, je opisal tri dni, ki jih je preživel v Dvorcu Zemono. To so stvari, ki jih je potrebno pokazati svetu in na katerih delamo dosti premalo.«* Še enkrat ponovi, da je Vipava izredno bogata, da bi bilo potrebno začeti graditi prav na tem njenem bogastvu. Tako kot nam je g. župan povedal, da je relativno najbolj zadovoljen s športnimi prireditvami, se je nanje spomnil tudi g. Kavčič z besedami: *»Če se vrnemo na sedanost, bi pa poudaril šport. Nekaj je že tekmovanj, na primer kolesarjenje in tek. Na take dogodke pridejo res pravi turisti, ki niso kot oni, ki spijejo mogoče le eno kavico v Vipavski dolini, ampak so taki, ki prespijo tukaj, spijejo kozarec vina in gredo tudi na večerjo. Na tem je potrebno graditi.«*

Naslednja vprašanja smo zastavili prav posebej za posamezne intervjuvance. Najprej smo se pogovarjali s predstavnicama obeh turistično informacijskih centrov.

VPRAŠANJE 5: Ali mislite, da ureditev spletne strani Vipavska dolina pomaga pri prepoznavanju Vipavske doline tako v Sloveniji kot tudi v tujini? Kaj prispeva k prepoznavanju Vipavske doline v tujini in kako to tržite?

Tako ga. Grmek kot ga. Mužina se strinjata, da spletna stran pomaga pri prepoznavanju Vipavske doline, ga. Grmek pa še dodaja, da se je vzpostavila prav v ta namen. Nekaj besed je spregovorila še o prepoznavnosti v tujini: *»K prepoznavanju v tujini prispevajo digitalni mediji, od spletnih strani, socialnih omrežij, predstavitev na turističnih sejnih v tujini, organiziranje študijskih tur za različne tuje medije, ki potem objavljajo različne članke v medijih ...«*

Priloga 3

Ga. Mužina pa je spregovorila o spletni strani Vipavska dolina, ki povezuje občini Ajdovščina ter Vipava pri sodelovanju: *»Stran je všečna, narejena po najnovejših trendih, poleg slovenske verzije bo stran do poletja ponujala informacije v angleškem, nemškem in italijanskem jeziku. Za promocijo Vipavske doline izvajamo različne aktivnosti: oglaševanja v tiskanih medijih, študijske ture tujih novinarjev in blogerjev, udeležbo na turističnih sejnih v tujini, oglaševanja preko socialnih omrežij Twiter, Instagram, Facebook ...«*

G. Ježa smo povprašali o njegovi spletni strani, na kateri promovira Turistično kmetijo Abram ter o obisku tujcev na njegovi kmetiji.

VPRAŠANJE 6: Ali vašo spletno stran Turistična kmetija Abram kontaktira veliko slovenskih in tujih državljanov? Katerih je več? Iz katerih držav prihajajo tujci? Kako potem njihov obisk tržite? Se jim prilagajate ali imate stalno ponudbo? Ali se predstavljate še kje druge, ali samo na spletni strani?

Na kratko nam je povedal: *»Našo stran obiskujejo turisti iz vsega sveta, seveda največ Evropejcev. Ponudba mora biti stalna, je pa potrebno stalno prilagajanje. Predstavljamo se tudi osebno na sejmih.«*

Sledil je pogovor z županom g. Tadejem Beočaninom. Pogovarjali smo se o spletni strani Občine Ajdovščina in razpisih, ki jih ponujajo, o spodbujanju mladih, o projektu uresničevanja participativnega proračuna v občini Ajdovščina ter njihovih večjih projektih v zvezi s turizmom.

VPRAŠANJE 7: Na spletni strani občine lahko vidimo objavljene razne javne razpise. Ali je zanimanje veliko? Se prijavijo tudi mlajši ali samo starejši občani?

Najprej smo se dogovorili, da se bomo pogovarjali o splošnih razpisih. Najprej nam je povedal: *»Javni razpisi so zelo raznoliki, nekateri so namenjeni občanom neposredno, večina pa je takšnih, ki so namenjeni organizacijam oziroma podjetjem. Za občane imamo načeloma zelo malo razpisov, na katere se lahko kot fizične osebe občani prijavljajo. Predvsem gre za subvencije čistilnih naprav, ki jih postavljajo in podobne razpise, kjer so res opravičenci občani. Drugače so opravičenci društva in podjetja, zato je težko govoriti o tem, ali so starejši ali mlajši občani. Gre za vse tiste, ki tisti hip potrebujejo pravzaprav zadeve, ki jih tudi razpisujemo, bodisi sredstva bodisi tiste, ki izvajajo ukrepe, ki so povezani s sofinanciranjem.«*

Na vprašanje, ali se prijavljajo tudi mlajši ali samo starejši občani, pove, da določenih ločnic med njimi ne more iskati: *»V športnih društvih imamo tako predvsem mlade, v kulturnih društvih so pretežno starejši oziroma aktivna generacija, imamo pa razpise, ki so namenjeni starostnikom, zato logično, da se tam prijavljajo starostniki. Zato še enkrat, tukaj nekih ločnic ne bi iskal.«*

VPRAŠANJE 8: Kako pa spodbujate mlade? Se zanimajo za razpise oz. razvoj turizma? Na kakšen način? Kako jim pomagata, da lahko razvijajo svojo idejo? Se je že pojavil kakšen tak primer?

»Kar se tiče spodbud mladih in mladinskim organizacijam, imamo urejeno preko razpisa za sofinanciranje mladinskih programov in projektov,« nam pove sprva, nato pa nadaljuje, »kar se pa tiče razvoja turizma imamo razpise drugačne. In sicer gre za to, da imamo na primer razpise za sofinanciranje turističnih prirediteljev. To so razpisi, na katere se prijavljajo pretežno organizacije in podjetja, ki jih vodijo mladi, zato je to en izkaz, da je mlada populacija tista, ki prepoznava tudi turizem kot eno najpomembnejših gospodarskih panog in tudi s tem sofinanciranjem občine jim pomagamo, da razvijajo to svojo idejo.«

Zaključil je zelo vzpodbudno: »Dodatno prav letos oziroma prav zdaj, je objavljen razpis za sofinanciranje patentov na področju turizma. Torej, tukaj iščemo neko idejo, s katero želimo okrepiti dejavnost samega turizma. Izbrali bomo eno projektno idejo, ki jo bomo potem tudi v relativno velikem znesku sofinancirali in na ta način tudi pripomogli k razvoju turizma. Kar nekaj je konkretnih primerov predvsem povezanih kot že rečeno, s prireditvami pa tudi potem udeležbami na sejmih in podobno.«

VPRAŠANJE 9: Leta 2016 ste se odločili, da boste poskusili v letu 2017 in 2018 izvesti projekt uresničevanja participativnega proračuna v Občini Ajdovščina. Projekt se nanaša na obnovo ali novo gradnjo objektov v krajevnih skupnostih na pobudo občanov. V vsaki krajevni skupnosti ste imeli srečanje z občani. Kolikšna je bila udeležba in koliko je bilo potem dejanskih pobud? So se za to zanimali bolj starejši občani ali tudi mlajši? Zakaj mislite, da je tako? Ste pobude letos že začeli udeleževati in koliko jih boste še uresničili do konca tega leta?

Najprej nam je povedal, kaj projekt uresničevanja participativnega proračuna je: »Projekt participativnega proračuna temelji na tem, da občani svojo idejo predlagajo, potem pa se uvrsti to idejo v glasovanje in na koncu občani sami izberejo, kateri projekti so tisti, ki jih bo občina izpeljala v tesnem sodelovanju s prijavitelji teh projektov.«

Če odgovorim na številke, zbrali smo več kot 100 predlogov, tukaj spet ni bilo neke ločnice, ali so bili mlajši ali starejši, zelo raznolika zgodba. So pa to različni projekti, nekateri so povezani z infrastrukturo, drugi spet, na primer povezani z vsebino, torej vsebinski projekti. Precej teh projektov, ki so bili na koncu zbrani, več kot 60 projektov je potem šlo v glasovanje, od katerih jih je bilo potem 36 izbranih za realizacijo v letih 2017 in 2018. Prvi od projektov je praktično že zaključen in bomo imeli otvoritev v začetku maja. Rekli bomo, da so vsi projekti v teku, nekateri bodo v kratkem času tudi zaključeni. To je vse, kar se tiče zadnjega.«

Priloga 3

Zaključil je z besedami o visoki udeležbi, ki ga je navdušila: *»Kar se tiče udeležbe občanov, smo bili tudi zelo zadovoljni, in sicer dobih 10 % občanov se je odločilo, da bo šlo na tisto glasovanje, ki smo ga imeli o projektih, kar je rezultat, ki ga nismo pričakovali, bistveno nad pričakovanji in tudi konec koncev dokaz za to, da je tak način razporejanja dela proračunskega denarja povsem primeren in so ljudje sprejeli to našo resno namero, da ponudimo en del proračuna, da ga sami tudi razporedijo. Sama udeležba, kot rečeno, 100 prejetih predlogov je velika številka, 60 v glasovanje prav tako, tudi 36 projektov, ki bodo realizirani v 2017 in 2018.«*

VPRAŠANJE 10: Kakšni so še večji občinski projekti v zvezi s turizmom? S čim poskušate biti inovativni in drugačni? Si želite, da bi bila Vipavska dolina poznana tudi v tujini? Kako poskušate povečati prepoznavnost ter obisk tujih državljanov v Vipavski dolini?

Suvereno nam naprej pove: *»Seveda si želimo, da bi bila Vipavska dolina čim bolj prepoznavna tudi v tujini. Največje število nočitev v naši občini ustvarijo tuji gostje in tudi na tem moramo krepiti zadevo naprej.«*

O projektih, ki sicer še niso v izvedbi, a so vseeno zelo konkretni in zelo vzpodbudni za turizem v prihodnosti: *»Konkretno o takih projektih, ki še niso v izvedbi, ampak zanje še pridobivamo finančne vire, lahko omenim na primer trg okusov Vipavske doline, ki bo nekako promocijski prostor, v bistvu Ekspo Vipavske doline, predstavitveni center Vipavske doline, kjer bomo turistom dejansko lahko ponudili instant izkušnjo Vipavske doline tako v obliki kulinarike kot vizualnih prezentacij. Potem tudi druge turistične točke, ki jih pravzaprav urejamo, od raznih manjših projektov, kot so postavitve turističnih tabel, omenjal sem prej seveda Castro - prenavo mestnega središča, to je zgodba, ki bo zagotovo pozitivno vplivala na razvoj turizma. Naprej lahko omenimo podporo pri gradnji turistične infrastrukture v smislu nastanitvene infrastrukture. Zelo si želimo, da bi v enem izmed naših krajev vzpostavili tako imenovani razpršeni hotel, ki bi ga potem v okviru naših turistično informacijskih centrov lahko tržili oziroma poskrbeli tudi za določen del, ki je povezan z npr. rezervacijami - bookingom za tovrstne hotele.«* Končal je z mislijo, da prepoznavnost med tujimi gosti širijo predvsem z udeležbo na večjih sejmih po Evropi.

Nazadnje smo se pogovarjali tudi z g. Tomažem Kavčičem, ki nam je povedal nekaj zelo zanimivih stvari o svojem življenju.

VPRAŠANJE 11: Veliko službeno potujete po svetu. Katere razlike med tujino ter na primer Vipavsko dolino bi izpostavili? Ali potem tiste pozitivne oziroma negativne izkušnje prenesete tudi domov?

Najprej nam pove, da res zelo veliko potuje in vedno to počne z odprtimi očmi z mislijo kaj bi lahko prenesel v domovino.

Nadaljuje z besedami: *»Kar je pozitivno zunaj in bi si želel prenesti v domovino, je to, da regije, kamor grem, zelo veliko vlagajo v kulinariko ter v razvoj. To je vsekakor ena moja velika želja, da bi me v tem podprla država ali regija. To se absolutno da narediti, samo v pravega je potrebno vložiti.«*

Njegov predlog se giblje v kulinarčnih vodah: *»Sam bi stavil na to, da bi v Vipavsko dolino pripeljal 10 naših najboljših gostincev iz te regije, povabili bi še 3, 4 najboljše svetovne kuharje, sam jih dovolj poznam in vem, da bi prišli. Ampak to je zunaj postalo zvezdnštvo, s katerim se ne strinjam, ljudje pa bi zagotovo prišli, a pod 5.000 evrov kuharjev takega slovesa ne dobiš. Dobro bi bilo vsaj enkrat letno to narediti, saj le tako lahko pokažemo tudi našo kulturo. Verjetno mi bo kdo ugovarjal in rekel, kaj bomo mi delali tukaj z drugimi kuharji, saj imamo dovolj naših. Strinjam se, a vedno se moraš primerjati z drugimi in jih vabiti k sebi, saj s takimi preizkušnjami postajaš bogatejši in boljši. Poudaril bi še to, da se v Vipavski dolini niti v Sloveniji nimamo kaj sramovati kar se tiče kulinarike. Pomembno je, da sodelujemo, gremo naprej, se odpiramo drugim in tudi sami razmišljamo na tak način. Če pride en velik kuhar, je tak dogodek zelo medijsko podprt, in to je sigurno najboljša investicija.«*

Iz njegovih besed se vedno sliši poudarek, da je vedno na prvem mestu Slovenija, nato Vipavska dolina, sledijo njegova hiša, šele na zadnjem mestu pa je on sam in njegovo delo. Skozi njegov intervju lahko tudi razberemo, da nam za take dogodke manjka predvsem finančna podpora, to pa je tisto, kar bi dogodek lahko naredila boljši.

VPRAŠANJE 12: Ali poskušate tudi v tujini predstaviti Vipavsko dolino, tako njene znamenitosti kot tradicionalne kulinarčne jedi ali avtohtona vina in s tem privabiti tuje goste v tamkajšnji kraj? Ali je zanimanje veliko? Iz katerih držav prihajajo gostje v Dvorec Zemono in kaj jih posebej zanima?

»Na svojem prvem večjem mednarodnem nastopu, kjer sem bil na odru s kuharji s tremi zvezdami Michelina, sem predstavil tradicionalno joto in na tej joti sem uporabil nove tehnike v kuharstvu. Osnova je bila jota, vendar sem vzporedno s tem naredil neko novo jed,« nam najprej pove o svoji prvi kulinarčni izkušnji.

Nadaljuje, da se mu zdi zelo pomembno predvsem to, da vedno predstavlja zlasti tradicionalne jedi s kreativnostjo in inovativnostjo na sodobnejši način. Spoštovanje in spomin na prednike pokaže z besedami: *»Sam ne morem postaviti v ospredje jedi, ki so jih jedli moji dedje, ker so bile ti jedi, narejene na zelo masten način, hrana pa je bila tudi zelo težka. Takrat je bilo to zelo pomembno, saj je bilo hrane manj, ljudje so več delali. Prav je, da se spomnim na tiste jedi, ki so jih jedli moji predniki, ampak pripraviti jih moram na sodobnejši način.«*

Priloga 3

O vinih v njegovi gostilni nam pove naslednje: *»Največ vin imam iz Vipavske doline in okolice, saj to goste najbolj zanima, zato je teh tudi na degustacijskih menijih največ. Ni pa nič slabega, če dam kozarec vina s Krasa ali pa iz Goriških Brd, saj s tem pokažeš samo veličino. Na moji vinski karti imam tudi vina od drugod, npr. iz Portugalske, Španije, Francije itd. To je zaradi moje osebne kulture in zaradi mojega pogleda v in na svet. Tega vina pa nikoli ne priporočam ali ga vsiljujem.«*

Gostje, ki pridejo v Dvorec Zemono, so zelo raznoliki po narodnostih kot tudi po državah. Pove, da je največ Slovencev in Italijanov, precej pa je tudi drugih Evropejcev, npr. Avstrijcev, Nemcev, Špancev, Hrvatov. Pohvalijo pa se lahko tudi z gosti iz Amerike, Anglije, Nove Zelandije in drugod. *»Veliko je zanimanja prav na tem - tradicija, kreativnost in inovacija, saj je to največji trend z velikim poudarkom na slovenskih sestavinah. Najbolj jih zanima kozarec vina iz Vipavske doline s hrano iz Vipavske doline. Sam sem prepričan, da sem prav s poudarkom na osnovnih sestavinah iz Vipavske doline ter s tradicionalno hrano iz te regije, pripeljal največ gostov v Dvorec Zemono,«* pove o gostih g. Kavčič in ob koncu zaključí, *»Mi, hvala bogu, imamo vsaj tam nekje 90 % naših stalnih gostov, s katerimi se poznamo. Stalno pa prihajajo novi gostje, ki krožijo, pa tudi ljudje, ki pridejo in si izberejo nek določen cilj. Tako na primer pridejo v Slovenijo in na tem območju obišejo recimo 5 - 7 gostiln v 3 - 4 dneh. To je le en primer novega trenda.«*

VPRAŠANJE 13: Kako poskušate biti inovativni ter drugačni od drugih? Ali je to težka naloga in kako se spopadate s tem? Kje dobivate navdih?

Kar me je navdušilo in presenetilo, je bila njegova preprostost: *»Nikoli nisem poskušal biti drugačen od drugih in nikoli tudi nisem bil tekmovalen do drugih. Vedno mi je pomembno, da imam svoj slog in način priprave, kjer mora biti na prvem mestu odgovornost in etika do gosta ter absolutno prisotna kultura in poštenost.«*

Pove, da neka rutina, ki bi jo lahko počel 20, morda 30 let ni zanj, saj ima raje spontanost in iskanje po nečem novem. *»Vsak dan, ko se zbudim, si mislim, da vem manj in zato imam vedno željo po novem, po učenju in na način se trudim iti naprej, biti še bolj inovativen,«* zaključí svojo misel.

Ob koncu vprašanja mi zaupa, da ga najbolj navdihuje gost, ki gre iz gostilne srečen, vesel in zadovoljen, hkrati pa se vedno znova rad vrača. *»Tudi tisto, o čemer smo že prej govorili, da se, in to dobesedno, nekdo iz Londona pripelje na kosilo, namensko do tebe in se jutri vrača domov, je nekaj, kar mi vliva novo moč. Ob tem naj omenim, da so ti gostje ravno prej odšli,«* pove navdušeno.

Zadnje vprašanje, ki smo ga zastavili prav zanj, je naslednje:

VPRAŠANJE 14: Pomemben dogodek, ki se zgodi v dvorcu Zemono, je zagotovo Okusi Vipavske. Se na ta dogodek kako posebno pripravljate? Koliko časa potekajo priprave? Se ga veselite? Imate občutek, da se vedno več ljudi zanima za ta dogodek in se ga seveda tudi udeleži?

Za začetek pove, da je bistvu dogodek Okusi Vipavske najpomembnejši dogodek, ki se zgodi v Dvorcu Zemono. Opaziti je lahko njegovo navdušenje ter njegovo predanost v dogodek: *»Čez celo leto, tudi ko potujem, sem z mislimi na tem dogodku, saj razmišljam, kaj bi se dalo od teh stvari pripeljati domov. Večkrat sem tudi sam gost drugim prirediteljem, zato se vsako leto potrudim, da tudi sam pripeljem koga iz tujine.«*

Vseeno pa skozi odgovor na vprašanje ostaja malo kritičen z besedami: *»Letos je že 11. leto, od kar se odvija ta dogodek. Po pravici povem, da se dogodka veselim, vendar imam ob tem eno veliko željo. Namreč, vedno bi morali v dogodek dodati neke nove vsebine. Na žalost brez pomoči institucij ne gre, ne glede na to, ali mislimo slovenske, turistične ali samo občine. Ta festival bo brez tega težko nadgrajevati.«*

Posebno zahvalo za organizacijo festivala izreče ROD-u, direktorju ter ge. Tanji Krapež, ki sta dogodku Okusi Vipavske zelo predana. Obenem pa še enkrat poudari, da brez dodatne finančne podpore tudi entuziazem in veselje nista dovolj.

Zadnje vprašanje pa je bilo spet isto za vse intervjuvance, s katerimi sem se pogovarjala.

VPRAŠANJE 15: Kakšen je vaš pogled na prihodnost turizma Vipavski dolini? Kaj pa vaši načrti za prihodnost? Kako boste izkoristili turizem in ga razvijali?

Prvo izpostavljam komentar ge. Mužina: *»Prva pripomba, ki jo imam na vaše vprašanje je: ne delimo se več na zgornjo in spodnjo Vipavsko dolino. Kljub temu, da se spletna stran trenutno financira izključno iz občin Ajdovščina in Vipava, so na spletni strani vsebine celotne Vipavske doline. V TIC Ajdovščina smo mnenja, da turista občinske meje ne zanimajo, pomembno je, da dobi kakovostno povratno informacijo o ponudbi destinacije.«*

Nato pa nadaljuje: *»Še vedno se bomo trudili promovirati destinacijo tako doma kot v tujini. Ponosni smo na pravkar pridobljen srebrni znak Slovenia Green Destination, kar nas zavezuje k trajnostnemu razvoju na področju turizma. Vzpodbujali bomo inovativne in trajnostne turistične produkte na področju aktivnega, gastronskega in dediščinskega turizma. Prizadevali si bomo za izobraževanja ponudnikov. Cenimo in spoštujemo znanja in kompetence ponudnikov na njihovih področjih, vendar se nemalokrat zgodi, da trčimo na določene težave: slabo znanje tujih jezikov, velika večina ponudnikov ima zelo slabe spletne strani (zastarele, niso posodobljene, samo v slovenskem jeziku), nekateri spletnih strani sploh nimajo. Ta slabost se je izkazala ravno sedaj ob vzpostavljanju spletne strani Vipavska dolina. Kljub vsem čudovitim zapisom in fotografijam na novi spletni strani (kar je tudi*

Priloga 3

namen strani, da prepriča obiskovalca, da raziskuje naprej), ob kliku na povezavo do določenega ponudnika navadno doživijo razočaranje, saj naletijo na spletne strani, ki sem jih prej omenila in ne dobijo zelenih informacij.«

Ga. Grmek nam je še povedala, kakšna je naloga zavoda: *»Podpora razvoju in izvajanju turizma na območju in v tej smeri se bo delalo še naprej.«* Nadaljujemo lahko z besedami ge. Mužina, ki še pravi: *»Neštetokrat se nam zgodi, da nam domačini rečejo: Kaj pa sploh lahko v Vipavski dolini počnem? Torej je naloga TIC-a velikokrat tudi osveščanje domačega prebivalstva z namenom, da bomo vsi odlični turistični informatorji ponosni na deželo, v kateri živimo.«*

»Na splošno je raznolikost, neokrnjenost Vipavske doline zelo dobro sprejeta pri obiskovalcih, možnosti za športne aktivnosti na prostem, podprte z vrhunsko kulinariko in vinom, pa jih dokončno prepričajo, da se v Vipavsko dolino zaljubijo,« pravi ga. Mužina, ga. Grmek pa se ji pridružuje: *»Turizem je najbolj perspektivna gospodarska dejavnost v Vipavski dolini. Turisti prihajajo v dolino največ zaradi vina, saj jo prepoznavajo kot vinorodno območje, na katerem se je vredno ustaviti zaradi degustacij in nakupa vin.«*

G. Jež je bil za konec kratek in jedrnat: *»Naše kapacitete so maksimalne, izboljšujemo še kakovost in kulinariko. Upam, da se bo razvoj v zgornji vipavski dolini nadaljeval hitreje.«*

Župan občine Ajdovščina g. Beočanin pa optimistično zaključuje: *»Za turizem si res želim, da postane pomembna gospodarska panoga v Vipavski dolini, saj tudi naša ukrepanja sledijo temu. Kot občina želimo vzpostaviti takšno infrastrukturo, ki bo turiste pritegnila. Kot sem omenil že prej, imamo res kar nekaj biserov v Vipavski dolini.«* Tukaj se spomni spet na Vipavski križ ter mestno središče Ajdovščina po prenovi, o kateri je že govoril v pogovoru. *Turizem je tisti, za katerega želimo, da bi ustvaril dodatna delovna mesta v naši občini in v tej smeri bo šlo tudi naše ukrepanje. Pomeni povečanje števila obiskovalcev tako domačih kot tudi tujih gostov in pa logično povezano s tem si želim, da bi bilo čim več zasebne pobude na tem področju, saj turizem je gospodarska panoga in vse stvari, ki so povezane s pravzaprav konkretnimi projekti, v smislu gradnje nastanitvenih kapacitet, gostinskih obratov in podobno, morajo biti v zasebni iniciativi, saj mora priti zasebni kapital zraven in tudi potem je potrebno z zasebnim kapitalom te investicije izvesti. Torej, turizem gradimo na tistih že prej omenjenih ključnih treh stebrih. Preplet vseh treh je tisti, ki ponudi pravo doživetje vsakemu obiskovalcu naše doline. Imamo ogromno priložnosti, napake se v preteklosti niso zgodile, da bi imeli težavo npr. z oblikovanjem turistične destinacije, imamo zelo ugodne pogoje,«* še pove in zaključi z besedami: *»tisto, na čemer še temeljimo naprej, je to, da pri nas ni sezone - da bi rekli, da je turistična sezona v petih, šestih mesecih, pri nas je turistična sezona praktično celo leto. To je ena od naših zagotovo konkurenčnih prednostih v primerjavi z drugimi območji po državi, pa tudi širše in to je tudi ena izmed zadev, na kateri želimo graditi prepoznavnost naše destinacije.«*

Tudi g. Kavčič se strinja z go. Mužina o deljenju Vipavske doline na Zgornjo in Spodnjo in komentira: *»Rečem lahko, da mojega pogleda na turizem v Zgornji Vipavski dolini, ni, saj tukaj gledam bolj široko in gledam na turizem v celotni Vipavski dolini. Predvsem je pomembno že omenjeno združevanje, saj ima Vipavska dolina velike možnosti. Bodimo optimistični, veseli in glejmo pozitivno naprej, ker samo tako bomo pripeljali Vipavsko dolino tja, kamor si zasluži in seveda, kjer absolutno še ni. Imamo namreč toliko različnih stvari, nekaj sem jih že omenil, ki jih bi lahko ponudili turistom, to moramo samo še združiti in iti naprej.«*

Nadaljuje s svojimi načrti o prihodnosti: *»Kar se tiče spontanosti in pripadnosti lahko rečem, da tak sem in vedno gledam naprej in razmišljam za razvoj, zato sem tudi rekel, da ni nekih načrtov, čeprav so vedno prisotni. Če pogledam nase osebno, je vsekakor želja, da na Zemonu razširimo nastanitvene storitve. Rečem lahko, da bi šlo za nekaj sob, katerih pa nikoli ne bi naredil v sami hiši, saj je bila hiša narejena in zgrajena prav za to, da ljudje nikoli niso oziroma ne bi tukaj zares bivali, ampak je bila namenjan uživanju in skladiščenju. Moja prihodnost in pot je tako kot do zdaj z istim tempom in istim stilom naprej.«*

O turizmu mi še pove: *»Turizem je zelo težko izkoristiti, ampak je pomembno, da turizmu daješ pomen. Tudi mi smo del turizma in je prav, da tej stroki dajemo pomen v naših storitvah, kajti z našimi in drugimi podobnimi storitvami bo turizem še močnejši. Z raznolikostjo ne govorim samo o gostinstvu, temveč o celoti s čim boljšo inovativno ponudbo. Tudi pri ponudbi ne govorim samo o hrani, ampak na vseh dogodkih, ki so se dogajali v zgodovini in spoštovanje do naših prednikov, prenesemo v današnji čas in s tem povabimo turiste v Vipavsko dolino.«*

Tudi sam mi pove, da je velik ljubitelj znane bitke Pri mrzli reki društva Teodozij, ki so jo kar nekaj let uprizarjali pod Dvorcem Zemono, sedaj pa že nekaj let ne. Prepričan je, da bi v morebitnem sodelovanju celotne Vipavske doline, ki bi podprla to prireditev, bili tudi turistično uspešni. Dodaja, da je dovolj žalostno že to, da se kraji med seboj obrekujejo. *»Ko kvalitetni dogodki postanejo tradicionalni, potem povlečejo za sabo množico,«* še razloži ter zaključí misel.

Najin pogovor je zaključil z mislimi: *»Jaz vidim turizem v Vipavski dolini na tak način, da najprej pogledamo, kaj imamo, kaj so imeli naši predniki, in čeprav se bom zdaj ponovil, je zelo pomembno, da se združimo in skupno nekaj ponudimo, ker bomo samo tako vsi več imeli od tega. In kar je najpomembnejše, Vipavska dolina bo kot turistična destinacija zrasla.«*

INTERVJU Z GA. SONJO MUŽINA

1. Pozdravljeni. Za začetek me zanima, kako in koliko časa ste povezani z turizmom in kaj vam ta osebno pomeni?

S turizmom sem povezana zadnjih 25 let, v TIC Ajdovščina pa sem zaposlena zadnjih 6 let. Turizem mi pomeni način življenja, vsakodnevno srečevanje s turisti, pridobivanje njihovih mnenj in sodelovanje z vsemi deležniki v turizmu pa me bogati s številnimi znanji s področja turizma. Tudi na potovanjih nekako ne morem iz svoje kože in nehote delam analizo turistične ponudbe skozi oči turističnega delavca. Vedno, ko se katera od naju s sodelavko vrne s potovanja, izmenjujema mnenja in poskušava dobre stvari prenesti na domač teren.

2. Kašen vpliv mislite, da ima turizem na gospodarstvo? Se ljudje zavedamo, da postaja turizem ena pomembnejših panog za razvijanje in prepoznavanje posameznih regij in celotne države? Ga dovolj tržimo? Zakaj ja ali ne?

Turizem v Sloveniji predstavlja veliko priložnost. Skupaj s posrednimi učinki je turizem v Sloveniji v letu 2014 prispeval 13 odstotkov celotnega BDP. S 40% izvoza je največji izvoznik storitev ter zagotavlja 13 odstotkov vseh delovnih mest (103.500) - neposredno in posredno povezanih s turizmom (WTTC, 2015 & BS, 2015).

Vir:

https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/turizem_v_sloveniji_2015_koncni_slo.pdf

Turizem je v zadnjih letih ena izmed najhitreje rastočih gospodarskih panog v svetu. Menim, da se odnos do turizma kot gospodarske panoge v zadnjih letih med prebivalci Slovenije in Vipavske doline spreminja in da ga začnemo prepoznavati kot eno pomembnejših gospodarskih panog. Na področju turizma imamo premalo inovativnih, trajnostnih turističnih proizvodov, premalo je povezovanja med deležniki v turizmu, velika večina turističnih agencij se ukvarja z outgoing turizmom, incoming jim ni zanimiv oz. jim prinaša premalo zaslužka. Velika težava pri dvigu prepoznavnosti destinacij se kaže v razdrobljenosti občin, ki sestavljajo eno destinacijo. Npr. Vipavsko dolino sestavlja šest občin, kar pomeni izredno veliko usklajevanja na operativni ravni.

STO v svojih kampanjah promovira le nekaj destinacij Slovenije (Bled, Piran, Ljubljana, Julijske Alpe, Postojnska jama, Brda, dolina Soče), ostali deli pa so nekako zapostavljeni oz. morajo vložiti veliko več truda in sredstev, da postanejo prepoznavni.

Priloga 4

3. Mislite, da v Vipavski dolini dovolj tržimo in razvijamo turizem? Mislite, da bi ga lahko še izboljšali ali smo že dovolj sredstev namenili za ta razvoj? Katere dejavnosti bi po vašem mnenju morali še tržiti?

V obdobju zadnjih dveh let smo veliko naredili na področju prepoznavnosti Vipavske doline (veliko nas še čaka). Občina Ajdovščina je pobudnica pri povezovanju šestih občin v destinacijo Vipavska dolina, je tudi v celoti financirala tržno znamko Vipavska dolina, video Vipavska dolina in zemljevid Vipavska dolina, skupaj z Občino Vipava aktivno sodeluje pri novo nastajajočem spletnem portalu Vipavska dolina, koordinira in pripravlja katalog ponudbe Vipavske doline, ki ga sofinancira vseh šest občin Vipavske doline. V zadnjem času je kar nekaj iniciativ s področja zasebnega sektorja, npr. Agencija Wajdušna, ki ponuja aktivne izlete po Vipavski dolini s prijaznimi domačini, pa Winestronaut, ki ponuja vinske ture po Vipavski dolini,...

Primanjkujejo nam namestitvene kapacitete, predvsem opažamo, da gostje povprašujejo po namestitvah, ki poleg spanja ponujajo vsaj še možnost zajtrka, še bolje pa, da imajo ponudbo polpenzion, izposojajo koles, wellness,...

Veliko vlogo pri odločitvi za naslednje počitnice igra ima tudi varnost destinacije. Slovenija v percepciji gostov predstavlja varno destinacijo. Menim, da bi morali to konkurenčno prednost bolje izkoristiti.

Veliko število turistov Slovenijo samo prečka na poti do ciljne destinacije Hrvaške. Z zaostrovanjem mejnih kontrol bodo čakalne vrste daljše, mogoče bi morali tudi to situacijo izkoristiti.

4. Katere znamenitosti Vipavske doline po vašem mnenju še niso bile predstavljene javnosti in bi mogoče dobile pozitiven odziv obiskovalcev? Ali so že katere znamenitosti, ki so že poznane, vendar niso še tržene?

V Vipavski dolini imamo nekaj kraških jam, ki bi bile zagotovo zanimive za obiskovalce in se trenutno ne tržijo. Z regulativo gorskega kolesarjenja (določitev poti, ki bi jih lahko uporabljali kolesarji za spust z Gore v dolino, bi vzpostavili red in se kolesarji ne bi vozili vsevprek, za pohodnike pa bi bilo to bolje in varneje. Na tak način bi lahko kolesarske spuste tržili in vzdrževali poti, planinci pa bi se na pohodnih poteh počutili varneje).

Vse več turistov si želi tudi doživeti izkušnjo na počitnicah, zato bi bilo izredno zanimivo pripraviti programe kot npr. delovni dan na kmetiji, doživetje trgatve,...

5. Ali mislite, da ureditev spletne strani »Vipavska dolina« pomaga pri prepoznavanju Vipavske doline tako v Sloveniji kot tudi v tujini? Kaj prispeva k prepoznavanju Vipavske doline v tujini in kako to tržite?

Da, ureditev spletne strani Vipavska dolina zagotovo prispeva k dvigu prepoznavnosti destinacije tako doma kot v tujini. Stran je vsečna, narejena po najnovejših trendih, poleg slovenske verzije bo stran do poletja ponujala informacije v angleškem, nemškem in italijanskem jeziku. Za promocijo Vipavske doline izvajamo različne aktivnosti: oglaševanja v tiskanih medijih, študijske ture tujih novinarjev in blogerjev, udeležbo na turističnih sejnih v tujini, oglaševanja preko socialnih omrežij Twiter, Instagram, Facebook,...

6. Povejte mi še vaš pogled o prihodnosti turizma v zgornji Vipavski dolini? Kaj pa vaši načrti za prihodnost? Kako boste izkoristili turizem in ga razvijali na vašem področju, ki ga opravljate?

Prva pripomba, ki jo imam na vaše vprašanje je: ne delimo se več na zgornjo in spodnjo Vipavsko dolino. Kljub temu, da se spletna stran trenutno financira izključno iz občin Ajdovščina in Vipava, so na spletni strani vsebine celotne Vipavske doline. V TIC Ajdovščina smo mnenja, da turista občinske meje ne zanimajo, pomembno je, da dobi kakovostno povratno informacijo o ponudbi destinacije.

Še vedno se bomo trudili promovirati destinacijo tako doma kot v tujini. Ponosni smo na pravkar pridobljen srebrni znak Slovenia Green Destination, kar nas zavezuje k trajnostnemu razvoju na področju turizma. Vzpodbujali bomo inovativne in trajnostne turistične produkte na področju aktivnega, gastronomskega in dediščinskega turizma. Prizadevali si bomo za izobraževanja ponudnikov. Cenimo in spoštujemo znanja in kompetence ponudnikov na njihovih področjih, vendar se nemalokrat zgodi, da trčimo na določene težave: slabo znanje tujih jezikov, velika večina ponudnikov ima zelo slabe spletne strani (zastarele, niso posodobljene, samo v slovenskem jeziku), nekateri spletnih strani sploh nimajo. Ta slabost se je izkazala ravno sedaj ob vzpostavljanju spletne strani Vipavska dolina. Kljub vsem čudovitim zapisom in fotografijam na novi spletni strani (kar je tudi namen strani, da prepriča obiskovalca, da raziskuje naprej), ob kliku na povezavo do določenega ponudnika navadno doživijo razočaranje, saj naletijo na spletne strani, ki sem jih prej omenila in ne dobijo zelenih informacij.

Na splošno je raznolikost, neokrnjenost Vipavske doline zelo dobro sprejeta pri obiskovalcih, možnosti za športne aktivnosti na prostem podprte z vrhunsko kulinariko in vinom pa jih dokončno prepričajo, da se v Vipavsko dolino zaljubijo.

Priloga 4

Neštetokrat se nam zgodi, da nam domačini rečejo: Kaj pa sploh lahko v Vipavski dolini počnem? Torej je naloga TIC-a velikokrat tudi osveščanje domačega prebivalstva z namenom, da bomo vsi odlični turistični informatorji, ponosni na deželo, v kateri živimo.

INTERVJU Z GA. URŠKO GREK

1. Pozdravljeni. Za začetek me zanima, kako in koliko časa ste povezani z turizmom in kaj vam ta osebno pomeni?

S turizmom sem povezana od l. 2006, ko sem se zaposlila v Centru za razvoj podeželja TRG Vipava, v okviru katerega je že takrat deloval tudi Turistično informacijski center. Od l. 2014 pa se je zavod v celoti posvetil razvoju turizma in tudi spremenil naziv v Zavod za turizem TRG Vipava. Turizem je gospodarska dejavnost, se pravi, da lokalnemu prebivalstvu prinaša dohodek.

2. Kakšen vpliv mislite, da ima turizem na gospodarstvo? Se ljudje zavedamo, da postaja turizem ena pomembnejših panog za razvijanje in prepoznavanje posameznih regij in celotne države? Ga dovolj tržimo? Zakaj ja ali ne?

Turizem je ena od gospodarskih dejavnosti. Ljudje se vedno bolj zavedajo, se pa to zavedanje razvija počasi. Tržimo ga še ne dovolj, ponudba se šele razvija.

3. Mislite, da v Vipavski dolini dovolj tržimo in razvijamo turizem? Mislite, da bi ga lahko še izboljšali ali smo že dovolj sredstev namenili za ta razvoj? Katere dejavnosti bi po vašem mnenju morali še tržiti?

V Vipavski dolini smo v fazi razvoja turizma, se pravi razvoja ponudbe, vzpostavljanja nove, bolj bogate ponudbe in trženja le-te. Seveda še ni bilo dovolj sredstev namenjenih. Najprej je potrebno vzpostaviti še več namestitev, vzpostaviti trženje paketne ponudbe, vzpostaviti mrežo ponudnikov (vinarjev, ...), ki so odprti za sprejem turistov, ...

4. Katere znamenitosti Vipavske doline po vašem mnenju še niso bile predstavljene javnosti in bi mogoče dobile pozitiven odziv obiskovalcev? Ali so že katere znamenitosti, ki so že poznane, vendar niso še tržene?

Npr. Bitka pri mrzli reki, društvo Teodozija je vzpostavilo multimedijško sobo za predstavitev bitke – zanimivo bi bilo za predstavitev gostom.

5. Ali mislite, da ureditev spletne strani »Vipavska dolina« pomaga pri prepoznavanju Vipavske doline tako v Sloveniji kot tudi v tujini? Kaj prispeva k prepoznavanju Vipavske doline v tujini in kako to tržite?

Nova spletna stran Vipavska dolina se vzpostavlja prav z namenom večanja prepoznavnosti doma in v tujini. K prepoznavanju v tujini prispevajo digitalni mediji, od spletnih strani, socialnih omrežij, ... predstavitve na turističnih sejnih v tujini, organiziranje študijskih tur za različne tuje medije, ki potem objavljajo različne članke v medijih, ...

Priloga 5

6. Povejte mi še vaš pogled o prihodnosti turizma v zgornji Vipavski dolini? Kaj pa vaši načrti za prihodnost? Kako boste izkoristili turizem in ga razvijali na vašem področju, ki ga opravljate?

Turizem je najbolj perspektivna gospodarska dejavnost v Vipavski dolini. Turisti prihajajo v dolino največ zaradi vina, saj jo prepoznavajo kot vinorodno območje, na katerem se je vredno ustaviti zaradi degustacij in nakupa vin.

Se pravi, naloga zavoda je podpora razvoju in izvajanju turizma na območju in v tej smeri se bo delalo še naprej.

INTERVJU Z G. BOŽOM JEŽEM

1. Pozdravljeni. Za začetek me zanima, kako in koliko časa ste povezani z turizmom in kaj vam ta osebno pomeni?

Vse svoje življenje, to je naš posel, naše preživljanje.

2. Kašen vpliv mislite, da ima turizem na gospodarstvo? Se ljudje zavedamo, da postaja turizem ena pomembnejših panog za razvijanje in prepoznavanje posameznih regij in celotne države? Ga dovolj tržimo? Zakaj ja ali ne?

Mislím, da se dovolj zavedamo, ali ga dovolj tržimo, je vprašanje.

3. Mislíte, da v Vipavski dolini dovolj tržimo in razvijamo turizem? Mislíte, da bi ga lahko še izboljšali ali smo že dovolj sredstev namenili za ta razvoj? Katere dejavnosti bi po vašem mnenju morali še tržiti?

Vipavska dolina zaostaja z razvojem turizma, absolutno premalo sredstev je bilo namenjenih za razvoj.

4. Katere znamenitosti Vipavske doline po vašem mnenju še niso bile predstavljene javnosti in bi mogoče dobile pozitiven odziv obiskovalcev?

Za turizem so primerne vse dejavnosti, le prava zgodbo mora imeti.

5. Ali vaša spletno stran turistična kmetija Abram kontaktira veliko slovenskih in tujih državljanov? Katerih je več? Iz katerih držav prihajajo tujci? Kako potem njihov obisk tržite? Se jim prilagajate ali imate stalno ponudbo? Se predstavljate tudi drugje kot na spletni strani?

Našo stran obiskujejo turisti iz vsega sveta, seveda največ Evropejcev. Ponudba mora biti stalna, se je pa potrebno stalno prilagajati. Predstavljamo se tudi osebno na sejmih.

6. Povejte mi še vaš pogled o prihodnosti turizma v zgornji Vipavski dolini? Kaj pa vaši načrti za prihodnost? Kako boste izkoristili turizem in ga razvijali na vašem področju, ki ga opravljate?

Naše kapacitete so maksimalne, izboljšujemo še kakovost in kulinariko. Upam, da se bo razvoj v zgornji Vipavski dolini nadaljeval hitreje.

INTERVJU Z ŽUPANOM OBČINE AJDOVŠČINE G. TADEJEM BEOČANINOM

1. Kot župan občine Ajdovščina se povezujete z različnimi organizacijami, ki so povezane z turizmom. Kakšen pomen ima turizem za občino Ajdovščina in kako ga opredeljujete?

Turizem za območje občine Ajdovščina je zagotovo pomembna gospodarska panoga. To pomeni, da želimo v turizem vlagati. Trenutno ga imamo po moji oceni pod razvitega, kar pomeni še ogromno nekkih izzivov za naprej. Tudi vse aktivnosti, ki jih peljemo na občini povezane s turizmom, grejo v smeri tega, da želimo, da turizem postane ena pomembnejših gospodarskih panog tudi v naši občini.

2. Kašen vpliv menite, da ima turizem na gospodarstvo? Se ljudje zavedamo, da postaja turizem ena pomembnejših panog za razvijanje in prepoznavanje posameznih regij in celotne države? Ga dovolj tržimo? Zakaj ja ali ne?

Turizem ima zelo velik vpliv na gospodarstvo. Tisto, kar je vredno povedati, je to, da danes delež turizma v gospodarstvu občine Ajdovščina Vipavske doline ne predstavlja pomembnega deleža, si pa seveda želimo, da se to bistveno obrne. Tudi naš zelo dolgoročen cilj je, da bi tudi konec koncev 7 % vseh zaposlitev imeli v panogi turizma, danes ne dosegamo niti 1 %, kar se tega tiče. Tisto, kar želimo v nadaljevanju, je krepitev vseh dejavnosti, ki spodbujajo razvoj turizma in spodbujajo tudi zasebno iniciativno na področju turizma in povezano z vašim vprašanjem konkretno, ali ga dovolj tržimo, bom rekel, da občutek kaže na to, da imamo še ogromno priložnosti. Tudi na področju trženja turizma lahko zadeve še izboljšamo, ampak je vedno trženje povezano tudi s finančnimi viri in tukaj moramo kot občina seveda usklajevati vse interese vključno s turizmom.

3. Mislite, da v Vipavski dolini dovolj tržimo in razvijamo turizem? Mislite, da bi ga lahko še izboljšali ali smo že dovolj sredstev namenili za ta razvoj? Katere dejavnosti bi po vašem mnenju morali še tržiti?

Tisto, za kar smo kot občina odgovorni, je seveda to, da skušamo čim bolj tržiti destinacijo Vipavska dolina. Lansko leto smo končno pod okvir destinacije Vipavska dolina povezali vseh 6 občin. V prihodnosti moramo še okrepiti to trženje na domačih kot seveda tudi tujih trgih. Gre se, da kot občina tržimo destinacijo Vipavska dolina in ne toliko posameznih aktivnosti oziroma posameznih ponudnikov. Namreč, ponudniki, aktivnosti in podobno se morajo sami tržiti, naša naloga pa je, da tržimo destinacijo kot tako temelječo na treh stebrih, ki smo si jih zadali kot ključne stebre razvoja turizma v Vipavski dolini, to v prvem stebru po eni strani kulinarika, gastronomija ter druga tudi povezana z vinarstvom, drugi steber športni in rekreativen turizem in tretji naša dediščina tako kulturna kot tudi industrijska. Kot celoto teh treh ključnih stebrih, na katerih gradimo turizem, tudi oglašujemo in tržimo Vipavsko dolino, priložnosti pa so seveda še. Pri sredstvih smo jih prav v zadnjih letih bistveno povečali. Kar se tiče sredstev, ki jih namenjamo trženju blagovne znamke Vipavska dolina in turistične

Priloga 7

destinacije Vipavska dolina, lahko vedno rečemo »vreča je vedno premajhna«, vedno bi lahko dodatna sredstva namenjali, vendar tukaj vedno ne pademo v pravzaprav recept, kjer moramo kot občina zagotavljati sredstva za ogromno drugih dejavnosti in področij. Moja želja, seveda tudi osebna, je, da trženje blagovne znamke Vipavska dolina še okrepimo in tudi pogovori, ki jih peljemo z drugimi občinami, grejo v smislu, da bomo vzpostavili neki skupen sistem financiranja - sofinanciranja trženja destinacije Vipavska dolina. S tem se bodo tudi sredstva bistveno povečala.

4. Katere znamenitosti Vipavske doline po vašem mnenju še niso bile predstavljene javnosti in bi jih lahko razvili?

Vipavska dolina ima ogromno različnih znamenitosti, tako tistih, ki so že deloma predstavljene, kot tudi tistih, ki jih javnost še ne prepozna. Če konkretiziram, bi sam stavil predvsem na to, da tiste bisere, ki jih imamo, Vipavski Križ je eden od takih, še bolj oglašujemo, še bolj tržimo. Dediščino, ki jo imamo, na primer rimsko dediščino, povezano z našim območjem, prav z našim glavnim mestom občine, Ajdovščino, bomo tudi, predvsem drugo leto, ko bomo prenavljali Lavričev trg, ki je na območju nekdanje Castre, posebej s posebno pozornostjo spremljali in gledali, kaj je tisto, kar bi bilo vredno tržiti naprej v smislu trženja kulturne dediščine, ki jo pravzaprav imamo. Enako velja za vse odlične galerije. Tisto, kjer sem relativno zadovoljen s trženjem, so športne prireditve, ki jih še posebej spodbujamo.

5. Na spletni strani občine lahko vidimo objavljene razne javne razpise. Ali je zanimanje veliko? Se prijavijo tudi mlajši ali samo starejši občani?

Javni razpisi so zelo raznoliki, nekateri so namenjeni občanom neposredno, večina pa je takšnih, ki so namenjeni organizacijam oziroma podjetjem. Za občane imamo načeloma zelo malo razpisov, na katere se lahko kot fizične osebe občani prijavljajo. Predvsem gre za subvencije čistilnih naprav, ki jih postavljajo in podobne razpise, kjer so res opravičenci občani. Drugače so opravičenci društva in podjetja, zato je težko govoriti o tem, ali so starejši ali mlajši občani. Gre za vse tiste, ki tisti hip potrebujejo pravzaprav zadeve, ki jih tudi razpisujemo, bodisi sredstva bodisi tiste, ki izvajajo ukrepe, ki so povezani s sofinanciranjem. Tako tukaj ločnice med mlajšimi in starejšimi občani ne bi iskal, ker gre za specifične ciljne populacije glede na razpise. V športnih društvih imamo tako predvsem mlade, v kulturnih društvih so pretežno starejši oziroma aktivna generacija, imamo pa razpise, ki so namenjeni starostnikom, zato logično, da se tam prijavljajo starostniki. Zato še enkrat, tukaj nekih ločnic ne bi iskal.

6. Kako pa spodbujate mlade? Se zanimajo za razpise oz. razvoj turizma? Na kakšen način? Kako jim pomagata, da lahko razvijajo svojo idejo? Se je že pojavil kakšen tak primer?

Kar se tiče spodbud mladih in mladinskim organizacijam, imamo urejeno preko razpisa za sofinanciranje mladinskih programov in projektov. Kar se pa tiče razvoja turizma imamo

razpise drugačne. In sicer gre za to, da imamo na primer razpise za sofinanciranje turističnih prireditvev. To so razpisi, na katere se prijavljajo pretežno organizacije in podjetja, ki jih vodijo mladi, zato je to en izkaz, da je mlada populacija tista, ki prepoznava tudi turizem kot eno najpomembnejših gospodarskih panog in tudi s tem sofinanciranjem občine jim pomagamo, da razvijajo to njihovo idejo. Dodatno prav letos oziroma prav zdaj, je objavljen razpis za sofinanciranje patentov na področju turizma. Torej, tukaj iščemo neko idejo, s katero želimo okrepiti dejavnost samega turizma. Izbrali bomo eno projektno idejo, ki jo bomo potem tudi v relativno velikem znesku sofinancirali in na ta način tudi pripomogli k razvoju turizma. Kar nekaj je konkretnih primerov predvsem povezanih kot že rečeno, s prireditvami pa tudi potem udeležbami na sejmih in podobno.

7. Leta 2016 ste se odločili, da boste poskusili v letu 2017 in 2018 izvesti projekt uresničevanja participativnega proračuna v Občini Ajdovščina. Projekt se nanaša na obnovo ali novo gradnjo objektov v krajevnih skupnostih na pobudo občanov. V vsaki krajevni skupnosti ste imeli srečanje z občani. Kolikšna je bila udeležba in koliko je bilo potem dejanskih pobud? So se za to zanimali bolj starejši občani ali tudi mlajši? Zakaj mislite, da je tako? Ste pobude letos že začeli udejanjiti in koliko jih boste še uresničili do konca tega leta?

Projekt participativnega proračuna temelji na tem, da občani svojo idejo predlagajo, potem pa se uvrsti to idejo v glasovanje in na koncu občani sami izberejo, kateri projekti so tisti, ki jih bo občina izpeljala v tesnem sodelovanju s prijavitelji teh projektov. Če odgovorim na številke, zbrali smo več kot 100 predlogov, tukaj spet ni bilo neke ločnice, ali so bili mlajši ali starejši, zelo raznolika zgodba. So pa to različni projekti, nekateri so povezani z infrastrukturo, drugi spet, na primer povezani z vsebino, torej vsebinski projekti. Precej teh projektov, ki so bili na koncu zbrani, več kot 60 projektov je potem šlo v glasovanje, od katerih jih je bilo potem 36 izbranih za realizacijo v letih 2017 in 2018. Prvi od projektov je praktično že zaključen in bomo imeli otvoritev v začetku maja. Rekli bomo, da so vsi projekti v teku, nekateri bodo v kratkem času tudi zaključeni. To je vse, kar se tiče zadnjega.

Kar se tiče udeležbe občanov, smo bili tudi zelo zadovoljni, in sicer dobih 10 % občanov se je odločilo, da bo šlo na tisto glasovanje, ki smo ga imeli o projektih, kar je rezultat, ki ga nismo pričakovali, bistveno nad pričakovanji in tudi konec koncev dokaz za to, da je tak način razporejanja dela proračunskega denarja povsem primeren in so ljudje sprejeli to našo resno namero, da ponudimo en del proračuna, da ga sami tudi razporedijo. Sama udeležba, kot rečeno, 100 prejetih predlogov je velika številka, 60 v glasovanje prav tako, tudi 36 projektov, ki bodo realizirani v 2017 in 2018.

8. Kakšni so še večji občinski projekti v zvezi z turizmom? S čim poskušate biti inovativni in drugačni? Si želite, da bi bila Vipavska dolina poznana tudi v tujini? Kako poskušate povečati prepoznavnost ter obisk tujih državljanov v Vipavski dolini?

Priloga 7

Seveda si želimo, da bi bila Vipavska dolina čim bolj prepoznavna tudi v tujini. Največje število nočitev v naši občini ustvarijo tuji gostje in tudi na tem moramo krepiti zadevo naprej. Že prej sem omenil, kateri trije stebri so tisti, na katerih temeljimo in povezano s tem so tudi ti, bomo rekli več občinski projekti v zvezi s turizmom. Jasno moram tukaj izpostaviti naloge občine, naloga občine poleg trženja destinacije, o kateri sem že govoril prej, je seveda izgradnja ustrezne infrastrukture, ki bo omogočala neki turistični razvoj. Konkretno o takih projektih, ki še niso v izvedbi, ampak zanje še pridobivamo finančne vire, lahko omenim na primer trg okusov Vipavske doline, ki bo nekako promocijski prostor, v bistvu »Ekspo« Vipavske doline, predstavitevni center Vipavske doline, kjer bomo turistom dejansko lahko ponudili instant izkušnjo Vipavske doline tako v obliki kulinarike kot vizualnih prezentacij. Potem tudi druge turistične točke, ki jih pravzaprav urejamo, od raznih manjših projektov, kot so postavitve turističnih tabel, omenjal sem prej seveda Castro - prenovo mestnega središča, to je zgodba, ki bo zagotovo pozitivno vplivala na razvoj turizma. Naprej lahko omenimo podporo pri gradnji turistične infrastrukture v smislu nastanitvene infrastrukture. Zelo si želimo, da bi v enem izmed naših krajev vzpostavili tako imenovani razpršeni hotel, ki bi ga potem v okviru naših turistično informacijskih centrov lahko tržili oziroma poskrbeli tudi za določen del, ki je povezan z npr. rezervacijami – bookingom za tovrstne hotele.

Za prepoznavnost med tujimi gosti v Vipavski dolini gre predvsem za udeležbo na raznih turističnih sejmih. Praktično se udeležujemo vseh teh večjih sejmov po Evropi in na ta način seveda širimo zavest o Vipavski dolini.

9. Kakšen je vaš pogled na prihodnost turizma Vipavski dolini? Kaj pa vaši načrti za prihodnost? Kako boste izkoristili turizem in ga razvijali?

Za turizem si res želim, da postane pomembna gospodarska panoga v Vipavski dolini, saj tudi naša ukrepanja sledijo temu. Kot občina želimo vzpostaviti takšno infrastrukturo, ki bo turiste pritegnila. Kot sem omenil že prej, imamo res kar nekaj biserov v Vipavski dolini. Na območju naše občine je to zagotovo Vipavski Križ, mestno središče mesta Ajdovščina po prenovi, ki se ga bomo lotili prav v tem letu in zaključili v prihodnjem letu. Turizem je tisti, za katerega želimo, da bo ustvaril dodatna delovna mesta v naši občini in v tej smeri bo šlo tudi naše ukrepanje. Pomeni povečanje števila obiskovalcev tako domačih gostov kot tudi tujih gostov in pa logično povezano s tem si želim, da bi bilo čim več zasebne pobude na tem področju, saj turizem je gospodarska panoga in vse stvari, ki so povezane s pravzaprav konkretnjšimi projekti, v smislu gradnje nastanitvenih kapacitet, gostinskih obratov in podobno, morajo biti v zasebni iniciativi, saj mora priti zasebni kapital zraven in tudi potem je potrebno z zasebnim kapitalom te investicije izvesti. Torej, turizem gradimo na tistih že prej omenjenih ključnih treh stebrih. Preplet vseh treh je tisti, ki ponudi pravo doživetje vsakemu obiskovalcu naše doline. Imamo ogromno priložnosti, napake se v preteklosti niso zgodile, da bi imeli težavo npr. z oblikovanjem turistične destinacije, imamo zelo ugodne pogoje. Tisto, na čemer še temeljimo naprej, je to, da pri nas ni sezone - da bi rekli, da je turistična sezona v

petih, šestih mesecih, pri nas je turistična sezona praktično celo leto. To je ena od naših zagotovo konkurenčnih prednostih v primerjavi z drugimi območji po državi, pa tudi širše in to je tudi ena izmed zadev, na katerih želimo graditi prepoznavnost naše destinacije.

INTERVJU Z G. TOMAŽEM KAVČIČEM

1. Zanima me, kako in koliko časa ste povezani s turizmom in kaj vam ta osebno pomeni?

Težko je odgovoriti na to vprašanje, ker jaz nisem direktno povezan s turizmom in se nisem nikoli ukvarjal s tem, pa tudi se ne bom. Gostinstvo mi predstavlja usmerjenost, vizijo, strategijo in celoto.

Rojen sem v gostilniški družini, sem namreč četrta generacija gostinstva. Že približno 30 let se ukvarjam z gostinstvom in preko tega sem zelo močno vpet v turizem. Pohvaliti se moram, da sem prvi, ki je začel sodelovati s STO-jem prav od leta, ko je bil STO ustanovljen. Od takrat smo začeli potovati, jaz s hrano, mobija pa takrat še z vinom. Prepotovali smo že en lep kos Evrope, bili smo tudi v Izraelu, leta 2000 sem bil tudi v Sydneyu med olimpijskimi igrami. Povedati moram, da je bil takrat pravi podvig priti do Berlina na turistično borzo. Ni bilo kot zdaj, ko samo naročiš in ti pošta pelje robo to tja. Preko vseh meja in z vsaj 30 različnimi artikli ni bilo preprosto voziti robe po svetu. Šli smo tako z avtomobili kot tudi s kombiji, odvisno, kakšna in koliko je bilo robe. Pomembno je, da smo vedno to počeli z entuziazmom, torej nikoli ni bila na prvem mestu računica. To se me hvala bogu drži še sedaj.

2. Kašen vpliv menite, da ima turizem na gospodarstvo? Se ljudje zavedamo, da postaja turizem ena pomembnejših panog za razvijanje in prepoznavanje posameznih regij in celotne države? Ga dovolj tržimo? Zakaj ja ali ne?

Takrat so bili STO-ji in razne druge organizacije, danes pa razni TIC-i in ROD-i zelo pripomorejo, se trudijo ter gradijo na naši identiteti. Rekel bi, da se nam je ta turizem zgodil oziroma vedno je bil prisoten, saj smo Slovenci tak narod, ki zelo rad sprejema, daje in predvsem ima domačnost. Ko k nam pridejo ljudje v goste, smo veliki gostitelji. To odliko imamo mi prirojeno. Rekel bom, da je bil turizem vedno prisoten, vendar se nismo dovolj zavedali, koliko je to pomembno za identiteto države. Potrditi moram, da se v zadnjih letih bolj zavedamo, da je pomemben in tega sem zelo vesel. Turizem je prvi tudi na točkah našega gospodarstva in politike, predvsem država je to začela zelo vzpodbujati. Kar je najvažnejše, kot sam tudi pravim, začeli smo imeti dobro strategijo in prav to Slovenija v zadnjih letih ima. Prej moram reči, da smo bili zelo razdrobljeni. Eno leto je bila ena akcija, drugo leto je bila druga. Ne, da imam kaj proti temu, vendar zavodi, posebno TIC-i in ROD-i, so velikokrat bili sami sebi najbolj pomembni in so skrbeli le zase, ne pa toliko za okolico. Sedaj moram reči, da se vendarle to spreminja in bom potrdil, da je turizem zelo pomemben za Slovenijo.

Na vprašanje, ali ga dovolj tržimo, bom rekel, da nikoli ni dovolj in nikoli ne smemo biti s tem dovolj zadovoljni. Vesel sem že, da imamo neko strategijo in se imamo s kom pogovarjati o trženju. Vedno je potrebno biti inovativen ter strmeti naprej po novem, večjem in boljšem. Ker, če rečemo ali razmišljamo, da je dovolj, je konec.

Priloga 8

3. Mislite, da v Vipavski dolini dovolj tržišimo in razvijamo turizem? Mislite, da bi ga lahko še izboljšali ali smo že dovolj sredstev namenili za ta razvoj? Katere dejavnosti bi po vašem mnenju morali še tržiti?

Če sem bil nad prejšnjim vprašanjem navdušen, ko sem pomislil bolj na Slovenijo, moram reči, da glede tega v Vipavski dolini nisem kaj preveč zadovoljen. To je predvsem zaradi razdrobljenosti ter pomanjkanja skupnega nastopa. Manjka nam, da nastopimo in predstavimo to bogastvo ter raznolikost, ki jo imamo. Preveč se zgubljam z majhnimi stvarmi. Bolj nas zanima, kaj je pri sosedu, kot pa, da bi vsak skrbel zase, oziroma, da bi nastopili skupaj, saj smo le tako lahko močnejši proti vsem drugim.

Moje osebno mnenje je, da ima Vipavska dolina večji potencial kot Goriška Brda, ampak priznati moramo, da so nas prehitela prav zaradi teh skupnih nastopov. Zgrešeno je to, da se še vedno ukvarjamo z Zgornjo in Spodnjo Vipavsko dolino, ali še natančneje z Vipavo in Ajdovščino. Če tega ne bomo rešili, ne bomo zrasli kot turistična destinacija. Vipavska dolina lahko kot raznolika dežela veliko ponudi, zato je potrebno gledati širše, ne samo do Ljubljane, ampak še dlje in izven Slovenije. V teh trenutkih in v tem obdobju, kakršnem smo, ter glede na razvoj turizma v prihodnosti, moramo razmišljati v smeri, da povabimo svet k nam na obisk, saj si Vipavska dolina to zasluži.

4. Katere znamenitosti Vipavske doline po vašem mnenju še niso bile predstavljene javnosti in bi mogoče dobile pozitiven odziv obiskovalcev?

Vipava je pravzaprav rojstni kraj Vipavske doline, kajti po reki Vipavi se imenuje celotna dolina. Zakaj ne bi uporabili prav Vipavo, da bi bila kot nek zastavonoša oziroma povezovalka celotnega turizma Vipavske doline. Jaz velikokrat naše goste pošljem ali jim vsaj rečem, naj se grejo malo sprehodit po Vipavi, saj se Vipava ne imenuje male Benetke kar tako brez pomena.

V Vipavi so živela, delala in ustvarjala velika svetovna imena. Prvi je denimo Leonardo da Vinci, ki je bil od Benečanov, od grofov Beneških poslan prav v Vipavo. Tukaj je živel in deloval kar nekaj časa. Vendarle smo tukaj v vojaških sferah in govorimo o sistemu upora proti Turkom. Carlo Dalgoni, ki je bil sin osebnega zdravnika grafov Lanthieri, je svoje prve komedije s svojimi 14, 15 leti spisal v Vipavi. V Dvorcu Zemono je bil tudi Cassanova. V enem od svojih dnevnikov, ki jih je spisal in so javno objavljeni, je opisal tri dni, ki jih je preživel v Dvorcu Zemono. To so stvari, ki jih je potrebno pokazati svetu in na katerih gradimo dosti premalo.

Mislim, da to so neki segmenti, ki niso nikjer omenjeni in niso niti toliko znani, ampak so tako močni, da bi bilo prav, da bi jih predstavili. Če gremo korak nazaj in se vrnemo k predlogu o zastavonoši turizma Vipavske doline, turizem tega območja naj starta d tam, kjer ti že ime pove, da je Vipava.

Če se vrnemo na sedanjost, bi pa poudaril pomen šport. Nekaj je že tekmovanj, na primer kolesarjenje in tek. Na take dogodke pridejo res pravi turisti, ki niso kot oni, ki spijejo mogoče le eno kavico v Vipavski dolini, ampak so taki, ki prespijo tukaj, spijejo kozarec vina in gredo tudi na večerjo. Na tem je potrebno graditi.

5. Veliko službeno potujete po svetu. Katere razlike med tujino ter na primer Vipavsko dolino bi izpostavili? Ali potem tiste pozitivne oziroma negativne izkušnje prenesete tudi domov?

Res veliko potujem in vedno, ko potujem, potujem z odprtimi očmi. Ob stvareh, ki jih vidim zunaj, takoj pomislim, če bi se jih dalo narediti tudi tukaj. Povabljen sem na veliko kongresov in prireditev, predvsem kulinaričnih, zato bo odgovor šel v kulinariko.

Kar je pozitivno zunaj in bi si želel prenesti v domovino je to, da regije, kamor grem, zelo veliko vlagajo v kulinariko ter v razvoj. Naj podam en primer. V kolega, s katerim se poznam že približno 17 let, je njegova regija v sedmih letih vložila dva milijona evrov. Pravzaprav so mu zgradili učni center, kjer ima on svojo gostilno s tremi Michelinovimi in kjer ima prostora vedno za 20 učencev. Tega on sam ne bi zmoget. Recimo, to je tudi moja velika želja, da bi me podprla država ali regija. To se absolutno da narediti, samo v pravega je potrebno vložiti. Če podam še en naš primer, to so Okusi Vipavske, ki se sicer zgodijo na Zemonu, organizator pa je ROD. Zelo ga moram pohvaliti za njihovo energijo, ki jo vlagajo v festival. Temu festivalu pa zmanjka pika na i in to so finance, saj zunaj startajo najprej s tem. Zunaj povabijo pomembne kuharje in pomembne proizvajalce in nič več ni zastoj, redki smo, ki imamo ta entuziazem in delamo stvari še brezplačno, vedno z mislimi na boljši jutri in prav na razvoj turizma.

Sam bi stavil na to, da bi v Vipavsko dolino pripeljal 10 naših najboljših gostincev iz te regije, povabili bi še 3, 4 najboljše svetovne kuharje, sam jih dovolj poznam, in vem, da bi prišli. Ampak to je zunaj postalo zvezdnitvo, s katerim se ne strinjam, ljudje pa bi zagotovo prišli, a pod 5.000 evrov kuharjev takega slovesa ne dobiš. Dobro bi bilo vsaj enkrat letno to narediti, saj le tako lahko pokažemo tudi našo kulturo. Verjetno mi bo kdo ugovarjal in rekel, kaj bomo mi delali tukaj z drugimi kuharji, saj imamo dovolj naših. Strinjam se, a vedno se moraš primerjati z drugimi in jih vabiti k sebi, saj s takimi preizkušnjami postajaš bogatejši in boljši. Poudaril bi še to, da se v Vipavski dolini niti v Sloveniji nimamo kaj sramovati kar se tiče kulinarike. Pomembno je, da sodelujemo, gremo naprej, se odpiramo drugim in tudi sami razmišljamo na tak način. Če pride en velik kuhar, je tak dogodek zelo medijsko podprt, in to je sigurno najboljša investicija. Ko sem bil pred tremi tedni v Paestumu in v Neapelju, tam sem predaval pred 50-imi novinarji, je bilo o tem napisanih veliko člankov, za katere mislim, da če bi jih dal v italijanske revije, bi me to stalo približno 200.000 evrov. Omenjen sem bil vsaj v dvajsetih revijah. A ne gre le zame. Vedno, ko sem zunaj, vedno je na prvem mestu Slovenija, potem Vipavska dolina, potem moja hiša in moji delavci, šele potem sem jaz. Ves čas ponavljam, pomembno je združevanje, ob čemer ne smemo nikoli pozabiti, od kod prihajamo. Predstavil sem vam pozitiven primer iz tujine, takega v Vipavski dolini žal ni.

Priloga 8

Manjkajo nam finance, ki pa ne smejo postati »kakšno fehtarjenje« ali prosjačenje. Ne, to je vložek v projekt, za katerega vam garantiram, da se večkrat povrne. Tudi sam vem, koliko sem vložil v svojem življenju in koliko vlagam v promocije in potovanja. To je moj denar, ki mi ga nihče ni dal, a lahko rečem, da se vrača.

Danes smo na primer gostili Angleže, ki so se usedli na letalo v Londonu, prileteli v Treviso in imeli večerjo pri nas. Danes zvečer nadaljujejo pot še v Benetke, tam prespijo in se jutri vrnejo v London. To je tisto priznanje in pohvala, ki ti daje voljo, da greš naprej. Naj navedem še en primer, bilo je kake tri tedne od tega, na petek zvečer. Imeli smo 9 gostov različnih narodnosti, vsak je bil pri svoji mizi. Bili so Slovenci, Hrvatje, Nemci, Angleži ... Skupno so imeli le veselje in ljubezen do gastronomije. Ljudje so prispeli in spali tukaj, zagotovo niso prišli samo za en dan v Slovenijo. To so tisti pravi finančni vložki.

6. Ali poskušate tudi v tujini predstaviti Vipavsko dolino, tako njene znamenitosti kot tradicionalne kulinarčne jedi ali avtohtona vina in s tem privabiti tuje goste v tamkajšnji kraj? Ali je zanimanje veliko? Iz katerih držav prihajajo gostje v Dvorec Zemono in kaj jih posebej zanima?

Na to vprašanje sem delno že odgovoril. Na svojem prvem večjem mednarodnem nastopu, kjer sem bil na odru s kuharji, nosilci treh Michelinovih zvezdic, sem predstavil našo tradicionalno jed jota. Ob tem sem uporabil nove tehnike v kuharstvu. Osnova je bila sicer jota, vendar sem vzporedno s tem naredil neko čisto novo jed. Kot sem že prej omenil, jaz sebe vedno postavim na zadnje mesto, ker najprej zastopam Slovenijo oziroma Vipavsko dolino. Sam predstavljam tradicionalne vipavske ali slovenske jedi, vendar s kreativnostjo in uporabo nekih novih tehnik nastaja slovenska kuhinja. Ljudi zanimata predvsem tradicija in inovativnost. Pomembna sta torej spoštovanje tradicije in spoštovanje kraja, od koder na inovativen način predstavljaš jed. Sam ne morem postaviti v ospredje jedi, ki so jih jedli moji dedje, ker so bile tiste jedi narejene na zelo masten način, da je bila hrana zelo težka. Takrat je bilo to zelo pomembno, saj je bilo hrane manj, ljudje so pa več delali. Prav je, da se spomnim tistih jedi, ki so jih jedli moji predniki, ampak pripraviti jih moram na sodobnejši način. Pri kuhanju je torej pomemben poudarek na kuhanju s tradicijo, le taka kuhinja bo privabila goste v Vipavsko dolino.

Veliko je zanimanja prav na tem - tradicija, kreativnost in inovacija, to je trenutno največji trend, a z velikim poudarkom na slovenskih sestavinah. Goste najbolj zanima kozarec vina iz Vipavske doline s hrano iz Vipavske doline. Sam sem prepričan, da sem prav s poudarkom na osnovnih sestavinah iz Vipavske doline ter s tradicionalno hrano iz te regije, pripeljal največ gostov v Dvorec Zemono.

Podobno velja tudi za vinsko karto. Največ vin ponujam seveda iz Vipavske doline in okolice, saj to goste najbolj zanima, zato je teh tudi na degustacijskih menijih največ. Ni pa nič slabega, če ponudim kozarec vina s Krasa ali iz Goriških Brd, saj s tem pokažem veličino in

spoštovanje do drugih. Na moji vinski karti so tudi vina od drugod, npr. iz Portugalske, Španije, Francije itd. To je zaradi moje osebne kulture in zaradi mojega pogleda v in na svet. Tega vina nikoli ne priporočam ali ga vsiljujem. V primeru, da gostim velike gurmane in velike ljubitelje vin, pa je prav, da imajo tudi taka vina na razpolago. Priznam, na vinski karti je tudi vino, ki stane 3.000 evrov, in se prodaja. Kot sem rekel, ne vsiljujem, a če gost vidi, da je tako vino na karti in je vanj zaljubljen, ob tem pa ima še možnost, da ga izbere, je to dobro, vendar to ni moj cilj. To je moja pripravljenost ter odprtost za gosta, kar 80 % vin pa prihaja iz Vipavske doline.

Iz katerih držav pride največ gostov? To se v zadnjih letih zelo spreminja. V zadnjih 5 do 7 letih je to postalo en velik bum. Prej smo imeli največ gostov iz Italije, ti so seveda še vedno naša stalnica, a jih ni največ. Rečem lahko, da največ gostov pride iz Slovenije in Italije, potem pa zelo različno, saj gostje prihajajo z vsega sveta. Največ seveda iz Evrope, predvsem Avstrije, Nemčije, Španije, Hrvaške. Ne morem reči, da so to stalni gostje, lahko pa rečem, da jih je veliko. Pridejo tudi, kot sem že rekel prej, iz Anglije, Amerike, Nove Zelandije in od drugod.

Pridejo tudi večkrat ali na enkratni obisk? Mi, hvala bogu, imamo vsaj tam nekje 90 % naših stalnih gostov, s katerimi se poznamo. Stalno pa prihajajo novi gostje, ki krožijo, pa tudi ljudje, ki pridejo in si izberejo neki določen cilj. Tako na primer pridejo v Slovenijo in na tem območju obiščejo recimo 5, morda 7 gostiln v 3, 4 dneh. To je le en primer novega trenda. Današnji trend turizma, počitnic in dopustov je ta, da ljudje ne grejo več za en mesec na dopust, večina jih gre morda za 3, 5 dni in to raje ponovijo večkrat v letu. Ljudje si ob tem zelo skrbno izbirajo naslove, kraje, kamor gredo. Če greš za tri dni na dopust, si namreč ne moreš privoščiti, da bi kaj zgrešil, to je velika škoda časa in denarja. In prav to se pri nas zelo pozna. Imamo namreč veliko takih gostov, ki prihajajo na krajše počitnice, lahko bi rekli tri ali štiridnevne izlete.

7. Kako poskušate biti inovativni ter drugačni od drugih? Ali je to težka naloga in kako se spopadate s tem? Kje dobivate navdih?

Nikoli v gostinstvu ali v mojem načinu življenja, težko namreč rečem, da imam službo, kajti to, kar imam, je predvsem način življenja (smeh,) nisem poskušal biti drugačen od drugih in nikoli tudi nisem bil tekmovalen do drugih. Vedno mi je pomembno, da imam svoj slog in način priprave, pri katerem so na prvem mestu odgovornost in etika do gosta ter absolutno prisotna kultura in poštenost. Zdaj se bom sicer ponovil, a ko imaš vse te stvari, ne smeš nikoli pozabiti na tradicijo, inovativnost in nove tehnike. Točno tak sem sam po naravi. Prvo zaradi mojih gostov, potem šele zaradi sebe. Nerad si rečem gostinec ali kuhar, saj si težko predstavljam, da bi eno stvar pripravljal 20 ali celo 30 let, kar pa seveda ne pomeni, da je s tem kaj narobe. Spoštujem ljudi, ki to počnejo, vendar sam nisem tak, saj sem stalno v nekem iskanju. Vsak dan, ko se zbudim, si mislim, da vem manj in zato imam vedno željo po novem, po učenju in na ta način se trudim iti naprej, biti še bolj inovativen.

Priloga 8

Najbolj me navdihuje gost, ki odhaja iz naše gostilne zelo srečen, vesel in zadovoljen ter se rad vrača. Tudi tisto, o čemer smo že prej govorili, da se, in to dobesedno nekdo iz Londona pripelje na kosilo, namensko do tebe in se drugi dan vrača domov, je nekaj, kar mi vliva novo moč. Ob tem naj omenim, da so ti goste ravno prej odšli. Prepričan sem bil, da so zagotovo prišli v Slovenijo, da bi si pogledali še druge stvari, ampak so rekli, da ne in so prišli izključno samo do mene, saj so o meni brali ter slišali. Seveda, prespali so še v Benetkah, vendar so si tam naročili le pico in se drugi dan vračajo domov. To so stvari, ki ti dajejo navdih in moč, pa tudi potrditev, da si na pravi poti.

Nikoli mi ni bil pomemben denar, verjetno bi v katerem koli drugem poslu več zaslužil, a nikjer ne bi vložil toliko energije in časa v to.

8. Pomemben dogodek, ki se zgodi v dvorcu Zemono, je zagotovo Okusi Vipavske. Se na ta dogodek kako posebno pripravljate? Koliko časa sledijo priprave? Se ga veselite? Imate občutek, da se vedno več ljudi zanima za ta dogodek in se ga seveda tudi udeleži?

Okusi Vipavske so pravzaprav najpomembnejši dogodek v letu v Dvorcu Zemono, kar se tiče teh javnih prireditev. Na začetku sem bil tudi v organizacijskem odboru. Čez celo leto, tudi ko potujem, sem z mislimi na tem dogodku, saj razmišljam, kaj bi se dalo od teh stvari pripeljati domov. Večkrat sem tudi sam gost drugim prirediteljem, zato se vsako leto potrudim, da tudi sam pripeljem koga iz tujine. Tako bodo letos prišli gostinci iz Neaplja. Letos je že 11. leto, od kar se odvija ta dogodek. Po pravici povem, da se dogodka veselim, vendar imam ob tem eno veliko željo. Namreč, vedno bi morali v dogodek dodajati neke nove vsebine. Na žalost brez pomoči institucij ne gre, ne glede na to, ali mislimo slovenske, turistične ali samo občine. Ta festival bo brez tega težko nadgrajevati. Prepričan sem, da je festival 90 % grajen, rojen, organiziran in delan na entuziazmu. Ta je namreč zelo dobrodošel, brez njega se ne da nič pametnega in lepega narediti. V zadnjih letih smo že veliko naredili, a če hočemo rasti in biti vsako leto boljši, potrebujemo finančno injekcijo. Zahvalil bi se in čestital ROD-u, na čelu z direktorjem in z go. Tanjo Krapež, za vso pripadnost in voljo, ki se čuti pri organizaciji tega festivala. Vsekakor pa veljata za naprej moj apel in prošnja, da se na novo pridobi nekaj dodatnih finančnih sredstev. Gre namreč za festival, ki ga pozna vsa Slovenija, a ga je potrebno nadgraditi. Velikokrat veselje ni dovolj, potrebno je narediti še en korak naprej.

9. Kakšen je vaš pogled na prihodnost turizma v zgornji Vipavski dolini? Kaj pa vaši načrti za prihodnost? Kako boste izkoristili turizem in ga razvijali na vašem področju, ki ga opravljate?

Rečem lahko, da mojega pogleda na turizem v Zgornji Vipavski dolini pravzaprav ni, saj gledam bolj široko in vedno razmišljam o turizem v celotni Vipavski dolini. Predvsem pomembno se mi ob tem zdi že omenjeno združevanje, saj ima le tako Vipavska dolina velike možnosti. Bodimo optimistični, veseli in glejmo pozitivno naprej, ker samo tako bomo pripeljali Vipavsko dolino tja, kamor si zasluži in kjer zaenkrat še ni. Prav zaradi tega, ker

imamo toliko različnih stvari, kar nekaj sem jih že omenil, ki jih lahko ponudimo turistom, moramo delati na združitvi in tako stremeti naprej.

O mojih načrtih za naprej, lahko rečem, da pravzaprav nimam velikih načrtov, rad se prepuščam spontanosti, seveda pa se še vedno najde kak načrt (smeh). Kar se tiče spontanosti in pripadnosti lahko rečem, da tak sem in vedno gledam naprej in razmišljam za razvoj, zato sem tudi rekel, da ni nekih načrtov, čeprav so vedno prisotni. Če pogledam nase osebno, je vsekakor moja želja na Zemonu razširimo nastanitvene storitve. Rečem lahko, da bi šlo za nekaj sob, katerih pa nikoli ne bi naredil v sami hiši, saj je bila hiša narejena in zgrajena za to, da ljudje nikoli niso oziroma ne bi tukaj zares bivali, ampak je bila namenjena uživanju in skladiščenju. Moja prihodnost in pot je tako kot do zdaj z istim tempom in istim stilom naprej.

Turizem je morda težko izkoristiti, ampak pomembno je, da mu daješ pomen. Tudi mi smo del turizma in je prav, da tej stroki, torej našim storitvam damo pomen, kajti z našimi in drugimi podobnimi storitvami bo turizem še močnejši. Z raznolikostjo ne mislim samo na gostinstvo, temveč o celoviti, boljši in inovativni ponudbi. Tudi pri ponudbi ne govorim samo o hrani, ampak o vseh dogodkih, ki so se dogajali v zgodovini. Spoštovanje do naših prednikov bi morali prenesti v današnji čas in s tem privabiti turiste v Vipavsko dolino. Meni je bila zelo všeč uprizoritev bitke pri Mrzli reki, iz tega bi se dalo narediti marsikaj, v to sem prepričan. Če bi se na takem dogodku združila cela Vipavska dolina, ne samo Zgornja ali Spodnja Vipavska dolina, bi zagotovo uspeli. Če se ozremo še nekoliko nazaj, se je tukaj v preteklosti odločalo tudi glede vere. Vera je zelo pomembna in tudi na tej tradiciji je potrebno graditi, torej na vsem, kar so naše korenine. Ne pa da se posamezni kraji med seboj kregajo, kdo je pomembnejši, kdo je večji. Imamo priložnost ter skupino ljudi, ki vlečejo voz turizma s velikim entuziazmom. Poudarjam še enkrat, da se mora celotna Vipavska dolina združiti. To se seveda ne more zgoditi kar naenkrat, a potrebno je vztrajati. Ko kvalitetni dogodki postanejo tradicionalni, potem povlečejo za sabo množico. Naj omenim še en tak primer: gre za Rally Saturnus, ki na videz nima nobene zveze niti s kulinariko niti z vinom. V najboljših časih si je prireditev na celotni trasi ogledalo okoli 100.000 ljudi. Potrebno je izkoristiti take dogodke, ker tudi tam ljudje pijejo in jedo. Seveda pa ne smemo privabljati ljudi le s čevapčiči ali kar nekimi stvarmi, ampak z našimi vipavskimi dobrotami. Ni potrebno prodajati samo vina, lahko prodajaš tudi bezgov sok, saj imamo veliko bezge. Tako na primer lahko klobaso jemo v Vipavski dolini čez celo leto, ne le novembra ali decembra. Klobaso lahko tudi spečemo na žaru.

Pogledati torej moramo, kaj imamo in kaj so imeli naši predniki. Naj ponovim, le s tradicijo in združevanjem bomo od turizma lahko vsi nekaj imeli. Kar pa je najpomembnejše, Vipavska dolina bo kot turistična destinacija zrasla.