

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKA NALOGA

VESNA REBEC

KOPER, 2011

2011

DIPLOMSKA NALOGA

VESNA REBEC

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

RAZVOJNE MOŽNOSTI TURIZMA V
OBČINI IZOLA

Vesna Rebec

Koper, 2011

Mentor: izr. prof. dr. Doris Gomezelj Omerzel

POVZETEK

V nalogi je predstavljena raziskava o turističnih potencialih občine Izola. Predstavljena je njena zgodovina, geografska lega in turistična ponudba. Izdelana je tudi raziskava možnosti nadaljnjega turističnega razvoja občine. Pri tem so njeni potenciali oprti na mnenje lokalnega prebivalstva, kjer se iščejo simbiotične rešitve, ki ponujajo možnosti razvoja turizma in so sočasno ljudem še sprejemljive oziroma jih celo podpirajo. Naloga je sestavljena iz teoretičnega in analitičnega dela. V teoretičnem delu je predstavljen teoretičen okvir turistične destinacije in konkurenčnosti, v analitičnem delu pa so predstavljeni ter analizirani rezultati ankete, ki je bila opravljena za namen preučitve mnenja lokalnega prebivalstva na tematiko turizma in njegovega razvoja.

Ključne besede: turizem, razvoj turizma, konkurenčnost, Izola, turistični potenciali.

SUMMARY

The thesis describes the analysis of the tourism potentials in municipality of Izola. It also describes its history, geographical position and tourist offer. A research of possibilities for further tourism development in the municipality was also conducted. Its potentials are based on the opinions of local residents, where the symbiotic seeking solutions, that offer the potential of tourism development, are tolerated or even supported by the people. The thesis consists of a theoretical and analytical part. The theoretical part describes the theoretical framework of the tourist destination and competitiveness, while the analytical part describes and analyses the results of the survey that was conducted for the purpose of studying the beliefs of local residents on the issue of tourism and its development.

Keywords: tourism, tourism development, competitiveness, Izola, tourism potentials.

UDK: 338.48-44(043.2)

VSEBINA

1	Uvod.....	1
1.1	Opredelitev problema.....	1
1.2	Namen in cilj diplomskega dela.....	2
1.3	Predpostavke in omejitve raziskave.....	3
1.3.1	Predpostavke.....	3
1.3.2	Omejitve.....	3
1.4	Predvidene metode raziskovanja.....	3
2	Teoretični okvir.....	5
2.1	Opredelitev pojma turizem in razvoj turizma.....	5
2.2	Definicija turistične destinacije in kraja.....	5
2.2.1	Naravna delitev.....	6
2.2.2	Ekonomski delitev.....	6
2.2.3	Statistični delitev.....	7
2.3	Konkurenčnost turistične destinacije.....	7
2.4	Vplivi turizma na lokalno skupnost in razvoj.....	7
3	Analiza trenutnega stanja turizma.....	9
3.1	Zgodovina občine Izola.....	9
3.2	Geografske značilnosti (klima, lega itd.).....	9
3.3	Demografske značilnosti.....	12
3.4	Gospodarska struktura.....	13
3.5	Analiza turistične ponudbe oziroma potenciala.....	14
3.5.1	Produkt Izole in okolice.....	15
3.5.2	Privlačnosti in viri.....	16
3.6	Analiza turističnega povpraševanja.....	17
4	Analiza.....	19
4.1	SWOT analiza.....	19
4.2	Analiza konkurenčnih destinacij.....	20
4.3	Metodologija in potek raziskave.....	24
4.4	Mnenje prebivalcev o razvoju turizma v občini Izola in okolici.....	25
5	Predlogi za strateške izboljšave in razvoj turizma.....	40
5.1	Vizija razvoja turizma.....	40
5.2	Cilji razvoja turizma.....	41
5.3	Izboljšanje konkurenčnosti turistične ponudbe.....	42
6	Sklep.....	44
	Literatura.....	47
	Viri.....	48
	Priloga.....	49

SLIKE

Slika 1: Hibridna karta	10
Slika 2: Primer mediteranske klime	11
Slika 3: Zemljevid slovenske obalne regije.....	12
Slika 4: Starostna razporeditev prebivalstva občine Izola	13
Slika 5: Število ležišč (Izola, Koper, Piran).....	21
Slika 6: Prihodi (Izola, Koper, Piran).....	22
Slika 7: Nočitve (Izola, Koper, Piran).....	23
Slika 8: Premik PDB v letih 2008 - 2010 (Izola, Koper, Piran).....	24
Slika 9: Delež anketiranih po spolu.....	26
Slika 10: Delež anketiranih po starosti.....	26
Slika 11: Delež anketiranih glede na izobrazbo	27
Slika 12: Razporeditev anketirancev po krajevnih skupnostih	28

PREGLEDNICE

Preglednica 1: Turistični produkti Izole.....	15
Preglednica 2: SWOT analiza izolskega turizma.....	19
Preglednica 3: Povprečno dnevno bivanje v letu	23
Preglednica 4: Delež anketiranih po spolu	25
Preglednica 5: Delež anketiranih po starosti	26
Preglednica 6: Delež anketiranih glede na izobrazbo	27
Preglednica 7: Razporeditev anketiranih po krajevnih skupnostih	28
Preglednica 8: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Kaj je že dobro približano turistom«.....	29
Preglednica 9: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Trditve o pozitivnih učinkih turizma v Izoli«.....	30
Preglednica 10: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Trditve o negativnih učinkih turizma v Izoli«.....	31
Preglednica 11: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona za sklop trditve »Stanje turizma v Izoli«.....	32
Preglednica 12: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Prihodnji razvoj turizma v Izoli«	33
Preglednica 13: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Kaj je že dobro približano turistom«	34
Preglednica 14: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Trditve o pozitivnih učinkih turizma v Izoli«.....	35

Preglednica 15: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Trditve o negativnih učinkih turizma v Izoli«	35
Preglednica 16: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Stanje turizma v Izoli«.....	37
Preglednica 17: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Prihodnji razvoj turizma v Izoli«.....	38

KRAJŠAVE

KS	krajevna skupnost
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
PDB	povprečno dnevno bivanje

1 UVOD

Izola svoje ime dolguje otoku, na katerem je nastala, svojo identiteto pa ljudem, ki ohranjajo tradicijo skupnosti dveh narodov, njunih različnih jezikov in skupne ljubezni do mesta.

Stari del mesta leži na nekdanjem otoku. Njegova posebna arhitektura prikazuje pestro zgodovino tega ribiškega mesta. Tradicija ribištva je še danes prisotna v turistični ponudbi in kulinariki. Čeprav je Izola danes predvsem turistično središče, se njena duša še vedno ohranja v ribištvu ter pridelavi vina in olja, zaradi česar je tako zelo drugačna od sosednjih obmorskih mest.

Izola ima bogato in razgibano arhitekturno dediščino tako mesta kot podeželja, ozke uličice starega mestnega jedra in mogočni kamniti portali pa pričajo o njeni burni zgodovini. Vedno bolj je čutiti utrip kulturnih prireditev, praznovanj, gostij, plesov, zabav in športnih prireditev. Na ta način se Izola vedno znova napaja z življenjem in ohranja svoj čar.

Cilj preučitve v nalogi so možnosti razvoja turizma v občini Izola. Izola je turistično dejavna občina, ki jo obiščejo mnogi turisti iz vseh koncev sveta. Ob tem se postavlja vprašanje, kako to sprejemajo domačini. V ta namen je bila izdelana anketa, na podlagi katere je mogoče oceniti mnenje skupine na različne (tako pozitivne kot negativne) aspekte turizma.

Poleg mnenj domačinov je namen naloge ugotoviti tudi, kako uspešno se občina Izola sooča in konkurira za turiste s sosednjima občinami, Koprom in Piranom.

Diplomska naloga je sestavljena iz teoretičnega in analitičnega dela. V teoretičnem delu so predstavljeni pojmi turizem, razvoj turizma, turistični kraj in konkurenčnost. V praktičnem delu pa je predstavljena SWOT analiza in rezultati ter analiza ankete, s katero je bilo raziskano mnenje domačinov Izole do različnih aspektov turizma.

1.1 Opredelitev problema

Turizem v občini Izola predstavlja eno najpomembnejših vej gospodarstva, ob tem pa ima še zmeraj veliko neizkoriščenega potenciala in je še vedno usmerjen predvsem v sezonsko ponudbo.

Po pričakovanjih bo turizem v prihodnje predstavljal odločilno vlogo generatorja življenja in nosilca gospodarstva v občini, seveda, če bo vodstvo pravilno pristopilo k ustrezni valorizaciji izolskih danosti in posebnosti, upoštevanju trendov v svetovnem turizmu ter aktivnemu in pravilno zastavljenemu udejstvovanju na slovenskem kot tudi mednarodnem turističnem trgu. Tu pa ne gre pozabiti, da je za uspešen razvoj turističnega gospodarstva treba vključiti tudi lokalno prebivalstvo, ki mora občutiti koristi, ki jih kraju prinaša turizem, kot to ugotavlja

tudi Gomezelj Omerzel (2006, 20), kajti v nasprotnem primeru lahko turizem hitro postane vir konfliktov in nestrpnosti med obiskovalci ter lokalnim prebivalstvom.

Po nekaterih zaznavanjih pa prav to postaja iz dneva v dan vedno večji problem. Obstaja namreč domneva, da lokalno prebivalstvo ni zadovoljno s takšnim razvojem turizma v Izoli, kakršen je oziroma bolj natančno, kot je to mogoče zaslediti v lokalnem tedniku (Vučko 2010), ljudje menijo, da občina vlaga zgolj v razvoj turistične infrastrukture, ne pa tudi v dvig kakovosti bivanja za stalne prebivalce. Ljudje se pritožujejo, da nihče ne prisluhne njihovim težavam, saj je občinska oblast osredotočena v turizem in tako prezaposlena za informiranje občanov o dogodkih, prireditvah ter posledično o zaporah cest, parkirišč in drugih stvareh, ki ohranjajo visoko raven kakovosti bivanja.

1.2 Namen in cilj diplomskega dela

Namen diplomskega dela je analizirati trenutno stanje turizma, kot pomembne gospodarske panoge v občini Izola. Obstaja domneva, da je izolski turizem v zadnjih letih v zastoju, tako pri izkoriščanju naravnih danosti, kulturnih in zgodovinskih dejavnosti, kot tudi z vidika rasti turističnega prometa ter obsega samih zmogljivosti.

Osredotočenost bo na analizi mnenja lokalnega prebivalstva o trenutnem stanju turizma in o možnostih razvoja le-tega, skupaj z uspešno integracijo njihovih želj v shemo turističnega kraja. V nadaljevanju bodo predstavljene prednosti in priložnosti za razvoj turizma, navedene bodo tudi slabosti in nevarnosti v okolju. Ugotavljanje bo šlo tudi v smeri iskanja tržnih priložnosti za kakovostnejšo in boljšo turistično ponudbo, s poudarkom na ponudbi izven glavne turistične sezone.

Občina ima s svojimi bogatimi in raznovrstnimi naravnimi ter kulturnimi danostmi velik neizkoriščen potencial, s katerim bi lahko bolj dobrohotno razpolagala in s tem bolje tržila svojo regionalno identiteto v gospodarske namene. S tem bi prispevala tudi k boljši gospodarski razvitosti regije in predvsem k njeni prepoznavnosti.

Cilji diplomskega dela so naslednji:

- analiza trenutnega stanja;
- SWOT analiza;
- razmislek o tržnih možnostih izven časa glavne turistične sezone;
- ugotoviti, ali je lokalno prebivalstvo zadovoljno s trenutnim stanjem turistične ponudbe;
- ugotoviti, ali lokalno prebivalstvo podpira razvoj turizma in v kolikšni meri;
- pripraviti analizo stališč lokalnega prebivalstva;
- izdelati raziskavo možnih smernic za nadaljnji razvoj.

1.3 Predpostavke in omejitve raziskave

V tem poglavju so predstavljene predpostavke naloge in omejitve, ki jih pričakujem pri izdelavi naloge.

1.3.1 Predpostavke

Obstaja predpostavka, da se bo povečalo povpraševanje po letoviščih, ki ležijo geografsko bližje emitivnim državam, kot so Italija, Avstrija, Hrvaška, kar lahko pomeni veliko prednost tudi za izolski turizem. Navedeno naj bi bilo posledica svetovne recesije.

Predpostavlja se še, da se prebivalci Izole ne počutijo dovolj dobro vključeni v območni turizem in imajo, kot posledico tega, občutek odrinjenosti, za kar naj bi bila odgovorna občinska oblast. Nadalje se izhaja iz predpostavke, da je Izola uspela ubežati nazivu drugorazredna destinacija in senci sosednjih občin, Pirana in Kopra, ter se kot enakovreden turistični kraj uveljaviti na domačem trgu. Predpostavlja se tudi, da bi bilo možno nekatere naravne, kulturne in zgodovinske danosti bolje tržiti.

Nadaljnja predpostavka je, da Izola lahko s svojo turistično ponudbo že zdaj konkurira tujim primerljivim destinacijam in je sposobna v prihodnosti razviti ter postati priljubljena destinacija, ki bo poleg morja in sonca znala ponuditi ter tržiti tako utrip Sredozemlja kot tudi aktivni, kongresni in zdraviliški turizem. Prav tako se lahko osredotoči na eko turizem, predvsem v mesecih izven glavne turistične sezone.

1.3.2 Omejitve

Ena od pričakovanih omejitev je zanesljivost podatkov, na podlagi katerih bo izdelana analiza ankete. Problem izvira predvsem iz človeške psihologije, saj ljudje niso pripravljeni nameniti mnogo svojega časa za izpolnjevanje anket. Zaradi njihove površnosti so ankete lahko izpolnjene nenatančno, kar lahko precej vpliva na analizo rezultatov.

Omejitev bi lahko bila tudi zanesljivost podatkov. Statistična analiza bo temeljila na podatkih, pridobljenih od Statističnega urada Republike Slovenije (SURS), vendar pa ta beleži le prijavljene nočitve. Neprijavljenih nočitev naj bi bilo sicer zanemarljivo malo, vendar pa ta dejavnik tudi lahko vpliva na točnost analize.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Za doseganje ciljev diplomskega dela bodo uporabljene naslednje metode:

- pregled slovenske in tuje literature s področja obravnavane tematike, predvsem ustrezni članki ter informacije s svetovnega spleta;
- primerjava s konkurenčnimi destinacijami;

- analiza sekundarnih podatkov;
- anketiranje lokalnega prebivalstva, in sicer bo anketni vprašalnik razdeljen med naključne prebivalce v mestu Izola. Ciljna populacija za izvedbo ankete so vsi polnoletni občani, kraj anketiranja pa bo izbran priložnostno. Za namene raziskave in analize bo zbranih vsaj 100 popolnoma izpolnjenih vprašalnikov;
- analiza podatkov, pridobljenih z anketiranjem (računanje aritmetične sredine in standardnega odklona).

2 TEORETIČNI OKVIR

Teoretični okvir predstavlja teorija, ki razlaga pojem turizem in turisti ter poskuša pojasniti njihove učinke in posledice.

2.1 Opredelitev pojma turizem in razvoj turizma

Turizem je gospodarska dejavnost, ki se razvija po potrebah potnikov in turistov, ki so namenjeni v določen kraj, pogosto zaradi oddiha, počitka ter zabave. Običajno se turist v nekem kraju zadrži več kot en dan in manj kot eno leto. To pomeni, da ta potrebuje hrano, obleko, prenočišče, zabavo, ki jo dobi v nekem kraju, in tako prinese dobiček v kraj, s katerim se kasneje tudi turizem tega kraja lahko naprej razvija. Ker pa se potrebe ljudi širijo, se turizem v tej smeri prilagaja in širi svojo ponudbo. Turizem se običajno razvija v krajih, kjer je že razvito gospodarstvo, hkrati pa tudi ta s svojo prisotnostjo vpliva na razvoj gospodarstva in dohodka v nekem kraju, saj je zaradi njega treba zgraditi hotele, urediti plaže ali druge primarne in sekundarne privlačnosti, kar pomeni večjo zaposlenost v določenem kraju. Za to, da se turizem lahko razvija, so nujne primarne ali sekundarne privlačnosti, kraj mora imeti jasno vizijo in cilj, kakovostno in raznovrstno ponudbo ter dobro promocijo (Andrejčič idr. 1997).

Turizem je razvojno gibanje z dvema jedroma. Prvo je nedvomno v sami turistični dejavnosti, ki turiste vabi, sprejema goste, jim streže ter skrbi, da se jim v mejah varstva okolja in etičnih načel uresničujejo njihova pričakovanja. Drugo jedro so turistični kraji oziroma vsa turistična okolja, to so naravna in kulturna, kjer se turizem dogaja z vsem bogastvom oblik. Tako se torej na dveh podlagah gradijo spoznanja, počutje in zadovoljstvo turistov (Rožič 2001, 9).

Trajnostni turizem je turizem, ki je sposoben trajno vzdrževati in upoštevati načelo prihodnosti. Skrbi, da sedanja ekonomska aktivnost ne bo imela negativnih ekoloških in socialnih (in ekonomskih) posledic v prihodnosti. Samo takšen razvoj je lahko trajen (Mihalič 1995, 59).

Pomembno pri razvoju turizma je predvsem ohranjanje vizije trajnostnega turizma, saj je le tako mogoče govoriti o turizmu naslednjega dne. To je za Izolo še posebej pomembno, saj je v zgodovini že imela izkušnje neuspešnega trajnostnega razvoja, ko so v začetku 19. stoletja postavili termalno kopališče, kmalu za tem pa so z zemeljskimi deli uničili glavni izvir in so bili primorani terme zapreti.

2.2 Definicija turistične destinacije in kraja

Turistična destinacija, je pojem, ki zaradi širine svojega pomena pogosto naleti na težave, kadar ga je treba definirati in mu nadeti nek razločevalni okvir. Turistične destinacije se ne

morejo preprosto deliti na mestni, zdraviliški, gorski in obmorski turistični kraj, saj bi to bil samo en ključ. Deliti jih je mogoče po več različnih ključih, in sicer po geografskem ključu (tu se destinacije razlikujejo glede na njihovo lokalno geografijo), glede na velikost območja destinacije (kar definira pričakovani obseg pretoka turistov v kraju), oddaljenost destinacije od emitivne točke, ki destinacijo obiskujejo, vrste turistov, ki destinacijo obiskujejo, in pa obliko privlačnosti turistične destinacije (Gomezelj Omerzel 2006, 19).

Statistični urad Republike Slovenije opredeljuje turistični kraj kot kraj, ki nudi privlačne možnosti za bivanje, komunikacijske možnosti in receptivne možnosti (SURs 2011a).

Turistični kraj mora imeti urejeno infrastrukturo (prometne poti, vodovod, elektriko, zdravstvene ustanove, trgovine, nastanitvene in prehranske obrate) in primarne privlačnosti, zaradi katerih se turisti sploh odločijo, da bodo ta kraj obiskali. Nadalje mora imeti še sekundarne privlačnosti, ki turiste pritegnejo, ko so že tam. Primarne privlačnosti so naravne in kulturne lepote (morje, plaže, gore, slapovi, zdravilni vrelci in muzeji, galerije, verske ustanove ali druge privlačnosti, ki so bile zgrajene v zgodovini), med sekundarne pa se uvrščajo tudi rekreativne in zabavne prireditve.

Turistične kraje lahko delimo po različnih opredelitvah teoretičnih osnov posamezne delitve. Tako poznamo tri najpogostejše glavne delitve, in sicer (Cvikl in Alič 2009, 12):

- naravna delitev (glede na osnovne privlačnosti in vrste turizma);
- ekonomska delitev (glede na vrsto turizma, število obiskovalcev, obseg sezone, izkoriščenost, možnosti);
- statistična delitev (glede na statistično definirane kraje).

2.2.1 Naravna delitev

Naravna delitev deli turistične kraje glede na njihove osnovne privlačnosti. V to področje spadajo zdraviliški kraji, rekreacijski kraji, prometna središča, kulturna središča, gospodarska središča in upravno - politična središča. Glede na to delitev spada Izola predvsem med rekreacijske kraje, vendar ima številne možnosti za to, da postane tudi kulturno središče.

2.2.2 Ekonomska delitev

Ekonomska delitev turističnih krajev pri svoji razvrstitvi upošteva kvantitativne kategorije, kot so število privlačnosti, vrste turizma, število obiskovalcev, sezon in izkoriščenost zmogljivosti. Kot navaja Planina (1997, 175), se glede na navedene kriterije ločijo:

- monovalentni turistični kraji: to so kraji z eno turistično sezono. Mednje spadajo predvsem obmorski ali zimsko - športni kraji (npr. Ankaran, Kanin);
- bivalentni turistični kraji: to so kraji z dvema sezonama, ki imajo vsaj dve različni privlačnosti, ki se pojavljata v različnih letnih časih. V to skupino spadajo predvsem kraji,

- ki so istočasno poletna in zimska športna središča (npr. Kranjska Gora, Zreče);
- polivalentni turistični kraji: to so kraji brez izrazite sezone. V to skupino spadajo letovišča, ki so hkrati tudi zdravilišča, športna središča ali imajo ob tem razvit tudi prehodni turizem.

2.2.3 Statistična delitev

Statistični letopis RS navaja naslednje pogoje za statistično evidentiranje turističnih krajev v Sloveniji, in sicer je po Surs turistični kraj tisti kraj, ki nudi privlačne možnosti za bivanje, komunikacijske možnosti in receptivne možnosti. Kraji, ki po omenjenih merilih sodijo med turistične, pa se nadalje delijo v naslednje skupine (SURs 2011a):

- glavno mesto;
- zdraviliški kraj;
- obmorski kraj;
- gorski kraj,
- drugi turistični kraj;
- drugo.

Planina (1997, 177) prav tako razlikuje med bolj in manj osredotočenim turizmom, kjer govori o homogeni in heterogeni vrsti turizma, za katere velja, da pri homogeni obliki turizem ustvari več kot 50 odstotkov, heterogeni pa manj kot 50 odstotkov lokalnega prihodka.

2.3 Konkurenčnost turistične destinacije

Konkurenčnost je širok pojem, ki zajema različne pomene glede na okvir opazovanja. Konkurenčnost je mogoče opazovati na državni ravni (makro perspektiva) ali ravni podjetij (mikro perspektiva). Konkurenčnost turističnega kraja je odvisna od naravnih in kulturnih danosti, od njihove kakovosti in privlačnosti ter trženja le-tega. Za to, da bi dosegli čim večjo konkurenčnost danega kraja, je treba slediti trendom in prilagajati cene glede na kakovost ter povpraševanje turistov po njem. Večja kot je konkurenčnost, večja je zasičenost turistov v nekem kraju, kar pa se ne more širiti v nedogled, predvsem zaradi obzirnosti do lokalnega prebivalstva. Zaradi ogromne začetne investicije je konkurenčnost odvisna od politike turizma v kraju in taktike, s katero se spoprijemajo, da bi ustvarili možnost za razvoj turizma ter posledično konkurenčnost. Če so začetne investicije privlačne in prilagojene potrebam turistov, ki se nenehno spreminjajo, pomeni to priliv sredstev za nadgradnjo in možnosti širitve ponudbe (Gomezelj Omerzel 2006, 41-67).

2.4 Vplivi turizma na lokalno skupnost in razvoj

Vplivi turizma na lokalno skupnost so odvisni od razvitosti turizma, števila turistov, politike turizma in razvitosti gospodarstva. Turizem pozitivno vpliva na število zaposlenih v kraju, saj

se posledično odpirajo nove trgovine, hoteli, gostinski obrati itd. Povezan je tudi z dvigom življenjskega standarda, urejanjem infrastrukture, večjo izobrazbo ter s spoznavanjem drugih kultur. Ker turisti pridejo iz drugih krajev, držav, prinašajo dobiček za razvoj celotnega gospodarstva in tako ustvarjajo večji priliv sredstev. Od politike kraja pa je seveda odvisno, kam in kako se bo denar investiral. Slaba stran tega je, da turizem povzroča polucijo, ogromno porabo vode, krčenje kmečkih obdelovalnih površin in gozdov, večjo prometno zasičenost ter spodbujanje stopnje kriminala. Dobre in slabe strani turizma pa tako neposredno kot tudi posredno vplivajo na mnenje domačinov o turizmu in njihovo sprejemanje le-tega. Cigale (2009, 96–97) meni, da med prebivalstvom turističnih območij v večini primerov prevladuje pozitiven odnos do turizma, pa tudi do turističnega razvoja v prihodnje. To pa vendarle ne pomeni, da domače prebivalstvo ne opaža njegovih negativnih učinkov. Podoba percepcije turizma in odnosa do njega je namreč bistveno bolj diferencirana ter odvisna od konkretnih razmer. Kljub temu, da domačini v splošnem priznavajo pozitivne učinke turizma, so lahko negativne plati turističnega razvoja za znaten del domačega prebivalstva zelo moteče.

3 ANALIZA TRENUTNEGA STANJA TURIZMA

V nadaljevanju bo predstavljeno mesto Izola in razčlenjen njen turistični potencial. Najprej bo na kratko zgodovina kraja, nato bo mesto umeščeno v geografijo Slovenije in Sredozemlja, kjer bo preučena povezava le-tega z okolico. Predstavljene bodo demografske in gospodarske strukture, preučeno bo tudi, kako to vpliva na turističnost kraja. Analizirana bo ponudba Izole in njeni turistični produkti. Izpostavljene bodo njene osnovne in izvedene privlačnosti ter analizirano njeno trenutno turistično povpraševanje.

3.1 Zgodovina občine Izola

Izola je že zelo staro mesto, saj je bilo naseljeno že v bronasti in železni dobi. Takrat so na ozemlju Izole živeli Histri. Histri so bili poljedelsko in živinorejsko ljudstvo, ki se je ukvarjalo tudi z ribolovom in gusarstvom (Občina Izola 2011a).

Leta 178 pr. n. št. so Istro nasilno prevzeli Rimljani, ki so držali oblast več kot pol tisočletja. Prvo naselje na izolskem otoku naj bi nastalo v 6. stoletju. Po propadu rimskega imperija so Istri vladali Vzhodni Goti. Izpod njihove oblasti je Istra prešla pod bizantinsko oblast. V 7. in 8. stoletju so se v Istro začeli naseljevati Slovani. V 10. stoletju je cesar Oton podelil Istro Benečanu Vitalu Candainu, njegov sin pa jo je kasneje podaril oglejskemu patriarhu Rodaldu. Skoraj do konca 13. stoletja je bila Izola v rokah oglejskih patriarhov, ko pa je začela njihova oblast slabeti, je tudi Izola, ki si je močno prizadevala za neodvisnost, priznala beneško nadoblast (Občina Izola 2011a).

Razvoj Izole so poleg medmestnih sporov in vojn ovirale pogoste epidemije, zlasti kuga, ki je opustošila celotna naselja. Po propadu Beneške republike in avstrijsko - francoski vojni leta 1797 je dobila Istro in Dalmacijo Avstrija, sledila je krajša francoska okupacija med letoma 1805 in 1813, nato pa je Izola v obdobju med 1813 do 1918, v času druge avstrijske zasedbe, gospodarsko zacvetela. Tudi v javnem življenju je prišlo do velikih sprememb, saj je nova avstrijska ustava, vsaj na papirju, zagotavljala vsem narodom enakost v šolah in pred oblastmi. Po prvi svetovni vojni je bila Istra dodeljena Italiji. Novembra leta 1918 je italijanska vojska zasedla Izolo. Z Rapalsko pogodbo, 12. novembra 1920, pa je bilo ozemlje občine Izola priključeno Italiji. Do velikih sprememb je tudi v Izoli prišlo po drugi svetovni vojni, ko je bilo leta 1954 tudi to območje v okviru Londonskega memoranduma dodeljeno Jugoslaviji in se je zaradi nove državne meje izselila velika večina italijanskega prebivalstva, v mesta pa so se začeli priseljevati prebivalci sosednjih vasi in iz notranjosti Slovenije. (Občina Izola 2011a).

3.2 Geografske značilnosti (klima, lega itd.)

Izola leži ob obali Jadranskega morja, kjer uživa položaj na sredini slovenske obale. Kot ena

od treh slovenskih obmorskih občin si deli obalo s Koprom in Piranom. Je med najmanjšimi občinami v Sloveniji in meri 28,27 km². K občini poleg mesta z imenom Izola sodijo še primestna naselja Dobrava, Jagodje, Livade in Polje, naselje na vrhu hriba Belveder, proti jugu pa še vasi Baredi, Cetore, Korte, Malija in Šared.

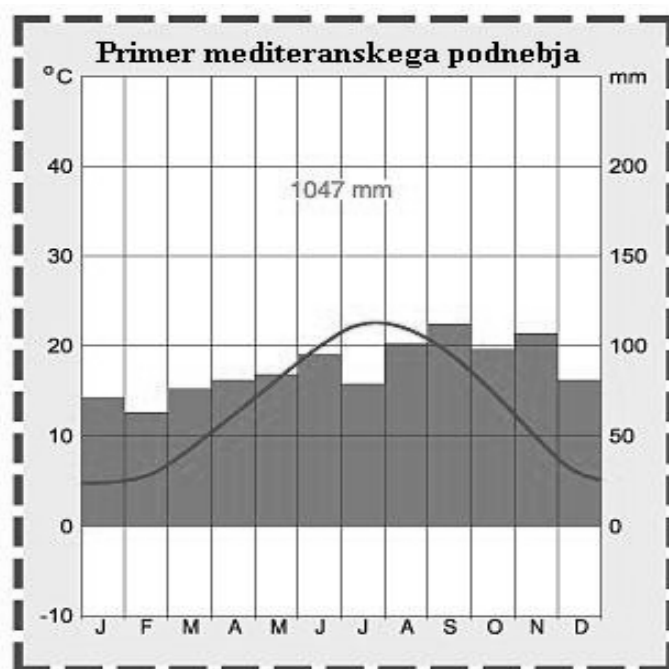


Slika 1: Hibridna karta

Vir: Najdi.si 2011.

Lega Izole je za turizem zelo privlačna, saj jo bližina morske obale naredi idealno za obmorski turizem, hribovito zaledje pa nudi možnosti rekreativnega in kmečkega turizma. Izola leži ob glavni prometni cesti na relaciji Italija - Hrvaška, kar ji omogoča nudenje prehodnih turističnih storitev, kot so na primer enkratne nočitve, hrana na poti ali pa ogled kulturnih zanimivosti.

Izola leži na flišnati pokrajini. Fliš je vrsta sedimentne kamnine, pri kateri se menjavajo plasti peščenjaka, laporovca in apnenca. Beseda fliš izhaja iz švicarske nemščine. Fliš je izvrstna podlaga za gojenje rastlin, ki imajo rajši bolj kislo in mehkejšo prst, v njem pa dobro uspevajo mediteranske rastline, kot so trta, kivi in kaki.



Slika 2: Primer mediteranske klime

Vir: Modrijan 2011.

Izola se nahaja v območju z mediteransko klimo, za katero so značilna vroča poletja, s povprečno temperaturo 28 °C, in mile zime, s povprečno temperaturo 5 °C. Sneg zapade bolj poredko (približno enkrat na leto), zato se Izola lahko pohvali s povprečjem 300 sončnih dni letno in 65 deževnih dni, kar pokaže verjetnost dežja le 17,8 odstotka razpoložljivega letnega časa. Dežuje večinoma v zimskem obdobju, ko ljudje ne stremijo po obmorskem turizmu.

Geografska povezava z okoljem

Izola ima dobre logistične možnosti, saj leži ob glavni prometni poti Italija - Hrvaška. V kraj je možnost prihoda z ladjo, saj mesto leži neposredno ob morju. Nadalje je možnost prihoda po cestni infrastrukturi, ki se bo s časom še izboljšala, saj je trenutno v izgradnji avtocestna povezava na relaciji Koper - Izola. Obstaja še možnost prihoda z vlakom na koprsko železniško postajo in od tam s sredstvi javnega prometa v Izolo, kot tudi prihoda prek železniške postaje v Trstu. Nadalje je še možnost prihoda z letalom na letališče Portorož in od tam do Izole z javnimi prevoznimi sredstvi.



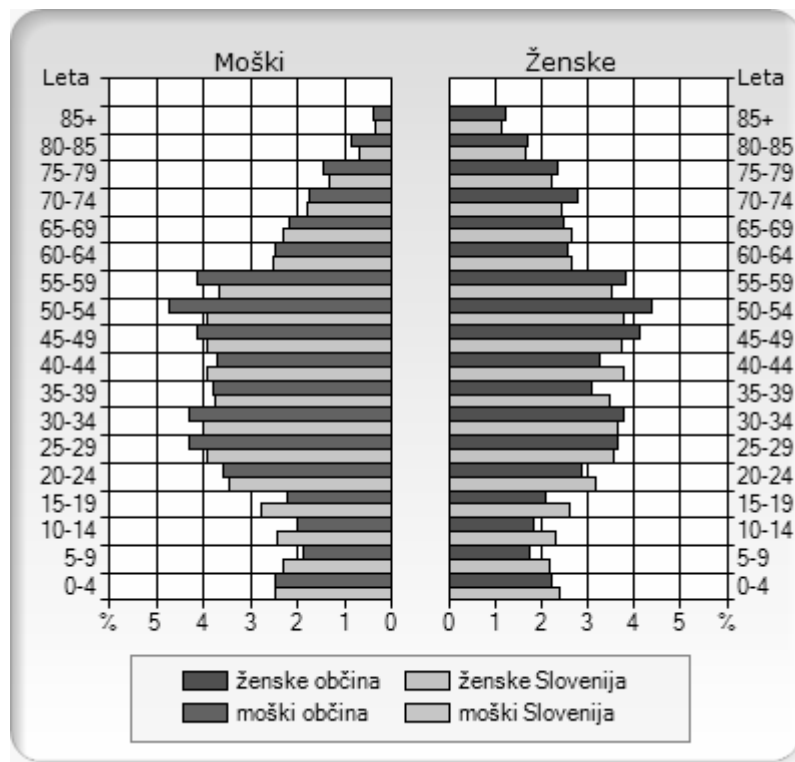
Slika 3: Zemljevid slovenske obalne regije

Vir: Najdi.si 2011.

Zanimiva je tudi kolesarska povezava na relaciji Izola - Portorož, znotraj katere sta tudi dva predora, ki sta ostala še iz časov ozkotirne železnice pred drugo svetovno vojno. Danes to povezavo pogosto uporabljajo kolesarji, pa tudi pešci za rekreativne namene.

3.3 Demografske značilnosti

V Izoli je na začetku leta 2009 živelo približno 16 tisoč prebivalcev (SURs 2011b), od tega 50,5 odstotka moških in 49,5 odstotka žensk. Glede na število prebivalcev se Izola uvršča na tretje mesto najbolj naseljenih občin v Sloveniji. Povprečna starost prebivalstva je 42,6 leta, občina ima tudi največji delež starejšega prebivalstva, starih med 50 in 54 leti. Izola se, tako kot cela Slovenija, sooča z nizko nataliteto, saj njena starostna struktura zajema manj kot 8 odstotkov mladoletnih oseb. V Izoli je registriranih 4.176 gospodinjstev, ki zagotavljajo povprečno 29,72 m² stanovanjskih površin na osebo.



Slika 4: Starostna razporeditev prebivalstva občine Izola

Vir: SURS 2011b.

3.4 Gospodarska struktura

Izola se ponaša z dolgo zgodovino ribolova, saj je bilo morje v srednjem veku bogato z ribami. V tem času je mesto postalo pribežališče tihotapcev, ki so v Trst tihotapili olje in nasoljene ribe. Ribištvo je bila glavna panoga vse do sredine 19. stoletja, saj je tedaj zakon dovolil tudi italijanskim državljanom loviti ribe v istrskih vodah. Oblika ribištva se je v 19. stoletju spremenila iz tehnike vlečnih mrež v tehniko modernih ladij, imenovane lampare (Občina Izola 2011b).

Vzporedno z ribištvom se je razvijala tudi industrija predelave rib, ki je v začetku 20. stoletja že imela štiri tovarne, v katerih je bilo zaposlenih 577 delavcev. Potrebe industrije pa so kmalu presegle kapacitete ribištva in tako se je v Izoli vzpostavil tudi uvoz rib. Ribolov je v času 20. stoletja prešel mnogo preprek, kot so: prepoved lovljenja zaradi vojnega stanja, prepoved zaradi miniranja in podobno. Leta 1954, ko je Izola prešla pod okrilje Jugoslavije, se je ribolov stabiliziral. Leta 1992 je nastal holding Delamaris (Občina Izola 2011c; Delamaris 2011).

Poleg predelave rib je bila v Izoli prisotna predelava vseh drugih proizvodov. Podjetje Prehrambna industrija droga Portorož, ki obstaja že od leta 1964, je Izolčanom dolga leta nudilo delo po okoliških krajih, leta 2001 pa se je preselilo v nove prostore v Izoli in tako

zagotovilo več delovnih mest na ljudem zelo dostopni lokaciji. Po letu 2005 se je podjetje preimenovalo v družbo Droga - Kolinska. Podjetje sodi med eno izmed največjih zaposlovalcev v občini (Droga Kolinska 2011).

Ladjedelništvo je ena najstarejših industrijskih vej na slovenski obali in sega v trinajsto stoletje. V Portorožu so se v letih od 1870 do 1951 nahajale tri ladjedelnice. Izolska ladjedelnica je bila zgrajena na osnovi teh ladjedelnic, ki so bile nato premeščene na njeno zdajšnjo lokacijo. Izolska ladjedelnica je podjetje, ki izdeluje in predeluje jahte ter druga plovila. Navkljub izgubi plavajočega doka junija 2011 podjetje uspešno posluje naprej (Shipyard Izola 2011).

Leta 2008 je Izola imela registriranih 1.648 podjetij, 5.780 delavcev in skupni prihodek v višini 323.482 tisoč evrov. V letu 2009 je število podjetij naraslo za 83, število delavcev pa za 70. Čeprav je skupni prihodek padel na 305.906 tisoč evrov, se gospodarstvo širi in zaposluje. Delež brezposelnih v Izoli je 12,6-odstoten oziroma 836 ljudi. Danes v Izoli prevladuje turizem kot ena glavnih obstoječih in razvijajočih se panog (SURS 2011c).

Oblike gospodarstva, ki prevladujejo v Izoli, so pretežno predelovalne narave. V Izoli, z izjemo ladjedelnice, ni težke industrije, kar je zelo ugodno za turistično razvijajoči se kraj, saj turisti neradi zahajajo v mesta z močno prisotno težko industrijo. Prav tako ima pozitiven vpliv na razvoj turizma tudi zgodovina kmetijstva in oljarstva, saj so te panoge za turiste privlačne, poleg tega pa nudijo tudi možnost nadgradnje v kmečki in eko turizem.

3.5 Analiza turistične ponudbe oziroma potenciala

Izola je v letu 2008 razpolagala s 1.433 sobami in 5.194 ležišči v različnih namestitvenih objektih. Čeprav se je leta 2009 število ležišč nekoliko povečalo, je leta 2010 upadlo za več kot 500 mest, in sicer na 4.562 (SURS 2011d). Večina ležišč se nahaja v večjih in manjših hotelih v Izoli. V mestu se nahajajo zgolj hoteli s tremi in štirimi zvezdicami, od tega jih je dobra polovica s tremi zvezdicami, ostali pa se ponašajo z nekoliko višjo kakovostjo bivanja.

Ponudba sob med letom zelo niha, saj je Izola kot obmorsko mesto osredotočena na sezonski turizem, zato je največjo ponudbo sob zaznati v avgustu, ko je vrhunec sezone. V zimsko - pomladanskih mesecih je ponudba bistveno manjša, saj nekateri hoteli celo zaprejo svoja vrata, kar je zaradi nizkega povpraševanja. Poleg desetih hotelov (Keltika, Belvedere, Stara Sola Korte, Marina, Delfin, San Simon Resort, San Simon Resort Depandances, Haliaetum in hotelske depandanse Mirta, Perla, Palma, Sirena, Korala in Park, ki spadajo pod Hotel Simonov zaliv) se Izola ponaša še z dvema avtokampoma (to sta Jadranka in Belvedere), mladinskim hostlom (Stara Sola Korte), s tremi turističnimi kmetijami (Medljan, Baredi, Zaro) in mnogimi gostinskimi obrati. Turistom nudi vse od lokalov pa do oljarn, osmic, vinogradov, barov in okrepčevalnic.

Turistična ponudba zajema tudi izolsko marino, casino, jahtni center, kopališča in plaže ter nekaj športne infrastrukture.

3.5.1 Produkt Izole in okolice

V Strategiji razvoja turizma v občini Izola za obdobje 2009 - 2015 (80) je navedeno, da so turistični proizvodi grupirani po posameznih ciljnih zvrsteh turizma, ki jih združujejo zelo podobna doživetja, ki jih nudijo. Različne vrste nastanitvenih kapacitet (hoteli, kampi, penzioni, apartmaji ...), športna infrastruktura in druga turistična infrastruktura predstavljajo osnovo, na katerih temeljijo različne zvrsti turizma in turistični proizvodi ter so osnova, ki skupaj z zgodbami in oblikovanimi turističnimi programi nudijo različna doživetja.

Iz navedenega je razvidno, da gre za skupek produktov, ki jih Izola trži kot celoto. V slednjo se uvrščajo vse ponudbe, ki pritegnejo zanimanje oz. interes turista. Možnosti rekreacije in športnih dogodkov so vsekakor eden izmed produktov, ki jih Izola trži. Tudi navtični turizem je produkt, ki je v Izoli prisoten po zaslugi izolske Marine. Velik poudarek v Izoli je na sezonskem turizmu, ki je skupek turističnih produktov, ki so turistom zanimivi predvsem v vrhuncu specifične sezone. Poleg športnih centrov in hotelskih kompleksov turista pritegnejo tudi drugi produkti, kot so kulinarika (taverne), kultura (kulturniški dogodki) in zgodovina (muzeji).

Preglednica 1: Turistični produkti Izole

<i>Produkti Izole</i>
Kolesarjenje in sprehajalne poti
Jadranje, veslanje, potapljanje
Panoramske vožnje z barko, fish pikniki
Jahanje
Wellness
Zabava
Kopališča in plaže
Šport in rekreacija
Navtični turizem (marina, izposoja plovil)

Vir: Občina Izola 2009.

Produkti, ki niso tako prisotni v Izoli, vendar pa bi lahko s svojo navzočnostjo pripomogli k prepoznavnosti in uspešnosti izolskega turizma, so predvsem kongresni turizem (ni vezan na sezonski čas), športni turizem (za katerega bi bilo treba močno dvigniti raven rekreacijskih možnosti), zdraviliški turizem (s poudarkom na koriščenju termalne vode in wellness turizem) ter mladinski turizem, ki bi lahko bil še posebej uspešen ob izgradnji študentskega kampusa v Livadah.

Na voljo je tudi marsikateri turistični produkt, ki služi kot sredstvo za pritegnitev turistov, ki se zadržijo v kraju. Primeri oz. dobra praksa tovrstnih produktov so potapljaški centri, kongresni centri, rekreacijske možnosti, lokalne znamenitosti, kulturni dogodki, eko turizem ter podeželje, ki je poraščeno z gozdovi, je hribovito in ima stare zapuščene objekte, zidove, obzidja ipd. (okolica Begunja). Vse to pridobiva na popularnosti in vabi turiste vseh starosti. Vabljliva je tudi t. i. igra geocaching,¹ ki pridobiva na popularnosti in je v nekaterih primerih celo primarni razlog za obisk turistov v kraju. Za majhno, specifično skupino turistov lahko celo služi kot primarna privlačnost kraja.

3.5.2 Privlačnosti in viri

Privlačnosti so lastnosti, ki pritegnejo turiste v turistično destinacijo. Delijo se na dve skupini, in sicer:

- osnovne privlačnosti in
- izvedene privlačnosti.

Osnovne privlačnosti

Planina (1997, 30) definira osnovne privlačnosti kraja kot obseg naravnih in kulturnih, ki niso proizvod človekovega dela ali pa jih je človek ustvaril v preteklosti, te proizvodnje pa ne more več ponoviti. V to spadajo tudi privlačnosti, ki so tam že daljše časovno obdobje in jih ni mogoče ustvariti ali spreminjati. Pod njih spada vsa okoliška pokrajina, flora, favna, klima in narodni parki. Pod naravne privlačnosti Izole spada predvsem morje. Slednje je že od vedno pritegnilo ljudi, ki so si želeli oddiha in je kot takšno ena od glavnih privlačnosti v primorju. Pod naravne privlačnosti spadajo tudi geografska lega kraja, mediteransko rastje in znameniti klif pod Belvederjem.

Izvedene privlačnosti

Planina (1997, 30) definira izvedene privlačnosti kraja kot dobrine, ki jih je proizvedel človek in te lahko še vedno proizvaja v zahtevani količini, če so na voljo ustrezni produkcijski dejavniki, kot so finančna in materialna sredstva ter delovna sila.

Izvedene privlačnosti so privlačnosti, ki jih je človek ustvaril in se brez njega ne bi zgodile, oziroma so del njegove kulture in vsakdana. Pod njih sodi vsa arhitektura, tako sakralna kot

¹ Geocaching je igra lova na zaklade, pri kateri se s pomočjo GPS-tehnologije išče zaklade, ki so jih skrili drugi igralci. Podatki vseh skritih zakladov so objavljeni na skupnem spletnem mestu, kar omogoča igralcem enostaven pregled destinacij (Zunaj.si 2011).

profana, kot tudi razne kulturne prireditve. V to se uvrščajo vse zgradbe, dogodki, prireditve ipd.

Ugotoviti je torej mogoče, da ima Izola več izvedenih privlačnosti, ki so:

- športno - rekreativne, in sicer znana sprehajalna pot »lungomare« od Svetilnika do plaže pod Belveder, izolske sprehajalne in kolesarske poti, najbolj obiskana in znana je »Parenzana«, rokometna dvorana, nogometni stadion, bazeni ipd.;
- razne razstave, kot so razstava na temo »Parenzana« v Muzeju vlakcev, na temo ladje Rex ipd.;
- prireditve (športne, kulturne, zabavne): večeri z znanimi Izolčani - pogovorna oddaja z znanimi Izolčani, Evrofest - mednarodna športna prireditev, Kresna noč Solsticij Korte 2011 – kulturno - zabavna in etno prireditev na podeželju, Ribiški praznik, filmski festival Kino otok, Poletje v Izoli, srečanje starih avtomobilov Adria Classic in še mnogo drugih.

3.6 Analiza turističnega povpraševanja

Turistično povpraševanje označuje tista količina turističnih dobrin, ki jih turist želi potrošiti pri dani ravni cen ali pri danem stanju deviznih tečajev (Planina in Mihalič 2002, 77).

Oblike turističnega povpraševanja

Planina in Mihalič (2002, 79) ločita tri vrste turističnega povpraševanja, in sicer:

- idealno,
- potencialno ter
- realno povpraševanje.

Kot navajata Planina in Mihalič (2002, 83), poznamo tudi t. i. efektivno povpraševanje.

Idealno turistično povpraševanje

To ni enako maksimalnemu povpraševanju in ni enako številu vsega prebivalstva, ker vedno obstajajo absolutni turistični abstinenti. Slednji so ljudje, ki zaradi bolezni ali invalidnosti fizično ne morejo zapustiti stalnega bivališča, ali tisti, ki niti objektivno niti subjektivno nimajo potrebe po potovanju in počitku.

Idealno turistično povpraševanje je torej funkcija potreb po začasni zapustitvi kraja stalnega prebivališča in obsega vse tiste vrste prebivalcev, pri katerih je potreba po začasni zapustitvi stalnega bivališča s turističnimi motivi prisotna (Cvikl in Alič 2009, 44).

Potencialno turistično povpraševanje

Je ožja oblika turističnega povpraševanja, saj vse osebe, ki čutijo potrebo po začasni zapustitvi stalnega bivališča zaradi turističnih motivov, za to nimajo možnosti in predstavljajo skupino relativnih turističnih abstinentov. Relativni turistični abstinenti so tiste osebe, ki imajo prenizke dohodke ali nimajo časa za potovanja.

Potencialno turistično povpraševanje je funkcija potreb, dohodka ter prostega časa in ga sestavlja skupina tistih tržnih segmentov, ki imajo tako potrebe kot tudi možnosti (dohodek in prosti čas) za njihovo zadovoljitev. Po tej obliki povpraševanja se ravna ponudba na trgu (Cvikl in Alič 2009, 44).

Realno turistično povpraševanje

Realno turistično povpraševanje izhaja iz potencialnega, ki je zmanjšan za tolikšen obseg, kot ga tvorijo osebe, ki imajo tako potrebe kot možnosti za zadovoljitev le-teh, vendar ne postanejo turistični potrošniki.

Realno povpraševanje je funkcija dohodka, prostega časa, iracionalnih dejavnikov, višjih sil (npr. vojn) in zajema tiste osebe, ki imajo tako potrebe kot tudi možnosti (dohodek in prosti čas) za njihovo zadovoljitev in jih dejansko tudi zadovoljijo (ljudje dejansko potujejo, so turisti) (Cvikl in Alič 2009, 44).

Efektivno turistično povpraševanje

Nanaša se na plačilno sposobno povpraševanje. Ob obstoju potrebe in razpolaganju s finančnimi sredstvi je enakovreden pogoj realizacije turističnega potovanja tudi prosti čas v strnjeni obliki. Efektivno turistično povpraševanje je funkcija potreb, dohodka in prostega časa. Zato ga opredelimo kot »časovno zmožno in plačilno sposobno« (Planina in Mihalič 2002, 83).

Efektivno turistično povpraševanje je po pomenu torej enako potencialnemu povpraševanju. Cilj ukrepov turistične politike kot dela ekonomske politike je čim večji del potencialnega povpraševanja pretvoriti v realno povpraševanje (Cvikl in Alič 2009, 45).

Izhajajoč iz vseh definicij je mogoče sklepati, da turistično povpraševanje govori o tem, kaj turist išče, oziroma, za kaj je pripravljen trošiti denar. Izola lahko s svojo pestro ponudbo turističnih produktov nudi odgovor na marsikatero povpraševanje, vseeno pa so določene veje turističnega povpraševanja, za katere v Izoli ni dobro razvitih kapacitet. Pod takšne se uvrščata kongresni in športni turizem, pa tudi mladinski turizem.

4 ANALIZA

V nadaljevanju bo analizirana turistična destinacija Izola, ki bo primerjana s sosednjima občinama, Piranom in Koprom. Predstavljena bo analiza osnovnih kvantitativnih znakov zasedenosti med temi tremi občinami. Predstavljeni bodo tudi rezultati ankete in interpretirani v kontekstu možnosti nadaljnjega razvoja turizma v kraju.

4.1 SWOT analiza

Ena najpogostejših in najbolj popularnih analiz v sklopu poslovnih ved je *SWOT* analiza (angl. *strengths, weaknesses, opportunities, threats analysis*) oziroma PSPN matrika (prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti).

Če želi turistična organizacija na trgu ponuditi storitve, ki bodo omogočale doseganje koristi organizaciji, turistom in okolju, mora znati analizirati svoje notranje in zunanje okolje. V zunanjem okolju mora iskati priložnosti in nevarnosti, v notranjem okolju pa definirati svoje prednosti in pomanjkljivosti (Brezovec 2000, 67).

Preglednica 2: SWOT analiza izolskega turizma

<i>Prednosti</i>	<i>Slabosti</i>
Naravne danosti	Nepovezanost turističnih ponudnikov
Geografski položaj	Pomanjkanje informacijskih točk
Dostopnost	Pomanjkanje turistične infrastrukture
Dobre logistične povezave	Pomanjkanje motivirane delovne sile
Ekološko neobremenjena narava	Slabo delovanje turistične službe
Bogata kulturna dediščina	Strategija turizma ima previsoko zastavljene cilje.
Pestrost morskega in kopenskega živalstva ter rastlinstva	Pomanjkanje promocije in trženja
Obalna infrastruktura (marina, ladjedelnica)	Star industrijski del je turistom neprivlačen.
Bližina emitivnih držav	Pomanjkanje k mladini usmerjenih kapacitet.
Krajinski park Strunjan	Slabo izkoriščeno zaledje
Dvojezičnost	Sezonskost turizma
Termalne vode	
<i>Priložnosti</i>	<i>Nevarnosti</i>
Razvoj sprehajališč in kolesarskih poti	Zmanjšanje tranzitnega turizma
Razvoj kmečkega turizma	Zapostavljanje turistične panoge
Razvoj mladinskega turizma	Nezainteresiranost lokalnega prebivalstva
Razvoj kongresnega turizma	Pomanjkanje investicij
Razvoj športnega in rekreacijskega turizma	Konkurenca okoliških mest
Povezovanje turističnih ponudnikov	Ekološko onesnaženje
Zaposlovanje domačinov	Nenadzorovana pozidava turističnih con v mestu
Nadgradnja in gradnja turistične infrastrukture	

V preglednici 2 so prikazane prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti na področju turizma v občini, sočasno pa je mogoče s SWOT analizo ugotoviti, v katero smer je oziroma kam naj bi bil usmerjen nadaljnji razvoj turizma.

SWOT analiza je izdelana na podlagi SWOT analize iz Strategije razvoja turizma v občini Piran 2009 - 2015 in Strategije razvoja turizma v občini Izola 2009 - 2015.

4.2 Analiza konkurenčnih destinacij

Razprave o konkurenčnosti se v ekonomski literaturi običajno nagibajo k poudarjanju pomembnosti konkurenčnih prednosti (sposobnost podjetij in organizacij, da proizvodom dodajajo vrednost), medtem ko zanemarjajo pomen primerjalnih vrednosti kot vzrok mednarodne konkurenčnosti. Za turistične destinacije se primerjalne prednosti nanašajo na naravne vire (klima, lepota narave, flora, favna ...). Gre pravzaprav za faktorske pogoje v Porterjevi teoriji konkurenčnih prednosti. Med konkurenčne prednosti pa lahko štejemo proizvedene vire (hoteli, dogodki, transportne povezave), kakovost managementa, izobraženost delovne sile, vladno politiko itd. (Gomezelj Omerzel 2006, 50).

Konkurenčnost destinacij je treba opredeliti kot sposobnost oblikovanja novih proizvodov in povečanje dodane vrednosti že obstoječim proizvodom ob neprestanem vzdrževanju vseh virov destinacije, obenem je treba ohranjati tržni položaj glede na konkurente (Hassan 2000, 239).

Konkurenčnost pomeni sposobnost uspešnega tekmovanja. Turizem je četrta najmočnejša gospodarska panoga v Sloveniji in je kot takšna že zelo razširjena. Življenje se namreč dogaja v obdobju, ko že vsak posameznik tržno razmišlja (npr., kako bi oddal prazno ležišče v hiši, stanovanju ali prodal kakšen doma izdelan spominek naključnemu turistu). Zaradi generalne težnje prihaja do zasičenosti turistične ponudbe posameznih krajev, ki prisili turizem v tekmovalnost za kupci. Prav to pa je lepota in lastnost konkurenčnosti, ki zagotavlja, da se vsi trudijo biti enako dobri, če ne celo boljši od ostalih ponudnikov določene storitve v zajetni množici. Prav konkurenčnost kraja je tista, ki naj bi ljudi prepričala, da rajši kot v Piran ali Koper pridejo na dopust v Izolo.

Nadalje tudi pomeni, da se z analizo konkurenčnosti primerjajo kraji, ki tekmujejo za isto (omejeno) množico kupcev, in z boljšo ali izboljšano ponudbo skušajo ohraniti obstoječe kupce.

Analiza konkurenčnosti slovenskih obalnih občin

Občina Piran je turistično daleč najbolj razvita slovenska občina in je eno izmed pomembnejših središč kongresnega, zdraviliškega, igralniškega in nautičnega turizma v severnem Sredozemlju. Pokriva 44,6 km² in ima 16.758 prebivalcev. Obsega 11 naselij, in

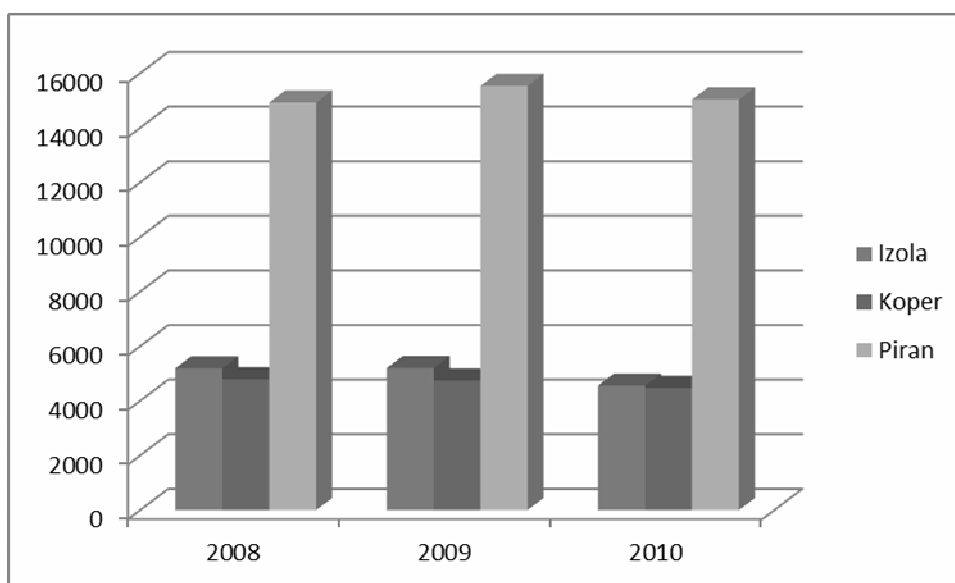
sicer: Dragonjo, Lucijo, Novo vas, Padno, Parecag, Piran, Portorož, Sečo, Sečovlje, Strunjan in Sveti Peter.

Mestna občina Koper s površino 311,2 km² in 47.539 prebivalci je največja slovenska obmorska občina. Koper je razvito mesto z razvito industrijo, predvsem logistično, za korist pomorskega in železniškega transporta. Koper je največja in najbolj naseljena od primerjanih občin in zato je pričakovati večje količine turistov ter zasedenosti turističnih kapacitet, vendar se ob primerjavi podatkov (slika 5, 6 in 7) izkaže, da je razvoj Kopa usmerjen predvsem v industrijo, razvoj turizma pa je bolj v ozadju.

Občini Piran in Koper sta bili zbrani za analizo konkurenčnosti, ker si z Izolo delita veliko skupnih lastnosti, kot so bližina morja, majhnost mesta, mediteranska klima ... Čeprav je med občinama na prvi pogled mnogo razlik, je možno dokaj hitro ugotoviti, da je Piran občina z daljšo zgodovino turističnega razvoja, saj so kvantitativni podatki turistične zmogljivosti za skoraj štirikrat višji kot v Izoli. Slednje naj bi bila posledica dolgoletne turistične tradicije in predanost turističnemu razvoju ter dobrega pozicioniranja v preteklosti na znanih in priznanih turističnih trgih.

Z analizo konkurenčnosti so bili primerjani trije kvantitativni podatki, ki prikazujejo kapaciteto in zasedenost turistične destinacije. Podatki so vzeti s spletnega portala Statističnega urada Republike Slovenije.

Prvi podatek, ki je bil primerjan, je število registriranih ležišč. S primerjavo teh števil je bilo mogoče oceniti različne obsege turistične panoge v krajih in maksimalno koncentracijo turistov.

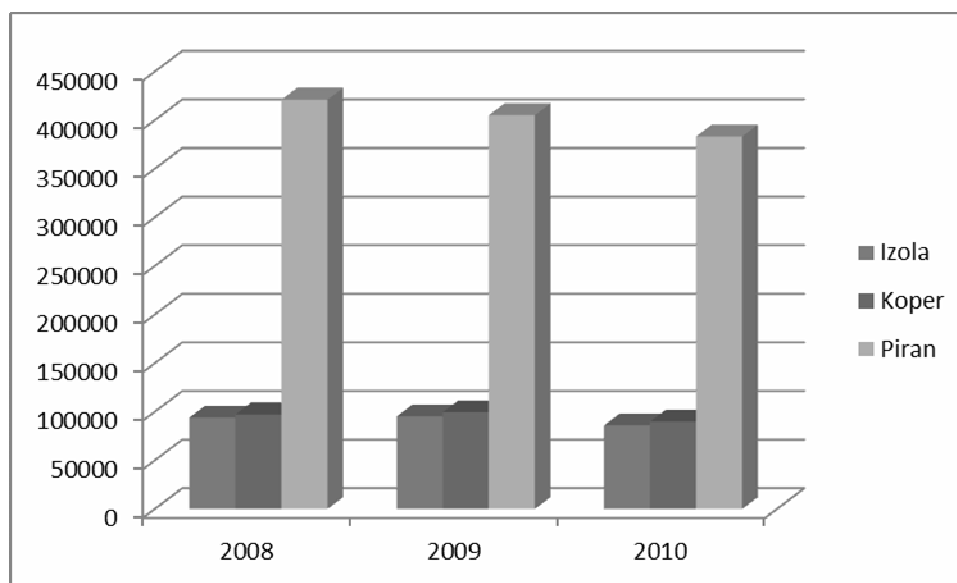


Slika 5: Število ležišč (Izola, Koper, Piran)

Vir: SURS 2011d.

Iz grafa je mogoče ugotoviti, da ima občina Piran daleč največje zmogljivosti, namenjene nastanitvi turistov. To nakazuje turistično usmerjenost Pirana. Primerjava števila ležišč s Koperom pa pokaže, da je Izola bolj turistično naravnana kot Koper. Tu je treba poudariti, da je Koper skoraj sedemkrat večja občina od Pirana.

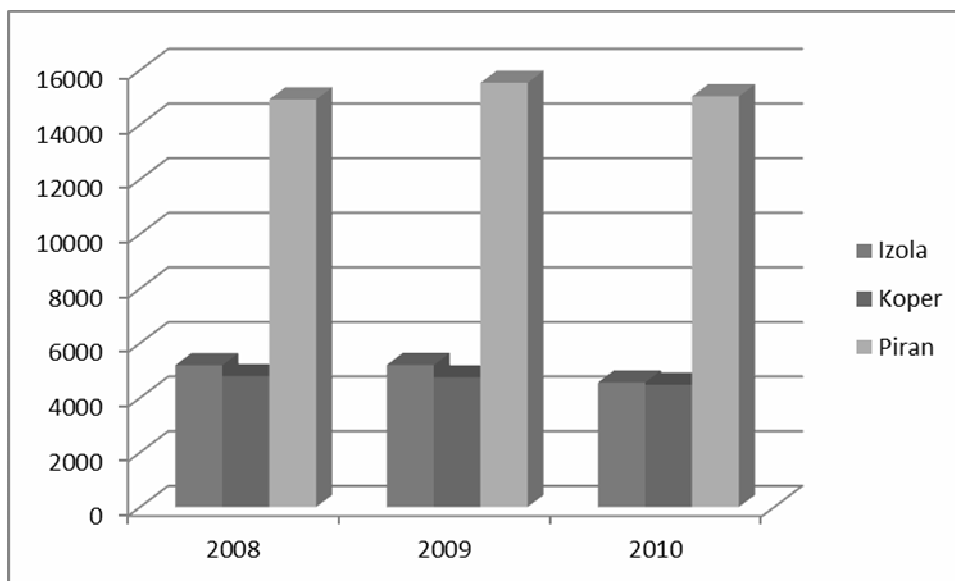
Kot zanimivost in lažjo predstavo, koliko ležišč je na domačina, kar pomeni izračunano maksimalno gostoto turistov pri zasedenih vseh nastanitvenih zmogljivosti, je treba navesti, da ta znaša za Izolo 3,48 domačina na turista, za Koper 10,61 domačina na turista, za Piran pa le 1,11 domačina na turista. Tudi na podlagi tega podatka je mogoče sklepati, da je občina Koper manj usmerjena v turizem kot na primer Izola.



Slika 6: Prihodi (Izola, Koper, Piran)

Vir: SURS 2011d.

Kot drugi podatek je analizirano število prihodov turistov v primerjane občine. S primerjavo tega podatka je mogoče ugotoviti prepoznavnost in priljubljenost posamezne turistične destinacije. Iz pregleda podatkov je mogoče ugotoviti, da je prepoznavnost in priljubljenost turistično razvite občine Piran tudi po številu prihodov turistov bistveno pred sosednjima občinama. Občini Koper in Izola sta z več kot štirikrat nižjimi vrednostmi prihodov razvojno še daleč za turistično razvitim Piranom. Iz grafa je namreč razviden postopen upad prihodov z leti in to v vseh treh občinah. Slednje je vsekakor jasno sporočilo, da turistične destinacije vseh treh občin postajajo nekonkurenčne in nezanimive ter se prepočasno odzivajo na nove tržne niše, ki jih ponujajo npr. sosedje Hrvati. Zato turisti raje za enak denar in večjo ponudbo odidejo drugam.



Slika 7: Nočitve (Izola, Koper, Piran)

Vir: SURS 2011d.

Kot tretji sklop analize je bil primerjan podatek glede števila nočitev, ki pove o zasedenosti zmogljivosti skozi leto.

Iz grafa je mogoče ugotoviti, da je bil v letu 2010 zaznan negativen trend števila nočitev, kar je pripisati večji gospodarski krizi in večanju števila brezposelnosti tako v Sloveniji kot drugod po svetu.

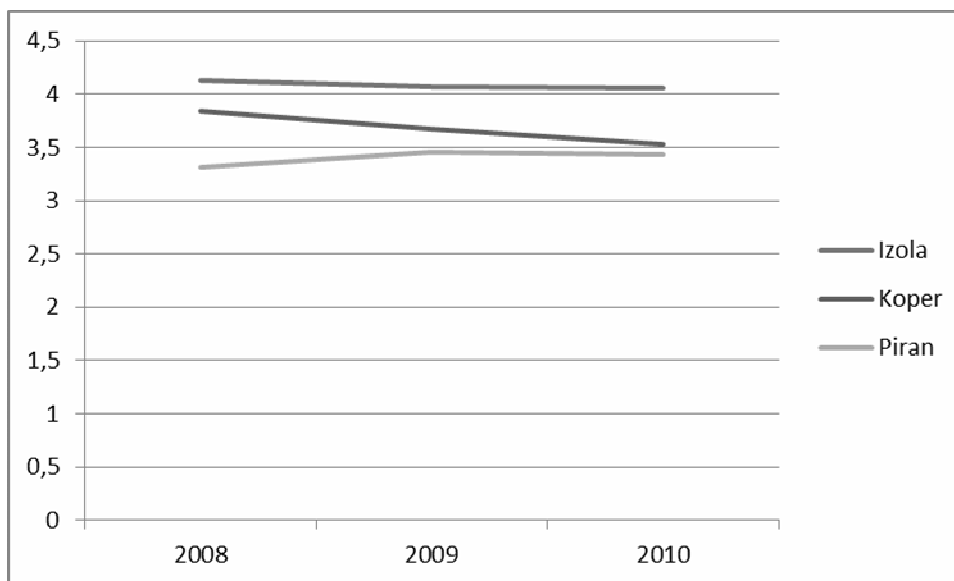
Število prenočitev je tudi ključni podatek za izračun PDB (povprečne dobe bivanja), ki se ga izračuna tako, da se število prenočitev deli s številom turistov. Rezultat pove, za koliko časa oz. dni se turist povprečno zadrži v posamezni turistični destinaciji.

Preglednica 3: Povprečno dnevno bivanje v letu

<i>Indeks PDB</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
<i>Izola</i>	4,13	4,06	4,06
<i>Koper</i>	3,83	3,67	3,53
<i>Piran</i>	3,30	3,45	3,42

Vir: SURS 2011d.

Iz navedenega je mogoče sklepati, da ima občina Piran s svojim turističnim pristopom na vseh področjih turizma največje uspehe. Iz primerjave PDB med občinami pa je mogoče ugotoviti, da čeprav Piran sprejme skoraj štirikrat toliko turistov in ima skoraj štirikrat več nočitev kot Izola, se turist zadrži v Izoli povprečno pol dneva več.



Slika 8: Premik PDB v letih 2008 - 2010 (Izola, Koper, Piran)

Vir: SURS 2011d.

Povprečno dnevno bivanje upada v vseh treh občinah. Največji padec je zabeležila občina Koper, in sicer kar za 10 odstotkov, in sicer tako na področju turističnih ležišč kot tudi pri prihodih in posledično nočitvah.

Padec v občini Izola so predvideli tudi v Strategiji razvoja turizma v občini Izola 2009 - 2015, kjer so kot kvantitativni cilj zastavili ohranitev PDB nad 3,8 dneva, saj so izračunali, da trend nakazuje možen upad pod to vrednostjo.

Čeprav je ugotovljeno, da je PDB iz leta 2009 na 2010 upadel v vseh treh občinah, je za izolsko občino opazno najvišji. Iz tega je mogoče sklepati, da je, čeprav občina Izola ne sprejme niti približno toliko turistov kot npr. občina Piran, vseeno turistično privlačna destinacija, saj turist ostane v Izoli v povprečju pol dneva več kot turist, ki sicer biva v sosednjih občinah.

4.3 Metodologija in potek raziskave

Za izdelavo raziskave je bila uporabljena metoda anketiranja, analize in sinteze. Izdelan je bil vprašalnik, ki je povzet in prirejen po anketi iz članka dr. Dejana Cigaleta (2009, 93–113). Vprašalnik je bil prirejen tako, da je geografsko ustrezen ugotavljanju mnenja obmorskega prebivalstva. Vprašalniku je bil dodan tudi sklop socialno - demografskih vprašanj, s katerimi se ugotavljajo lastnosti vzorca.

Vprašalnik je sestavljen iz šestih sklopov, in sicer:

- prvi sklop sestavljajo socialno - demografska vprašanja;
- drugi sklop sestavljajo vprašanja, s katerimi je analizirano stanje turistične ponudbe in mnenje domačinov do stanja turizma v Izoli;

- tretji sklop sestavljajo vprašanja, ki so podlaga za analizo mnenja domačinov do pozitivnih učinkov, ki jih turizem lahko prinaša;
- četrti sklop je sestavljen iz vprašanj, s katerimi bo analizirano mnenje domačinov do negativnih učinkov, ki jih turizem lahko prinaša;
- peti sklop sestavljajo vprašanja, ki se nanašajo neposredno na stanje turizma v Izoli;
- šesti sklop sestavljajo vprašanja, katerih namen je bil pridobiti mnenje lokalnega prebivalstva do nadaljnjega razvoja turizma.

Razdeljenih je bilo 150 anketnih vprašalnikov, in sicer med naključno izbrane prebivalce občine Izola, z navodili, da jih vrnejo prek elektronske pošte oziroma vročijo osebno. Vrnjenih je bilo 124 anket, od tega so bile 4 neveljavne (odgovor ni bil jasno obkrožen).

4.4 Mnenje prebivalcev o razvoju turizma v občini Izola in okolici

Z anketo je bil namen ugotoviti mnenje med prebivalci občine Izola o razvoju turizma. Poleg razvoja je bil namen pridobiti tudi mnenje o obstoječi situaciji, pa tudi, kako občani zaznavajo nekatere pozitivne in negativne učinke turizma.

Cigale meni (2009, 109), da so različni učinki na naravo in družbo, ki jih je povzročil turistični razvoj, marsikje zaradi intenzivnosti vsaj lokalno precej pomembni, ravno tako je pomembno, kako te učinke doživlja in vrednoti prebivalstvo turističnih območij, saj je od tega odvisen tudi njihov odnos do nadaljnjega razvoja turizma.

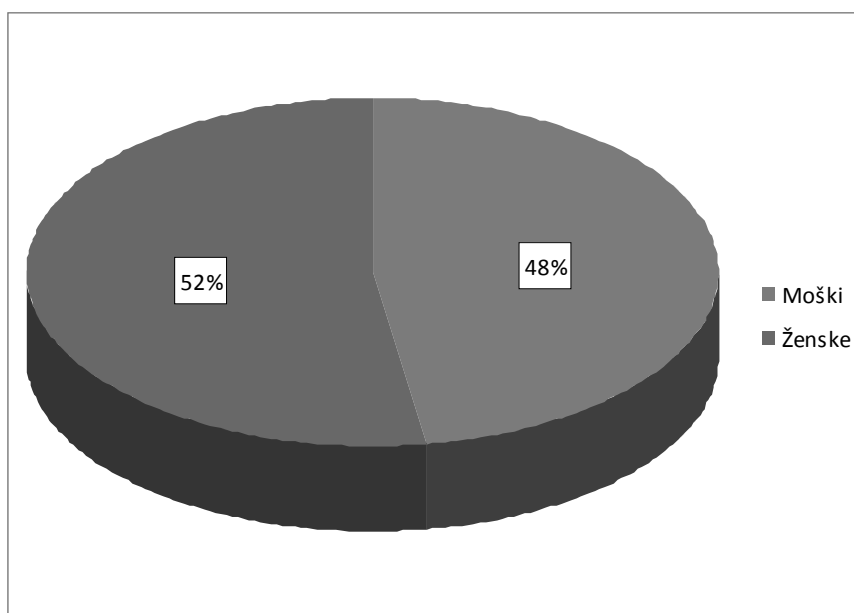
Analiza podatkov in predstavitev rezultatov

V prvem delu je predstavljen sklop demografskih vprašanj.

Preglednica 4: Delež anketiranih po spolu

<i>Spol</i>	<i>Moški</i>	<i>Ženske</i>
V odstotkih	47,50	52,50
Št. anketiranih	57	63

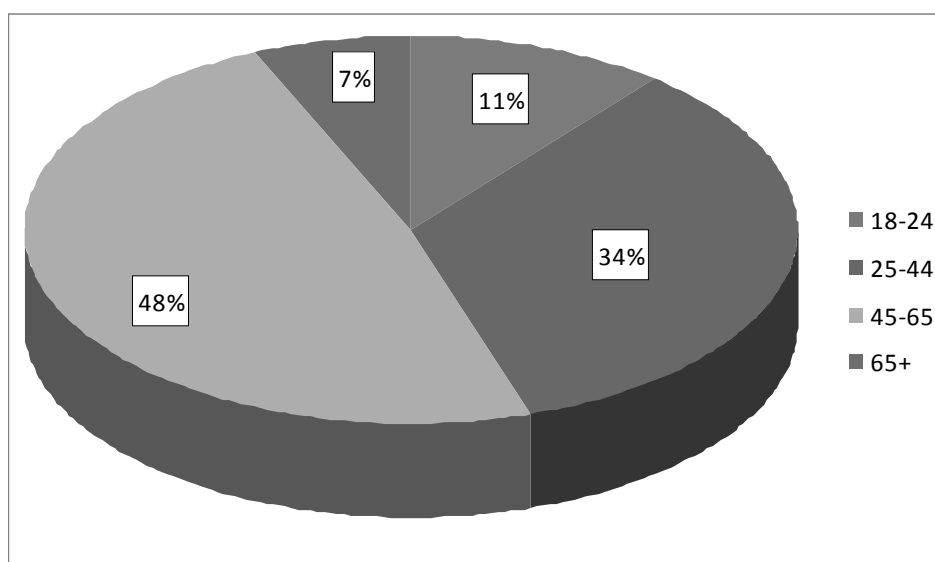
V anketi je sodelovalo 57 moških, kar predstavlja 47,5 odstotka vseh anketiranih, in 63 žensk, kar predstavlja 52,5 odstotka vseh anketiranih. Povprečna porazdelitev prebivalstva občine Izola po spolu je 50,5 odstotka moških in 49,5 odstotka žensk. Odstopanje vzorca od povprečja prebivalstva je torej minimalno (SURS 2011b).



Slika 9: Delež anketiranih po spolu

Preglednica 5: Delež anketiranih po starosti

Starost v letih	18–24	25–44	45–65	65 +
V odstotkih	10,83	34,17	48,33	6,67
Št. anketiranih	13	41	58	8



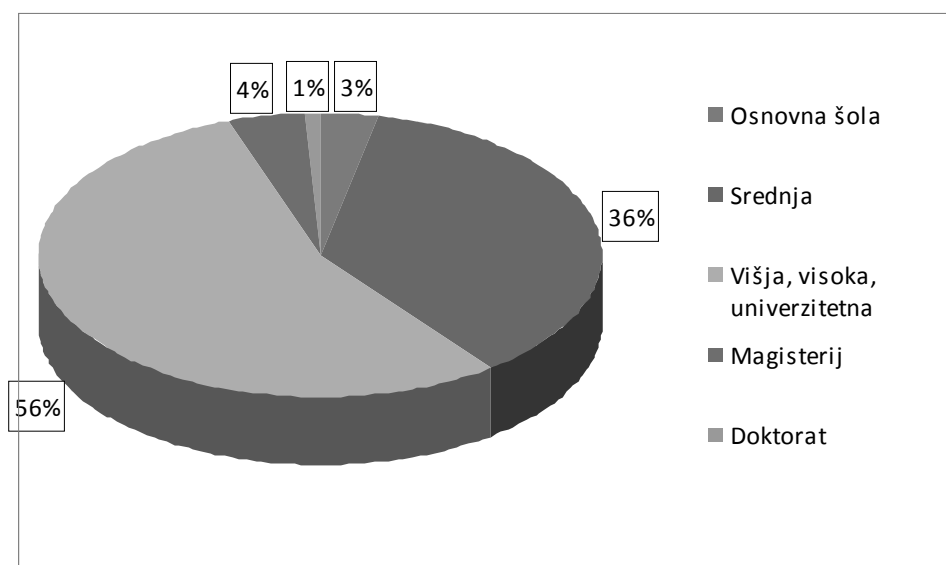
Slika 10: Delež anketiranih po starosti

Starost anketirancev je razdeljena v štiri starostne skupine, in sicer od 18 do 24 let, od 25 do 44 let, od 45 do 65 let in nad 65 let. Iz preglednice 5 je razvidno, da je 13 anketiranih starih med 18 in 24 let, kar predstavlja 10,83 odstotka vseh anketiranih, 41 anketiranih je starosti med 25 in 44 let, kar predstavlja 34,17 odstotka vseh anketiranih in 58 anketiranih je starosti med 45 in 65 let, kar predstavlja 48,33 odstotka vseh anketiranih, Nadalje je 8 anketiranih

starih nad 65 let, kar predstavlja 6,67 odstotka vseh sodelujočih. Največje število anketiranih je starih med 45 in 65 let, kar se ujema s podatkom, da je največji delež prebivalstva v občini Izola starih med 50 in 59 leti (SURS 2011b).

Preglednica 6: Delež anketiranih glede na izobrazbo

Izobrazba	Osnovna				
	šola	Srednja	Višja, visoka, univerzitetna	Magisterij	Doktorat
V odstotkih	3,45	36,21	55,17	4,31	0,86
Št. anketiranih	4	43	66	5	1

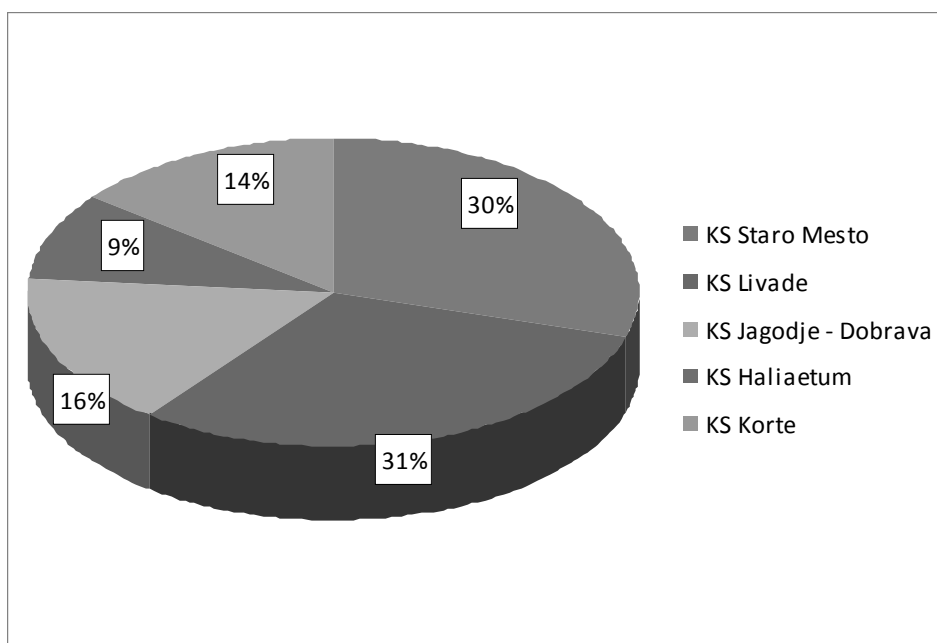


Slika 11: Delež anketiranih glede na izobrazbo

V anketi so sodelovali 4 anketirani, ki so imeli dokončano zgolj osnovno šolo, kar predstavlja 3,45 odstotka vseh anketiranih. Nadalje ima 43 anketiranih dokončano srednjo šolo, kar predstavlja 36,21 odstotka vseh anketiranih, 66 anketiranih pa ima dokončano višjo, visoko ali univerzitetno izobrazbo, kar predstavlja 55,17 odstotka vseh anketiranih. Preostalih 5 anketiranih ima dokončan magisterij, kar predstavlja 4,31 odstotka vseh anketiranih, doktorat pa ima dokončan le 1 anketirani, kar predstavlja 0,86 odstotka vseh anketiranih.

Preglednica 7: Razporeditev anketiranih po krajevnih skupnostih

Krajevna skupnost	<i>KS Staro Mesto</i>	<i>KS Livade</i>	<i>KS Jagodje - Dobrava</i>	<i>KS Haliaetum</i>	<i>KS Korte</i>
V odstotkih	29,66	30,51	16,10	9,32	14,41
Št. anketiranih	36	37	19	11	17



Slika 12: Razporeditev anketirancev po krajevnih skupnostih

V anketi je sodelovalo 36 anketiranih iz KS Staro mesto, kar predstavlja 29,66 odstotka vseh anketiranih. Nadalje 37 anketiranih živi v KS Livade, kar predstavlja 30,51 odstotka vseh anketiranih, 19 anketiranih pa jih živi v KS Jagodje - Dobrava, kar predstavlja 16,1 odstotka vseh anketiranih. Preostalih 11 anketiranih živi v KS Haliaetum, kar predstavlja 9,32 odstotka vseh anketiranih, 17 pa jih prebiva v KS Korte, kar predstavlja 14,41 odstotka vseh anketiranih.

Vprašanja, namenjena oceni trenutnega stanja turistične ponudbe v občini Izola

Preglednica 8: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Kaj je že dobro približano turistom«

<i>Kaj je že dobro približano in ponujeno</i>	1	2	3	4	5	AS	SO
<i>turistom</i>	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]		
Dostopnost turističnih informacij.	10,8	32,5	25,0	26,7	5,0	2,8	1,1
Možnost za počitek in sprostitev.	6,7	18,3	31,7	35,0	8,3	3,2	1,1
Ponudba kulturnih prireditev.	10,1	42,0	26,9	20,2	0,8	2,6	1,0
Ponudba rekreativnih dejavnosti.	12,7	44,9	31,4	11,0	0,0	2,4	0,8
Možnosti za zabavo.	23,5	41,2	28,6	6,7	0,0	2,2	0,9
Lokalna kulinarika.	6,7	24,4	28,6	33,6	6,7	3,1	1,1
Gostoljubnost domačega prebivalstva.	4,2	20,2	28,6	39,5	7,6	3,3	1,0
Kakovost gostinskih storitev.	1,7	15,8	36,7	42,5	3,3	3,3	0,8
Kakovost ponudbe dobrega počutja.	18,5	36,1	29,4	15,1	0,8	2,4	1,0
Kakovost kongresnih storitev.	43,7	35,3	15,1	5,9	0,0	1,8	0,9
Razmerje cena – kakovost.	7,6	31,9	37,8	19,3	3,4	2,8	1,0
Osebna varnost med bivanjem.	1,7	8,4	21,8	45,4	22,7	3,8	0,9
Naravno okolje.	3,3	5,8	24,2	52,5	14,2	3,7	0,9

Drugi sklop vprašanj je bil namenjen vprašanjem, ki ocenjujejo trenutno stanje turistične ponudbe. Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, ki izražajo različne stopnje strinjanja s trditvami, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »zelo slabo«, 2 je pomenilo »slabo«, 3 je pomenilo »niti dobro niti slabo«, 4 je pomenilo »dobro«, 5 pa »zelo dobro«. Analiza je pokazala, da po mnenju lokalnega prebivalstva v izolski turistični ponudbi primanjkuje predvsem rekreativnih dejavnosti, možnosti za zabavo, kulturnih prireditev, wellness in kongresnih ponudb. Dobro ponujene so po njihovem mnenju varnost, naravno okolje, kulinarika, gostinske storitve in gostoljubnost domačega prebivalstva.

Aritmetična sredina ja najvišja pri trditvi osebna varnost med bivanjem, in sicer 3,78 (na lestvici od 1 do 5), kar pomeni, da domačini kot najbolje ponujeno zaznajo varnost. Najnižjo vrednost 1,83 (na lestvici od 1 do 5) ima trditev kakovost kongresnih storitev, ki v Izoli skorajda niso prisotne.

Preglednica 9: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Trditve o pozitivnih učinkih turizma v Izoli«

Trditve o pozitivnih učinkih turizma v Izoli	1 [%]	2 [%]	3 [%]	4 [%]	5 [%]	AS	SO
Boljša kakovost storitev.	10,1	25,2	31,1	27,7	5,9	2,9	1,1
Večja izbira ponudbe trgovin.	12,6	38,7	21,0	22,7	5,0	2,7	1,1
Turizem prinaša Izoli pomembne gospodarske koristi.	3,3	14,2	22,5	42,5	17,5	3,6	1,0
Zaradi turizma je v Izoli lažje najti zaposlitev.	15,8	23,3	26,7	25,8	8,3	2,9	1,2
Zaradi turizma se je v Izoli povečala skrb za okolje.	8,3	22,5	40,0	24,2	5,0	3,0	1,0
Življenje v Izoli je postalo bolj zanimivo.	9,2	31,7	34,2	20,8	4,2	2,8	1,0
Domačini so bolj ponosni na Izolo.	5,8	38,3	29,2	22,5	4,2	2,8	1,0
Povečala se je skrb za urejenost naselja.	5,0	23,3	30,8	36,7	4,2	3,1	1,0
Življenje se je izboljšalo.	13,3	40,0	35,0	7,5	4,2	2,5	1,0

Tretji sklop vprašanj, ki obravnava pozitivne učinke turizma v Izoli, je pokazal, da med domačini pozitivni učinki turizma niso tako močno občuteni. Pojavi, ki se jih značilno povezuje z razvojem turističnega kraja, so v tej situaciji v manjši prednosti, kot je bilo to pričakovano. Nekateri učinki, ki bi pričakovano lahko dosegli veliko točk, kot so na primer večja izbira ponudbe v trgovini, življenje postane bolj zanimivo, ljudje postanejo bolj ponosni na svoj kraj, so dosegli nižjo aritmetično vrednost, kot je bilo to sprva pričakovano.

Vrednosti vseh AS v temu sklopu znašajo več kot 2,5, kar pomeni, da prebivalci zaznajo vse našete pozitivne učinke turizma in jih tudi povezujejo s turizmom. V primeru Izole je največjo stopnjo soglasja dosegla trditev, da turizem prinaša Izoli pomembne gospodarske koristi in da se je posledično turističnemu razvoju povečala skrb za okolje ter urejenost naselja.

Vse trditve so nudile odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Najvišjo aritmetično sredino 3,6, na lestvici od 1 do 5, je dosegla trditev gospodarske koristi, ki jo ima Izola zaradi turizma, kar predvsem izkazuje, da je turizem močna gospodarska panoga v Izoli in da se ljudje tega zavedajo. Najnižjo aritmetično sredino 2,5, na lestvici od 1 do 5, ima izboljšanje življenja v Izoli, kar označuje, da ljudje ne zaznavajo izboljšanja kakovosti življenja, ki bi se zgodila kot posledica turizma.

Glede na podane odgovore je mogoče ugotoviti, da se domačini zavedajo gospodarske koristi turizma in si prizadevajo za njegovo rast, saj bo le tako občina lahko namenila več proračunskega denarja tako za obnovo in razvoj celotne gospodarske panoge, kot tudi za socialne transferje oz. dejavnosti.

Vprašanja, namenjena percepciji negativnih učinkov turizma v občini Izola:

Preglednica 10: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Trditve o negativnih učinkih turizma v Izoli«

<i>Trditve o negativnih učinkih turizma v Izoli</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>AS</i>	<i>SO</i>
	<i>[%]</i>	<i>[%]</i>	<i>[%]</i>	<i>[%]</i>	<i>[%]</i>		
Turistom namenjeni objekti kvarijo videz Izole.	25,0	39,2	25,0	10,0	0,8	2,2	1,0
Turizem povzroča moteč hrup.	10,8	35,8	22,5	24,2	6,7	2,8	1,1
Daljše so vrste v trgovinah.	3,4	16,8	15,1	41,2	23,5	3,6	1,1
Zaradi turistov je velika prometna gneča.	2,6	13,7	12,0	39,3	32,5	3,9	1,1
Življenje je postalo manj varno.	11,8	29,4	42,0	14,3	2,5	2,7	1,0
Turizem je vplival na povečanje življenjskih stroškov.	3,3	15,8	22,5	34,2	24,2	3,6	1,1
Turisti motijo naš način življenja.	15,0	30,8	31,7	15,8	6,7	2,7	1,1
Razvoj turizma koristi le majhnemu delu prebivalstva.	9,2	24,4	18,5	37,0	10,9	3,2	1,2
Turizem je povzročil škodo naravnemu okolju.	8,4	27,7	34,5	26,1	3,4	2,9	1,0
Zaradi turizma je na ulici več smeti in odpadkov.	4,2	24,2	25,8	43,3	2,5	3,2	1,0
Zaradi turizma je v kraju več socialnih problemov.	19,2	48,3	21,7	8,3	2,5	2,3	1,0
Povečale so se socialne razlike med domačini.	13,3	35,8	33,3	12,5	5,0	2,6	1,0
Povečale so se cene stanovanj in zemljišč.	1,7	1,7	12,5	30,8	53,3	4,3	0,9
Prihaja do pogostih konfliktov med turisti in domačini.	6,7	38,7	37,0	14,3	3,4	2,7	0,9
Zaradi turizma se opuščajo krajevni običaji.	16,8	42,0	26,1	12,6	2,5	2,4	1,0
Turisti povzročajo škodo kmetom/ribičem.	20,0	39,2	29,2	10,0	1,7	2,3	1,0
Zaradi turistov primanjkuje parkirnih mest.	2,5	13,3	10,8	35,0	38,3	3,9	1,1

Četrti sklop je sestavljen iz vprašanj, katerih namen je bil ugotoviti, kako domačini dojemajo negativne učinke turizma. Iz sklopa trditev o negativnih učinkih turizma v Izoli je razvidno, da se domačini zavedajo negativnih učinkov le-tega. Čeprav nekatere problematike sploh niso aktualne (na primer pogostost konfliktov med domačini in turisti), je vseeno občutiti nekatere vplive, kot so daljše vrste v trgovinah, manj parkirnih mest in pa občuten dvig cen stanovanj ter zemljišč.

Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Najvišjo aritmetično sredino 4,3, na lestvici od 1 do 5, ima dvig cen zemljišč, ki je bil po mnenju anketiranih najbolj občuten. Najnižjo aritmetično sredino 2,2, na lestvici od 1 do 5, ima prepričanje, da naj bi turistični objekti kvarili videz Izole, kar pomeni, da jih objekti, namenjeni turistični dejavnosti, ne motijo. Skladno s tem je mogoče ugotoviti, da je turistična arhitektura dobro umeščena v arhitekturno celoto Izole, vrednosti obalnih nepremičnin pa so po višini cen druge najvišje v državi, takoj za Ljubljano.

Vprašanja, namenjena trditvam o stanju turizma v občini Izola

Preglednica 11: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona za sklop trditev »Stanje turizma v Izoli«

<i>Stanje turizma v Izoli</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>AS</i>	<i>SO</i>
	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]		
Cene turističnih storitev v Izoli so nizke.	9,2	45,0	26,7	17,5	1,7	2,6	0,9
Razvoj Izole je usmerjen v turizem.	5,0	35,0	26,7	29,2	4,2	2,9	1,0
Zaradi turizma je življenje v Izoli boljše in kakovostnejše.	6,7	33,3	38,3	20,0	1,7	2,8	0,9
Izola kot turistična destinacija je bolj konkurenčna kot Koper.	18,3	22,5	19,2	36,7	3,3	2,8	1,2
Izola kot turistična destinacija je bolj konkurenčna kot Piran.	20,0	41,7	23,3	10,8	4,2	2,4	1,1

Peti sklop je sestavljen iz vprašanj oz. trditev o stanju turizma v Izoli. Anketiranci so bili v tem sklopu zelo deljenega mnenja. Strinjajo se, da cene turističnih storitev v Izoli niso nizke, pa tudi, da življenje v Izoli zaradi turistov ni nič boljše. Ugotovljeno je bilo, da razvoj Izole ni specifično usmerjen v turizem.

Pri odgovoru o primerjavi Izole s sosednjima občinama, tj, Koprom in Piranom, so anketirani izrazili mnenje, da je Izola bolj turistično konkurenčna od Kopro, medtem ko je Piran bolj konkurenčen od Izole.

Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«. V tabeli so polja z najvišjo aritmetično sredino označena z zeleno barvo, tista z najnižjo pa z rdečo barvo.

Najvišjo aritmetično vrednost 2,9, na lestvici od 1 do 5, je dosegla trditev razvoj Izole je usmerjen v turizem, kar izkazuje dojemanje Izole kot turistično usmerjene občine. Najnižjo vrednost aritmetične sredine 2,4, na lestvici od 1 do 5, ima trditev, da je Izola kot turistična

destinacija bolj konkurenčna kot Piran, kar prikazuje odraz stanja ter zavedanje prebivalstva, da je Piran bolj razvita turistična destinacija in z daljšo zgodovino turističnega razvoja.

Vprašanja, namenjena prihodnjemu razvoju turizma v občini Izola

Preglednica 12: Prikaz frekvenčnih porazdelitev odgovorov, povprečne vrednosti in standardnega odklona na sklop »Prihodnji razvoj turizma v Izoli«

<i>Prihodnji razvoj turizma v Izoli</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>AS</i>	<i>SO</i>
	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]		
Nadaljnji razvoj turizma bi koristil kraju.	1,7	5,8	9,2	49,2	34,2	4,1	0,9
Razvoj turizma v Izoli škoduje življenju.	32,5	41,7	20,8	3,3	1,7	2,0	0,9
Število turistov bi se moralo še povečati.	7,5	13,3	13,3	38,3	27,5	3,7	1,2
Zgraditi bi bilo treba nova prenočišča.	5,8	15,0	14,2	39,2	25,8	3,6	1,2
Povečati bi bilo treba količino možnosti za rekreacijo.	0,0	1,7	1,7	51,7	45,0	4,4	0,6
Izboljšati bi bilo treba prometno infrastrukturo.	0,0	0,8	4,2	43,3	51,7	4,5	0,6
Lokalno prebivalstvo podpira razvoj Izole.	2,5	11,7	32,5	38,3	15,0	3,5	1,0
Lokalno prebivalstvo lahko pripomore k razvoju turizma.	0,0	0,0	13,3	51,7	35,0	4,2	0,7
Želje domačinov so vključene v turistično ponudbo.	9,2	17,6	45,4	19,3	8,4	3,0	1,0
Nadaljnega razvoja turizma sploh ne bi smeli več podpirati.	45,8	30,0	10,0	8,3	5,8	2,0	1,2

Šesti sklop je bil sestavljen iz vprašanj, s katerimi bi pridobili odgovore oz. mnenja o prihodnjem razvoju Izole. Domačini so menili, da je turizem za občino dober in da se razvoj turizma ne bi smel zaustavljati. Ljudje so prepričani, da bo turizem pomagal njihovem kraju, da ne škodi življenju, da je število turistov še premajhno, da je premalo prenočišč, premalo možnosti za rekreacijo, prometna infrastruktura pa je preslaba. Iz odgovorov je mogoče ugotoviti, da občani podpirajo razvoj turizma. Zdi se, da so ljudje pripravljeni zatisniti oči za negativne posledice turističnega razvoja v zameno za razvoj in za še večje število turistov, kljub temu, da se zavedajo vseh negativnih učinkov turizma.

Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Najvišjo aritmetično sredino 4,5 je dosegla trditev, da bi bilo treba izboljšati prometno infrastrukturo. To je trditev, na katero je 51,67 odstotka vseh anketirancev odgovorilo s 5 - zelo se strinjam. Najnižjo aritmetično sredino, in sicer 2,0, je dobila trditev, da lokalno prebivalstvo ne želi ustaviti nadaljnega razvoja, saj so domačini zadovoljni z obstoječim stanjem in bi ga lahko edino želeli še bolj podpreti. Domačini se zavedajo, da imajo od

turizma več pozitivnih koristi, predvsem materialnih, kot negativnih, in da je turizem gonilna sila za razvoj kraja.

Analiza ankete po krajevnih skupnostih (KS)

Glede na to, da je bilo med demografska vprašanja vključeno tudi vprašanje o krajevni skupnosti anketiranca, je bilo mogoče primerjati mnenja anketirancev tudi glede na to, iz katere krajevne skupnosti prihajajo. Tako je mogoče z uporabo aritmetične sredine anket, razdeljenih po krajevnih skupnostih (KS), izpostaviti povprečne vrednosti, ki se nanašajo na posamezne KS.

Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »zelo slabo«, 2 je pomenilo »slabo«, 3 je pomenilo »niti dobro niti slabo«, 4 je pomenilo »dobro«, 5 pa »zelo dobro«.

Preglednica 13: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Kaj je že dobro približano turistom«

<i>Kaj je že dobro približano in ponujeno turistom</i>	<i>KS Staro</i>	<i>KS</i>		<i>KS</i>	
	<i>mesto</i>	<i>KS Livade</i>	<i>Jagodje</i>	<i>Haliaetum</i>	<i>KS Korte</i>
			<i>- Dobrava</i>		
Dostopnost turističnih informacij.	2,97	2,72	3,11	2,45	2,76
Možnost za počitek in sprostitvev.	3,23	3,17	3,42	2,82	3,29
Ponudba kulturnih prireditev.	2,31	2,61	3,21	2,55	2,47
Ponudba rekreativnih dejavnosti.	2,17	2,36	2,89	2,55	2,18
Možnosti za zabavo.	1,86	2,39	2,58	2,09	2,00
Lokalna kulinarika.	3,06	2,83	3,47	2,91	3,29
Gostoljubnost domačega prebivalstva.	3,20	3,06	3,53	2,82	3,47
Kakovost gostinskih storitev.	3,29	3,17	3,74	3,18	3,35
Kakovost ponudbe dobrega počutja.	2,14	2,50	3,05	2,45	2,24
Kakovost kongresnih storitev.	1,66	1,75	2,47	1,82	1,59
Razmerje cena – kakovost.	2,57	2,83	3,47	2,55	2,35
Osebna varnost med bivanjem.	3,63	3,86	3,84	3,64	3,76
Naravno okolje.	3,60	3,86	3,89	3,18	3,71

Iz primerjave dobljenih vrednosti iz različnih krajevnih skupnosti v občini Izola je mogoče ugotoviti, da anketiranci, ki živijo v KS Jagodje - Dobrava, menijo, da so navedene storitve najboljše približane turistom Izole. V tem sklopu ima KS Jagodje - Dobrava namreč kar 12 najvišjih vrednosti od 13, razen osebna varnost med bivanjem, kar je najverjetneje odraz

dejstva, da je ena najbolj zgoščenih točk med poletno sezono prav KS Jagodje - Dobrava, saj ima največje število sobodajalcev, manjši trgovski center z dvema velikima trgovinama, restavracijama ipd. Osebno varnost med bivanjem pa naj bi najboljše zaznavali v KS Livade, kar je najverjetneje odraz tega, da ima KS Livade najmanj turističnih kapacitet in je pretežno usmerjeno v stanovanjsko izgradnjo. S štirimi najnižjimi vrednostmi se KS Staro mesto postavi kot krajevna skupnost, kjer domačini menijo, da obstoječa turistična ponudba nikakor ne zadostuje potrebam izolskega turizma, glede na to, da je omejeno z dostopom vozil, da se iz dneva v dan zapirajo trgovinice in lokali z različnimi ponudbami.

Preglednica 14: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Trditve o pozitivnih učinkih turizma v Izoli«

<i>Trditve o pozitivnih učinkih turizma v Izoli</i>	<i>KS Staro mesto</i>		<i>KS Jagodje</i>	<i>KS Haliaetum KS Korte</i>	
		<i>KS Livade</i>			
	<i>- Dobrava</i>				
Boljša kakovost storitev.	2,86	2,92	3,32	2,73	2,65
Večja izbira ponudbe trgovin.	2,54	2,78	3,00	2,64	2,29
Turizem prinaša Izoli pomembne gospodarske koristi.	3,40	3,61	3,74	3,45	3,71
Zaradi turizma je v Izoli lažje najti zaposlitev.	2,54	2,92	3,53	2,73	2,82
Zaradi turizma se je v Izoli povečala skrb za okolje.	3,03	2,75	3,37	2,82	2,88
Življenje v Izoli je postalo bolj zanimivo.	2,57	2,83	3,37	2,64	2,65
Domačini so bolj ponosni na Izolo.	2,91	2,61	3,16	2,64	2,71
Povečala se je skrb za urejenost naselja.	3,26	2,92	3,58	3,00	2,76
Življenje se je izboljšalo.	2,34	2,58	2,89	2,55	2,29

Pri sklopu o pozitivnih učinkih turizma je bil namen ugotoviti, kako domačini občutijo nekatere pozitivne vplive, ki jih prinaša turizem.

Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Prebivalci KS Jagodje - Dobrava imajo v tem sklopu vprašanj vse vrednosti primerjalno najvišje, kar pomeni, da najmočneje občutijo pozitivne učinke turizma. Najnižje vrednosti ima KS Korte, in sicer štiri, od tega dva nižja od 2,5. To nakazuje, da v KS Korte najslabše občutijo pozitivne učinke turizma. Rezultat je najverjetneje povezan z geografsko oddaljenostjo Kort, saj se KS nahaja na podeželju Izole in se krajani že vrsto let počutijo

kot »drugorazredni občani«, saj je občina v vse novosti, prireditve in investicije v infrastrukturo vlagala vedno šele po tem, ko je bilo že poskrbljeno za ostale KS, ki so vidnejše turistom, obiskovalcem in občanom.

Preglednica 15: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Trditve o negativnih učinkih turizma v Izoli«

<i>Trditve o negativnih učinkih turizma v Izoli</i>	<i>KS</i>				
	<i>KS Staro mesto</i>	<i>KS Livade</i>	<i>KS Jagodje - Dobrava</i>	<i>KS Haliaetum</i>	<i>KS Korte</i>
Turistom namenjeni objekti kvarijo videz Izole.	2,43	2,08	2,00	2,18	2,24
Turizem povzroča moteč hrup.	3,00	2,64	2,58	2,73	2,82
Daljše so vrste v trgovinah.	3,54	3,44	3,68	4,27	3,53
Zaradi turistov je velika prometna gneča.	3,97	3,64	3,74	4,09	3,24
Življenje je postalo manj varno.	2,69	2,28	2,89	3,00	2,71
Turizem je vplival na povečanje življenjskih stroškov.	3,63	3,33	3,53	4,18	3,71
Turisti motijo naš način življenja.	2,60	2,44	2,74	3,45	2,71
Razvoj turizma koristi le majhnemu delu prebivalstva.	3,23	3,03	3,05	3,36	3,06
Turizem je povzročil škodo naravnemu okolju.	2,94	2,67	2,89	3,18	2,71
Zaradi turizma je na ulici več smeti in odpadkov.	3,11	2,92	3,11	3,36	3,59
Zaradi turizma je v kraju več socialnih problemov.	2,31	2,11	2,16	2,73	2,29
Povečale so se socialne razlike med domačini.	2,60	2,31	2,53	2,91	3,06
Povečale so se cene stanovanj in zemljišč.	4,34	4,22	4,21	4,55	4,41
Prihaja do pogostih konfliktov med turisti in domačini.	2,57	2,58	2,58	3,00	2,94
Zaradi turizma se opuščajo krajevni običaji.	2,46	2,28	2,21	3,00	2,47
Turisti povzročajo škodo kmetom/ribičem.	2,26	2,31	2,21	2,82	2,53
Zaradi turistov primanjkuje parkirnih mest.	4,11	3,89	3,42	4,55	3,88

S sklopom o negativnih učinkih turizma je mogoče primerjati, kako občutijo negativne učinke turizma prebivalci posameznih KS.

Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Vrednosti aritmetičnih sredin negativnih učinkov turizma so najvišji v KS Haliaetum, kar pomeni, da prebivalci te KS najmočneje občutijo negativne učinke turizma. Čeprav so hrup in

turistični objekti najbolj moteči prebivalcem KS Staro mesto, je dojemanje največjih socialnih razlik zaslediti v KS Korte. Tamkajšnji domačini so tudi najbolj prepričani v to, da je zaradi turizma prišlo do povečanja socialnih razlik med domačini. Najnižje vrednosti negativnih učinkov turizma ima KS Livade, kar pomeni, da tamkajšnji prebivalci najmanj občutijo negativne učinke turizma.

Na podlagi rezultatov je tako mogoče ugotoviti, da le-ti prikazujejo sliko negativnih učinkov, saj KS Haliaetum razpolaga z največjim številom hotelskih depandans, hotelov in velikim delom plaže, barčkov na plažah ter prireditvami med poletnimi meseci, ki se dogajajo na plaži (Noč na plaži, prireditve, ki se dogaja ob koncih tedna, predvsem koncerti).

Preglednica 16: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Stanje turizma v Izoli«

<i>Stanje turizma v Izoli</i>	<i>KS Staro mesto</i>		<i>KS</i>		
	<i>KS Livade</i>	<i>KS Jagodje - Dobrava</i>	<i>Haliaetum</i>	<i>KS Korte</i>	
Cene turističnih storitev v Izoli so nizke.	2,74	2,39	2,79	2,36	2,53
Razvoj Izole je usmerjen v turizem.	2,86	2,72	3,21	2,82	3,12
Zaradi turizma je življenje v Izoli boljše in kakovostnejše.	2,57	2,94	3,00	2,82	2,59
Izola kot turistična destinacija je bolj konkurenčna kot Koper.	3,00	2,53	2,84	3,27	2,82
Izola kot turistična destinacija je bolj konkurenčna kot Piran.	2,57	2,11	2,47	2,36	2,53

S sklopom vprašanj o stanju turizma je mogoče primerjati mnenja o trenutnem stanju izolskega turizma med prebivalci posameznih KS. Vprašanja so nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označene od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Vrednosti aritmetičnih sredin so najvišje v KS Jagodje - Dobrava. Prebivalci KS Jagodje - Dobrava menijo, da so cene turističnih storitev v Izoli nižje, prebivalci KS Haliaetum pa menijo, da so cene v Izoli višje. Da je razvoj Izole najbolj usmerjen v turizem, menijo v KS Jagodje - Dobrava, najmanj pa so takšnega mnenja v KS Livade (ni velike frekvence turistov, saj je to pretežno stanovanjsko naselje). Da je življenje zaradi turizma boljše, jih največ meni v KS Jagodje - Dobrava, najmanj pa v KS Staro mesto. V KS Livade so najmanj prepričani v konkurenčnost Izole tako Koprju kot Piranu; medtem ko so za boljšo konkurenčnost od Kopra najbolj prepričani v KS Haliaetum; za Piran pa v KS Staro mesto. Iz odgovorov je mogoče ugotoviti, da prebivalci Izole ne vidijo Izole kot konkurenčne destinacije Piranu, za razliko od destinacije Koper, za katerega je vrednost aritmetične sredine večja za približno 0,4.

Preglednica 17: Prikaz porazdelitve povprečne vrednosti odgovorov prek krajevnih skupnosti na sklop »Prihodnji razvoj turizma v Izoli«

<i>Prihodnji razvoj turizma v Izoli</i>	<i>KS Staro mesto</i>			<i>KS Haliaetum - Dobrava</i>	
	<i>KS Livade</i>	<i>KS Jagodje</i>	<i>KS Korte</i>	<i>KS Korte</i>	<i>KS Korte</i>
Nadaljnji razvoj turizma bi koristil kraju.	3,91	4,33	3,79	4,18	4,29
Razvoj turizma v Izoli škoduje življenju.	1,97	2,00	2,00	2,45	1,76
Število turistov bi se moralo še povečati.	3,54	3,72	3,42	3,64	4,18
Zgraditi bi bilo treba nova prenočišča.	3,40	3,53	4,00	3,82	4,00
Povečati bi bilo treba količino možnosti za rekreacijo.	4,54	4,36	4,42	4,36	4,41
Izboljšati bi bilo treba prometno infrastrukturo.	4,60	4,28	4,47	4,55	4,53
Lokalno prebivalstvo podpira razvoj Izole.	3,69	3,44	3,37	3,18	3,76
Lokalno prebivalstvo lahko pripomore k razvoju turizma.	4,20	4,28	4,00	4,45	4,29
Želje domačinov so vključene v turistično ponudbo.	2,91	3,00	3,16	3,00	2,94
Nadaljnega razvoja turizma sploh ne bi smeli več podpirati.	1,86	2,06	2,26	1,91	1,88

Vprašanja, ki so se nanašala na prihodnji razvoj, so tudi nudila odgovore v obliki Likertove lestvice, označena od 1 do 5, kjer je 1 pomenilo »sploh se ne strinjam«, 2 je pomenilo »se ne strinjam«, 3 je pomenilo »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 je pomenilo »se strinjam«, 5 pa »zelo se strinjam«.

Iz tabele je mogoče ugotoviti, da čeprav so v vseh KS prepričani, da bi nadaljnji razvoj turizma koristil kraju, je to najbolj zaznavno v KS Livade, najmanj pa v KS Jagodje - Dobrava. Mnenje, da razvoj turizma škoduje življenju, je najmočnejše v KS Haliaetum (vrednost je dosegla samo 2,45), najmanj prisotno pa je v KS Korte. V celotni izolski občini so mnenja, da bi se moralo število turistov še povečati, najbolj si tega želijo v KS Korte, najmanj pa v KS Jagodje - Dobrava. Največje soglasje prebivalcev KS je vidno pri trditvah o možnosti za rekreacijo in izboljšanje prometne infrastrukture, saj je razbrati, da si vsi želijo nekega turističnega napredka. Prepričani so, da investicija v infrastrukturo pomeni možnost večanja in širjenja posameznih turističnih panog, kot so rekreacijski turizem, ki v sodobnem svetu, ko vsem primanjkuje časa in se posameznik želi rekreirati vsaj med prostim časom. Na podlagi tega je povsem logično, da sta prav ti trditvi povezani med seboj in sta dosegli največjo aritmetično sredino. Lokalno prebivalstvo vseh KS je mnenja, da podpira razvoj Izole, najvišja aritmetična sredina je izračunana v KS Korte, in sicer 3,76, najšibkejša pa v KS Haliaetum (3,18). Mnenje, da lahko lokalno prebivalstvo pripomore k razvoju turizma, je močno prisotno v vseh KS, saj najnižja vrednost aritmetične sredine 4,0 pripada KS Jagodje - Dobrava, najvišja pa KS Haliaetum. Da so želje domačinov vključene v turistično ponudbo, so prepričani v vseh KS, najbolj v KS Jagodje - Dobrava, 3,16, najmanj pa v KS Staro mesto,

2,91. Vrednost aritmetične sredine trditve, da nadaljnjega turizma ne bi smeli več podpirati, je v vseh KS manjša od 2,5, kar pomeni, da nihče ni mnenja, da je treba razvoj turizma ustaviti. Razvoj najmanj podpirajo v KS Staro mesto (1,86), največ pa v KS Jagodje - Dobrava. Ugotovljeno je, da so prebivalci KS Staro mesto naveličani tega, da v sezoni nimajo parkirnih mest, da se turisti sprehajajo po mestu v kopalkah, da je po ulicah gneča in je slišati glasno govorjenje ter podobno.

5 PREDLOGI ZA STRATEŠKE IZBOLJŠAVE IN RAZVOJ TURIZMA

V tem poglavju je predstavljena vizija razvoja turizma, cilji razvoja turizma v Izoli in nekatere ideje za izboljšavo konkurenčnosti turistične ponudbe.

5.1 Vizija razvoja turizma

Benčič (2006, 141) navaja, da turizem lahko v kraju postane ena najpomembnejših gospodarskih panog, ki je v javnem interesu. V Sloveniji se s prepoznavanjem pomena turizma v lokalnih skupnostih še vedno nihče ne ukvarja dovolj. Problematika zahteva drugačen pristop, slovenske lokalne skupnosti pa je treba bolje vključiti v mrežo ponudbe turističnih destinacij.

Vizija razvoja ne more biti preprosta težnja po več, temveč mora biti natančno iskanje poti sodelovanja in nenehne sinergije. Na tej točki si je mogoče zastaviti vprašanje, če res obstaja težnja k temu, da postanejo vsa mesta t. i. turistična mesta. Res je, da turizem lahko postane primarni ekonomski vir v nekem kraju, vendar za seboj nosi določeno ceno. Turizem je aktivnost skupnosti, v kateri sodelujejo vsi, tako akterji, tj. pripravljavci strategije in vizije razvoja nekega kraja, kot tudi lokalno prebivalstvo, ki mora živeti z odločitvijo pristojnih. Sodelovati morajo tudi izvajalci in ponudniki produktov, pa tudi njihovi uporabniki, to so turisti. Zato je turizem panoga, ki primarno stremi po močni povezanosti vseh svojih členov, v kolikor en člen popusti, nastanejo konflikti ali pa razvoj turizma obstoji.

Glede na izide ankete bi morali v Izoli usmeriti turizem v enakomeren razvoj, da ne bi prihajalo do neenakomernih razlik med prebivalci, tako kot to menijo prebivalci KS Korte.

Bolj kot doslej bi bilo treba izkoristiti naravne danosti podeželja, ki ima tako kot mesto tudi bogato zgodovino, tradicija pa se počasi izgublja. Na podeželju bi morali dejavneje pristopiti k razvoju integralnega podeželskega turističnega produkta, ki bo ohranil krajevne, naravne in kulturne znamenitosti. Ponudba bi morala povezovati in vključevati različne programe ter dejavnosti, kot so: naravni turizem, kar pomeni odpiranje kmečkih turizmov, več bi bilo treba investirati v rekreativni turizem, v eko turizem, obuditev starih kmečkih opravil, organizirati tabore naravoslovne in ekološke, pa tudi etnološke tabore ter delavnice za mlade ipd.

Primer takšnega produkta je projekt Tematske poti, katerega namen je označevanje manj poznanih peš in kolesarskih poti ob spoznavanju naravnih, kulturnih ter kulinarčnih znamenitosti na različnih točkah ustavljanja. Spodbujati in oglaševati bi bilo treba že ustaljene kolesarske in pešpoti, ki bi bile lahko zanimive za vse turiste, kakor je to na primer proga Parenzana.

Prav tako bi moral biti večji poudarek na razvoju starega dela mesta, s poudarkom na revitalizaciji celotnega starega mestnega jedra, ki združuje in povezuje tri osnovne elemente,

in sicer prostor, kulturo in turizem. Ponovno bi morali obuditi in vpeljati projekt oddaje poslovnih prostorov za »1 evro«, kjer bi občina Izola ponudila prazne poslovne prostore izolskim obrtnikom, kmetom, umetnikom in predelovalcem hrane, ki bi tržili ter predstavljali tipične izdelke tega kraja. Podoben projekt, ki se je v zgodovini že loteval te problematike, je projekt Oddaja poslovnega prostora za en tolar, v okviru katerega so prazne poslovne prostore v mestu oddajali po simbolični ceni raznim umetnikom, obrtnikom in društvom iz cele Slovenije, in sicer za potrebe ustvarjanja umetnosti ali ustvarjanja dobička. Oživitev takšnega projekta bi lahko dodala veliko življenja na izolske ulice in s tem dvignila prepoznavnost ter konkurenčnost kraja.

5.2 Cilji razvoja turizma

Pomembno vlogo pri razvoju podeželja ima turizem, ki se mora usmeriti predvsem v izkoriščanje obstoječih zmogljivosti, prostorskih potencialov, v izboljšanje kakovosti in pestrosti turistične ponudbe ter razvoj dogovorjenih vrst in oblik turizma (Šolar in Prem 2000, 50).

V Strategiji razvoja turizma v občini Izola 2009 - 2015 (2009) se kot kvantitativni cilji navajajo:

- povečanje števila namestitvenih kapacitet za 2.000 ležišč, od tega najmanj 70 odstotkov v novozgrajenih hotelih; preostalo pa v apartmajih in zasebnih sobah. Spodbujati je treba predvsem razvoj turističnih kmetij, s ponudbo avtohtonih jedi in pijač lastne pridelave (2008 je bilo 4.341 ležišč);
- povečanje števila prihodov gostov na 170.000 oz. 88,6-odstotno povečanje (leta 2008 je bilo 90.113 prihodov gostov);
- povečanje števila nočitev na 650.000, kar predstavlja 72,7-odstotno povečanje nočitev (v letu 2008 je bilo 376.279 nočitev) in vzdrževanje nivoja povprečnega bivanja na 3,8 dneva, saj je iz primerjav razvidno, da grozi trend krajšega bivanja;
- s primerno programsko ponudbo zagotoviti visok nivo povprečne potrošnje turistov na 150 €/dan.

Zastavljeni kvantitativni cilji se zdijo nerealni, saj v sezonskem času prihaja (ne le v Izolo, temveč na celotno področje) vsako leto manj turistov, zato bi bil dvig turističnih kapacitet lahko nesmiseln in predvsem nerentabilen cilj.

Dvig števila nočitev je prej dostopen cilj, vendar se slabo povezuje s ciljem dviga povprečne dnevne potrošnje, kajti oba cilja sta sočasno dosegljiva le pod pogojem, da imajo turisti več finančnih sredstev. Glede na to, da občina Izola ne more neposredno vplivati na ta dejavnik, mora ciljati na bogatejši segment turistov.

Kot kvalitativni cilji so v Strategiji razvoja turizma v občini Izola 2009 - 2015 (2009) navedeni:

- razvoj turističnih proizvodov in programov, ki bodo nadgradili ponudbo kulturne dediščine tako v smislu oživljanja tradicionalnih običajev kot razvoja nove ponudbe v mestnem jedru. Pri oblikovanju programov je treba upoštevati načelo povezovanja priobalne ponudbe s ponudbo v zaledju;
- obuditi tradicijo termalnega zdravilišča in izpostaviti bolnišnico kot komplementarno infrastrukturo, kar lahko predstavlja konkurenčno prednost;
- razviti ponudbo navičnega turizma kot simbola izolske pomorske tradicije ter športno - rekreativnih programov in infrastrukture, kar bo prispevalo k zmanjšanju sezonskosti;
- razvijati specializirano ponudbo dnevnega/izletniškega turizma s ciljem motiviranja tranzitnih gostov za obisk destinacije;
- s konsistentno in kontinuirano integralno komunikacijo vzpostaviti prepoznavnost Izole kot blagovne znamke in jo primerno pozicionirati v mediteranskem okolju;
- vzpostaviti ustrezen model upravljanja s turizmom.

Kvalitativni cilji razvoja turizma v Izoli so bistveno bolj realno opredeljeni in dosegljivi, saj temeljijo na internih dejavnikih, na katere ima lokalna skupnost več neposrednega vpliva, kot pa na eksterne dejavnike, ki so pravzaprav posledica uspešnosti internih dejavnikov. Znano je, da je težje povečati število obiskovalcev (eksterni dejavnik), kot zgraditi termalno zdravilišče (interni dejavnik), ki s svojo raznoliko ponudbo nato privablja večje število turistov (sprememba eksternega dejavnika kot posledica spremembe internega dejavnika). Kvalitativni cilji so sicer dobro zastavljeni, saj temeljijo na obstoječih danostih (termalna voda, bolnica ...), s katerimi poizkušajo dvigniti privlačnost Izole. Boljši izkoristek okolja in naravnih danosti lahko hitro privede tako do dviga kakovosti turističnih storitev, kot tudi do dviga razpoznavnosti na turističnem trgu.

5.3 Izboljšanje konkurenčnosti turistične ponudbe

Izboljšanje konkurenčnosti turistične ponudbe se začne s povečevanjem turističnih kapacitet. Poleg nočitvenih objektov, potrebe turistov vključujejo tudi mnogo drugih vrst objektov, vse od prehrabnih pa do rekreacijskih. Konkurenčnost kraja je močno odvisna od prepoznavnosti kraja, obstoječih investicij v kraju in oglaševanja, namenjenega pritegnitvi turistov ter dviga ugleda turizma v turistični javnosti (najboljša reklama je zadovoljen turist). Dvig ugleda v turistični javnosti je namreč povezan s številnimi posledicami tako na področju gospodarstva, šolstva, kot tudi civilne družbe oziroma lokalnega prebivalstva.

Konkurenčnost bi lahko dvignili z nadaljevanjem projektov, kot so Tematske poti in z drugimi investicijami v razvoj naravnih danosti, saj bi z izkoriščanjem naravnih danosti kot možnih razvojnih virov občina lahko ustvarila nekatere konkurenčne prednosti, ki bi jo pomembno razlikovale od drugih domačih in tudi svetovnih turističnih krajev (Medja 2006, 22).

Ugotovljeno je še, da bi se konkurenčnost lahko dvignila tudi z razvojem starega mestnega jedra. Tako bi na majhnem področju zagotovili zdravo konkurenco ponudnikov podobnih storitev in sodelovanje ponudnikov komplementarnih storitev. S takšno obliko razvoja bi dosegli mnogo sinergijskih učinkov na trgu. Zupanič (2007, 25) pravi:

Osnovni interes partnerjev je dvig prihodkov in uspešnost poslovanja turističnih in s turizmom povezanih gospodarskih subjektov na območju destinacije kot posledice izboljšanja ponudbe in učinkovitega trženja ter povečanja turističnega povpraševanja.

Na podlagi opravljene ankete in analiziranih rezultatov je mogoče pritrditi, da bi se konkurenčnost Izole dvignila, če bi občina uspešno sledila kvalitativnim ciljem, ki so zastavljeni v Strategiji razvoja turizma v občini Izola 2009 - 2015 (2009).

6 SKLEP

Analiza rezultatov ankete je pokazala, da je lokalno prebivalstvo dokaj zadovoljno z obstoječo turistično situacijo v Izoli. Mnogo funkcij turizma zaznajo kot dobro približanih in ponujenih turistom, vseeno pa so mnenja, da je marsikatera storitev slabo predstavljena, kot so na primer zabava, kulturne prireditve in rekreativne dejavnosti. Najslabšo oceno v analizi je dobila ponudba kongresnih storitev, saj je kar 43,7 odstotka vprašanih odgovorilo z 1, kar pomeni zelo slabo. Podatek jasno usmerja v potencialni produkt in v smer nadaljnjega turističnega razvoja. Razen varnosti, ki je dosegla 22,69 odstotka, in naravnega okolja, ki je doseglo 14,17 odstotka, ni nobena druga storitev dosegla več kot 10-odstotnega deleža v kategoriji 5 - zelo dobro. Čeprav so ljudje zadovoljni s trenutnim stanjem v občini, je očitno, da so prepričani v možnosti izboljšav na področju turizma.

Iz analize negativnih in pozitivnih učinkov turizma je razvidno, da ljudje ne zaznavajo pozitivnih učinkov, ki naj bi jih turizem prinesel. Večinski delež odgovorov se je vrstil v kategoriji 3 - niti se ne strinjam, niti se strinjam, z izjemami gospodarskih koristi in skrbi za urejenost okolja, ki sta ljudem najopaznejša pozitivna učinka. Po drugi strani so vprašani večinskega mnenja, da nekatere trditve pozitivnih učinkov ne držijo, kot na primer večja ponudba v trgovinah, dvig lokalnega ponosa in izboljšanje življenja. Glede negativnih učinkov turizma pa je bilo mnenje vprašanih zelo raznoliko. Najbolj jih je prizadel dvig cen zemljišč, ki ga pripisujejo turizmu, ter pomanjkanje parkirnih mest, kar pa je značilno za sezonsko dobo monovalentnih turističnih krajev. Poleg tega nekatere moti tudi povečana gostota ljudi v času sezone, daljše vrste v trgovinah in večja količina smeti ter odpadkov. Anketiranci tudi menijo, da jih dejavniki, kot so hrup, opuščanje krajevnih običajev, videz turističnih objektov, škoda kmetom ter konflikti med njimi samimi in turisti, ne motijo oziroma niso prisotni.

Stanje razvoja občine Izola je bilo ocenjeno kot previsoko zastavljeno oziroma slabo integrirano z lokalnim prebivalstvom, saj so ljudje večinskega mnenja, da Izola ni zelo usmerjena v turizem. Tako je odgovorilo 45 odstotkov anketiranih (odgovori z 2 - se ne strinjam). Ljudje menijo, da so turistične storitve v Izoli drage, kar bi trenutno, v času upada gospodarske moči in turističnega kapitala, lahko postala velika težava.

Iz primerjave med Izolo in Koprom je očitno, da Izola kot bolj turistično razvito mesto ne bi smelo imeti težav s konkuriranjem na slovenski obali, vendar je po primerjalni analizi s Piranom postalo jasno, da Izola ni in verjetno nikoli ne bo prvi turistični kraj na slovenski Obali. Občina Piran je tu v razvojni in kapacitetni prednosti, zato je tekmovanje zgolj s številom turistov med njima najverjetneje nesmisel. Lahko pa uspešno konkurira Piranu v kategoriji PDB, saj se turisti v Izoli v povprečju zadržijo za pol dneva več kot v Piranu. Iz tega je razvidno, da je cilj, ki je naveden v Strategiji za razvoj turizma v občini Izola 2009 - 2015 (2009), naj PDB ne upade pod 3,8, smiseln, saj je ravno to kategorija, v kateri je Izola na prvem mestu. Vseeno pa je nadaljnji turistični razvoj Izole v očeh anketiranih ne le

smiseln, temveč celo potreben. Nadalje je 45,8 odstotka anketirancev v sklopu vprašanj o prihodnjem razvoju turizma Izole odločno in prepričljivo potrdilo, da si želijo nadaljnjega razvoja.

Na podlagi navedenega je možno ugotoviti, da so bili v nalogi zastavljeni cilji preučeni, analizirani in so prinesli tudi zadovoljive rezultate. SWOT analiza, ki naj bi bilo verodostojno orodje za pripravo nadaljnjih izhodišč, se je izkazala za zelo podobno SWOT analizam drugih obmorskih krajev, z izjemo prisotnosti termalne vode ali pa z odsotnostjo luke. Kot takšna lahko služi le kot merilo podobnosti med sosednjimi kraji.

Pri pregledu tržnih možnosti izven časa glavne turistične sezone je ugotovljeno, da v kolikor Izola želi kot svojo primarno panogo izpostaviti turizem, mora njen nadaljnji razvoj težiti in se razvijati v bivalentno oziroma polivalentno turistično točko. To bi lahko v ljudeh drastično spremenilo pogled na turizem, saj tako pozitivne kot negativne učinke sezone, ki traja dva do tri mesece letno, domačini hitro pozabijo, kar bi lahko olajševalno vplivalo na nekatere odgovore o vplivih turizma (anketa je bila opravljena pred začetkom vrhunca turistične sezone, zato bi lahko bili spomini anketiranih olepšani z minevanjem časa).

Vsekakor je občina Izola kraj z uspešno turistično panogo, katere prebivalci si želijo nadaljevanje razvoja te panoge, primarno seveda zaradi gospodarskih koristi, ki jih ta prinaša. Prebivalci so se izkazali kot ljudje, ki so pripravljeni sprejeti in tolerirati višje število turistov. Obstaja pa možnost, da glavni interes v takšnem dejanju izhaja iz možnosti gospodarskih koristi, ki bi jih prebivalci lahko imeli zaradi turizma. Morda bo enkrat v prihodnosti razvita turistična doktrina do stopnje, pri kateri bi se turizem izvajal (in razvijal) zaradi turizma samega, ne pa primarno zaradi gospodarskih koristi.

LITERATURA

- Andrejčič, Radovan, Jovo Brekič, Gabrijel Devetak, Jože Florjančič, Janez Jereb, Jože Jesenko, Tone Ljubič, Franc Pauko, Vladislav Rajkovič, Marijana Rebernik, Marjan Rekar, Marjan Tkalčič in Drago Vuk. 1997. *Management v turizmu*. Kranj: Moderna organizacija.
- Benčič, Margareta. 2006. *Prepoznavanje pomena strategije turizma v lokalni skupnosti*. [Http://organizacija.fov.uni-mb.si/index.php/organizacija-si/article/viewFile/307/289](http://organizacija.fov.uni-mb.si/index.php/organizacija-si/article/viewFile/307/289) (15. 5. 2011).
- Brezovec, Aleksandra. 2000. *Marketing v turizmu: izhodišča za razmišljanje in upravljanje*. Portorož: Visoka šola za turizem.
- Cigale, Dejan. 2009. *Odnos prebivalstva slovenskih alpskih krajev do turizma in njegovih učinkov*. [Http://www.ff.uni-lj.si/oddelki/geo/publikacije/dela/files/dela_31/06_cigale.pdf](http://www.ff.uni-lj.si/oddelki/geo/publikacije/dela/files/dela_31/06_cigale.pdf) (27. 5. 2011).
- Cvikl, Helena in Andreja Alič. 2009. *Uvod v ekonomiko turizma*. [Http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Uvod_v_ekonomiko_turizma-Cvikl_Alic_1.pdf](http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Uvod_v_ekonomiko_turizma-Cvikl_Alic_1.pdf) (15. 5. 2011).
- Gomezelj Omerzel, Doris. 2006. *Konkurenčnost turističnih destinacij*. Koper: Fakulteta za management Koper.
- Hassan, Salah S. 2000. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research* 38 (3): 239.
- Medja, Urška. 2006. *Možnost razvoja turistične ponudbe v občini Bohinj*. Diplomaska naloga, Univerza na Primorskem, Fakulteta za management.
- Mihalič Tanja. 1995. *Ekonomija okolja v turizmu*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Planina, Janez in Mihalič Tanja. 2002. *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Planina, Janez. 1997. *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Rožič, Marjan. 2001. Slovenska turistična napotnica. V *Usklajeno in sonaravno* 6, ur. Avguštin Lah, 9. Ljubljana: Svet za varstvo okolja Republike Slovenije.
- Šolar, Helena in Marko Prem. 2000. Prostorske možnosti in pogoji za razvoj turizma na podeželju. *Poročevalec* 8 (6): 50–56.
- Vučko, Gregor. 2010. *Mazohizem po izolsko*. [Http://www.primorska.info/novice/9241/vucko_mazohizem_po_izolsko](http://www.primorska.info/novice/9241/vucko_mazohizem_po_izolsko) (22. 5. 2011).
- Zupanič, Nina. 2007. *Razvojne možnosti turizma v mestu Ptuj*. Diplomaska naloga, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

VIRI

- Delamaris. 2011. *Zgodovina*. [Http://www.delamaris.si/slo/o-podjetju/zgodovina.html](http://www.delamaris.si/slo/o-podjetju/zgodovina.html) (22. 5. 2011).
- Droga Kolinska. 2011. *Zgodovina*. [Http://www.drogakolinska.si/sl/o_nas/zgodovina](http://www.drogakolinska.si/sl/o_nas/zgodovina) (22. 5. 2011).
- Modrijan. 2011. *Primer mediteranskega podnebja. Modrijan*. [Http://www.modrijan.si/slv/Solski-program/Solski-program/Gradiva-za-ucitelje/Osnovna-sola/geografija/Slikovno-gradivo-iz-ucbenikov-za-geografijo-v-osnovni-soli-9.razred](http://www.modrijan.si/slv/Solski-program/Solski-program/Gradiva-za-ucitelje/Osnovna-sola/geografija/Slikovno-gradivo-iz-ucbenikov-za-geografijo-v-osnovni-soli-9.razred) (3. 5. 2011).
- Najdi.si. 2011. *Zemljevid*. [Http://www.najdi.si/zemljevid](http://www.najdi.si/zemljevid) (1. 6. 2011).
- Občina Izola. 2009. *Strategija razvoja turizma v občini Izola 2009–2015*. Interno gradivo, Občina Izola.
- Občina Izola. 2011a. *Zgodovina*. [Http://www.izola.si/index.php?page=static&item=309&tree_root=296](http://www.izola.si/index.php?page=static&item=309&tree_root=296) (3. 6. 2011).
- Občina Izola. 2011b. *Ribištvo in gospodarstvo*. [Http://www.izola.si/index.php?page=static&item=301](http://www.izola.si/index.php?page=static&item=301) (19. 5. 2011).
- Občina Izola. 2011c. *Ribištvo*. [Http://www.izola.si/index.php?page=static&item=302&tree_root=301](http://www.izola.si/index.php?page=static&item=302&tree_root=301) (22. 5. 2011).
- Shipyard Izola. 2011. *History*. [Http://www.shipyardizola.si/history.php](http://www.shipyardizola.si/history.php) (25. 5. 2011).
- SURS 2011a. *Turistični kraj*. [Http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=304&PodrocjeID=21](http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=304&PodrocjeID=21) (15. 8. 2011).
- SURS. 2011b. *Izola – 2011*. [Http://www.stat.si/obcinevstevilkah/Vsebina.aspx?leto=2011&id=56](http://www.stat.si/obcinevstevilkah/Vsebina.aspx?leto=2011&id=56) (11. 6. 2011).
- SURS. 2011c. *Izola – 2010*. [Http://www.stat.si/obcinevstevilkah/Vsebina.aspx?leto=2010&id=56](http://www.stat.si/obcinevstevilkah/Vsebina.aspx?leto=2010&id=56) (5. 6. 2011).
- SURS. 2011d. *Nočitve in prihodi obalnih občin*. [Http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp) (12. 6. 2011).
- Zunaj.si. 2011. *Geocaching – Začetek lova na zaklade*. [Http://www.zunaj.si/geocache-zacetek-lova-na-zaklade/](http://www.zunaj.si/geocache-zacetek-lova-na-zaklade/) (8. 8. 2011).

PRILOGA

Priloga 1 Anketni vprašalnik

Anketa o turizmu v Izoli

Spoštovani,

Sem Vesna Rebec, študentka Fakultete za management v Kopru. Za izdelavo diplomske naloge opravljam anketo o turizmu in njegovem razvoju v občini Izola, zato Vas vljudno naprošam, da izpolnite spodnji vprašalnik. Vprašalnik je namenjen samo prebivalcem Izole. V kolikor niste prebivalec/-ka Izole, prosim, da ankete ne izpolnujete. S svojimi odgovori na anketna vprašanja mi boste zelo pomagali.

*Izpolnjen vprašalnik mi lahko vrnete **do petka 1. 7. 2011**, in sicer po elektronski pošti na naslov vesna.rebec@izola.si, ali pa ga oddate osebno v **vložišče Občine Izola**, Sončno nabrežje 8, 6310 Izola (**nabiralnik z oznako »ANKETA«**).*

Za dodatne informacije o anketi me lahko tudi pokličete na GSM, št. 041 476 035.

Anketa je anonimna.

Za sodelovanje se Vam srčno zahvaljujem.

Demografski podatki:

	Moški	Ženski
1) Spol	1	2

	18–24	25–44	44–65	66 +
2) Starost	1	2	3	4

	Zaposlen, samozaposlen	Upokojen	Študent, dijak	Brezposeln	Drugo
3) Status	1	2	3	4	5

	Osnovna šola	Srednja šola	Višja, visoka, univerzitetna	Magisterij	Doktorat
4) Izobrazba	1	2	3	4	5

	KS Staro mesto	KS Livade	KS Jagodje - Dobrava	KS Haliaetum	KS Korte
5) V kateri krajevni skupnosti živite	1	2	3	4	5

Vprašalnik:

1) Ocenite, kaj od spodaj naštetega je v Izoli že dobro približano/ponujeno turistom

	Zelo slabo	Slabo	Niti - niti	Dobro	Zelo dobro
Dostopnost turističnih informacij.	1	2	3	4	5
Možnosti za počitek in sprostitev.	1	2	3	4	5
Ponudba kulturnih prireditev.	1	2	3	4	5
Ponudba rekreativnih dejavnosti.	1	2	3	4	5
Možnosti za zabavo.	1	2	3	4	5

Priloga 1

Lokalna kulinarika.	1	2	3	4	5
Gostoljubnost domačega prebivalstva.	1	2	3	4	5
Kakovost gostinskih storitev.	1	2	3	4	5
Kakovost ponudbe dobrega počutja (wellness).	1	2	3	4	5
Kakovost kongresnih zmogljivosti, storitev.	1	2	3	4	5
Razmerje cena – kakovost.	1	2	3	4	5
Osebna varnost med bivanjem.	1	2	3	4	5
Naravno okolje.	1	2	3	4	5

2) V spodnji tabeli je naštetih nekaj trditev o pozitivnih učinkih turizma v Izoli, Vi pa ocenite vaše strinjanje z njimi, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 pomeni se ne strinjam, 3 pomeni niti se ne strinjam, niti se strinjam, 4 pomeni se strinjam, 5 pomeni zelo se strinjam.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti se ne strinjam, niti se strinjam	Se strinjam	Zelo se strinjam
Boljša kakovost storitev.	1	2	3	4	5
Večja izbira ponudbe trgovin.	1	2	3	4	5
Turizem prinaša Izoli pomembne gospodarske koristi.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma je v Izoli lažje najti zaposlitev.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma se je v Izoli povečala skrb za okolje.	1	2	3	4	5
Življenje v Izoli je postalo bolj zanimivo.	1	2	3	4	5
Domačini so bolj ponosni na Izolo.	1	2	3	4	5
Povečala se je skrb za urejenost naselja.	1	2	3	4	5
Življenje se je izboljšalo.	1	2	3	4	5

3) V spodnji tabeli je naštetih nekaj trditev o negativnih učinkih turizma v Izoli, Vi pa ocenite vaše strinjanje z njimi, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 pomeni se ne strinjam, 3 pomeni niti se ne strinjam, niti se strinjam, 4 pomeni se strinjam, 5 pomeni zelo se strinjam.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti se ne strinjam, niti se strinjam	Se strinjam	Zelo se strinjam
Turistom namenjeni objekti kvarijo videz Izole.	1	2	3	4	5
Turizem povzroča moteč hrup.	1	2	3	4	5
Daljše so vrste v trgovinah.	1	2	3	4	5
Zaradi turistov je velika prometna gneča.	1	2	3	4	5
Življenje je postalo manj varno.	1	2	3	4	5
Turizem je vplival na povečanje življenjskih stroškov.	1	2	3	4	5
Turisti motijo naš način življenja.	1	2	3	4	5
Razvoj turizma koristi le majhnemu delu prebivalstva.	1	2	3	4	5
Turizem je povzročil škodo naravnemu okolju.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma je na ulicah več smeti in odpadkov.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma je v kraju več socialnih problemov.	1	2	3	4	5
Povečale so se socialne razlike med domačini.	1	2	3	4	5

Povečale so se cene stanovanj in zemljišč.	1	2	3	4	5
Prihaja do pogostih konfliktov med turisti in domačini.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma se opuščajo krajevni običaji.	1	2	3	4	5
Turisti povzročajo škodo kmetom/ribičem.	1	2	3	4	5
Zaradi turistov primanjkuje parkirnih mest.	1	2	3	4	5

4) Označite vaše strinjanje s spodnjimi trditvami o stanju turizma v Izoli, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 pomeni se ne strinjam, 3 pomeni niti se ne strinjam, niti se strinjam, 4 pomeni se strinjam, 5 pomeni zelo se strinjam.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti se ne strinjam, niti se strinjam	Se strinjam	Zelo se strinjam
Cene turističnih storitev v Izoli so nizke.	1	2	3	4	5
Razvoj Izole je usmerjen v turizem.	1	2	3	4	5
Zaradi turizma je življenje v Izoli boljše in kakovostnejše.	1	2	3	4	5
Izola kot turistična destinacija je bolj konkurenčna kot Koper.	1	2	3	4	5
Izola kot turistična destinacija je bolj konkurenčna kot Piran.	1	2	3	4	5

5) Označite vaše strinjanje s spodnjimi trditvami o prihodnjem razvoju turizma v Izoli, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 pomeni se ne strinjam, 3 pomeni niti se ne strinjam, niti se strinjam, 4 pomeni se strinjam, 5 pomeni zelo se strinjam.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti se ne strinjam, niti se strinjam	Se strinjam	Zelo se strinjam
Nadaljnji razvoj turizma bi koristil kraju.	1	2	3	4	5
Razvoj turizma v Izoli škoduje življenju.	1	2	3	4	5
Število turistov bi se moralo še povečati.	1	2	3	4	5
Zgraditi bi bilo treba nova prenočišča.	1	2	3	4	5
Povečati bi bilo treba količino možnosti za rekreacijo.	1	2	3	4	5
Izboljšati bi bilo treba prometno infrastrukturo.	1	2	3	4	5
Lokalno prebivalstvo podpira razvoj Izole.	1	2	3	4	5
Lokalno prebivalstvo lahko pripomore k razvoju turizma.	1	2	3	4	5
Želje domačinov so vključene v turistično ponudbo.	1	2	3	4	5
Nadaljnega razvoja turizma ne bi smeli več spodbujati.	1	2	3	4	5

Hvala za Vaš čas.