

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA ŠPORT

DIPLOMSKO DELO

ALEKS SIMČIČ

Ljubljana, 2010

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Borisu Sili za pomoč in svetovanje.

Posebna zahvala gre sestri Marjani.

Hvala Primožu za tehnično pomoč.

Hvala Aljotu, Klemnu in Mretu. Skupaj smo preživeli nepozabne trenutke v času študija.

Hvala staršem za vse.

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA ŠPORT
Univerzitetni študij športne vzgoje
Športno treniranje
Kondicijsko treniranje

**ANALIZA ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH OD
LETA 1991 DO 2009 IN MOŽNOSTI RAZVOJA**

DIPLOMSKO DELO

AVTOR: Aleks Simčič

MENTOR: Doc. dr. Boris Sila

RECENZENT: Doc. dr. Blaž Jereb

KONZULTANT: Izr. prof. dr. Maja Pori

Ljubljana, 2010

Ključne besede: Turizem, šport, športni turizem, Goriška brda, klubi, možnosti razvoja

Naslov: Analiza športnega turizma v Goriških brdih od leta 1991 do 2009 in možnosti razvoja

Avtor: Aleks Simčič

Strani: 63

Literatura in viri: 42

Slike: 4

Preglednice: 5

IZVLEČEK

Športni turizem pridobiva v Goriških brdih vse bolj pomembno vlogo. Brda imajo bogato enogastronomsko ponudbo, poleg tega pa še veliko kulturno - zgodovinskih znamenitosti, ter zanimivo podobo pokrajine. Pri tem predstavlja športni turizem prijetno dopolnilno dejavnost.

Diplomsko delo je zastavljeno tako, da so najprej predstavljena teoretična izhodišča, ki širše zaobjamejo obravnavni problem. Bralcu so prikazani osnovni pojmi o turizmu, športnem turizmu, športni rekreaciji, prostem času. Temu sledi predstavitev razvoja turizma v Sloveniji od osamosvojitve dalje, kjer sta predstavljeni obe strategiji slovenskega turizma, ter organizacija turizma na regionalni in občinski ravni. Nato se obravnava vse bolj zožuje; najprej Goriška brda v širšem smislu, kjer so bralcu predstavljeni začetki občine Brda, geografske, kulturno-zgodovinske in ekonomske značilnosti, kar bralcu približa okolje, o katerem je govora. Poleg tega je opisan profil obiskovalca Goriških brd in SWOT analiza celotnega območja. Potem sledi predstavitev športnega turizma v Sloveniji ter podroben opis le-tega v Goriških brdih. Predstavljeni so glavni klubi in lokalne inštitucije, ki so pripomogle k razvoju športnega turizma v Goriških brdih. V tem poglavju je posebej izpostavljen največji praznik v Brdih- Praznik češenj, v sklopu katerega potekajo tudi največje in najbolj odmevne športne prireditve tega območja. V nalogi je vključena analiza dosedanjih dejavnosti na področju turizma, v kateri so opisane prireditve in povezava med športnimi in drugimi prireditvami. Poleg tega so prikazane možnosti razvoja športnega turizma, ki dajejo prednost t.i. zelenim športom in razmišljanja o možni širitvi ponudbe v že obstoječih ter novih športnih dejavnosti.

Key words: Tourism, sport, sport tourism, Goriška brda, clubs, possibilities of development

Address: Analiza športnega turizma v Goriških brdih od leta 1991 do 2009 in možnosti razvoja

Author: Aleks Simčič

Pages: 63

Literature and sources: 42

Photos: 4

Tables: 5

ABSTRACT

Sport tourism is becoming increasingly important in the region of Goriška Brda. The Brda region offers not only a wide range of food and wine products but also many cultural and historic sights and interesting landscape. Moreover, sport tourism represents a pleasant additional activity.

The structure of this thesis is the following. First, there is a presentation of theoretical basis, which covers the topic in question in broader terms. The reader is acquainted with basic concepts of tourism, sport tourism, sports recreation and leisure. This is followed by the presentation of the development of tourism after Slovenian independence, which includes a description of both strategies of Slovenian tourism and the organization of tourism at the regional and municipal level. Then, the discussion becomes narrower: first, it focuses on Goriška Brda as a whole, where the reader gets acquainted with the origins of the municipality of Brda and its geographical, cultural, historic and economic features in order to get familiar with the region in question. It also describes the profile of the visitor of Goriška Brda and a SWOT analysis of the entire region. It is followed by the presentation of sport tourism in Slovenia and its detailed description in Goriška Brda. The thesis includes the presentation of major clubs and local institutions that have contributed to the development of sport tourism in Goriška Brda. The chapter focuses on the biggest festival in the region of Brda – the Cherry Festival, which also includes the biggest and most prominent sporting events in the area. The thesis also provides the analysis of existing activities in tourism, which includes the description of events and the connection between sporting and other events. Finally, it describes several possibilities of development of sport tourism that are giving way to »green sports« and thoughts on extending the options in existing and more recent sporting activities.

KAZALO

1.0 UVOD	9
2.0 PREDMET IN PROBLEM	11
3.0 NAMEN IN CILJI	19
4.0 METODE	19
5.0 TURIZEM V SLOVENIJI OD OSAMOSVOJITVE DALJE	20
5.1 STRATEGIJI SLOVENSKEGA TURIZMA 2002–2006 IN 2007–2011	21
5.2 ORGANIZIRANOST TURIZMA NA LOKALNI IN REGIONALNI RAVNI	23
5.2.1 STRATEGIJA TURISTIČNEGA RAZVOJA GORIŠKE	23
5.2.1.1 PROJEKT SMARAGDNA POT.....	23
5.2.1.2 PROJEKT SABOTIN – PARK MIRU	24
5.2.2.2 STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V OBČINI BRDA.....	25
6.0 PREDSTAVITEV GORIŠKIH BRD	27
6.1 NASTANEK OBČINE BRDA	27
6.2 GEOGRAFSKE ZNAČILNOSTI	28
6.3 KULTURNO-ZGODOVINSKE ZNAČILNOSTI	28
6.3.1 Zgodovina Brd.....	28
6.3.2 Kulturne znamenitosti.....	29
6.4 EKONOMSKE ZNAČILNOSTI	31
6.4.1 Vinarstvo	31
6.4.2 Sadjarstvo	32
6.4.3 Oljkarstvo.....	32
6.4.4 Čebelarstvo.....	32
6.5. PROFIL OBISKOVALCA GORIŠKIH BRD	33
6.6 SWOT ANALIZA GORIŠKIH BRD KOT TURISTIČNE DESTINACIJE	36
7.0 ŠPORTNI TURIZEM V SLOVENIJI	37
8.0 RAZVOJ ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH – VLOGA KLUBOV, LOKALNIH INŠTITUCIJ IN GOSPODARSKIH SUBJEKTOV	39
8.1 ZAMETKI ŠPORTNEGA TURIZMA V BRDIH	40
8.2.1 PLANINSKO DRUŠTVO BRDA IN NJEGOVA VLOGA	40
8.2.2 KOLESARSKI KLUB BRDA	41
8.2.3 KLUB MALEGA NOGOMETA SAN MARTINS	42
8.2.4 BALINARSKI KLUB BRDA	43
8.2.5 JEEP KLUB BRDA	44
8.2.6 MOTO KLUB BRDA	44
8.2.7 LOVSKI DRUŽINI SABOTIN IN DOBROVO	45
8.3 GLASBENA AGENCIJA JOTA	46
8.4 TURISTIČNO-INFORMACIJSKI CENTER (TIC)	46
8.5 VLOGA PRAZNIKA ČEŠENJ PRI ŠPORTNEM TURIZMU V BRDIH	47
8.5.1 KOLESARSKI MARATON ČEŠENJ	47
8.5.2 POHOD OD ČEŠNJE DO ČEŠNJE.....	50
8.5.3 ČEŠNJEV TURNIR V NOGOMETU.....	50
9.0 ANALIZA DOSEDANJIH DEJAVNOSTI IN MOŽNOSTI RAZVOJA ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH	51
9.1 ANALIZA POVEZANOSTI MED ŠPORTNIMI IN OSTALIMI PRIREDITVAMI V GORIŠKIH BRDIH	51

9.2 MOŽNOSTI RAZVOJA ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH V PRIHODNOSTI	56
10.0 ZAKLJUČEK	58
11.0 LITERATURA IN VIRI	60

1.0 UVOD

Šport je v turistični ponudbi zanimiva popestritev, ki predstavlja zdrav način življenja, aktivno preživljanje prostega časa, pustolovščino. Poleg tega pomeni športni turizem pomemben del celostne turistične ponudbe kraja.

V diplomskem delu je prikazan razvoj športnega turizma v Goriških brdih med letoma 1991 in 2009 ter možnosti razvoja. Športni turizem je bil izbran, ker je tema povezana z avtorjevim študijem in ker postaja v Goriških brdih vse bolj iskana dejavnost med obiskovalci. Diplomsko delo je lahko zanimivo branje za tiste, ki se ukvarjajo s turizmom (ne le v Brdih) na praktični ravni ali na področju strateškega planiranja. Gre za besedilo, ki predstavlja pregled dejavnosti, organizacij, strategij, ki se v Brdih nanašajo na športni turizem. Diplomsko delo želi prispevati k širjenju znanja o Brdih in akademskega proučevanja tega področja, ki ima v smislu turizma, natančneje športnega turizma, velik potencial.

Pri proučevanju teme je bilo ugotovljeno, da igrajo turistične in promocijske prireditve tudi pri razvoju športnega turizma veliko vlogo, zato so v diplomskem delu nanizani in razdelani nekateri dogodki turističnopromocijskega značaja, ki se odvijajo v Brdih. Te namreč bistveno pripomorejo k prepoznavnosti kraja ter tako posredno in neposredno vplivajo na športni turizem.

Proučevanje športnega turizma je umeščeno v obdobje od osamosvojitve Slovenije leta 1991 pa do leta 2009, saj so se v tem obdobju dogodile največje spremembe na tem področju. V tem času je prišlo do ustanovitve številnih društev, klubov in drugih ustanov, ki se ukvarjajo s športom, s turizmom in z organizacijo prireditev. Njihovo delovanje oblikuje novo podobo Brd, katerih gospodarska struktura postaja vse bolj vezana na turistično panogo. Treba je poudariti, da so Brda prepoznavna predvsem po enogastronomski ponudbi, športni turizem pa predstavlja, zaenkrat, dopolnilno dejavnost.

V diplomskem delu lahko ugotovimo, da je športni turizem v Brdih v nenehnem vzponu. To dokazuje nastajanje in delovanje klubov, organizacija športnih dogodkov in prireditev. Bralec lahko ugotovi, kako so se je razvijal športni turizem od osamosvojitve dalje, kateri športni dogodki so bili najbolj odmevni in kakšna je povezanost med športnim in ostalim turizmom.

Diplomsko delo je zasnovano tako, da bralca pelje od splošnih konceptov k vse bolj specifičnim temam. V začetnem teoretičnem delu je opredeljeno, kaj je turizem, prosti čas, rekreacija in športna rekreacija, saj ti pojmi predstavljajo osnovo temu, kar je v nadaljevanju obravnavano. Opredeljen je tudi pojem športnega turizma in njegovi vlogi v sodobni turistični ponudbi. Sledi analiza razvoja turizma v Sloveniji ter opis turističnih strategij; sicer najprej na nacionalni ravni, nato na ravni goriške regije, kjer sta predstavljena projekta Smaragdna pot in Sabotin – Park miru. To nas vodi k analizi strategije turističnega razvoja Goriških brd. Da je bralcu omogočeno boljše razumevanje prostora, ki je v obravnavi, so v naslednjem poglavju predstavljene geografske, kulturno-zgodovinske in ekonomske značilnosti Goriških brd. Temu sledi opis razvoja športnega turizma v Sloveniji, nato pa opis razvoja športnega turizma v Goriških brdih v luči razvoja organizacij, ki so s tem povezane. V ta del je umeščen tudi osrednji dogodek v Goriških brdih – Praznik češenj, v katerem je vključenih tudi več športnih prireditev. Sklop dogodkov, vezanih na Praznik češenj, služi kot iztočnica za pregled glavnih dogodkov v Goriških brdih ter drugih dogodkov, ki so pomembni za športni turizem. V nadaljevanju so podane možnosti razvoja v prihodnosti, kjer gre za razmišljanja o tem, kaj lahko še pripomore k izboljšanju športnega turizma v Brdih. V zaključku najdemo razmišljanja o preteklem razvoju, priložnostih in možnostih, ki jih športni turizem ponuja.

V delu so obravnavani izključno klubi in organizacije ter večji dogodki. V proučevanje ni vključenih zasebnih ponudnikov, gostincev in ostalih ponudnikov športne rekreacije, ki delujejo izključno na lokalni ravni in ne ponujajo športnega turizma. Delo je opredeljeno v določenem časovnem obdobju zaradi boljše obravnave in umestitve v celoten kontekst razvoja turizma v Sloveniji, pa tudi zaradi pomanjkanja podatkov v preteklosti.

2.0 PREDMET IN PROBLEM

Goriška brda so zaradi bližine Jadranskega morja in Julijskih Alp izjemno izhodišče za tiste, ki ljubijo raznolikost. Enodnevni izleti v različne pokrajine so tudi del turistične strategije Goriške, kamor spadajo Brda.

Razvoj turizma in njegova pomembna vloga kot nova gospodarska panoga je bila priložnost tudi za Brda. Turizem v Brdih temelji na enogastronomski ponudbi, vse bolj pa se uveljavlja tudi športni turizem. Treba je povedati, da se turizem v Brdih razvija od osamosvojitve Slovenije dalje, enako velja za športni turizem. Na novo ustanovljeni klubi in društva so začeli ustvarjati drugačno podobo Brd. Nekateri športni dogodki so postali precej odmevni in privabljajo precejšnje število udeležencev. Športni turizem ima v osemnajstletnem obdobju vse večji vpliv v celotni turistični ponudbi Brd.

Šport je po definiciji CIESSSEP (Mednarodni svet za šport, športno znanost in telesno vzgojo) pri UNESCO: »Vsaka telesna dejavnost, ki ima značaj igre in obsega možnost boja samega s seboj, z drugimi ali s prvinami narave, je šport. Če ima ta dejavnost značaj tekmovanja z drugimi, jo je treba izvajati v viteškem duhu. Ni resničnega športa brez fair-playa«. (Športni manifest CIEPS, 1968, v Šugman, 1997)

Šport ima zelo pomembno vlogo v družbi, kar potrjuje zapis v Uradnem listu Republike Slovenije, v katerem je šport opredeljen na sledeč način: »Šport je pomembna dejavnost družbe, izraz njene dinamike in del splošne kulture, ki bogati kakovost življenja posameznika. Ljudje se ukvarjajo s športom na osnovi interesa prostovoljno. Z njim se lahko ukvarjajo neorganizirano, lahko pa se združujejo v društvih ali drugih športnih organizacijah«. (Povzeto po: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200024&stevilka=1065>)

Po Šugmanu teorija športa pojmuje šport kot dokaj enovit pojem, ljudje pa se ukvarjajo z njim iz različnih vzrokov, namenov, ciljev. V glavnem naj bi bila dva namena udejstvovanja: prvi zaradi rezultata ter drugi zaradi razvedrila in drugih pozitivnih vrednot, ki jih nudi šport. Vmes pa so različni odtenki, ki pa se v bistvu ne razlikujejo od opisanih dveh namenov. (Šugman, 1997)

Zanimivo o športu razmišlja psiholog Anton Trstenjak, ki je o športu povedal naslednje: »Predmet športa danes ni morebiti samo »telovadba« v ožjem pomenu besede, temveč vse najrazličnejše panoge telesnega in duševnega prizadevanja. Razen telovadbe in atletike v ožjem pomenu spadajo v okvir športa vse oblike »umetne hoje«, to je s tehničnimi sredstvi olajšano in izpopolnjeno premikanje iz enega kraja v drugega: kolesarjenje, šofiranje, pilotiranje, veslanje, jahanje itd.« (Trstenjak, 1979, v Šugman 1997, str. 23)

Turizem je relativno nov pojem, je sestavljen družbeni in ekonomski pojav ter gospodarska dejavnost, zato ga ni enostavno definirati. Čeprav obstaja veliko navedenih in številne necitirane definicije, se med seboj zelo razlikujejo. Tako smemo definicije ločiti v tri velike skupine:

- ❖ Definicije za uporabo v statistiki, kjer se s konkretnimi nameni definira pojem turista.
- ❖ Definicije, ki poudarjajo ekonomske vzroke, posledice in značilnosti turizma.
- ❖ Definicije, ki poudarjajo neekonomske značilnosti turizma. (Planina, 1997)

Po definiciji svetovne turistične organizacije (povzeto po: www.stat.si/doc/pub/rr-809-04.pdf), v Tadić, 2005) je turizem splet dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo najmanj en dan v kraju zunaj svojega običajnega okolja (z najmanj eno prenočitvijo), vendar ne več kot eno leto (365 dni) brez presledka, in sicer zaradi preživljanja prostega časa, poslov ali drugih razlogov.

Na ravni destinacije Kušen (Kušen 2003, v Cvikel in Brezovec, 2006) deli privlačnosti za turizem v naslednje skupine:

»V destinaciji oziroma v povezavi z njo so torej pomembne osnovne privlačnosti, kot so naravne in kulturne danosti, in izvedene privlačnosti, med katere sodijo infrastruktura, turistična infrastruktura ter promocija in informacijska dejavnost«.

Med osnovno infrastrukturo uvrščata avtorja splošne objekte in naprave (osnovna prometna mreža in splošne komunalne naprave, kot so vodovod, kanalizacijsko, plinsko in električno omrežje, pločniki, parkirni prostori, ulična razsvetljava ...).

Turistično infrastrukturo po besedah Planine (1997) najpogosteje razvrščamo v tri skupine:

- ❖ Prometne zmogljivosti (splošno prometnega ali čisto turističnega značaja in storitve, ki so povezane z njimi);
- ❖ Prenočitvene in prehrabene zmogljivosti vseh vrst ter proizvodi in storitve, ki se proizvajajo v teh objektih;
- ❖ Zmogljivosti vseh drugih dejavnosti, ki sodelujejo in zagotavljajo zadovoljevanje turističnih potreb (turistične agencije, trgovina, menjalnice, servisi, bencinske črpalke, športnorekreativski objekti – bazeni, smučišča, markirane planinske in pešpoti, zdravstveni objekti ...).

Da so osnovne privlačnosti za turiste dostopne, je potreben postopek ekonomske valorizacije, ki pretvori obstoječe privlačnosti v del turistične ponudbe, in sicer s pomočjo izgradnje ali ureditve izvedenih privlačnosti. Ponudba nastopi na trgu, kjer dobi svojo ceno. (Planina, 1997)

Florjančič, Veselko idr. (1997) menijo, da turizem kot gospodarska terciarna dejavnost zajema vse posle in odnose, ki vključujejo potovanja, začasno bivanje ljudi izven njihovega prebivališča zaradi dopusta, zdravljenja, zabave ter občudovanja naravnih lepot in kulturne dediščine. Pri tem stopnja razvoja celotnega gospodarstva države ter raven turističnega povpraševanja in ponudbe narekujejo dinamiko razvoja turizma.

Turistično povpraševanje je po Florjančiču, Veselku idr. (1997) količina turističnih dobrin, storitev in blaga, pa tudi kulturnih vrednot, ki jih turisti –časni obiskovalci – želijo kupiti po primerni ceni in ustreznem deviznem tečaju. Večje turistično povpraševanje je odvisno od življenjskega standarda, boljše kakovosti življenja in več prostega časa. V današnjem času se javlja želja po turističnih potovanjih, rekreaciji in ohranjanju kondicije, zato se iščejo ustrezne informacije.

Turistična ponudba zaobjame turistične dobrine (storitve), ki naj bi jih plasirali na določeno tržišče hkrati z elastičnimi cenami (za domače turiste) in stimulativnim deviznim tečajem (za tuje turiste). Turistične dobrine so klasično blago in materializirane storitve ter posebne dobrine, npr. gospodarske in kulturne, ki so neprenosljive, neuničljive. (Florjančič in Veselko idr., 1997)

Področje turističnega trga predstavlja področje, kjer se srečujeta ponudba in povpraševanje, pri tem pa se oblikuje cena. Vsak trg je odvisen od značilnosti ponudbe in povpraševanja, ki se na njem pojavljata. Od tod izvirajo posebnosti raznih vrst trgov, med njimi tudi posebnosti turističnega trga. Za tega je značilno, da imata turistična ponudba in povpraševanje praviloma mnogo nasprotnih in težko združljivih značilnosti, zato ima turistični trg svojevrstne organizacijske oblike, na njem pa se kažejo svojstvene zakonitosti in s tem osebne vrste problemov. (Planina, 1996)

Po Planini (Planina, 1997) se pojavlja v turizmu več značilnih skupin:

Počitniški turizem predstavlja dolgotrajno bivanje v določenem kraju ter na koriščenje penzijskih storitev, pri čemer so turisti nastanjeni v gostinskih obratih. Naslednja oblika, prehodni turizem, za katerega je značilna kratka doba bivanja v enem kraju, postaja vse pomembnejši. Pojavljata se tudi *weekend* turizem, to je turizem ob koncu tedna in izletniški turizem, ki pa je omejen na pol dneva ali en dan ter ne vključuje prenočevanja. (Planina, 1997)

Prosti čas predstavlja temeljni pogoj za turizem v skladu z definicijo Hunzikerja in Krapfa, ki v času turistične dejavnosti izključujeta pri turistih vsako pridobitno dejavnost – to je plačano delo ali ustvarjanje dobička. (Planina, 1997)

Delež prostega časa se v razmerju do delovnega časa povečuje. Leta 1950 je bilo razmerje prostega in delovnega časa 1600 ur proti 2700 na leto; leta 1990 pa je bilo razmerje 2100 prostega časa proti 2000 ur delovnega časa letno (Simoneti, 2002, v Fikfak in Zbašnik Senegačnik, 2008).

Preživljanje prostega časa ima trenutno nekaj splošnih trendov:

- ❖ Prosti čas pomemben za kakovost življenja.
- ❖ Nove oblike prostega časa – bližina obale ali sladkovodnih bazenov – ni več nujno potrebna, pomen dobiva narava v širšem smislu (mir, zelenje, vključevanje v kmečka opravila ...).
- ❖ Povečuje se pomen aktivnega doživljanja in intenzivnega preživljanja prostega časa (posebni doživljaji, zadovoljstvo, spoznavanje starih domačih običajev, intenzivne športnorekreacijske aktivnosti ...).
- ❖ Težnja po ohranitvi zdravja oz. telesnih in duševnih zmogljivosti s pomočjo športnih aktivnosti (povečan interes za športne dejavnosti – raftanje, kolesarjenje, hoja, tek, tek na smučeh, čolnarjenje, jadranje na deski, golf ...).

- ❖ Želja po spoznavanju in uživanju narave (sprehodi, posedanje, taborjenje, pikniki v naravi ...) (Simoneti, 2002, v Fikfak in Zbašnik Senegačnik, 2008).

Dumazedier (v Planina, 1997) šteje za **rekreacijo** “vsako svobodno, neplačano dejavnost, ki prinese takojšnje zadoščenje” oziroma “celokupnost opravil, ki se jim človek posveti z namenom, da bi se odpočil, se zabaval, razširil kulturno obzorje, izpopolnil poklicno znanje, razvil svojo osebnost in povečal svoj družbeni pomen”.

Rekreacija se deli na aktivno in pasivno. Med pasivno rekreacijo lahko uvrstimo branje knjig, obisk kina, koncertov ter športnih in drugih prireditev. Za aktivno rekreacijo pa štejemo ples, fotografiranje, vrtnarjenje, lov, ribolov, aktivno ukvarjanje s športi, potovanja, turizem. (Kuzmin, 2005)

Po mnenju Jovana (Jovan 1973, v Berčič idr., 2005) se rekreacijo deli glede na:

- ❖ Vrsto aktivnosti (športno, kulturno, zabavno).
- ❖ Obliko udejstvovanja (individualno, usmerjeno, organizirano).
- ❖ Formalno družbeno strukturo (družinsko rekreacijo, rekreacijo v šolah, v krajevnih skupnostih, v delovnih organizacijah).
- ❖ Socialno strukturo (komercialno, javno, privatno).
- ❖ Čas (v odmorih med delom, dnevno, tedensko v času vikendov, letno).
- ❖ Starost, spol, treniranost.

Kot pravi Planina (1997), je najpomembnejša sestavina rekreacije poleg številnih vrst pasivne in aktivne rekreacije sprememba okolja, kjer pride do različnih sprememb: za spremembo vsakodnevnih opravil, za spremembo družbe in klimatskih sprememb, razmer, prehrane, oblačenja, gre torej za spremembo vsakodnevnega življenja. Turistična rekreacija naj bi bila toliko popolnejša in uspešnejša, čim več je sprememb in čim temeljitejše so spremembe. Cilj rekreacije ni le enostavna obnovitev delovnih sposobnosti, ampak tudi pridobitev novih spoznanj, izkušenj in doživetij, ki človeka bogatijo. (Planina, 1997)

Ker po Pedičku (Pediček, 1970, v Berčič idr., 2005) v izvornem smislu pojem šport pomeni kratkočasje, razvedrilo, igro, tekmovanje, bi lahko za pojem **športna rekreacija** rekli, da je rekreacija oblika, šport pa njena vsebina.

Definicij o športni rekreaciji je veliko, bolj celovito in podrobno definicijo podaja Berčič (1980) (v Berčič idr., 2005), ki športno rekreacijo opredeljuje na sledeč način: » Športna rekreacija je tista izbrana in celovita človekova dejavnost izven poklicnega dela ali eksistenčne dejavnosti (razen posebnih odmorov med delom), ki je izbrana po lastni želji in opredelitvi, ki fizično, psihično in socialno bogati, sprošča in obnavlja človeka, ki usmerja k razvoju ustvarjalnosti, k ohranjanju in izboljšanju fizičnega in duševnega zdravja, k smotrnemu in koristnemu izrabljanju prostega časa ter k oblikovanju človeka v vsestransko razvito osebnost«.

Športna rekreacija je izsek človekovega družbenega življenja, ki lahko spremlja človeka vse od otroških let do pozne starosti. Ker se s športno rekreacijo lahko ukvarja vsak, je posebej pomembna tista komponenta športne rekreacije, ki naj bi bogatila kulturo in kakovost človekovega življenja. (v Berčič idr., 2005)

Športna rekreacija postaja vse pomembnejša sestavina vsakdanjega življenja določenega dela prebivalstva in pomemben dejavnik razvoja v Sloveniji. Kljub določenim posameznim nihajem navzgor in navzdol, obči trendi v zadnjih desetletjih kažejo na napredek, kar potrjuje dejstvo, da je športna rekreacija za več kot polovico prebivalstva Slovenije postala pomemben del njihovega vsakdanjika. (Petrović, Ambrožič, Bednarik, Berčič, Sila in Doupona Topič, 2001, v Berčič idr., 2005)

Povezava športa in turizma izhaja že iz antike. Največ so k temu pripomogle Olimpijske igre, ki so pritegnile veliko pozornost. Rimljani so kasneje začeli graditi terme in mesta so postala znana po naravnih vrelih, kjer pa vrelcev ni bilo, so Rimljani ustvarjali umetne. Ljudje so potovali zato, da so obiskovali terme. (De Knop in Standeven, 1999)

O športu in turizmu Berčič (1996, str. 7) pravi: »Oba pojava, šport in turizem, sta v svojem generičnem bistvu osnovana na neekonomskih motivih. Dejavni udeleženci v športu in turizmu ne pridobivajo sredstev za svojo eksistenco, temveč jih trošijo, da bi zadostili svojim zdravstvenim, razvedrilnim, socialnim, kulturnim in drugim potrebam«.

O povezanosti in soodvisnosti športa in turizma Berčič (1996, str. 8) pravi naslednje: »Dopolnjujoča povezanost in soodvisnost športa in turizma se kažeta predvsem v njihovih skupnih ciljih: gradnja mostov razumevanja med različnimi kulturami, tradicijami in načinom življenja; spodbujanje miru in dobre volje med narodi; spodbujanje dejavnega preživljanja prostega časa in sproščanje za čim širše skupine ljudi, obremenjene s številnimi zahtevami sodobnega časa.«

»Sodobni turizem je vse bolj usmerjen k različnim dejavnostim, k aktivnemu oddihu, ki je po karakterju čim bolj nasproten vsakodnevnemu profesionalnemu delu. Med mnogimi možnostmi vsebinske ponudbe izkoriščanja prostega časa turistov imajo športne storitve in različni športni programi izjemno pomembno mesto.« (Sila, 1996, str. 86)

»V celoviti turistični ponudbi ima tako ponudba športnih programov večstranski pomen:

- ❖ dodatno privabljanje gostov s širšo ponudbo,
- ❖ podaljševanje turistične sezone,
- ❖ aktivno, zdravo in smotrno izkoriščanje prostega časa turistov,
- ❖ večja medijska odmevnost,
- ❖ neposredni ekonomski učinki (prodaja – najem športnih terenov, programov – znanja, športnih rekvizitov in ostale opreme, servisi športne opreme),
- ❖ posredni ekonomski učinki (prodaja različne športne opreme, dodaten promet v gostinskih obratih, več prenočitev)« (Sila, 1996, str. 87).

Sodobno preživljanje dopusta temelji na izpolnjevanju človekovih potreb in želja, hkrati naj bi spodbujalo njegovo kreativnost. Takšen aktiven oddih ima veliko prednosti pred pasivnim preživljanjem prostih dni v posameznih turističnih krajih. Gostje – turisti so lahko:

- ❖ rekreativni športniki, ki pridejo na aktivni dopust,
- ❖ vrhunski športniki, ki imajo krajša ali daljša tekmovanja, njihova navzočnost pa je običajno povezana s številnimi spremljevalci,
- ❖ gostje lahko pridejo zaradi športa – primarna odločitev, ali pridejo zaradi drugih interesov, pri katerih igra šport sekundarno, terciarno ali nižjo stopenjsko odločitveno vlogo, ali pa ga v združbi ostalih interesov sploh ni (Berčič, 1996).

De Knoop in Standeven (1999) razlikujeta med aktivnim in pasivnim športnim turistom. Aktivni športni turist je naravnani na aktivno preživljanje dopusta, pri čemer je športno udejstvovanje glavni namen prostega časa. Pri tem se razlikujeta med dvema vrstama športnih turistov. Prvi se ukvarjajo s točno določenim športom celoten čas dopusta. Drugi pa se ukvarjajo z različnimi športnimi zvrstmi.

Med pasivne športne turiste štejemo t. i. poznavalce, ki se načrtno udeležujejo določenih športnih dogodkov oziroma obiskujejo športne muzeje itd., in t. i. priložnostne obiskovalce, ki jih športni dogodek pritegne, vendar so se zgolj slučajno znašli na kraju športnega dogodka. (De Knoop in Standeven, 1999)

Berčič in Sila (Berčič in Sila, 2004, str. 19) ugotavljata, »da sta si šport in turizem po svoji funkciji zelo blizu in hkrati v svojem bistvu sorodna pojava. Iz tega izhaja zanimiva sintagma, da šport bogati turizem in turizem bogati šport«.

Problem obravnavanega dela je v izkoriščenosti športno-turistične ponudbe v Goriških brdih. Zanima nas, ali povezovanje med športnimi in drugimi prireditvami vpliva na odmevnost in s tem množičnost dogodka. Ugotavljamo tudi, kakšna je pri tem vloga povezovanja med športnimi klubi, gospodarskimi subjekti (Vinska klet Goriška Brda, Glasbena agencija Jota,...) in drugimi inštitucijami (TIC Brda, Občina Brda) na občinskem nivoju. Tako namreč lahko sklepamo na možnosti razvoja določenih dogodkov in celotnega športnega turizma v prihodnosti.

3.0 NAMEN IN CILJI

Namen diplomskega dela je predstaviti razvoj športnega turizma v Goriških brdih v danem časovnem obdobju. Pri je izpostavljeno delovanje organizacij, ki so bile v tem času dejavne na področju turizma in športnega turizma. Eden od ciljev diplomskega dela je prikazati napredek na področju športnega turizma na območju, ki je bilo gospodarsko vezano izključno na trženje kmetijskih pridelkov. Naslednja cilja sta oceniti povezavo med športnim turizmom in glavnimi prireditvami v Brdih ter nakazati, kakšne so možnosti razvoja. Kot primer dobrega vključevanja športnih dogodkov v prireditve v Brdih je naveden primer Praznika češenj. Zanima nas, kakšne so možnosti razvoja obstoječih in drugih športnih aktivnosti.

4.0 METODE

V diplomskem delu je bila uporabljena analiza primarnih in sekundarnih virov. Pri uporabi primarnih virov smo se oprli na analizo dokumentov. Pri uporabi sekundarnih virov smo analizirali in interpretirali knjige, članke, poročila. V delu je prikazana tudi SWOT analiza Goriških brd za potrebe turizma. Poleg tega je bila uporabljena metoda usmerjenega intervjuja s člani klubov in organizacij. Predhodno smo iz sekundarnih virov dobili čim več informacij o tematiki, kar je pomagalo pri zastavljanju vprašanj na intervjujih. Intervjuji so v povprečju trajali eno uro. Prav metoda intervjujev je bila v veliko pomoč pri pridobivanju koristnih informacij o razvoju športnega turizma v Brdih. Gre namreč za temo, ki doslej ni doživela sistematičnega proučevanja, zaradi česar ni bilo mogoče posegati po statističnih podatkih. Treba je se bilo opreti na kvalitativne analize ocen stanja v turizmu in športnem turizmu. Diplomsko delo torej predstavlja nujno potreben korak k zbiranju in analizi razpoložljivih informacij z namenom prispevanja v nadaljnje proučevanje tega področja.

5.0 TURIZEM V SLOVENIJI OD OSAMOSVOJITVE DALJE

Razumevanje razvoja športnega turizma v Goriških brdih je treba umestiti v razvoj turistične ponudbe v Sloveniji in na ravni Goriške. To je mogoče storiti s pomočjo analize strateških usmeritev na slovenski ravni in konkretnih projektov na ravni Goriške. Šele nato je predstavljena strategija razvoja turizma v sami občini Brda. V tem poglavju smo se oprli predvsem na analizo strategij, saj je dostopnost konkretnih podatkov za obravnavano temo zelo težavna oziroma temelji na ocenah.

Po podatkih Strategije razvoja turizma Slovenije 2002–2006 je Slovenija od osamosvojitve dalje na področju turizma doživljala poslovno in razvojno stagnacijo, ki naj bi jo povzročile vojne v državah nekdanje Jugoslavije in nestabilne politične razmere. Poleg tega so se v Sloveniji soočali s procesom lastninjenja in denacionalizacije ter z neustrezno razvojno turistično politiko, s pretirano institucionalizacijo in pomanjkanjem turistične infrastrukture. (Kovač, 2002)

Problem je predvsem neizkoriščenost obstoječih objektov oz. zmogljivosti ter nizka turistična potrošnja, ki je posledica nekakovostne turistične ponudbe. Tuji turisti so leta 1990 v Sloveniji dnevno potrošili 44 ameriških dolarjev, v Švici pa leto prej 130 ameriških dolarjev. Hotelske zmogljivosti v Sloveniji so za zmogljivostmi Avstrije leta 1992 zaostajale za 19-krat (Berčič, 1996).

Leta 1995 je bila opredeljena prva strategija razvoja slovenskega turizma v obliki posebne Resolucije o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za izvajanje. Strategija je bila sestavni del prve Strategije gospodarskega razvoja v obdobju 1996–2000. Čeprav je bila investicija v turizem del splošne investicijske dejavnosti po letu 1996, se je hitrejša rast turističnega prometa povečala šele po letu 2000. Razvojni dosežki slovenskega turizma so leta 2001 zaostajali za 16 % za tistimi iz leta 1990. Strategija iz leta 2002 je načrtovala povečanje turističnih kapacitet za okoli 20 % ter turističnega prometa za 30 % in tako naj bi nadomestila razvojni zaostanek slovenskega turizma. (Kovač, 2002)

5.1 STRATEGIJI SLOVENSKEGA TURIZMA 2002–2006 IN 2007–2011

Za čim večje zmanjšanje in po drugi strani povečanje pozitivnih učinkov turizma turistične dežele vodijo načrtno turistično politiko, usmerjajo njegov razvoj in spremljajo uresničevanje postavljenih ciljev. Leta 2002 je bila potrjena nova Strategija slovenskega turizma 2002–2006, ki temelji na podjetništvu, tržnomarketinškemu pristopu in ustvarjanju atraktivnih tržnih niš v okviru evropske turistične ponudbe. (Cvikl in Brezovec, 2006)

1. V strategiji slovenskega turizma 2002–2006 je tudi poglavje, ki opisuje vlogo občin in model organiziranosti turizma na lokalni in regionalni ravni. Ugotovili so, da je bilo premajhno sodelovanje na medobčinski ravni in na regionalni ravni.

»Vloga občin pri oblikovanju turistične politike na lokalni ravni zajema naslednje dejavnosti:

- ❖ razvoj in urejanje komunalne in osnovne turistične infrastrukture (poti, označbe, dvorane, parki, urejeno okolje ...),
 - ❖ prostorsko načrtovanje in z njim povezan razvoj instrumentov za privabljanje turističnega podjetništva in razvojnega kapitala na področju turizma,
 - ❖ sofinanciranje pomembnih investicijskih projektov na področju turističnega razvoja,
 - ❖ zagotavljanje celovite turistične promocije na ravni občine in ustvarjanje splošnega imidža lokalnega območja,
 - ❖ oblikovanje strateških usmeritev na področju turizma glede na vlogo in pomen turističnega razvoja na občinski ravni (občinska strategija razvoja turizma),
 - ❖ oblikovanje in usklajevanje skupnih strateških usmeritev in letnih turističnih politik na regionalni ravni,
 - ❖ spodbujanje in zagotavljanje pogojev za delovanje civilne družbe na lokalni ravni.«
- (Kovač, 2002; str. 56–57)

2. V Strategiji slovenskega turizma 2007–2011 gre za nadgradnjo prejšnje strategije za obdobje 2002–2006. Temeljna strategija je v tem strateškem obdobju usmerjena v krepitev sodelovanja in povezovanja pri skupnem načrtovanju, oblikovanju in trženju slovenskega turizma po načelih javno-zasebnega partnerstva na vseh ravneh od lokalnega do nacionalnega ter v krepitev odličnosti na vseh področjih in na vseh ravneh slovenskega turizma.

Postavili so 3 kvantitativne cilje in 3 kvalitativne cilje:

Kvantitativni cilji:

- ❖ povečanje obsega turističnega prometa – poprečna letna rast števila turistov 6 % in
- ❖ nočitev 4 %,
- ❖ povečanje turistične potrošnje – poprečna letna rast deviznih prilivov 8 %,
- ❖ izboljšanje prepoznavnosti – prepoznavnost Slovenije znotraj teh ciljnih skupin, na katerih se bodo izvajale trženjske aktivnosti mora doseči vsaj 50 %.

Kvalitativni cilji:

- ❖ Decentralizacija: Na globalnem turističnem trgu prisotnost samo slovenskih turističnih ponudnikov nastanitev in tradicionalnih turističnih krajev, premalo pa integralnih turističnih proizvodov, ker niso oblikovani. Raznovrstnost na majhnem prostoru je ključna konkurenčna prednost Slovenije, zato naj bi oblikovali največ do deset temeljnih tematskih turističnih proizvodov in vključiti v ponudbo tradicionalnih in že razvitih turističnih krajev še naravne in kulturne privlačnosti drugih nepoznanih krajev.
- ❖ Desezonalizacija: Ker se največji turistični promet dogodi v poletnih mesecih v krajih z morjem in soncem, ki jim Slovenija s svojo ponudbo ne more konkurirati, mora Slovenija ustvariti pogoje za prihod turistov izven glavne sezone. To ustvarja pogoje k boljši letni izkoriščenosti turističnih zmogljivosti, boljšim delovnim pogojem, boljšemu odnosu lokalnega prebivalstva do turizma, boljši kakovosti turizma ter trajnostnem in sonaravnem razvoju destinacij.
- ❖ Promocija sprememb: Zaradi slabe uvrščenosti na lestvicah najuspešnejših turističnih destinacij mora Slovenska turistična ponudba postati specializirana, kakovostna, inovativna, povezana, biti utemeljena na znanju in informacijah. (pridobljeno s: www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/.../Povzetek_RNUST.pdf:)

5.2 ORGANIZIRANOST TURIZMA NA LOKALNI IN REGIONALNI RAVNI

Zagotavljanje ugodnih pogojev za razvoj turizma je temeljna naloga občin pri pospeševanju turizma. Poleg tega je pomembno zagotavljanje javnega interesa pri razvoju lokalne turistične ponudbe po načelih trajnostnega razvoja in uresničevanja strateške in letne razvojne turistične politike države na lokalni ravni. (Cvikl in Brezovec, 2006)

Povezanost in usklajenost občinskih turističnih politik na regionalni ravni je posebnega pomena za uresničevanje turističnega razvoja. Naloga občin pri oblikovanju turistične politike na lokalni ravni sega od razvoja in urejanja komunalne ter osnovne turistične infrastrukture, prostorskega planiranja, sofinanciranja turističnega razvoja, do oblikovanja skupnih strateških usmeritev in politik na lokalni in regionalni ravni, zagotavljanja celovite turistične promocije na ravni občine ter ustvarjanja splošnega pozitivnega imidža lokalnega območja. (Cvikl in Brezovec, 2006)

5.2.1 STRATEGIJA TURISTIČNEGA RAZVOJA GORIŠKE

5.2.1.1 PROJEKT SMARAGDNA POT

Regionalna destinacijska organizacija Smaragdna pot je bila ustanovljena 19. novembra 2008 kot razvojna usmeritev celotne Goriške, ki jo sestavlja 13 občin. Poslanstvo organizacije je skupen tržni nastop regije na področju turizma, graditi skupno destinacijo in združevati ponudbo. Ime organizacije naj bi simboliziralo tok reke Soče, ki je skupna celotni Goriški. Svet regije Severna Primorska je izbral zavod LTO Posočje za nosilca aktivnosti regionalne destinacijske organizacije. Ozemlje, ki ga vključuje Smaragdna pot, je zelo raznoliko in obsega območje od Julijskih Alp do Vipavske doline in pritoke reke Soče.

Ključni cilji turistične destinacije Smaragdna pot so:

- ❖ Razvoj odličnosti in konkurenčnosti: nujno je stalno povečevanje kakovosti storitev, ker je to eden izmed ključnih pogojev za zagotavljanje konkurenčnosti destinacije.
- ❖ Opredelitev enotnega tržnega koncepta celovite turistične destinacije: priprava in izvajanje tržne strategije in promocije za celotno turistično destinacijo.
- ❖ Vzpostavitev celovitega informacijskega in promocijskega sistema (mreža turistično informacijskih centrov, spletni portal turistične destinacije in z njim povezane storitve).

- ❖ Oblikovanje blagovne znamke Smaragdna pot.
- ❖ Razviti pet prepoznavnih in konkurenčnih destinacijskih produktov: narava, zdravje šport in rekreacija, kulturna, zgodovinska in tehniška dediščina, vino in kulinarika ter igralništvo in zabava.
- ❖ Razviti turistično infrastrukturo in povečati nočitvene kapacitete: hoteli, apartmaji, sobe, kampi. (Strategija razvoja turistične destinacije Smaragdna pot (2006), v Klavora, 2007)

5.2.1.2 PROJEKT SABOTIN – PARK MIRU

Sabotin je bil s svojimi 609 metri višine priljubljena izletniška točka že v času pred prvo svetovno vojno, ko je zaradi svoje klime Gorica dobila ime "avstrijska Nica". Takšna zamisel, da bi Sabotin spremenili v izletniško in turistično točko, torej ni nova. (Prinčič, 2006)

Avstrijsko vojno ministrstvo je že med vojno leta 1916 izoblikovalo predlog, da bi bila nekatera območja spopadov pripravljena in urejena za turistične ogleda. Poveljstvo je tudi predlagalo, da naj bi po vojni na hribu postavili spomenik, v Gorici pa ustreznemu muzeju. Vse to se je do potankosti zgodilo. Razlika je bila samo v tem, da predloga niso udeležili Avstrijci, temveč Italijani, ki so po razpadu Avstro-Ogrskega cesarstva postali novi gospodarji Goriške. Starejši domačini iz Štemavra, Podsabotina in drugih vasi vedo povedati, da je bil Sabotin zelo obiskan, zlasti ob koncih tedna in ob raznih praznikih. (Prinčič, 2006)

Po drugi svetovni vojni je postal Sabotin za več desetletij „tabu“ gora. Italija, ki ji je pripadel predel jugozahodnega pobočja, je tik pod vrhom zgradila svojo stražnico, jugoslovanska vojska pa je za svojo obmejno enoto uporabila stavbo bivšega muzeja. (Prinčič, 2006)

Z otoplitvijo odnosov v osemdesetih letih se je pojavilo več organiziranih pohodov najprej z jugoslovanske, nato iz italijanske strani. Prva množična prireditev je bila leta 1990, to se pravi eno leto pred osamosvojitvijo Slovenije. Od tedaj se pohodi vrstijo vsako leto, potekajo skoraj v celoti po italijanskem ozemlju, razen na vrhu, ob razvalinah Sv. Valentina, ki se nahaja v Sloveniji. Pohoda se po navadi udeležuje od 250 do 350 ljudi. (Prinčič, 2006)

»Občina Nova Gorica je kot nosilka projekta Sabotin – Park miru leta 2005 uspešno kandidirala na razpisu programa Interreg III A Slovenija–Italija, ki je namenjen podpori čezmejnemu sodelovanju slovenskih in italijanskih organizacij na področjih gospodarstva, družbenega razvoja in varstva okolja«.

(Sabotin – Park miru, pridobljeno 15. 3. 2010 s: http://www.sabotin.net/slo/1_o_projektu.php)

Čezmejni projekt Sabotin – Park miru je utemeljen na ideji širitve miru in hkrati popestriti turistično ponudbo na območju Goriške. Osnova za takšen projekt je bilo krvavo zgodovinsko obdobje v času prve svetovne vojne na področju Goriške in celotnega Posočja, ki je zahtevalo na tisoče žrtev med vojaki različnih narodnosti in tukaj živečim prebivalstvom. Obdobje vojn in front, delitev in razmejitev ter medsebojnega nezaupanja se je končalo, vstopamo v obdobje trajnega sožitja, miru in sodelovanja.

(Sabotin – Park miru, pridobljeno 15. 3. 2010 s: http://www.sabotin.net/slo/1_o_projektu.php)

Projekt predstavlja turistični produkt, ki bo hkrati opominjal na nesmiselnost vojne, poleg tega pa obiskovalcem omogočil preživljanje prostega časa v mirnem naravnem okolju. Za doseg te ciljev so na Sabotinu in v bližnji okolici uredili osnovno turistično infrastrukturo (informacijske točke, učna pot, označitev kolesarskih poti, ureditev kavern za ogled itd.), kar obiskovalcem omogoča, da spoznajo zanimivosti in posebnosti tega območja. Poleg tega želijo z organizacijo prireditev pritegniti čim večje število obiskovalcev ne samo na Sabotin, temveč na celotno Goriško. (Sabotin – Park miru, pridobljeno 15. 3. 2010 s: http://www.sabotin.net/slo/1_o_projektu.php)

5.2.2.2 STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V OBČINI BRDA

Leta 2000 je bil izdelan prvi Marketinški načrt za območje občine Brda, v katerem so bili prikazani dokaj obsežni elementi ponudbe v občini Brda. Opravljena je bila analiza stanja na področju gostinske in turistične ponudbe, število gostov leta 1998, organiziranost obstoječe turistične ponudbe, SWOT analiza, trženje, cilji pri razvoju turizma v Brdih. Vključeni so tudi izbor optimalne strategije trženja turizma v Brdih, oblikovanje koncepta, oblikovanje turističnih proizvodov po izbranih trgih in aktivnosti za komercializacijo turistične ponudbe v Brdih. Na žalost v preteklih letih ni bilo evidenc glede turistične ponudbe, tako da se lahko pred tem opremo le na ocene takratnih ponudnikov turističnih storitev. (Marketinški načrt za območje občine Brda, 2000)

Marketinški načrt je bil narejen kot presek stanja in predvidevanje razvoja turizma v Brdih. Iz podatkov je razvidno, da je temeljna enogastronomska ponudba, ki daje kraju prepoznavnost. Poleg tega imata pomembno vlogo naravna in kulturna dediščina ter aktivna sprostitev. V skladu z danostmi in s ponudbo so tudi opredelili ciljne goste, ki so jih obravnavali v predlaganih segmentih. (Marketinški načrt za območje občine Brda, 2000)

Med primarne trge so opredelili gurmane, ljubitelje kulture, poslovne goste in iskalce sprostitve, med sekundarne trge pa spoznavanje destinacije, rekreacijo in zabavo.

Največje število obiskovalcev Goriških brd je bilo po ocenah iz leta 1998 enodnevnih gostov. Njihovo število je bilo 53.000, od teh jih je bilo 77 % iz Slovenije, ostali so bili tuji gostje, večinoma iz Italije in Avstrije. Nekoliko drugačna slika je bila pri stacionarnih gostih, saj naj bi bil delež gostov iz Slovenije le 25 %, ostali pa tujci pretežno iz zahodnoevropskih držav. Ciljno število so si postavili 15.000 nočitev letno. (Marketinški načrt za območje občine Brda, 2000)

Pomembno je poudariti, da so prenočitvene zmogljivosti, ki so leta 2000 znašale okrog 40 ležišč, leta 2009 narasle na več kot 380 ležišč. (Erika Kovačič Marinič, osebna komunikacija, 15. 1. 2010)

Šport in rekreacija sta opredeljena pri gostih, katerih cilj je aktivnost in zabava, spadajo pod kategorijo sekundarnih trgov ter so večinoma enodnevni obiskovalci Goriških brd. Kljub temu pa se šport in rekreacija pojavljata tudi pri iskalcih sprostitve, ki sodijo pod primarni trg in so večdnevni obiskovalci Goriških brd. Ugotovljeno je bilo, da je treba označiti in urediti pešpoti, kolesarske poti, ter organizirati vodniško službo.

6.0 PREDSTAVITEV GORIŠKIH BRD

V tem delu so predstavljene tiste značilnosti Goriških brd, za katere menimo, da jih je treba upoštevati pri razumevanju in analizi razvoja športnega turizma v Brdih. Gre za osnovne geografske, socio-ekonomske in kulturno-zgodovinske značilnosti, ki bralcu omogočijo lažje razumevanje življenjskega utripa obravnavanega področja.

6.1 NASTANEK OBČINE BRDA

Slovenija je z ustavo leta 1991 določila, da je temeljni element sistema lokalne samouprave občina. Neposredna osnova za ustanovitev občin je bila zagotovljena z Zakonom o ustanovitvi občin ter o določitvi njihovih območij 3. oktobra 1994. Dve leti kasneje je Slovenija ratificirala Evropsko listino lokalne samouprave in se tako zavezala spoštovati politično, upravno in finančno neodvisnost lokalnih skupnosti in njenih organov. (Deset let občine Brda, 2005)

Občinski svet je na podlagi tedanjega Zakona o lokalni samoupravi na seji 7. aprila 1995 sprejel Statut občine Brda, Poslovnik občinskega sveta pa je bil sprejet na seji 12. maja 1995. O spremembah in dopolnitvah zakonodaje s področja lokalne samouprave je občinski svet na redni seji 3. maja 1999 uskladił ustanovne akte občine s tedaj veljavno zakonodajo in sprejel nov Statut občine Brda in nov Poslovnik občinskega sveta. (Deset let občine Brda, 2005)

Občina Brda je od države v prvem letu delovanja prejela 3.080.000 tolarjev (približno 12.800 današnjih evrov) pomoči za pokritje odhodkov ustanovitve nove občine, prav tako je leta 1995 pridobila delež denarja na račun bodoče delitve premoženja občine Nova Gorica. (Deset let občine Brda, 2005)

Ob ustanovitvi občine Brda je bila ta soočena s precej slabo dediščino državnih, krajevnih in lokalnih cest, zato je občinska uprava pripravila prioritete posodabljanja cest, ki jih je potrdil občinski svet. Poleg tega je bil leta 1995 obnovljen del primarnega vodovoda. Investicije potekajo tudi v gradnjo kanalizacijskih omrežij, ki se zaključijo v čistilnih napravah. (Deset let občine Brda, 2005)

V prvih letih so z občinskim denarjem omogočili odvoz številnih večjih odpadkov, ki se odvažajo v centralno odlagališče v Stari Gori. Občina Brda sofinancira nadgradnjo tamkajšnjega odlagališča. Prizadevanje za urejen videz Brd je tudi v skladu s strategijo razvoja turizma v Brdih. (Deset let občine Brda, 2005)

6.2 GEOGRAFSKE ZNAČILNOSTI

Goriška brda so obmejna gričevnata pokrajina na skrajnem zahodu Republike Slovenije, v razponu od 150 do 300 metrov nadmorske višine, ki jo na severu omejuje hrib Korada z 812 metri višine, na vzhodu hrib Sabotin s 609 metri višine, proti zahodu in jugu pa se slemenasto spuščajo proti Furlanski nižini. Vedno so veljala za obmejno pokrajino, zato jih je zadnja razmejitev po drugi svetovni vojni nesmiselno prerezala. Tako je ostalo v Italiji tudi več naselij z večinskim slovenskim prebivalstvom. Na slovenski strani je bila leta 1995 ustanovljena občina Brda, ki obsega 72 kvadratnih kilometrov in ima nekaj manj kot 5800 prebivalcev, ki živijo v 45 naseljih.

Sredozemsko podnebje daje Goriškim brdom odlične možnosti za kmetijsko dejavnost, kar so prebivalci dodobra izkoristili. Vinogradništvo in sadjarstvo predstavljata glavni kmetijski dejavnosti in dajeta pokrajini prepoznavnost. (Občina Brda, pridobljeno 25. 3. 2010 s: <http://www.brda.si/sl/3>)

6.3 KULTURNO-ZGODOVINSKE ZNAČILNOSTI

6.3.1 Zgodovina Brd

Prvi stalni prebivalci Goriških brd naj bi bili Kelti, in sicer pleme Karnov, ki se je ob koncu 5. stoletja pr.n.št. naselilo v Furlanijo in si je zaradi strateške lege Brd izbralo te kraje kot obrambo pred ostalimi plemeni. Ko so v 2. stoletju pr.n.št. prišli Rimljani, so Brda postala prehodno trgovsko ozemlje in bogata kmečka pokrajina. Proti koncu 6. stoletja so v te kraje prišli Slovani. Dokazi slovenske prisotnosti so najbolj vidni v krajevnih imenih. Rutarji so npr. dobili ime iz besed rut, kar pomeni orna zemlja. Dolenje pomeni kraj, ki leži v spodnjem delu ozemlja. (Mi in Brda/Noi e il Collio, 1990)

V obdobju srednjega veka je bilo območje Goriških brd predmet spora med oglejskimi patriarhi in goriškimi grofi, ki so zadržali oblast nad večino ozemlja Goriških brd do leta 1500, ko so jo prevzeli Habsburžani. Ker so na tem področju vse bolj uveljavljali svojo moč tudi Benečani, je prišlo v 16. in 17. stoletju do več vojn med Beneško republiko in Habsburžani, ki so opustošila predvsem osrednji in južni del Brd. Obdobje francoske zasedbe Brd ob koncu 18. stoletja ni negativno vplivalo na gospodarstvo v deželi. Po kratkem obdobju francoske zasedbe teh krajev so se ponovno vrnil Habsburžani in vladali nad večino območja Goriških brd vse do prve svetovne vojne, ki je Brda zelo opustošila, saj je Soška fronta tekla neposredno čez briške griče. Veliko prebivalcev je moralo v begunstvo, številni so umrli na fronti. Po prvi svetovni je nad tem območjem zavladata Italija in kmalu težko obdobje fašizma. Tudi v drugi svetovni vojni Brdom ni bilo prizaneseno. Zaradi odporiškega gibanja so bile vasi večkrat tarča napadov okupatorjev in utrpela številne žrtve. Po vojni so bila Goriška brda ponovno razdeljena in kar velik del ozemlja s pretežno slovenskim prebivalstvom je pripadel Italiji. Z mejo so Goriška brda izgubila tudi tržišče v Krminu in Gorici, slabe tedanje prometne povezave z Jugoslavijo pa so še dodatno otežile gospodarski razvoj. Z Osimskim sporazumom z Italijo leta 1975 so se odnosi med državama izboljšali in z izgradnjo nove cestne povezave z Novo Gorico čez italijansko ozemlje se je izboljšala kakovost življenja na tem območju. (Mi in Brda/Noi e il Collio, 1990)

Z osamosvojitvijo Slovenije leta 1991 in ustanovitvijo občine Brda leta 1995 so se možnosti za vsestranski razvoj še povečale, z vstopom Slovenije v Evropsko unijo in s padcem meje 2007 pa je dolgo let razdeljeno območje znova zadihalo s skupnimi pljuči.

6.3.2 Kulturne znamenitosti

Goriška brda se lahko pohvalijo s pestro kulturno dediščino. Na majhnem območju so štirje gradovi, trije so dokaj dobro ohranjeni – v Vipolžah sta kar dva: mlajši grad v zgornjem delu vasi in starejši iz 11. stoletja v vzhodnem delu vasi. Slednji je bil reprezentančna vila in nekoč lovski dvorec goriških grofov. V beneških vojnah je bil poškodovan, med prvo svetovno vojno je služil kot vojaška bolnišnica. Leta 1948 ga je prizadel požar. Na Dobrovem je dobro ohranjen renesančni grad iz 17. stoletja, ki velja danes za najlepšega na Goriškem. V njem se odvijajo številne glasbene in druge kulturne prireditve. V pritličju in kamnito obokani kleti pa si lahko gostje privoščijo grajsko kosilo in pokušino vina. V vasi Kojško je bil leta 1594 zgrajen grad, katerega lastniki so bili grofje Coronini, kasneje Athemsi. Danes pa je žal v zelo okrnjeni obliki. (Deset let občine Brda, 2005)

Goriška brda imajo skoraj trideset cerkev in nekatere med njimi skrivajo prave zaklade. V vasi Kojsko je cerkev Sv. Križa, ki hrani edini, največji in skoraj popolnoma ohranjen gotski krilni oltar v Sloveniji. Cerkev v Gradnem se ponaša s križevim potom, ki ga je med drugo svetovno vojno naslikal svetovno znani slikar Zoran Mušič. V cerkvi lahko občudujete tudi dela Alojza Spacala. Idejni osnutek za zvonik cerkve v Kozani je izdelal znan arhitekt Jože Plečnik.

Šmartno je posebna vas v Goriških brdih. Pesnik Alojz Gradnik jo je opisal kot "orlovsko gnezdo v srcu Brd". Na mestu, kjer je nekoč stalo rimsko oporišče, je v prvi polovici 16. stoletja nastala utrdba, namenjena zaščiti proti turškim vpadom. Vas, ki je bila prvič omenjena leta 1317, je odigrala pomembno vlogo v obdobju avstrijsko-beneških vojn, saj so bili Benečani tod vedno poraženi. V vasi je tudi cerkev Sv. Martina, ki se danes ponaša tudi s freskami Toneta Kralja, zanimivo pa je obiskati tudi slikarsko hišo, v kateri potekajo številne razstave in prireditve. (Deset let občine Brda, 2005)

V Gonjačah se lahko obiskovalci povzpnejo na 23-metrski razgledni stolp, ki je bil zgrajen leta 1961 in katerega avtor je arhitekt Marko Šlajmer. Pod stolpom je spomenik v spomin na žrtve druge svetovne vojne kiparja Janeza Boljka. (Deset let občine Brda, 2005)

6.4 EKONOMSKE ZNAČILNOSTI

Glavna gospodarska dejavnost v Goriških brdih je kmetijstvo. Čeprav je kmečkega prebivalstva po podatkih iz leta 1991 okrog 24 %, predstavlja kmetijstvo „dušo Goriških brd“.

6.4.1 Vinarstvo

Vinarstvo je glavna kmetijska dejavnost v Brdih. Glavne organizacije, ki jo predstavljajo, so: Konzorcij Brda, Združenje vinogradnikov in vinarjev Brda, Vinoteka Brda in Vinska klet Goriška Brda.

Najstarejša in najobsežnejša med njimi je **Vinska klet Goriška Brda**, ki je tudi največja slovenska klet. Začetki zadružništva v Brdih segajo v leto 1922, ko so koloni iz Fojane in Barbane ustanovili prvo zadrugo z omejenim jamstvom „Poljedelsko društvo kolonov in maloposestnikov“. Leta 1957 zgrajena vinska klet je zelo vplivala na izboljšanje kakovosti življenja v Brdih in na gospodarski razvoj. Njeni strokovnjaki pridelujejo mednarodno nagrajena kakovostna, vrhunska in peneča vina. (Vinska klet “Goriška Brda”, pridobljeno 1. 3. 2010 s: <http://www.klet-brda.com/slo/index.php?page=1>)

Vinska klet je tudi organizator znanega Kolesarskega maratona češenj, ki se vsako leto odvija v sklopu Praznika češenj.

Konzorcij Brda – Zavod za trženje in promocijo Brd

Namen zavoda za trženje in promocijo Brd, ki je bil ustanovljen leta 2003, je promocija in trženje izdelkov in storitev Brd, s tem pa povečati prepoznavnost Brd doma in po svetu. V Konzorciju vidijo Brda kot področje za pridelavo vrhunskih vin, z razvitim enogastronomskim turizmom, prepoznavno v širšem evropskem prostoru. (Deset let občine Brda, 2005)

Vinoteka Brda

S pojavom številnih vinarjev v devetdesetih letih prejšnjega stoletja je dozorelo spoznanje, da bodo morala imeti Brda svojo vinoteko. Leta 2000 so tako oblikovali družbo z omejeno odgovornostjo Vinoteka Brda. Pri tem je odločilno vlogo odigrala občina Brda. Vinoteka Brda se lahko pohvali z

vse večjim številom obiskovalcev, ki prek obiska vinoteke poskušajo zvedeti kar največ o Brdih in o njeni vinorodni in vinski tradiciji. (Deset let občine Brda, 2005)

6.4.2 Sadjarstvo

Poleg vinarstva je sadjarstvo pomembna panoga, ki pa nima več tako pomembne vloge, kot v preteklosti, npr. po drugi svetovni vojni, ko so Brdci zalagali s sadjem veliko trgovin po Sloveniji pa tudi po Hrvaškem. Najbolj so bila Brda znana po češnjah, ki imajo še danes glavno mesto med sadeži. Poleg tega so pridelovali breskve, fige, marelice in drugo sadje. V obdobju do prve svetovne vojne so bila za Brda značilen proizvod t. i. prunele, penčane slive, ki so jih izvažali po celotni avstrijski monarhiji in drugod. (Deset let občine Brda, 2005)

6.4.3 Oljkarstvo

Četudi imajo Goriška brda odlične pogoje za gojenje oljk, se je ta kmetijska panoga ponovno začela uveljavljati šele pred približno tridesetimi leti, načrtno pa šele po osamosvojitvi Slovenije. Razlogov za zapostavljanje oljkarstva je bilo v preteklosti več: prva svetovna vojna, ki je uničila mnogo pridelovalnih zemljišč, pozeba leta 1929, ki je uničila veliko oljk, italijanska gospodarska politika, ki je nekako zavirala sajenje oljk, saj jih je imela Italija na pretek.

Oljkarstvo postaja vse bolj pomembna panoga v Brdih, saj ima že več kot 300 pridelovalcev, poleg tega je dodaten zagon dala ustanovitev stiskalnice olja na Dobrovem, kar bo pridelovalcem olajšalo delo. (Deset let občine Brda, 2005)

6.4.4 Čebelarstvo

Čebelarji v Brdih so bili do leta 1972 združeni v goriško društvo, nato pa so se zaradi menjave terena za pašo čebel združili s kanalskimi čebelarji in ustanovili Čebelarsko društvo Brda–Kanal. Društvo, ki šteje 86 članov, dosegla lepe uspehe na tekmovanjih ocenjevanja medu v Sloveniji. (Deset let občine Brda, 2005)

6.5. PROFIL OBISKOVALCA GORIŠKIH BRD

Za potrebe diplomskega dela smo želeli raziskati, koliko turistov dejansko obiše občino Brda in kdo so. Takšna analiza je problematična, saj Turistično-informacijski center (TIC) Brda še vedno ne more voditi natančne evidence o turističnem obisku. Deloma zato, ker gre povečini za dnevne goste, ki prihajajo prek organiziranih izletov ali individualno in jih je zato težko natančno beležiti. Razlog pa je tudi v tem, da se gostje, ki prenočijo, le redko beležijo, in to zaradi nediscipliniranosti lokalnih ponudnikov nastanitve pri odvajanju turistične takse. Ena izmed ocen, ki se trenutno najbolj približa dejanskemu turističnemu obisku v Goriških brdih, je evidenca, ki jo vodi Vinska klet »Goriška Brda«, sicer največji gospodarski subjekt v občini. Klet namreč obiše skoraj vsaka organizirana skupina, ki pride v Brda, poleg tega pa se prav v degustacijski dvorani kleti, ki lahko sprejme več kot 400 ljudi, odvija velik del tradicionalnih prireditev v Brdih, ki so vezane tudi na športni turizem.

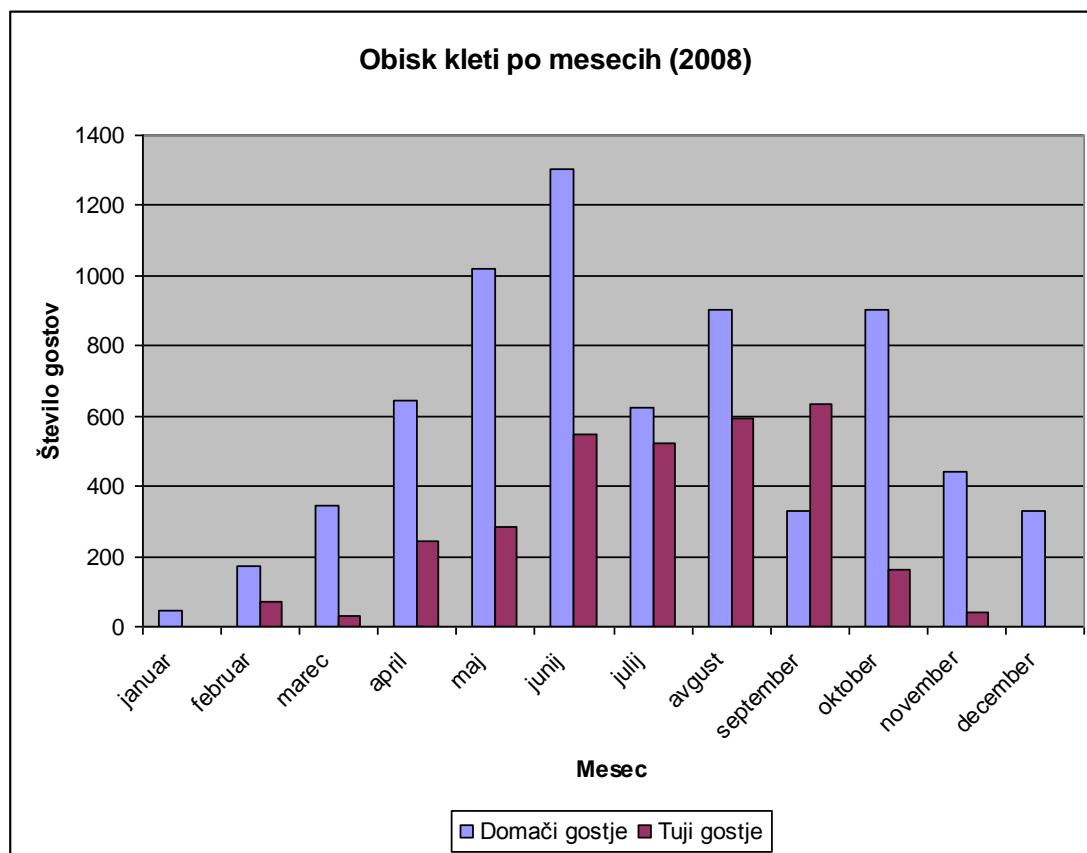
V kleti so nam za potrebe diplomskega dela lahko dali podatke iz leta 2008 in načrte za 2009, ki so se po besedah Marjane Simčič- odgovorne za marketing v kleti, tudi realizirali. Klet je leta 2008 obiskalo **10176** ljudi, kar je 6 % več kot leta 2007. V Preglednici št. 1 so zabeleženi gostje, ki so klet obiskali kot udeleženci raznih dogodkov v večnamenski dvorani. Na Grafu št. 1 najdemo domače in tuje goste, ki so klet obiskali kot udeleženci enodnevnih ali izletov v Brda ter so se udeležili vodenega ogleda kleti in degustacij.

Preglednica št. 1: Uporaba večnamenske dvorane Vinske kleti Goriška Brda

Tip gostov	frekvenca	število
Razna srečanja	26	2496
Srečanja s poslovnimi partnerji	17	313
Poroke	14	1540
obletnice	9	360
		4709

(Vir: Vinska klet Goriška Brda)

Graf št. 1: Obisk kleti po mesecih

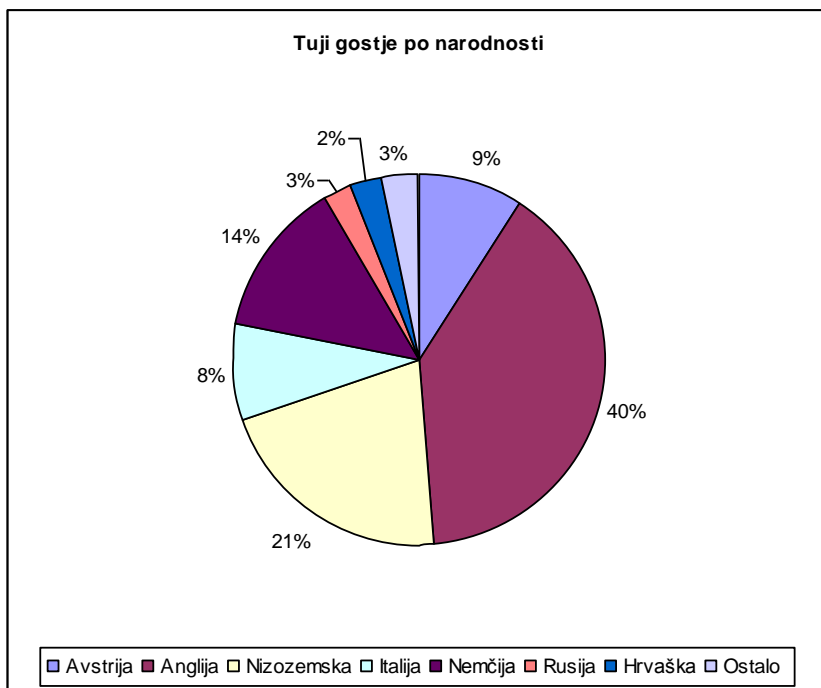


(Vir: Vinska klet Goriška Brda)

Iz Grafa št. 1 lahko sklepamo, da se glavna turistična sezona v Brdih odvija od aprila do oktobra, v zimskih mesecih je zatišje. Kot je v pogovoru povedala predstavnica Vinske kleti Goriška Brda Marjana Simčič, sta november in december meseca, ko gostje Brda obiščejo predvsem zaradi martinovanj in zabav pred novim letom. Junij ima izrazito veliko število domačih gostov predvsem zaradi Praznika češenj. V štetje niso vključeni gostje, ki klet obiščejo kot udeleženci maratona češenj in češnjevoga pohoda po briških gričih. Klet je namreč organizator oziroma soorganizator teh dogodkov, ki se vežejo prav na športni turizem. (Marjana Simčič, osebna komunikacija, 10. 4. 2010)

Večina obiskovalcev v briški kleti je Slovencev. Klet obišče tudi lepo število tujih gostov. Izmed teh imajo Angleži in Nizozemci največji delež, nato so Nemci, sledijo Avstrijci, Italijani in Rusi z enakim deležem, na zadnjem mestu so Hrvati. Takšna slika ne odraža podatkov, navedenih v marketinški strategiji občine Brda, ki navaja, da je bilo največ tujih gostov iz Avstrije in Italije. Treba pa je upoštevati, da se podatki Občine nanašajo na leto 2000. Delež gostov po narodnosti je ponazorjen v spodnjem Grafu št. 2:

Graf št. 2: Tuji gostje po narodnosti



(Vir: Vinska klet Goriška Brda)

Po besedah predstavnice Vinske kleti Goriška Brda Marjane Simčič so v kleti leta 2009 beležili 12.000 obiskovalcev. Število vključuje le obisk v obliki vodenih skupin in dogodkov v sami dvorani, ne pa tudi obiska ob večjih promocijskih dogodkih, kot so Dan odprtih kleti, Praznik češenj, maraton češenj, pohod po briških gričih, martinovanja. (Marjana Simčič, osebna komunikacija, 10. 4. 2010)

6.6 SWOT ANALIZA GORIŠKIH BRD KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

S pomočjo SWOT analize celovito ocenjujemo prednosti (*strength*), slabosti (*weakness*), priložnosti (*opportunity*) in nevarnosti (*threat*). Pri tem rezultati SWOT analize predstavljajo najpomembnejše izhodišče za oblikovanje glavnih razvojnih usmeritev regije, strateških ciljev, razvojne vizije regije in programov, s pomočjo katerih poskušamo doseči zastavljene razvojne cilje. (povzeto po: http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/krajnc3034.pdf)

Preglednica št. 2: SWOT analiza Goriških brd kot turistične destinacije

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> ❖ razgibano kraško-dinarsko gričevje ❖ ugodno podnebje za sadjarstvo in vinogradništvo ❖ naravne znamenitosti (kotline, naravni mostovi, razgledne točke, najzahodnejša pokrajina v Sloveniji, pot za soncem ...) ❖ bogata kulturno-zgodovinska dediščina ❖ tradicija vinogradništva, sadjarstva in oljkarstva v Brdih ❖ veliko število ponudnikov degustacije vin in gostinskih storitev ❖ visoka kakovost vin ❖ raznolikost ponudbe ❖ gosta poseljenost ❖ znanje tujih jezikov ❖ dobra dostopnost z več smeri ❖ varnost 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ prevelika koncentracija ponudnikov samo v določenem delu Brd ❖ nerazvitost in težka dostopnost severnega in severovzhodnega dela Brd ❖ premalo označene poti oz. premalo organiziranih in zastavljenih poti za rekreativce in športnike ❖ ni enotnega informacijsko-označevalnega sistema ❖ ponudba je premalo segmentirana po ciljnih trgih ❖ slaba prepoznavnost območja izven meja Slovenije ❖ nizka samoiniciativnost prebivalcev ❖ premajhna osveščenost prebivalstva o novih razmerah na trgu dela, ki zahteva nenehno izobraževanje ❖ nezadostna opremljenost s komunalno infrastrukturo
Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none"> ❖ izkoristiti širitev EU – novi trgi ❖ pridobiti na podobi turistične destinacije (kulturna, zgodovinska dediščina, naravne lepote in posebnosti) ❖ razvoj posebne oblike »eko« turizma ❖ pridelava in ohranjanje avtohtonih sort vina (vrhunska vina) ❖ razvoj domače obrti ❖ bližina Italije in ostalih emitivnih trgov ❖ pozitiven trend gibanja enodnevnih gostov ❖ vzpostavitev enotnega informacijsko-usmerjevalnega sistema in uskladitev z italijansko stranjo Collio ❖ investicije v izboljšanje kakovosti turizma ❖ izraba geotermalnih virov in obnovljivih virov energije 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ nezadosten razvoj območja kot celote (samo določeni kraji) ❖ obstaja nevarnost razvoja turizma samo v smer vinogradništva in s tem prepoznavnost Brd v gostovih očeh samo kot vinska cesta (s tem bi prezrli še mnogo drugih danosti) ❖ opustitev pozicioniranja na določeno področje ❖ nepridobitev namenskih sredstev iz evropskih in nacionalnih programov ❖ nezanimanje ponudnikov storitev za vključitev v projekt razvoja področja ❖ strokovno, institucionalno in finančno močnejše čezmejne regije ❖ vplivi na okolje iz Furlanije-Julijske krajine

(Vir: lastna obdelava)

7.0 ŠPORTNI TURIZEM V SLOVENIJI

Po izkušnjah trženja športne rekreacije v turistično razvitih destinacijah smo tudi v Sloveniji bolj ali manj sistematično začeli s tovrstnimi aktivnostmi, še posebej po letu 1991. Z osamosvojitvijo je Slovenija začela z utrjevanjem nove podobe turistične dežele, saj smo bili pred tem le privesek Jadrani in kot zelena destinacija neprepoznani. (Pintar, 2004)

Prvotno je prišla pobuda za uvedbo novih turističnih proizvodov, ki temeljijo na športni ponudbi, iz gospodarstva – podjetje Unior turizem z Roglo in s Termami Zreče ter zdravilišča Čateške in Šmarješke toplice. Nato so tudi institucije začele spodbujati povezovanje dejavnosti športa in turizma, pri čemer so bili v letih 1996–2000 glavni nosilci Turistična zveza Slovenije, Olimpijski komite Slovenije in Fakulteta za šport. V tem času se je ob redni organizaciji seminarjev in posvetov na temo športa in turizma začelo tudi praktično povezovanje gospodarstva in društvenih organizacij na področju športa in turizma v projektih Olimpijska kartica in Slovenija teče. Število organizatorjev je s 6 leta 1991 naraslo na preko 60 leta 2000. (Pintar, 2004)

V Centru za promocijo turizma Slovenije menijo, da športnoturistično ponudbo preprosto delimo v tri skupine: zeleni, modri in beli športi. Zeleni športi so športi, ki se odvijajo v naravi: pohodništvo, konjenišтво, golf, taborjenje, lokostrelstvo, kolesarjenje itd. Modri športi so športi, ki se odvijajo v/naravi: plavanje, veslanje, rafting, kajakaštvo in vožnja s kanujem, potapljanje, soteskanje, kolesarjenje itd. Beli športi pa se odvijajo pozimi: smučanje (na vse načine), sankanje, drsanje itd.

Berčič (2001) pravi, da mora Slovenija postati dežela aktivnega oddiha. Poskrbeti bi morali za enakomeren razvoj vseh regij in vseh za slovenski turizem pomembnih turističnih območij. Neprekinjeno je treba ugotavljati in analizirati interese, mnenja in stališča domačih in tujih gostov ter njihovo motivacijsko strukturo na področju turizma in športa. Zaposlovati bi morali ustrezne strokovne kadre, predvsem specialiste na področju športa in turizma. Del, ki mora biti v ospredju pri uveljavljanju športnega turizma, je skrb za okolje, ta bi moral biti del turističnih programov. V okviru turizma na podeželju bi morali posebno skrb nameniti turizmu na kmetijah.

Zanimivo turistično območje Slovenije je podeželje. Opreljuje ga visoka raven gostoljubnosti, odlična ponudba domače kulinarike, lepo podeželsko naravno okolje ter etnološke in etnografske posebnosti posameznih krajev. Številne so kulturne prireditve z ohranjanjem običajev. Čeprav ima veliko kmetij ugodne pogoje za razvoj turizma, pa bi bilo treba turistično ponudbo dopolniti s

športnimi vsebinami. V ponudbo se lahko vključijo izletništvo, pohodništvo, posamezne različice kolesarjenja in drugi športni programi (Berčič, 2001).

Pomembnost kolesarskega turizma v Sloveniji prikazuje vsa kolesarskoturistična ponudba različnih turističnih ponudnikov, ki v svoje programe vključujejo elemente kolesarskega turizma. Slovenija tako ponuja vse vrste kolesarstva, od cestnega in gorskega, do različnih umetnih in naravnih poligonov. Potencialni kolesarji turisti si lahko izberejo področje namenjeno oziroma prilagojeno njihovim potrebam in željam. (Črnilogar, 2009)

V zadnjih letih v Sloveniji postaja najbolj priljubljen šport pohodništvo, prav tako pa postaja eden pomembnejših turističnih proizvodov, na kar kaže tudi povpraševanje gostov. Drugi strateško pomemben šport, ki bogati turistično ponudbo v Sloveniji, postaja kolesarjenje. Za področje kolesarjenja je bila izdelana Strategija razvoja turističnega proizvoda kolesarjenje v Sloveniji 2005. (Berčič, 2008)

8.0 RAZVOJ ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH – VLOGA KLUBOV, LOKALNIH INŠTITUCIJ IN GOSPODARSKIH SUBJEKTOV

V tem poglavju so predstavljeni športni klubi, organizacije in druge inštitucije, ki so od leta 1991 do leta 2009 prispevale k razvoju športnega turizma v Goriških brdih z organizacijo dogodkov, da bi pritegnili v Brda turiste, ki jih zanima športno udejstvovanje, spoznavanje okolice, tekmovanja. Na primeru organizacije športnih dogodkov dokazujemo, da je sodelovanje klubov, občine in podjetij ključnega pomena za razvoj zanimive ponudbe na področju športnega turizma.

V prvem delu je raziskano stanje v športnem turizmu leta 1991, da bi se skozi razvoj klubov do leta 2009 pokazalo, kako so ti bogatili športno turistično ponudbo. Gre za pristop od spodaj navzgor, saj se je iniciativa za organizacijo športnih dogodkov, prispevanje k razvoju športnega turizma skozi mednarodno in medregijsko povezovanje rojevala iz iniciative posameznikov oziroma ljubiteljev. Drugi sklop v tem poglavju sta TIC in Agencija Jota, to sta občinska organizacija in podjetje, ki sta prispevala k razvoju športnega turizma na nekoliko drugačen način; prvi s strateškim planiranjem in spodbujanjem logističnih izboljšav, druga pa najbolj z organizacijo najpomembnejšega briškega dogodka – Praznika češenj, na katerega so vezani določeni športni dogodki. V tem poglavju imamo torej opravka s sistematičnim oziroma institucionaliziranim pristopom k razvoju športnega turizma v regiji; pristop od zgoraj navzdol. Tretji del tega poglavja je posvečen dogodkom v sklopu Praznika češenj, saj menimo, da predstavljajo model, na katerem bi lahko zgradili še več tovrstnih dogodkov za spodbujanje razvoja športnega turizma.

8.1 ZAMETKI ŠPORTNEGA TURIZMA V BRDIH

Leta 1991 je bila turistična oziroma športnoturistična ponudba v Brdih precej skromna. Edini športni dogodek, ki je takrat potekal, je bil čezmejni pohod Števerjan–Gonjače–Števerjan, spominski pohod na narodnoosvobodilno vojno in ohranjanje stikov z matično domovino v organizaciji zamejskega društva Briški grič iz Števerjana. Prvi pohod je bil organiziran 1. maja 1980, takratno število udeležencev pa je bilo okrog dvesto. Nato se je število udeležencev vsako leto povečevalo in doseglo v povprečju število od tristo do štiristo. Poskusili so se tudi v tekmovalni obliki – dve leti je potekal tudi tek, vendar so zaradi ugotovljenih kršitev, ki jih niso mogli preprečiti, prekinili tekmovalni del in ostali na izvedbi rekreativnega pohoda. (Silvan Pittoli, osebna komunikacija, 30. 1. 2010)

Po besedah Silvana Pittolija je bila od prvega pohoda do osamosvojitve Slovenije sestava pohodnikov pretežno slovenska iz matične domovine, nato pa je se sestava vse bolj spreminjala v korist zamejskih Slovencev. Pohod je potekal vsako leto, vendar se je število udeležencev vsako leto zmanjševalo. Na zadnjem pohodu leta 2007 je bilo šestdeset udeležencev. (Silvan Pittoli, osebna komunikacija, 30. 1. 2010)

Pohod je bil odprt za vse, ki so se ga hoteli udeležiti, vendar so se ga udeleževali pretežno lokalni prebivalci. Povedati je treba, da so se organizatorji potrudili, da bi popestrili ponudbo, zato so ponujali nagrade za največje skupine, najstarejšega ali najmlajšega udeleženca, prav vsak udeleženec pohoda pa je prejel spominsko medaljo udeležbe na pohodu. Zanimiv podatek je tudi, da na pohodu nikoli ni prišlo do večjih poškodb ali drugih nevšečnosti. (Silvan Pittoli, osebna komunikacija, 30. 1. 2010)

8.2.1 PLANINSKO DRUŠTVO BRDA IN NJEGOVA VLOGA

Planinsko društvo Brda je bilo ustanovljeno leta 1992 s podporo Planinske zveze Slovenije, ker je med takratno briško sekcijo znotraj Planinskega društva Nova Gorica in Planinskim društvom Nova Gorica prišlo do nesporazumov. Že istega leta se je društvo včlanilo v Planinsko zvezo Slovenije, člani so markirali pot Sabotin–Korada in tudi organizirali prvi družinski pohod na Sabotin. Število članov planinskega društva je po besedah predsednika društva Borisa Gašperina je naraščalo vse do leta 2000, ko je doseglo 258 članov, nato je število članov iz leta v leto upadalo, leta 2009 šteje okrog 150 članov. (Boris Gašperin, osebna komunikacija, 19. 1. 2010)

Poleg številnih izletov po naših in tujih hribih in gorah organizirajo tudi več pohodov po Goriških brdih, med katerim je najbolj odmeven Pohod od češnje do češnje v sklopu Praznika češenj, ki ga junija organizirajo pod pokroviteljstvom Vinske kleti Goriška Brda. Tradicionalno maja poteka tudi pohod v spomin na narodnoosvobodilni boj, ki se zaključi s slovesnostjo v vasi Peternel. 20. decembra 2008 so prvič v sodelovanju z Vinoteko Brda organizirali pohod po nekdanji meji med Slovenijo in Italijo. Ta dan so izbrali, ker so ravno konec decembra 2007 – leto pred pohodom – odprli mejo med Slovenijo in Italijo. Pohod je dobil ime Ob meji – brez meje. Poleg tega še vedno poteka prej omenjeni družinski pohod na Sabotin in pohod na Korado s startom na Sabotinu. Od leta 2004 sodelujejo pri projektu Sabotin – Park miru, ki ima namen urediti dediščino prve svetovne vojne in vodenih ogledov kavern. (Boris Gašperin, osebna komunikacija, 19. 1. 2010)

8.2.2 KOLESARSKI KLUB BRDA

Kolo je bilo v briški zgodovini eno najpomembnejših prevoznih sredstev. S pomočjo raznih dodatkov, ki so jih pritrjevali na kolesa, so kmečke žene vozile pridelek na trg. Še dolgo časa po 2. svetovni vojni so se na kolesu vozili v Čedad, Krmin, Gorico na italijanski strani, prav tako pa tudi v Novo gorico, Šempeter, Kanal in Most na Soči po opravkih in na delo. (Dokument Kolesarsko društvo Brda, marec 1998)

Kolesarjenje je v Brdih ponovno postalo popularno, vendar ne več samo kot prevozno sredstvo, ampak kot oblika rekreacije. Ravno zato se je peščica ljubiteljev dogovorila, da bi se udeleževala kolesarskih prireditev, kjer bi pomerili svoje moči. Leta 1994 se je pet ljubiteljev prijavilo na Kolesarjenje prijateljstva v Gorici. Na naslednji kolesarski prireditvi Gorica–Trst–Portorož se je število udeležencev že nekoliko povečalo. V ta namen je KZ „Goriška Brda” Dobrovo priskočila na pomoč in za reklamo kupila kolesarske drese. Ekipa je kljub dobri uvrstitvi na tekmovanju ostala praznih rok, saj ni imela registracije. Želja po uspešnem nastopanju na tekmovanjih in veselje do kolesarjenja jih je leta 1996 vodila do registracije Kolesarskega društva Brda. (Dokument Kolesarsko društvo Brda, marec 1998)

Na začetku se je v društvo združilo šest kolesarjev. Leta 2005 je bilo članov kluba 60, leta 2009 pa že okoli sto, od katerih jih velik del tekmuje. Klub pa ima člane po vsej Sloveniji (Jože Blažič, član Kolesarskega kluba Brda, osebna komunikacija, 26. 1. 2010)

V začetku so se člani po besedah Blažiča udeleževali predvsem maratonov, ker niso imeli licenc, potrebnih za kolesarska tekmovanja. Leta 1997 so organizirali kolesarski dogodek – gorski vzpon na Korado, ki od tedaj poteka aprila vsako leto, leta 1998 pa gorsko tekmo na Sabotin, ki poteka oktobra. (Jože Blažič, član Kolesarskega kluba Brda, osebna komunikacija, 26. 1. 2010)

Klub je organiziral tudi kolesarsko tekmovanje v sklopu krajevnega praznika v Neblem in Šmartnem. Udeležujejo se tudi kolesarske prireditve ob vaškem prazniku v Medani. (Dokument Kolesarsko društvo Brda, marec 1998)

V njihovi domeni je organizacija kronometra na Krasu. Lahko se pohvalijo tudi, da so bili leta 2009 že šestič zapored klubske državni prvaki. (Jože Blažič, član Kolesarskega kluba Brda, osebna komunikacija, 26. 1. 2010)

8.2.3 KLUB MALEGA NOGOMETA SAN MARTINS

Klub malega nogometa San Martins je nastal leta 2003 z namenom druženja in rekreacije. Udeležujejo se nogometnih turnirjev, ki potekajo v poletnem času, tekmujejo pa tudi v zimski ligi v Dobravljah. Klub, ki šteje 25 članov, od leta 2007 organizira tudi turnir v malem nogometu, imenovan Matejev memorial, ki običajno poteka avgusta (Deset let občine Brda, 2005). Od leta 2008 je memorial postal mednarodni turnir v malem nogometu.

Matejev memorial je bil najprej zasnovan kot lokalni turnir za druženje ter spomin in opomin na vrstnika, ki je preminil zaradi drog. Zaradi dobre udeležbe in podpore na občini Brda so naslednje leto dogodek zelo promovirali preko spletnih strani, z letaki in s plakati, pa tudi sami člani kluba na turnirjih, ki so se jih udeleževali. Leta 2008 se je tako turnirja udeležilo 13 ekip s severne Primorske in iz sosednje Italije. Leta 2009 se je število ekip povzpelo že na 16, med udeleženci pa so večinoma iz severnoprimorske regije, dve ekipi sta bili iz Italije, nekaj ekip iz drugih slovenskih pokrajin. (Peter Marinič, osebna komunikacija, 2. 4. 2010)

Treba je poudariti, da je k dobri udeležbi in vse večjemu zanimanju za turnir pripomoglo zavzeto oglaševanje članov kluba, bogate nagrade in dodatna ponudba na turnirju v smislu nastopa glasbenih skupin. Turnir je deležen velike podpore občine Brda in želijo, da bi postal tradicionalen. (Peter Marinič, osebna komunikacija, 2. 4. 2010)

8.2.4 BALINARSKI KLUB BRDA

Balinarstvo ima v Brdih že zelo dolgo tradicijo. Zagotovo jo lahko uvrščamo med najstarejše športne aktivnosti v Brdih. Balinarji so se združili v klub leta 1980. Od 25 članov jih 16 tekmuje. Klub je aktiven na medobčinskem tekmovanju lige Zahod v Gorici. Od začetka maja do konca septembra se zvrsti 14 tekem. Poleg tekmovalnega dela se čez leto zvrsti 12 prijateljskih turnirjev, med temi je že tradicionalni Mednarodni balinarski turnir v Goriških brdih, ki ga organizira Balinarski klub Brda z imenom Quercus.

Balinarski klub Brda sodeluje s hrvaškim klubom Matovlje in društvom Korensko ter z italijanskim društvom iz bližnjega Krmina. V svoje vrste bi radi privabili tudi mlade in čim večje število ljubiteljev balinanja. (Deset let občine Brda, 2005)

Po besedah Karla Passonija, ki je predsednik kluba od leta 2003, je klub doživljal razne vzpone in padce. Leta 2003, ko je prevzel predsednikovanje kluba, je bilo aktivnih le sedem članov in je bila nevarnost razpustitve kluba velika. Nato so si predvsem z lastno dejavnostjo opomogli in so sedaj v ponovnem vzponu. Pohvalijo se lahko, da imajo 20 aktivnih članov, ki tekmujejo, 50 rekreativnih članov, med katerimi sta dve ekipi žensk. Promocija balinanja v smislu predstavitve balinanja na osnovni šoli Dobrovo in v njihovem klubu je spodbudila zanimanje mladih, tako da od leta 2008 v sklopu balinarskega kluba deluje tudi podmladek, na katerega so še posebej ponosni. (Karlo Passoni, osebna komunikacija, 26. 3. 2010)

Balinarji so se medsebojno družili po turnirjih že pred osamosvojitvijo Slovenije. Tako je Balinarski klub Brda organiziral prijateljski turnir, ki so se ga udeleževale ekipe iz Severnoprimske lige, pobratena kluba iz Hrvaške in dva kluba iz sosednje Italije. Leta 2003 so se odločili, da bodo turnir nekoliko nadgradili in zaprosili za pomoč Vinsko klet Goriška Brda, ki je nudila nagrade za tekmovalce turnirja. Poleg tega so udeležence turnirja tudi povabili na ogled vinske kleti. Ravno zato so turnir poimenovali Quercus, po blagovni znamki Vinske kleti Goriška Brda. Leta 2007 so se odločili preimenovati turnir v Pokal občine Brda, saj menijo, da tako Balinarski klub predstavlja Brda kot celoto. Turnir poteka v tretjem tednu avgusta in pod tem imenom bo potekal tudi letos. (Karlo Passoni, osebna komunikacija, 26. 3. 2010)

8.2.5 JEEP KLUB BRDA

Društvo je bilo ustanovljeno leta 1991. Leta 2005 je štelo aktivnih 25 članov. Poleg tega ima društvo še t. i. pomožne člane, ki priskočijo na pomoč ob določenih priložnostih. Tako npr. leta 2005, ko je bilo že štirinajstič zapored organizirano mednarodno srečanje terenskih vozil, ki je potekalo vsako leto konec oktobra. Srečanja se je običajno udeležilo okoli 150 do 200 obiskovalcev. Terensko vozilo ne predstavlja nujnega pogoja za včlanitev v klub, strast do terenske vožnje pa je zaželeno. Člani kluba so z dosedanjim delom očistili nekatere zaraščene stare briške poti, ki jih dolgo časa ni nihče uporabljal. Poleg tega društvo sodeluje pri večjih občinskih praznikih v vlogi civilne zaščite. Sodelovali so z Rdečim križem tako pri prvem kot pri drugem potresu na Bovškem. Člani kluba pa poskrbijo tudi za lastno druženje in zabavo, udeležujejo se številnih tekmovanj v Sloveniji pa tudi v tujini. (Deset let občine Brda, 2005)

Po besedah članice in nekdanje predsednice Jeep kluba Brda Nataše Simčič je potekala organizacija tradicionalne prireditve vsako leto, od ustanovitve do leta 2005. Nato je bila organizacija tekmovanj prekinjena za nekaj let. Ponovno so organizirali prireditev leta 2009, vendar se ni iztekla po načrtih. Simčičeva pravi tudi, da je vse več težav pri pridobivanju soglasij za uporabo zemljišč pri prireditvah. (Nataša Simčič, osebna komunikacija, 20. 4. 2010)

Jeep klub Brda je bil prvi tovrstni klub v Sloveniji, nato mu je sledilo 13 podobnih klubov. Temu je sledila ustanovitev Jeep klub zveze, ki organizira razna srečanja in tekmovanja. Poleg tekmovanj je Jeep klub aktiven pri pomoči pri večjih prireditvah v Brdih, kot sta Praznik češenj in prireditev pri Peternelu. Veliko pomoč jim nudi občina Brda ter Vinska klet Goriška Brda, ki omogoča uporabo prostorov in zagotovi praktične nagrade udeležencem prireditev. V zadnjih letih klub organizira individualne izlete za turiste po starih briških poteh. (Nataša Simčič, osebna komunikacija, 20. 4. 2010)

8.2.6 MOTO KLUB BRDA

Društvo Moto klub Brda je bilo ustanovljeno leta 1992 kot društvo ljubiteljev s strastjo do motorjev vseh velikosti in vseh starosti. Število članov se je med 1992 in 2005 gibalo od 20 do 35. Člani so se že od samega začetka udeleževali številnih zborov motoristov po vsej Sloveniji pa tudi v številnih drugih državah. Ravno zato se je prebudila zamisel, da bi tudi sami organizirali zbor motoristov v domačem kraju. Prvega zbora leta 1992 se je udeležilo 50 motoristov. Že po nekaj letih je število obiskovalcev vsako leto poskočilo in doseglo tudi 2000 motorjev. Društvo je vodilo

evidenco in nadzor, da so bila med prisotnimi predvsem društva, ki so bila povabljena, torej poznana. Skupaj so izvedli 11 zaporednih srečanj, nato pa so morali predvsem zaradi zunanjih okoliščin organizacijo v gradu Vipolže opustiti. Še vedno se člani društva udeležujejo ostalih srečanj, ki potekajo po Sloveniji in tujini. (Deset let občine Brda, 2005)

8.2.7 LOVSKI DRUŽINI SABOTIN IN DOBROVO

Lovstvo ima v Brdih med vsemi organiziranimi dejavnostmi najdaljšo tradicijo, saj je bila LD Brda ustanovljena z odločbo ministrstva za gozdarsko in lesno industrijo 27. julija 1949. Že na začetku so imeli zaradi bližine meje briški lovci težave z dovoljenji, zato so odhajali na dogovorjeni lov v sosednja lovska območja Veliki vrh in Jelenk. Leta 1954 pa sta bili na območju Goriških Brd ustanovljeni LD Sabotin in LD Dobrovo. (Rutar, 2004)

Ko se je v letih 1957 in 1958 začel lovski turizem so začeli tudi v lovski družini Sabotin vezati stike s sosednjimi lovskimi družinami in z nekaterimi italijanskimi lovskimi družinami, kar je omogočal Videmski sporazum med Jugoslavijo in Italijo iz leta 1955. (Rutar, 2004)

Lovska družina Sabotin sodeluje z dvema slovenskima lovskima družinama v zamejstvu, in sicer ne samo v smislu lova, gre namreč tudi druženje in ohranjanje stikov s Slovenci v Italiji. Takšno sodelovanje so leta 1993 nadgradili s tem, da so se skupaj z lovsko družino Dobrovo povezali s koroškimi lovci iz Celovca, ki so prišli na skupni lov v Brda najprej k LD Dobrovo, nato pa še k LD Sabotin. Od takrat je sodelovanje tradicionalno. Med lovskimi družinami je prišlo do dogovora, da organizirajo skupni lov pod imenom Koroški dnevi. Potekajo enkrat letno, LD Sabotin in LD Dobrovo pa si menjata vloge gostiteljev vsako leto. (Rutar, 2004)

Poleg sodelovanja z italijanskimi in avstrijsko lovsko družino je prišlo do sodelovanja tudi z LD Lane Opatija iz Hrvaške. Do sodelovanja je prišlo na podlagi dobrih medsebojnih odnosov med občinama Brda in Matulje, katerih pobudniki so bili briški balinarji. Prvi skupni lov so izvedli leta 2001 v lovišču LD Dobrovo. Leta 2003 pa so hrvaški lovci prišli na obisk na Praznik češenj in navezali stike tudi z lovci iz LD Sabotin. Že istega leta so decembra izvedli skupni lov na lovišču LD Sabotin, poleg tega je bilo povabljenih še več kot dvajset lovcev iz Brežic. Dan so zaključili z ogledom ostankov iz prve svetovne vojne na Sabotinu in kasneje z družabnim večerom. (Rutar, 2004)

8.3 GLASBENA AGENCIJA JOTA

Začetki Glasbene agencije Jota segajo v leto 1995 z namenom delovanja na kulturnem področju, predvsem glasbenem. Začeli so z organiziranjem raznih koncertov, pri čemer so dali poudarek na iskanju mladih talentiranih glasbenih izvajalcev s področja etno, ljudske in jazz glasbe različnih kultur. Od leta 2005 dalje do dopolnili dejavnost z organizacijo večjih dogodkov v Brdih, kot so Praznik češenj, Brda in vino, 1. maj v Šmartnem, martinovanje.

Poleg organizacije kulturnih dogodkov so uredili tudi manjši muzej, imenovan Briška hiša v Šmartnem, v upravljanju imajo planinsko kočo na Koradi, ki je v lasti Planinskega društva Brda. V njihovi ponudbi so tudi vodeni ogledi Goriških brd na različne načine. Vsem je skupno doživljanje narave in kulturno-zgodovinskih znamenitosti Goriških brd. Najdaljši pohod je v trajanju petih ur in poteka preko glavnih točk v Brdih. Ostali izleti so kombinacije pohodništva, ogledov znamenitosti in kulinarčne ponudbe ter degustacij vin. (Glasbena agencija JOTA, pridobljeno 28. 3. 2010 s: <http://www.agency-jota.com/>)

8.4 TURISTIČNO-INFORMACIJSKI CENTER (TIC)

Turistično-informacijski center (TIC), ki je bil ustanovljen leta 2000, se ukvarja s celostno promocijo Goriških brd, vključevanjem kulturne dediščine in ostalih turističnih proizvodov v turistično ponudbo Brd.

Njihova dejavnost sega od izobraževanja turističnih kadrov, do zastopanja občine na domačih in mednarodnih turističnih sejmih, promocijskih dogodkih. TIC je bil pred leti organizator Praznika češenj, vendar se je dogodek iz leta v leto širil, zato je prišlo do potrebe po profesionalizaciji organizacije, s čimer je Praznik češenj v organizacijo prevzela Agencija Jota.

TIC se ukvarja tudi s turistično infrastrukturo v smislu signalizacije turističnih poti, kolesarskih poti, vinske ceste, pešpoti ipd.. Osnovna dejavnost TIC-a je predvsem posredovanje informacij turistom, ki obišejo Brda, in prizadevanja za čim večji obisk Brd s promocijami, pri čemer skrbi tudi za izdelavo promocijskega materiala in brošur v različnih jezikih. (Erika Kovačič Marinič, osebna komunikacija, 15. 1. 2010)

8.5 VLOGA PRAZNIKA ČEŠENJ PRI ŠPORTNEM TURIZMU V BRDIH

Praznik češenj je največja in najbolj odmevna briška prireditev. Že vrsto let se ga praznuje v času zorenja češenj, to je v drugem tednu junija. Praznovanje v znamenju češnje ima v Brdih že dolgo tradicijo. Mnenja o letnici rojstva se sicer razlikujejo, vendar ga lahko lahko umestimo pred leto 1955. Ker je obenem to tudi edini praznik v občini, kjer sodelujejo številne strukture in dejavnosti briškega družbenega življenja, je bil 3. 5. 2005 sprejet odlok, da bo odslej Praznik češenj tudi občinski praznik. (Deset let občine Brda, 2005)

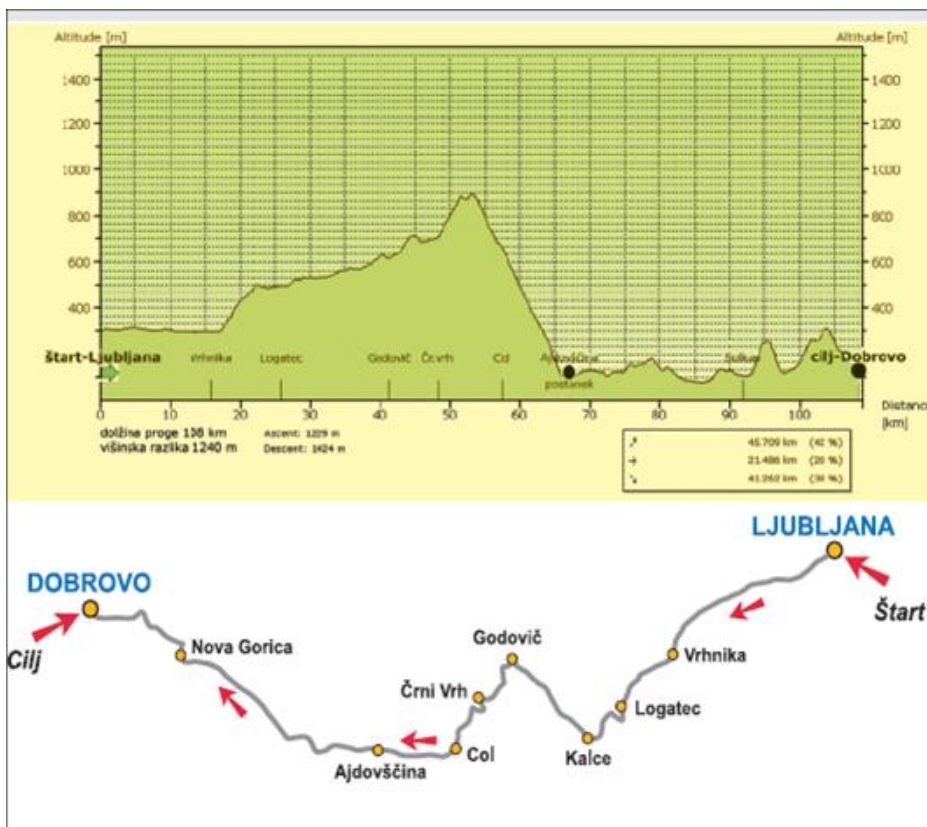
V sklopu Praznika češenj je leta 2009 že štirinajsto leto zapored potekal Kolesarski maraton češenj in peto leto Pohod od češnje do češnje.

8.5.1 KOLESARSKI MARATON ČEŠENJ

Začetki Kolesarskega maratona češenj segajo v leto 1996, ko je Kolesarski center Rog iz Ljubljane prvič organiziral kolesarski maraton od Ljubljane do Goriških brd. Število udeležencev na takratnem prvem maratonu je bilo okrog 300. Pri maratonu so sodelovali še takratni Kolesarski klub Brda in Vinska klet Goriška Brda. (Dokument Vinska klet Goriška Brda.)

Že od vsega začetka je trasa kolesarskega maratona ostala nespremenjena in poteka od Ljubljane preko Črnega vrha in Ajdovščine do Dobrovega, čeprav so bili poskusi, da bi traso v končnem delu speljali tudi po italijanskem ozemlju, da bi s tem pritegnili pozornost sosednjih Italijanov. (Dokument Vinska klet Goriška Brda.)

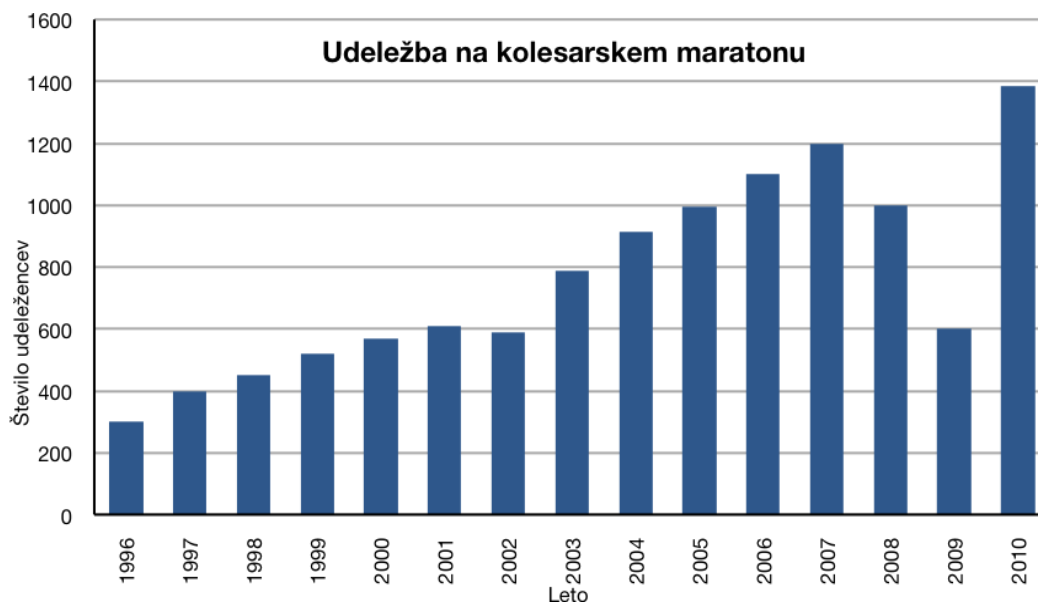
Slika št. 3: Profil in trasa Kolesarskega maratona Češenj



(Vir: Vinska klet Goriška Brda)

Število udeležencev je od samega začetka naraščalo od 300 na prvem maratonu do števila 1.200 leta 2007. Pri številu udeležencev igra pomembno vlogo vreme, saj se v primeru slabega vremena število udeležencev zelo zmanjša. Število udeležencev je ponazorjeno na Sliki št.4:

Slika št. 4: Udeležba na kolesarskem maratonu



(Vir: Vinska klet Goriška Brda)

Trend naraščanja števila udeležencev pove, da je kolesarski maraton iz leta v leto boljši. Izrazit upad je v letu 2009, saj se ga je zaradi muhastega vremena udeležilo le okrog 600 kolesarjev. Rekord je bil dosežen v letu 2010, ko se je maratona udeležilo 1385 kolesarjev.

K sodelovanju so pritegnili tudi ostale športne klube v Brdih, kot sta Moto klub Brda in Jeep klub Brda, ki nudita pomoč pri nadzoru in varovanju prireditve. Poleg tega je treba poudariti vedno boljšo medijsko pokritost dogodka, saj so o tem od leta 2004 poročali RTV SLO in VAL 202, pa še kopica drugih medijev na lokalni ravni. Navsezadnje svoje pripomorejo številne nagrade, ki jih prejmejo največje skupine, najmlajši, najstarejši udeleženec itd. Vsak udeleženec prejme spominsko medaljo maratona češenj. (Dokument Vinska klet Goriška Brda)

8.5.2 POHOD OD ČEŠNJE DO ČEŠNJE

Od leta 2005 kot dodatna športnorekreativna dejavnost v sklopu Praznika češenj poteka Pohod od češnje do češnje. Organizira ga Planinsko društvo Brda pod pokroviteljstvom Vinske kleti Goriška Brda. Trasa pohoda je po gričih v okolici Dobrovega, pohod pa traja od 5 do 6 ur. Dogodek je že prvo leto pritegnil pozornost in število udeležencev ocenjujejo na okrog 300. V naslednjih letih je število poskočilo in doseglo od 500 do 600 udeležencev. Veliko pripomore tudi ugodna vremenska napoved, kljub temu pa poteka pohod tudi v primeru dežja. Zaključek pohoda je pri Vinski kleti Goriška Brda, kjer udeleženci pohoda prejmejo topel obrok, kupon za pijačo in spominsko majico. (Boris Gašperin, osebna komunikacija, 19. 1. 2010)

8.5.3 ČEŠNJEV TURNIR V NOGOMETU

V okviru Praznika češenj poteka tudi nogometni turnir, ki je bil prvič organiziran leta 2005 v Vipolžah, leta 2008 pa je potekal že četrtoč zapored. Značilnost tega turnirja je, da je namenjen otrokom, starim od 8. do 13. leta. Skupaj se je zbralo 14 ekip. Zanimivo je, da so leta 2008 tekmovali tudi štiri ekipe deklet, starih 13 let. Turnir predstavlja dobrodošlo popestritev dogajanja v času Praznika češenj. (Dokument Vinska klet Goriška Brda.)

9.0 ANALIZA DOSEDANJIH DEJAVNOSTI IN MOŽNOSTI RAZVOJA ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH

9.1 ANALIZA POVEZANOSTI MED ŠPORTNIMI IN OSTALIMI PRIREDITVAMI V GORIŠKIH BRDIH

V tem poglavju so analizirane prireditve, ki so bile organizirane v Goriških brdih v obdobju od 1991 do 2009. Zaradi boljše obravnave in primerjave je narejena primerjava med tremi časovnimi odseki, ki kronološko delijo obravnavano obdobje na tri dele:

Leto 1991

Prvi časovni izsek 1991 je izbran zaradi začetka ustanovitve nove države. Takrat je prišlo do sprememb politične in ekonomske ureditve, kar predstavlja povod za spremembe nasploh. V tem obdobju je razvidno, da je bila turistična in športnoturistična ponudba precej skromna, saj so bile komaj štiri večje prireditve in ena športna prireditev. Med temi prireditvami ni bilo povezanosti.

Preglednica št. 3: Prireditve v Brdih leta 1991

Leto 1991		
	Prireditev	Ocena števila udeležencev
Ostale prireditve	27. april – dan upora proti okupatorju	500
	Revija briških pevskih zborov in pihalnega orkestra	500
	Spominska svečanost pri Peternelu	100–200
	Praznik češenj	5.000
Športne prireditve	Pohod Števerjan–Gonjače–Števerjan	300–500
Povezanost med športnimi in ostalimi prireditvami	-----	

(Vir: lastna obdelava)

Leto 2000

Za drugi časovni odsek je izbrano leto 2000, ker je to leto na polovici obravnavanega obdobja in je prišlo v tem času do nekaterih sprememb: prišlo je do ustanovitve Turistično-informacijskega centra Brda, kar je pripeljalo do uresničenja želje po bolj sistematičnem delovanju na področju turizma v Goriških brdih. V istem letu je bil izdelan marketinški načrt za Brda, kar je prva strategija trženja turizma v Brdih.

Leta 2000 so potekale v Brdih številne prireditve na športnem in na drugih področjih turizma. Prišlo je do povezanosti med Pohodom na spomin na žrtve pri Peternelu in spominsko slovesnostjo, v sklopu Praznika češenj je potekal kolesarski maraton.

Preglednica št. 4: Prireditve v Brdih leta 2000

Leto 2000		
	Prireditve	Ocena števila udeležencev
Ostale prireditve	Kapelna	500
	Pomlad, narava in vino	500
	27. april – dan upora proti okupatorju	500
	Revija briških pevskih zborov in pihalnega orkestra	500
	Praznik rebule in oljčnega olja	1.000
	Spominska svečanost pri Peternelu	100–200
	Dnevi odprtih kleti	500
	Sveti križ	500
	Praznik češenj	15.000
	Utrinki v čaši	500
	Sveti Rok	700
	Nebelski krajevni praznik	500
	Dnevi poezije in vina	700
	Martinovanje	10.000
	Gradnikovi večeri	500
	Hitove Muze	100
	Športne prireditve	Planinski pohod na Korado
Kolesarski vzpon na Korado		100–200
Pohod Števerjan–Gonjače–Števerjan		300
Pohod spomin na žrtve pri Peternelu		300
Češnjev maraton		700
Kolesarski vzpon na Sabotin		600
Družinski pohod na Sabotin		300
Mednarodni zbor motoristov		3.000
Srečanje terenskih vozil		1.000
Koroški dnevi		100
Povezanost med športnimi in ostalimi prireditvami	Praznik češenj – češnjev kolesarski maraton Spominska slovesnost pri Peternelu – Pohod spomin na žrtve pri Peternelu	

(Vir: lastna obdelava)

Leto 2009

Leta 2009 se je število prireditev še nekoliko povečalo, prišlo je do ukinitve določenih športnih in drugih prireditev. Povezanost med športnimi in drugimi prireditvami je ostala enaka kot leta 2000, torej je samo v sklopu dveh prireditev prišlo do dodatne športne ponudbe. Velja pa poudariti, da je prišlo v sklopu Praznika češenj do razširitve ponudbe športnih prireditev. Poleg obstoječega kolesarskega maratona je prišlo do organizacije Pohoda od češnje do češnje in Turnirja češenj v malem nogometu. Treba je še omeniti, da našete prireditve pritegnejo tudi večje število gledalcev, ki se jih obravnava kot pasivne športne udeležence in soustvarjajo celotno sliko prireditve.

Preglednica št. 5: Prireditve v Brdih leta 2009

Leto 2009		
	Prireditve	Ocena števila udeležencev
Ostale prireditve	Kapelna	500
	Pomlad, narava in vino	500
	Revija briških pevskih zborov in pihalnega orkestra	500
	27. april – dan upora proti okupatorju	500
	Brda in Vino	10.000
	Praznik rebule in oljčnega olja	1000–1.500
	Dnevi odprtih kleti	500
	Sveti križ	500
	Spominska svečanost pri Peternelu	100–200
	Praznik češenj	15.000
	Sveti Rok	700
	Dnevi poezije in vina	700
	MM art mednarodna likovna kolonija	200
	Nebelski krajevni praznik	500
	Martinovanje	10.000
	Gradnikovi večeri	500
	Športne prireditve	Planinski pohod na Korado
Kolesarski vzpon na Korado		100–200
Pohod spomin na žrtve pri Peternelu		300
Češnjev maraton		1.000
Pohod od češnje do češnje		500–700
Češnjev turnir		100–200
Malonogometni turnir: »Matejev memorial«		200–300
Mednarodni prijateljski turnir v balinanju »Pokal občine Brda«		100
Kolesarski vzpon na Sabotin		100–200
Družinski pohod na Sabotin		300
Koroški dnevi		100
Pohod »Ob meji – brez meje«		300
Povezanost med športnimi in ostalimi prireditvami	Praznik češenj: - češnjev kolesarski maraton - Pohod od češnje do češnje - Češnjev turnir Spominska slovesnost pri Peternelu – Pohod spomin na žrtve pri Peternelu	

(Vir: lastna obdelava)

9.2 MOŽNOSTI RAZVOJA ŠPORTNEGA TURIZMA V GORIŠKIH BRDIH V PRIHODNOSTI

Po besedah vodje TIC Brda Erike Kovačič Marinič je na sejnih turizma veliko zanimanje za kolesarske poti in pešpoti. V primeru Goriških brd obstaja brošura, ki je narejena na podlagi seminarske naloge o kolesarskih poteh v Brdih, ki jo je leta 2006 naredila študentka Visoke šole za turizem v Portorožu Nina Gorjan. V njej je predstavljeno devet možnih kolesarskih izletov po Brdih, ki so urejeni po zahtevnosti. V nalogi je opisana pot, višinska razlika in teren (ali so poti makadamske ali asfaltirane). Naloga je vsekakor dobra z vidika ureditve kolesarskih poti in ponuja možnosti za nadgradnjo. V zadnjem času vse več ljudi sprašuje po GPS označenih poteh, kar je vsekakor izziv za Brda. Poleg tega poteka projekt označevanja pešpoti tudi na takšen način, da se lahko spremlja pot preko GPS-a. (Erika Kovačič Marinič, osebna komunikacija, 15. 1. 2010)

Največja možnost se ponuja t. i. zelenim športom, predvsem že uveljavljenemu pohodništvu in kolesarstvu. Gre za dejavnosti, ki so dobro dostopne. V obeh primerih morajo biti urejene in označene pešpoti in kolesarske poti. Poleg tega morajo biti dostopni tudi vodniki, kar zaenkrat, še posebej v kolesarstvu, ni urejeno.

Pojavlja se tudi vprašanje vzpostavitve konjeniškega turizma v Brdih. Glede na to, da v italijanskem delu Brd obstaja več klubov in turističnih kmetij s ponudbo ježe ter urejenih poti, lahko trdimo, da je možnost tovrstne dejavnosti možna tudi v Goriških brdih. Obstaja namreč več lastnikov in ljubiteljev konj, vendar delujejo nepovezano v smislu turistične ponudbe.

Dogodki, ki potekajo v Brdih, bi vsekakor lahko bili bolj povezani, saj nam že primer Praznika češenj, ki je največji briški dogodek, nakazuje te možnosti. Poleg osrednje kulturno-zabavne prireditve potekajo športni dogodki, kot je maraton češenj, ki je imel letos rekordno število udeležencev – 1385 kolesarjev, ter pohod od češnje do češnje. Na podoben način bi lahko tudi ostale dogodke obogatili s ponudbo športne rekreacije, ki je lahko združena z doživljanjem kulturno-zgodovinske dediščine kraja.

Sabotin – Park miru ponuja priložnosti za organizacijo športnih prireditev, predvsem pohodov. Pri tem bi lahko k temu pritegnili Italijane, Avstrijce, Madžare in druge narode, ki so takrat sestavljali Avstro-Ogrsko monarhijo in, kot pravi Prinčič, so predstavniki narodov, katerih dedje so se borili na Soški fronti. (Prinčič, 2006).

Tudi na institucionalni – občinski ravni so se leta 2009 začele odvijati spremembe, za katere mislim, da bodo imele bistven vpliv na ugoden razvoj športnega turizma v Brdih. Občina namreč ustanavlja Zavod za turizem, šport in mlade, pod katerega bo v bodoče spadal tudi TIC Brda. Zavod bo imel nalogo strateškega načrtovanja in izvajanja nalog na področjih mladinskih politik, turizma in športa. To so vse panoge, ki postajajo poleg kmetijstva bistvenega pomena za občino Brda. (Občina Brda, pridobljeno 5. 4. 2010 s: www.brda.si/file/e44fea3bec53bcea3b7513ccef5857ac)

10.0 ZAKLJUČEK

V obravnavanem delu je razvidno, da se je turizem in športni turizem v Goriških brdih v obdobju od leta 1991 do leta 2009 zelo razvil. Dokazi za to so v ustanovitvi številnih organizacij in klubov, ki se ukvarjajo s športom, turizmom in športnim turizmom. Pojavilo se je veliko število prireditev, pri že obstoječih prireditvah pa se je zelo povečal obisk. Takšen primer je Praznik češenj, ki je osrednji dogodek v Goriških brdih. Prireditve se je zelo uveljavila in pritegne veliko pozornosti, poleg tega je organizatorjem in njihovim sodelavcem uspelo zelo razširiti ponudbo. Kot primer je navedeno področje športnega turizma, kjer so organizirali tri športne prireditve. Prišlo je do povezovanja športne prireditve z osrednjim dogodkom, najprej s kolesarskim maratonom, nato še s pohodom in malonogometnim turnirjem. Poleg tega je v letu 2010 načrtovan še en športni dogodek v sklopu Praznika češenj- Češnjev spust z gorskimi kolesi. Pojavlja se vprašanje možnosti povezovanja oziroma dopolnjevanja ostalih večjih dogodkov s športnimi dogodki.

Dejavnik povezovanja je odločilen tudi v smislu sodelovanja klubov, občine in podjetij, ki delujejo v Brdih. V diplomskem delu odkrivamo, da so bili ravno klubi največkrat pobudniki dejavnosti, ki so kasneje pokazale velik potencial pri razvoju športnega turizma v Brdih. Toda šele ko so lokalna podjetja z Vinsko kletjo Goriška Brda na čelu podprla te iniciative, se je začel resnejši razvoj športnih dogodkov. Ugotovljeno je bilo še, da vse to brez finančne in logistične podpore na občinski ravni ne bi moglo delovati. Gre torej za tri faktorje, ki so ključni pri razvoju športnega turizma v Brdih in tudi nasploh.

Dogodki, ki izhajajo iz takšnih pobud, dajejo vidnost sami regiji in s tem ponujajo možnosti razvoja športnega turizma. Od tu naprej so individualna podjetja, bodisi turistične kmetije, hoteli, ali agencije, odgovorna za to, da se ponudba v športnem turizmu razvije na čim bolj pester in bogat način.

Poleg naštetega so namreč odprte tudi možnosti za uveljavljanje novih športnih dejavnosti. Goriška brda s svojim terenom omogočajo ukvarjanje s konjeništvom, kar dokazujejo v italijanskem delu Brd, kjer imajo urejene konjušnice in več kmečkih turizmov s tovrstno ponudbo ter urejene poti. Navsezadnje je treba poudariti, da je bilo veliko storjenega tudi na povečanju prenočitvenih zmogljivosti, saj je bila to ena izmed šibkih točk Goriških brd.

V diplomskem delu je iz podatkov razvidno, kakšen je bil napredek na področju turizma in športnega turizma v Goriških brdih. Na podlagi tega dela si lahko ustvarimo sliko, kako je razvoj potekal v obdobju osemnajstih let. Upamo, da bodo zbrani podatki in analize pripomogli k boljšemu razumevanju dosedanjega razvoja in da bodo imeli uporabno vrednost pri razvoju športnega turizma v Brdih v prihodnje.

11.0 LITERATURA IN VIRI

LITERATURA

Berčič, H. (1996). Šport in turizem kot sestavini kakovosti življenja (z vidika potreb in želja turistov). Turizem in šport v XXI. Stoletju (3–17). Rogla: Turistična zveza Slovenije, Olimpijski komite Slovenije, Združenje športnih zvez Slovenije, Fakulteta za šport..

Berčič, H. (2001). Pomen in vloga športne rekreacije v razvoju slovenskega turizma. Zbornik slovenskega kongresa športne rekreacije (123–132). Rogla: Športna unija Slovenije.

Berčič, H. (2005). Pojavnost in opredelitve športne rekreacije. V T. Kajtna in M. Tušak (ur.). *Psihologija športne rekreacije* (str. 7–26). Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.

Berčič, H. (2008). Povezanost turizma in športa ter njun vpliv na celovito ravnovesje sodobnih nomadov. *Šport*, 3–4.

Berčič, H., Sila, B. (2004). Mnenja in stališča domačih gostov v slovenskih zimsko-športnih središčih. *Šport*, LII (1), 19–23.

Cvikl H., Brezovec T., (2006); *Uvod v turizem*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.

Črnilogar, D. (2009). *Označevanje kolesarskih poti v Sloveniji za potrebe turizma*. Diplomsko delo. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož, Turistica.

De Knoop P., Standeven J., (1999). *Sport Tourism*. Human Kinetics.

Deset let občine Brda (2005). Zbornik ob 10-letnici občine. Občina Brda, Junij 2005.

Fikfak A., Zbašnik Senegačnik M., (2008) Urbani ekoturizem v Goriških brdih. *Glasnik SED* 48/ 1, 2 2008. (str. 62–67).

- Florjančič, J., Jesenko, J. idr. (1997). *Management v turizmu*. Kranj: Moderna organizacija.
- Klavora, M. (2007). *Razvoj turizma v zgornjem Posočju s poudarkom na športni rekreaciji*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport.
- Kolesarsko društvo Brda. Dokument iz arhiva. Marec 1998.
- Kovač, B. (2002). *Strategija slovenskega turizma 2002–2006*. Ljubljana, Ministrstvo za gospodarstvo, pridobljeno 20. 3. 2010 s:
http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/turizem/turizem_strategija.pdf.
- Krajnc, M. (2007). *Analiza socialno-ekonomskih kazalnikov po slovenskih regijah in razvojne možnosti goriške regije*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani. Ekonomska fakulteta, http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/krajnc3034.pdf, 10. 5. 2010.
- Kuzmin, M. (2005). *Športno-rekreativna ponudba turističnih kmetij na Goriškem*. Diplomaska naloga. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož, Turistica.
- Marketinški načrt za območje občine Brda*. Neobjavljeno delo.
- Mi in Brda/Noi e il Collio*. Campestrini S. R. L.- Gorizia, November 1990.
- Planina, J. (1996). *Uvod v turizem*. Visoka šola za hotelirstvo in turizem. Portorož.
- Planina, J. (1997). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Univerza v Ljubljana, Ekonomska fakulteta.
- Pintar, D. (2004). *Trženje športne ponudbe v slovenskem turizmu*. Zbornik 5. slovenskega kongresa športne rekreacije – prispevki in povzetki poročil, strokovnih predavanj in predstavitev (str. 61–68). Ljubljana: Športna unija Slovenije.
- Prinčič, V. (2006); Sabotin in razvojne dejavnosti. *Jadranski koledar*. (str. 147–155).

Rutar, V. (2004). *Kronika lovske družine Sabotin in kratek pregled lovstva na Slovenskem, Primorskem in v Brdih do leta 1954*. Kojsko, 21. 8. 2004.

Sila, B. (1996). Športni programi – sestavni del sodobne turistične ponudbe. V *Turizem in šport kot prvini kakovosti življenja* (str. 86–94). Ljubljana: Turistična zveza Slovenije.

Šugman, R. (1997). *Zgodovina svetovnega in slovenskega športa*. Univerza v Ljubljani. Fakulteta za šport.

Tadić, G. (2005). *Možnosti razvoja Velenja v športno- turistično središče*. Univerza v Mariboru. Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor, pridobljeno 14. 5. 2010 s: <http://www.epf.uni-mb.si/ediplome/pdfs/tadic-gabrijela.pdf>.

Vinska klet Goriška brda. Dokument iz arhiva.

VIRI

Blažič Jože, član kolesarskega kluba Brda, osebna komunikacija, 26. 1. 2010.

Gašperin Boris, član Planinskega društva Brda, osebna komunikacija, 19. 1. 2010.

Glasbena agencija JOTA, pridobljeno 28. 3. 2010 s: <http://www.agency-jota.com/>.

Kovačič Marinič Erika, predstojnica turistično informacijskega centra Brda, osebna komunikacija, 15. 1. 2010.

Marinič Peter, Kluba malega nogometa San Martins, osebna komunikacija, 2. 4. 2010.

Nacionalni program športa v Republiki Sloveniji (2000). Uradni list republike Slovenije, pridobljeno 17. 5. 2010 s: <http://www.uradnilist.si/1/objava.jsp?urlid=200024&stevilka=1065>.

Občina Brda. Turizem, pridobljeno 25. 3. 2010 s: <http://www.brda.si/sl/3>.

Občina Brda. Odlok o ustanovitvi javnega zavoda: Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda, pridobljeno 5. 4. 2010 s: www.brda.si/file/e44fea3bec53bcea3b7513ccef5857ac.

Passoni Karlo, predsednik balinarskega kluba Brda, osebna komunikacija, 26. 3. 2010.

Pittoli Silvan, član društva Briški grič, osebna komunikacija, 30. 1. 2010.

Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011, povzetek, pridobljeno 27. 3. 2010 s: www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/.../Povzetek_RNUST.pdf.

Sabotin – Park miru, pridobljeno 15. 3. 2010 s: http://www.sabotin.net/slo/1_o_projektu.php

Simčič Marjana, predstavnica Vinske kleti Goriška Brda, osebna komunikacija, 10. 4. 2010.

Simčič Nataša, članica Jeep kluba Brda, osebna komunikacija, 15. 4. 2010.

Vinska klet “Goriška Brda”, pridobljeno 1. 3. 2010 s: <http://www.kletbrda.com/slo/index.php?page=1>