

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA ŠPORT

DIPLOMSKO DELO

URBAN ŠLABNIK

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA ŠPORT
Športna vzgoja
Kondicijsko treniranje

**VSEBINSKA IN FINANČNA ZASNOVA ŠPORTNEGA
KAMPA NA OBMOČJU IDRIJE**

Diplomsko delo

MENTOR

izr. prof. dr. Gregor Jurak

RECENZENT

izr. prof. dr. Maja Pori

KONZULTANT

izr. prof. dr. Jakob Bednarik

Avtor

URBAN ŠLABNIK

Ljubljana, 2012

Zahvala

Zahvaljujem se vsem, ki so mi pomagali pri študiju ter pri pisanju diplomskega dela. Posebno zahvalo namenjam mentorju dr. Gregorju Juraku za nasvete ter družini za vso podporo. Zahvaljujem se tudi podjetju Geoset d.o.o. za izposojlo GPS naprave Garmin.

Ključne besede: športni turizem, kamp, pohodništvo, kolesarjenje, navigacija

VSEBINSKA IN FINANČNA ZASNOVA ŠPORTNEGA KAMPA NA OBMOČJU IDRIJE

Urban Šlabnik

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport, 2012

Športno treniranje, Kondicijsko treniranje

Število strani: 56

Število preglednic: 10

Število slik: 13

Število virov: 54

Število prilog: 2

Izvleček:

Diplomsko delo obravnava del področja športnega turizma, ki se nanaša na ukvarjanje s športom na potovanju. Podrobneje je predstavljena ideja športnega kampa, ki gostom ponuja nastanitev in bogato ponudbo športnih dejavnosti. Športne dejavnosti so zastavljene na inovativen način in izkoriščajo naravne danosti na območju Idrije. Podrobneje so predstavljeni kolesarstvo, pohodništvo, plezanje, jahanje, soteskanje, ekolov in adrenalinsko-tematski park za otroke.

V delu razvijamo idejo športnega kampa, predstaviti želimo potencialne športno-turistične dejavnosti na območju Idrije, pregledati osnovno zakonodajo, ki je potrebna za takšen projekt, in izvesti osnovne finančne projekcije ter s tem ugotoviti smiselnost investicije. Pri pisanju smo si pomagali z uporabo dostopne in razpoložljive literature, analizo podatkov s spleta in literature, SWOT analizo ter lastnimi opazovanji.

Ugotavljamo, da je za kamp potrebna velika investicija, ki bi bila upravičena le ob zadostni prodaji oziroma zasedenosti kampa. Zato ocenjujemo, da je smiselno v praksi najprej izvesti športno turistične dejavnosti, medtem poiskati za kamp primerno parcelo in nato na dejanskem primeru še enkrat narediti podroben finančni načrt.

Keywords: sports tourism, a camping place, hiking, cycling, navigation

THE CONCEPTUAL AND FINANCIAL PLAN OF A SPORTS CAMPING PLACE IN THE REGION OF IDRIJA

Urban Šlabnik

University of Ljubljana, Faculty of sport, 2012

Sports training, Conditional training

Number of pages: 56

Number of tables: 10

Number of figures: 13

Number of sources: 54

Number of additions: 2

Abstract

The thesis deals with one sphere of sports tourism which refers to sports activities while travelling. There is a detailed presentation of the idea of a sports camping place that offers guests accommodation as well a wide offer of sports activities in the region. The range of sports activities is designed in an innovative way to exploit the natural resources and possibilities of the region of Idrija. Cycling, hiking, rock climbing, horse riding, canyoning, eco-hunting and an adrenaline theme park for kids have been presented in more detail.

Within the thesis I have tried to develop the idea of a sports camping place and to present the potential sports activities for the tourist business in the region of Idrija. I have prepared an overview of the basic legislation that regulates investments of this type and I have also made the basic financial projections to evaluate the sense of going into such an investment. To be able to do all the mentioned tasks I made use of available and accessible written sources, data analyses from the Internet and from written sources, the SWOT analysis and my own observations.

My findings on this research have confirmed that a great investment is needed to establish such a camping place. The only justification for the investment would be a high level of capacity occupancy. My opinion therefore is that it makes sense to first develop the sports activities to attract and satisfy the tourists, in the mean time look for a suitable plot of land for the camping place and then once again carry out the financial projections of the investment planned.

1. UVOD	9
1.1 ŠPORTNI TURIZEM	10
1.1.1 Šport	10
1.1.2 Turizem	11
1.1.3 Športni turizem	11
1.1.4 Ekonomski, sociološki in okoljski vplivi športnega turizma	12
1.1.5 Trajnostni razvoj	13
1.1.6 Organizacija športa in možnosti za turizem v Sloveniji.....	15
1.1.7 Turistični podatki za Slovenijo v letu 2010	15
1.1.8 Slovenski športno-aktivni turist	16
1.2 ŠPORTNOTURISTIČNA PONUDBA REGIJE	17
1.2.1 Kampi v regiji.....	17
1.3 OBČINA IDRİJA	18
1.3.1 Zgodovina.....	19
1.3.2 Turistične znamenitosti	19
1.3.3 Turizem v Idriji	20
1.4 PROBLEM IN CILJI	20
2. METODE DEŁA.....	22
3. RAZPRAVA	23
3.1 KAMP	23
3.1.1 Kamp v Idriji	25
3.2 PONUDBA ŠPORTNIH DEJAVNOSTI.....	26
3.2.1 Omejitve zavarovanih območij	26
3.2.2 Pohodništvo	27
3.2.3 Kolesarjenje.....	30
3.2.4 Plezanje	32
3.2.5 Ekolov	33
3.2.6 Jahanje	35
3.2.7 Soteskanje.....	35
3.2.8 Tematski-adrenalinski park za otroke	38
3.3 PRIMER DOBRE PRAKSE - ŠPORTNI KAMP GABRJE	39
3.4 PRAVNO-ORGANIZACIJSKA OBLIKA IN LASTNIŠKA STRUKTURA	40
3.5 ANALIZA TRGA	40
3.5.1 Segmentacija kupcev	40
3.5.2 Analiza konkurence	41
3.6 SWOT ANALIZA	42
3.7 NAČRT TRŽENJA	42
3.7.1 Pozicioniranje.....	42
3.7.2 Cenovna strategija	43
3.7.3 Promocijska strategija	43
3.7.4 Načrtovana prodaja	44
3.8 FINANČNI NAČRT	46
3.8.1 Pojasnila in predpostavke.....	46
3.8.2 Vrednost investicije	46
3.8.3 Načrt izkaza uspeha.....	47
3.8.4 Simuliranje poslovnega tveganja	50
3.8.5 Upravičenost investicije	50
3.8.6 Analiza tveganja.....	51
4. SKLEP.....	52

5. VIRI:.....	53
6. PRILOGE:.....	57
Priloga 1	58
Priloga 2	59

1. UVOD

Razvoj mednarodnega turizma kot ga poznamo danes, se je začel v poznih petdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so potovanja postala bolj dostopna. Vse do danes področje turizma beleži trend rasti. Po definiciji so turizem vse dejavnosti, povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto, in sicer zaradi zabave, poslov in drugih namenov (SURS, 2012; Mihalič, 2008).

Področje športa je prav tako široko kot področje turizma. Pogosta je delitev športa na: športno vzgojo otrok in mladine, tekmovalni šport in športno rekreacijo. Z združitvijo športa in turizma se nam odpre popolnoma novo področje, ki v Sloveniji z raziskovalnega vidika še ni bilo obravnavano, saj nimamo niti podatkov niti raziskav na temo športnega turizma (Slak, 2010). Področje športnega turizma delimo na tri tipe: potovanje za ogled in sodelovanje na športnih prireditvah, potovanje za ogled športnih znamenitosti ter aktivno ukvarjanje s športom na potovanju (Berčič, Sila, Slak Valek & Pintar, 2010). Diplomsko delo podrobneje obravnava tip športnega turizma, kjer gre za aktivno ukvarjanje s športom na potovanju.

Pasivnega turista iz osemdesetih let prejšnjega stoletja je pred desetletjem zamenjal aktivni turist (Berčič, idr., 2010). Sodobni turist je zelo zahteven in ga samo postelja in dobra hrana že dolgo ne zadovoljita več. Globalni trendi gredo v smer povpraševanja po produktih, ki povezujejo zdravje in dobro počutje ter preživljanje aktivnih počitnic v stiku z naravo. Produkti, ki jih bo želel turist, so povezava neokrnjene narave, aktivnega oddiha in lokalnega karakterja (Kako (pre)živeti s turizmom, 2012).

Predstavljena je ideja športnega kampa na območju Idrije. Športni kamp pomeni klasičen kamp, ki nudi prenočitev turistom, vendar z obogateno športno turistično ponudbo. Idrija je del goriške regije. V regiji je turizem in tudi športni turizem najbolj razvit v dolini reke Soče, od Tolmina pa vse do Trente. Prevladujejo ponudniki vodnih športov (kajak, rafting in soteskanje), pohodništva, kolesarjenja ter padalstva. Mreža kampov je na tem področju dobro razvita. V Tolminu že nekaj let deluje Športni kamp Gabrje, ki je posebej prilagojen jadralnim padalcem.

Mesto Idrija in njegova okolica še nista izkoristila turističnega potenciala, saj primanjkuje osnovne turistične infrastrukture (Mlinar, 1998). Nastanitvenih kapacitet v obliki kampa v neposredni bližini ne najdemo. Na področju športnega turizma ni izdelane ponudbe, če izvzamemo ponudbo Tekaško smučarskega centra na Vojskem ter Ribiške družine Idrija. Na drugi strani pa Idrija ponuja pestro kulturno in tehniško dediščino, edinstveno kulinariko ter neokrnjeno naravo s čistimi vodami in negovanimi gozdovi.

Športni kamp bogati športno turistično ponudbo in rešuje problem pomanjkanja nočitvenih kapacitet na območju Idrije. Športne dejavnosti, ki so podrobneje obravnavane, so: pohodništvo, kolesarjenje, plezanje, ekolov (fotolov), jahanje, soteskanje in tematski park za otroke. Dejavnosti so predstavljene na inovativen način. Pri kolesarjenju in pohodništvu je to izposoja GPS naprav z že izdelanimi pohodniškimi oziroma kolesarskimi turami. Pri ekolovu uporaba posebne puške, ki ob pritisku na sprožilec fotografira (ne gre za strelno orožje). Tematski park pa je kombinacija pravljичne dežele in adrenalinskega parka.

1.1 ŠPORTNI TURIZEM

1.1.1 Šport

Strinjamo se, da šport nima univerzalne definicije, ki bi lahko zajela prav vse vidike tega družbenega fenomena. Definicija športa je se je skozi stoletja vseskozi spreminjala in dopolnjevala. V različnih zgodovinskih obdobjih in različnih družbenih kontekstih je imel šport vedno drugačen pomen (Weed & Bull, 2004). Danes lahko šport po Standeven & De Knop (2003) v najširšem pomenu besede opišemo kot dejavnost tekmovalne ali ne tekmovalne narave, pri kateri so izražene človekove sposobnosti in znanje. Namen dejavnosti pa je sprostitvev oziroma zabava ali pa izboljšanje sposobnosti oziroma trening.

Šport lahko delimo tudi z vidika vključenosti človeka v športno dejavnost. Lahko smo v dogajanje vključeni aktivno, kar je tudi najbolj poznan način, vendar ne gre spregledati tudi del športa, pri katerem človek nima aktivne vloge. To je, ko gledamo druge pri športnem udejstvovanju, ogled športnih prireditev v živo ali prek sodobnih medijev. Ta vidik je nezanemarljiv, če na šport gledamo s stališča turizma. Vendar na področju športa v turizmu obravnavamo samo del pasivnega vidika, ko gre za ogled športnih prireditev v živo, za kar je navadno potrebno potovanje (Standeven & De Knop, 2003).

Zakon o športu (Uradni list. RS 22/1998) v 2. členu govori o obsegu javnega interesa v športu, ki je opredeljen v Nacionalnem programu športa. Šport se deli na športno vzgojo, športno rekreacijo, kakovostni šport, vrhunski šport in šport invalidov. Zakon definira opisane kategorije: »Športna vzgoja po tem zakonu je dejavnost otrok in mladine, ki se prostovoljno ukvarjajo s športom zunaj obveznega vzgojno-izobraževalnega programa, ne glede na njegovo pojavno obliko. Športna rekreacija po tem zakonu je športna dejavnost odraslih vseh starosti in družin. Kakovostni šport po tem zakonu je priprava in tekmovanje posameznikov, ki nimajo objektivnih strokovnih, organizacijskih in materialnih možnosti za vključitev v program vrhunskega športa in jih program športne rekreacije ne zadovoljuje. Vrhunski šport po tem zakonu je priprava in tekmovanje športnikov, ki imajo status mednarodnega, svetovnega in perspektivnega razreda. Šport invalidov po tem zakonu je dejavnost invalidov vseh starosti, ki se prostovoljno ukvarjajo s športom«(Uradni list. RS 22/1998). Vsebine, predstavljene v osrednjem delu diplomskega dela, so primerne za naslednje zgoraj definirane kategorije: športno vzgojo, športno rekreacijo, ne gre pa izvzeti tudi možnosti za vključitev programov, namenjenih invalidom.

Športni programi, ki so podrobneje opisani v nadaljevanju, se nanašajo na rekreativno ukvarjanje s športom. Zato moramo po Russellu (1982) pri oblikovanju ponudbe za udeležence upoštevati njihove potrebe in interese. Zavedati se moramo, da je glavni cilj udeleženca užitek in zadovoljstvo. Zato športno rekreacijo bolj kot na dejavnost vežemo na izkušnjo posameznika ob izvajanju te dejavnosti. Ponudba naj bo načrtovana tako, da izpolnjuje pričakovanja udeležencev, uresničuje njihove cilje ter jim zagotavlja edinstveno izkušnjo, ob vsem tem pa mora biti prilagojena njihovem znanju, izkušnjam in razmišljanju.

Specifični cilji, ki jih lahko uresničujemo preko športne rekreacije po Russellu (1982):

- telesno zdravje- s športno rekreacijo vplivamo na gibalne sposobnosti;
- mentalno zdravje – športna rekreacija pomaga pri uravnavanju stresa ter je način za izražanje čustev;
- intelektualni razvoj – kaže se pri učenju novih gibanj ter pridobivanju novih znanj;
- osebnostni razvoj – oblikovanje lastnosti kot so: poštenost, zanesljivost, nesebičnost, pogum

in druge;

- socialne kompetence – krepitev socialnih vezi, predvsem prek izvajanja dejavnosti v skupini;
- kreativnost – športna rekreacija v povezavi s svobodo pozitivno vpliva na kreativnost;
- sreča in zadovoljstvo – sta posledica dobro načrtovanih rekreativnih programov, kjer se udeleženci počutijo varne, občutijo pripadnost ter samopotrditvev.

1.1.2 Turizem

Po Mihaliču (2008) naj bi izraz turist in turizem nastala iz angleškega glagola »to tour« oziroma iz stare francoske besede »tour«, kar pomeni gibati se, iti okoli. Omenja se tudi povezava z izrazom »Grand Tour«, to je oznaka za velika krožna potovanja, ki so se jih kot del vzgoje udeleževali mladi aristokrati in buržuji. Po opravljenem študiju so za nekaj let potovali, največkrat po Italiji, ter dobili naziv »tour-ist«.

SURS (2012) definira turizem kot: »dejavnost oseb, ki potujejo v kraje zunaj svojega običajnega okolja in tam tudi ostanejo, vendar manj kot eno leto brez prekinitve, zaradi preživljanja prostega časa, sprostitev, poslov ali iz drugih razlogov.«

V definiciji zasledimo besedno zvezo »izven običajnega okolja«, iz česar lahko izpeljemo, da je naša dejavnost turistična dejavnost, tudi če ne zapustimo naše države, ampak le naše običajno okolje. Prišli smo do prve delitve turizma - na domači in mednarodni turizem (Standeven & De Knop, 2003). Naprej delimo turizem na čas trajanja, in sicer od enega dne do enega leta. Nazadnje pridemo (po Holloway, 1994, Standeven & De Knop, 2003) do delitve turizma na različne oblike oziroma tipe: turizem za razvedrilo, poslovni turizem ter ostali turizem.

1.1.3 Športni turizem

Športni turizem opredelimo kot: potovanje za ogled in sodelovanje na športnih prireditvah, potovanje za ogled športnih znamenitosti ter aktivno ukvarjanje s športom na potovanju (Berčič idr., 2010). V vseh treh tipih športnega turizma se med seboj prepletata dve dimenziji. Prva je vezana na šport, torej na gibanje ali posredno na sodelovanje na športnih prireditvah ter na ogled športnih znamenitosti. Druga dimenzija pa predstavlja turizem, katerega bistveni element je potovanje. Tako šport kot turizem predstavljata obliko izkušnje. Turizem kot izkušnja določene kulture ali kot izkušnja nekega okolja, pri čemer izkušnjo okolja delimo na mestno okolje, naravno okolje ter na vse, kar ne spada k enemu ali drugemu. Pri mestnem okolju občudujemo nekaj, kar je v pretežni meri naredil človek, pri naravnem okolju pa je glavni motiv navadno delo narave. Podobno velja za šport; naš motiv je lahko izkušnja, ki je vezana na izvajanje določene dejavnosti, torej smo vanjo vključeni aktivno. Lahko pa nam šport predstavlja izkušnjo iz družbene oziroma kulturne perspektive, kjer smo le pasivni udeleženci v športu, bodisi da gre za športni dogodek ali za ogled muzeja na temo športa. Dimenzijo športa lahko opredelimo tudi glede na to, ali nam predstavlja dejavnost medosebni izziv ali izziv okolja – narave. Možna je tudi kombinacija. V prvem primeru gre za tekmo ali za dejavnost, kjer so v dejavnost vključene tudi druge osebe, v drugem pa se sami preizkušamo v naravnem okolju, ki nam hkrati predstavlja tudi »nasprotnika« (Standeven & De Knop, 2003).

Športni turizem je bil v začetku omejen predvsem na tekmovanja in gledalce ter s tem povezana potovanja, danes pa v ospredje prihajajo drugi tipi športnega turizma, predvsem

svojo vlogo v turizmu povečuje rekreativni šport. Lahko trdimo, da ima eno najpomembnejših vlog. Ugotovljeni so tudi pozitivni učinki ukvarjanja s športno rekreativnimi dejavnostmi izven delovnega okolja ter nasploh prednosti aktivnega pred pasivnim oddihom. Šport in turizem postajata v razvitih državah vedno bolj povezani področji, kar se odraža na zahtevi po oblikovanju zanimive celostne turistične ponudbe. Potrebno se je zavedati tudi, da povezovanje športa in turizma pomembno vpliva na hitrejši razvoj obeh področji kot samostojnih (Berčič idr., 2010).

V predhodni študiji o izbiri športnega turizma kot pristočasne dejavnosti Stancu (2011) ugotavlja, da ljudje različnih starosti, ki se v prostem času ukvarjajo s športom, z večjo verjetnostjo izberejo šport tudi kot način preživljanja počitnic. Izpostavlja tudi povezavo, da se pri tistih, ki se ukvarjajo s tekmovalnim športom, kaže značilna povezanost z dejavnostmi v gorah ter dejavnostmi, ki so potencialno nevarne.

Pomemben dejavnik razvoja športa in turizma je infrastruktura v najširšem pomenu. Infrastrukturo, ki pokriva področje športa, lahko delimo na naravne danosti, ki jih neko okolje ima, na storitve, ki predstavljajo športne programe, zabavo (prek organizacije tekem), razvitost transportnih povezav, ponudbo športne opreme, objekte, namenjene športu, na dediščino v povezavi s športom ter na najrazličnejše organizacije, ki delujejo na tem področju. Podobno lahko delimo tudi infrastrukturo, ki zajema turizem. V prvi vrsti so to geografske značilnosti določenega področja (obala, jezera, gore, itd), potem objekti, ki so namenjeni osnovnim potrebam turista, pomembna je tudi mreža transportnih povezav ter nenazadnje prijaznost in gostoljubnost okolja, kamor turisti prihajajo. Opazimo, da se področji v določeni meri pokrivata in dopolnjujeta, najbolj očitno na primeru naravnih danosti. Prekrivanje je lahko prednost, kjer, na primer, uporabljamo isti marketing, lahko pa predstavlja nevarnost, predvsem v smislu prevelikih vplivov na okolje (Standeven & De Knop, 2003).

1.1.4 Ekonomski, sociološki in okoljski vplivi športnega turizma

Športni turizem je dejavnost, ki je močno vpeta v okolje, lokalno in tudi širše. Primarni motiv za izvajanje turizma in športnega turizma je ekonomski motiv. Kot pozitivna vpliva se največkrat omenjata povečanje prihodkov določene države ter ustvarjanje delovnih mest. Infrastrukturo pa obravnavamo kot ekonomski pokazatelj. Ne smemo prezreti negativnih ekonomskih vplivov, ki so pri nekaterih oblikah turizma zelo izraziti. Med negativne vplive štejemo dvig cen nepremičnin, denar od potrošnje turistov konča v velikih globalnih podjetjih ne pri lokalnem prebivalstvu, ker je turizem vezan običajno na sezono, izginjajo tradicionalne zaposlitve, delovno silo pa se pogosto sezonsko najema, namesto da bi zaposlovali lokalno prebivalstvo (Standeven & De Knop, 2003).

Vpliv turizma ter športnega turizma na kulturo okolja je nezanemarljiv. Turisti s svojo prisotnostjo vplivajo na okolje, v katerem se nahajajo. Vplivajo predvsem na navade ljudi, na tradicijo, način življenja ter jezik. V veliki meri je odvisno tudi od tipa turizma, ki je na nekem območju razširjen. Razlikuje se namreč vpliv, ki ga ima na neko kulturo posameznik, čigar potovanje je bolj način raziskovanja, zato je pripravljen sprejemati drugačno kulturo. Nasprotje temu je čarterski turizem, kjer se v sezoni zvrsti ogromno turistov, ki niso pripravljeni sprejemati lokalne kulture. Vplivi na kulturo se torej razlikujejo glede na pripravljenost turista kulturo razumeti ter količinsko in časovno prisotnostjo turistov. Med posamezniki ter čarterskim turizmom obstaja še cela vrsta drugih oblik, ki bolj ali manj vplivajo ter sprejemajo drugačno kulturo, npr. elitni turizem, masovni turizem... Vplivi na kulturo so tako pozitivni kot negativni. Pozitivni so: vpliv na rabo zemlje, razvija se

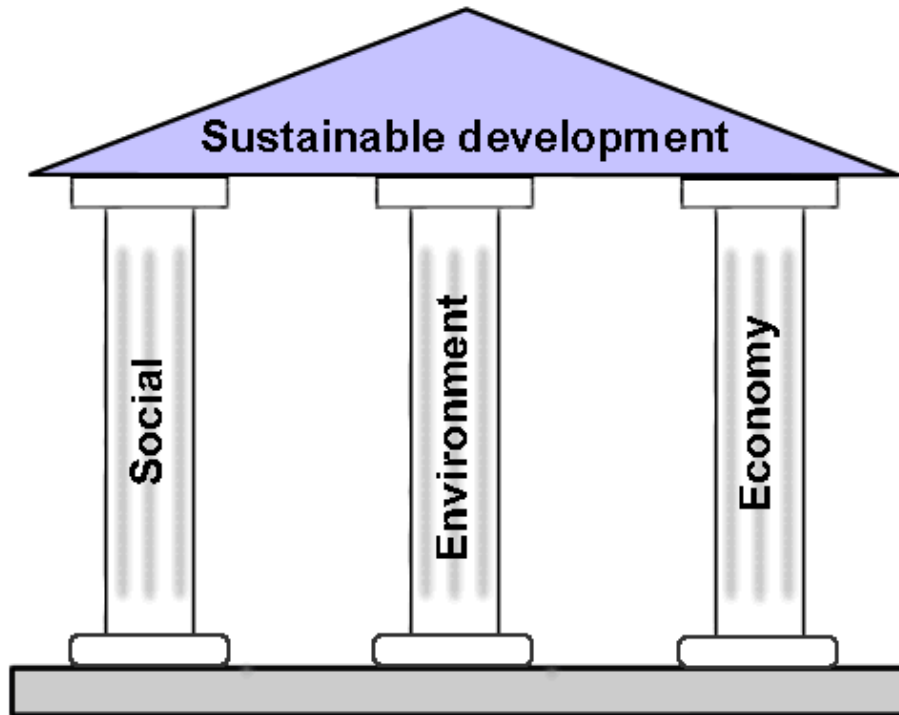
podeželje, ohranja se tradicija, ki bi drugače izginila, povečuje se razumevanje določene kulture ter izboljšuje razumevanje enakopravnosti. Negativni vplivi so: spremembe v načinu oblačenja, vpliv na jezik, neupoštevanje običajev, povečan promet, hrup in kriminal (Standeven & De Knop, 2003).

Ekonomski, sociološki in okoljski vplivi so skupni vsem oblikam turizma, pri čemer so vplivi na okolje bistveno bolj izraziti pri kategoriji športnega turizma, saj se večina dejavnosti izvaja v naravnem okolju. Še več, edinstveno okolje je velikokrat prav razlog za izvajanje športnega turizma. Športi, ki se izvajajo v naravi, pa pridobivajo na popularnosti. Zato Schemel in Erbguth (1992, po Standeven & De Knop, 2003) odgovornost za odnos do okolja razdelita med športne turiste, organizatorje športno turističnih dejavnosti ter na tiste, ki določajo strategijo na lokalnem in nacionalnem nivoju. Športni turizem predstavlja potencialno nevarnost za okolje. Negativni vplivi športnih dejavnosti na naravno okolje se največkrat odražajo v uničevanju rastlinskih vrst (kolesarjenje), uničevanju koralnih grebenov pri potapljanju, svetlobnem onesnaževanju, povzročanju hrupa, odlaganju smeti in onesnaževanju okolja, ki je posledica transporta, namenjenega športnim dejavnostim. Vsi ti vplivi prispevajo k uničevanju okolja, kar posledično privede do manjše priljubljenosti določene destinacije v očeh turista. Zmanjšanje negativnih vplivov na okolje lahko dosežemo na dva načina, s prepovedmi obiska določenega območja, prepovedjo določene dejavnosti na nekem območju ali prepovedjo uporabo določene opreme. Lahko pa na zmanjšanje negativnih vplivov pristopamo na mehkejši način, z izvajanjem izobraževanj na temo čim manjšega vpliva na okolje. Pogosto se obisk določenega območja izvede le ob prisotnosti vodnika, saj ta zagotavlja čim manjši vpliv na okolje ter turiste tudi osvešča in izobražuje (Standeven & De Knop, 2003).

Po Hudsonu (2002) lahko športni turizem razvrstimo po naslednjih podkategorijah: avanturistični, zdraviliški, turizem v naravi, turizem za gledalce, za tekmovalce, športno rekreacijski (recreational or leisure tourism), izobraževalni ter poslovni turizem. V diplomskem delu je obravnavan predvsem avanturistični turizem, ki ga isti avtor naprej deli na trdi in mehki avanturistični turizem. Pod trdi avanturistični turizem avtor uvršča dejavnosti, primerne za ljudi, ki iščejo nekaj več, zato pa dejavnosti večinoma zahtevajo dodatna predznanja. Dejavnosti, ki spadajo v to kategorijo, so med drugimi rafting, kajak, potapljanje, gorsko kolesarjenje, plezanje po naravnih skalah in druge. Dejavnosti, ki spadajo v kategorijo mehkega avanturističnega športnega turizma, pa so kampiranje, pohodništvo, kolesarstvo, opazovanje živali, jahanje in druge.

1.1.5 Trajnostni razvoj

Trajnosti razvoj ima več definicij. Najširše sprejeta je definicija Svetovne komisije za okolje in razvoj, znana tudi kot definicija Brundtlandove komisije (1987, v ISSD, 2012): »Trajnostni razvoj pomeni razvoj, ki z zadovoljevanjem potreb sedanje generacije ne ogrozi zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij.« V definiciji sta izpostavljena dva ključna koncepta, koncept potreb in omejitev. Zadovoljevanje osnovnih potreb prebivalstva, predvsem najrevnejšega, ter na drugi strani omejitve glede ohranitve okolja in naravnih virov za bodoče generacije (ISSD, 2012).



Slika 1. Trije stebri trajnostnega razvoja (Sustainability-ed, 2005).

Iz slike 1 je razvidno, da trajnostni razvoj temelji na treh stebrih: ekonomskem, socialnem in okoljskem (Sustainability-ed, 2005). Volfand (2004, str. 11) opredeljuje najpomembnejše izzive trajnostnega razvoja:

- »Emisije toplogrednih plinov, ki izvirajo iz dejavnosti ljudi, povzročajo učinek tople grede. Spremembe podnebja bodo verjetno povzročile ekstremne vremenske dogodke.
- Resna ogroženost javnega zdravja zaradi novih bolezenskih soj, odpornih proti antibiotikom, in dolgoročnih učinkov nevarnih kemikalij, ki se trenutno uporabljajo vsak dan. Ogrožena je varnost hrane.
- Vsak šesti Evropejec živi v revščini. Revščina in socialna izločenost močno neposredno vplivata na posameznika. Kažeta se v slabšem zdravju, večjem številu samomorov in neprekinjeni brezposelnosti. Z revščino so še bolj obremenjene matere samohranilke in starejše ženske, ki živijo same.
- Podaljšanje življenjske dobe nas veseli. Vendar kombinacija z manjšo rodnostjo napoveduje upočasnitev gospodarske rasti in kakovost in finančno trdnost pokojninskih shem in javnega zdravstvenega sistema.
- Biološka raznolikost se je v Evropi občutno zmanjšala. Odpadni tokovi naraščajo hitreje kot BDP. Izguba prsti in manjša rodnost zemlje zmanjšujeta možnosti za preživetje, ki ga omogočajo kmetijska zemljišča.
- Promet hitro narašča in kar najbolj prizadeva mestna območja.«

V turizmu pomeni trajnostni razvoj (Šušar, 2007):

- skrb za varovanje naravne in kulturne dediščine,
- zaposlovanje lokalnega prebivalstva,
- vzdržna, razumna in uravnotežena izraba naravnih virov,
- skrb za ohranjanje biotske raznovrstnosti.

Športni kamp bo ustrezal zahtevam trajnostnega razvoja oziroma trajnostnega turizma, saj kamp ne bo veliko posegal v prostor in tudi dejavnosti se bodo izvajale na način, ki bo

minimalno obremenjeval okolje. Dejavnosti se bodo izvajale v neokrnjeni naravi, vendar največkrat v majhnih skupinah ter pod nadzorom vodnika. Zaposlovali bomo lokalno prebivalstvo ter pozornost posvetili porabi vode, ravnanju z odpadki in porabi električne energije v kampu.

1.1.6 Organizacija športa in možnosti za turizem v Sloveniji

Po Berčič idr. (2010) ima glede na naravne danosti Slovenija veliko razvojno priložnost v turizmu. Ali bomo znali priložnost izkoristiti, pa bo pokazal čas. Za uveljavljanje športnega turizma v praksi je potrebno, kot smo že omenili, povezovanje obeh področij. Področje športa, ki se v Sloveniji navezuje na turizem, lahko delimo na vrhunski šport, kamor spadajo velika tekmovanja. Drugi del je segment športa otrok in mladine, kamor spadajo predvsem Centri šolskih in obšolskih dejavnosti (CŠOD), šole v naravi, taborjenja. Tretji in za nas ključen del športa pa je šport za vse oziroma športna rekreacija, ki se s turizmom povezuje v vseh oblikah aktivnega oddiha. Organiziranost športa pri nas in možnosti za povezovanje s področjem turizma lahko najdemo v (Berčič, idr., 2010) :

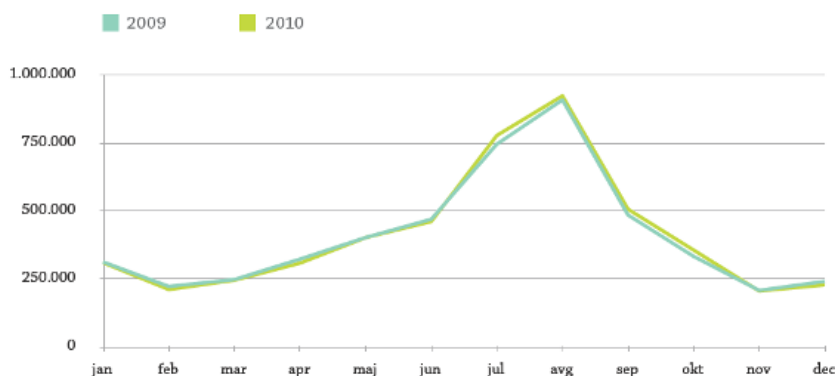
- športna infrastruktura – pohodniške poti, kolesarske steze, adrenalinski parki, dvorane, bazeni...;
- šport na lokalni ravni – programska zasnova razvoja športnega turizma preko športnih zvez;
- organiziranost športa v okviru regij – možnosti za razvoj specifičnih športnih vsebin glede na pogoje regije;
- organiziranost športa po panogah – panoge so organizirane prek športnih zvez, njihova vsebina je pa lahko osnova za športno turistične proizvode;
- CŠOD – vključitev ponudbe CŠOD v turistično ponudbo kraja;
- društva, klubi, zasebniki in druge organizacije na lokalni ravni – prilagoditev lokalne športne ponudbe za potrebe turistov (fitnes centri in drugi ponudniki športnorekreativnih vsebin).

1.1.7 Turistični podatki za Slovenijo v letu 2010

STO (Slovenska turistična organizacija) je krovna nacionalna turistična organizacija, ki obravnava sedem prioriteten celostnih turističnih produktov: aktivne počitnice in oddih; mesta in kultura; naravno okolje, ekoturizem in turizem v vaseh; gastronomija; zdravje in dobro počutje; poslovni turizem; zabavišni turizem. Slovenija je bila po indeksu turistične konkurenčnosti leta 2011 na 33. mestu med 139 državami, v katerih je bil indeks izmerjen (po Svetovni gospodarski forum, Černič, 2011). V Sloveniji je bilo leta 2010 zabeleženih več kot 3 milijone prihodov turistov in skoraj 9 milijonov nočitev. Od tega je delež nočitev tujih

turistov 56%, delež skupnih učinkov turizma pa je bil v istem letu v Sloveniji 11,8% BDP.

Prenočitve tujih turistov po mesecih v 2009 in 2010



Vir: SURS

Slika 2. Nočitve tujih turistov po mesecih v 2009 in 2010 (SURS, 2012).

Iz Slike 2 je razvidno, da je bil v letih 2009 in 2010 višek prenočitev tujih turistov v juliju in avgustu. Najmanj nočitev je bilo v mesecu novembru in februarju. Če pogledamo podatek o prenočitvah po statističnih regijah, kjer je Slovenija razdeljena na dvanajst regij, je Goriška regija, kamor spada tudi Idrija, na 7. mestu in ji v letu 2010 pripada 6,1% vseh prenočitev. Zanimiv je tudi podatek o deležu prenočitev glede na nastanitvene obrate, kjer podatki za Slovenijo za leto 2010 kažejo, da je 61,7% vseh turistov prenočilo v hotelih, na drugem mestu pa so kampi z 13,1% vseh prenočitev. Podatki še kažejo, da je povprečna zasedenost hotelov znašala 44%, kampov pa 23,9%. Po podatkih Statističnega urada (2012) je bil v Sloveniji v letu 2010 delež prenočitev tujih turistov 56%.

1.1.8 Slovenski športno-aktivni turist

Področje športnega turizma je v Sloveniji slabo raziskano in ne obstaja prav veliko literature ter znanstvenih raziskav, ki bi koristile usmerjanju nadaljnjega razvoja področja. Na nekatera vprašanja športnega turizma v Sloveniji odgovarja dr. Nataša Slak v doktorski disertaciji z naslovom Primernost turistične ponudbe destinacije za povpraševanje športno-aktivnega turista – primer Slovenije (2008). V nadaljevanju povzemam nekaj za našo temo bistvenih ugotovitev. Vse podatke je zbral Statistični urad Republike Slovenije, in sicer med leti od 2000 do 2003. Leta 2003 je šlo na potovanje 58,7% (1.174.000) Slovencev od tega jih 6,6% (132.662) kot motiv navedlo športno dejavnost. Med slovenskimi športno-aktivnimi turisti je 56,75% moških ter 43,23% žensk v obdobju od 2000 do 2003. V istem časovnem obdobju je najbolj zastopana starostna kategorija 25-44 let (43,6%), najmanj pa kategorija 65 let in več (4,9%). Razlog za najmanjši odstotek pri starejši populaciji gre iskati v neprilagojenosti programov. V štiriletnem obdobju so slovenski športno-aktivni turisti največkrat prenočili do 3 noči (43,3%) ter od 4 do 7 noči (42,5%). Podatki kažejo tako tiste, ki potujejo v Sloveniji, kot tiste, ki potujejo izven. Zato avtorica sklepa, da tisti, ki ostanejo v Sloveniji, večinoma ostanejo od 1 do 3 noči. Glavno prevozno sredstvo je za štiriletno obdobje pri istem tipu turista osebni avto, ki predstavlja 87,9%, sledi avtobus (6,8) ter letalo, vlak in kolo po manj kot 2%. Potovanje si tipičen slovenski športno-aktiven turist organizira sam, največkrat v dveh delih, posebej prenočišče in posebej športno dejavnost. 75% športno-aktivnih turistov izbere cenejšo obliko namestitve, kot so kampi, sobe in apartmaji, le 25% pa jih izbere dražje oblike namestitve. Kamp je v letu 2003 izbralo 9,3% slovenskih športno-aktivnih turistov. Povečanje števila potovanj je bilo zaznati meseca februarja, ko je popularna dejavnost smučanje, ter avgusta, ko je čas večine dopustov. Izdatki so v povprečju za štiriletno obdobje

33 evrov na slovenskega športno-aktivnega turista na dan, povprečni izdatki za potovanje v letu 2003 so za isti tip turista znašali 195 evrov (Slak, 2008).

1.2 ŠPORTNOTURISTIČNA PONUDBA REGIJE

Idrija spada v Goriško oziroma severnopriforsko regijo, ki leži na zahodu Slovenije ter obsega na severu del Julijskih Alp, dolino reke Soče, Idrijsko in Cerkljansko, vipavsko dolino ter mesto Nova Gorica z okolico. Sestavlja jo trinajst občin: Ajdovščina, Bovec, Brda, Cerknno, Idrija, Kanal, Kobarid, Miren – Kostanjevica, Nova Gorica, Renče-Vogrsko, Šempeter-Vrtojba, Tolmin, Vipava (SURS, 2012). Kot destinacija regija nastopa pod imenom Smaragdna pot. Pripravljena je bila tudi strategija razvoja turistične destinacije Smaragdna pot, njeni poglobitni cilji pa so, da destinacija postane konkurenčna, prepoznavna ter razvita. Omenjene cilje pa poskušajo uresničevati prek visoke kakovosti storitev, izgradnjo blagovne znamke, razvoja produktov, gradnje infrastrukture, trženja in promocije destinacije (Strategija razvoja Turistične destinacije Smaragdna pot, 2006, v Klavora, 2007).

Z vidika športnega turizma je zanimivo Zgornje Posočje, ki obsega Bovško, Kobariško in Tolminsko. Na reki Soči in njenih pritokih so popularne dejavnosti, kot so rafting, kajak, hidrospeed, soteskanje ter muharjenje. Poleg Soče pomemben del športnega turizma v Zgornjem Posočju temelji na pohodništvu in kolesarjenju, pozimi ponudbo predstavlja visokogorsko smučišče na Kaninu. Za jadralne padalce pa je raj vzletišče na Kobali, ki se nahaja v bližini Tolmina (Tušar, 2006).

Ponudba kampov lepo odraža zgoraj opisano razvitost športnega turizma v Zgornjem Posočju, saj je od 26 kampov na Goriškem kar 19 kampov na območju Zgornjega Posočja.

1.2.1 Kampi v regiji

Tabela 1. Seznam kampov na Goriškem (camping.info, sloveniaholidays.com, avtokampi.si).

KAMP	KRAJ	POVRŠINA	ŠTEVILO LEŽIŠČ	ŠTEVILO PROSTOROV
Camping Trenta – Izvir Soče	Trenta	3 ha		45
Kamp Jelinc	Soča	0,25 ha	40	40
Kamp Klin Lepena	Soča	0,1 ha	100	50
Kamp Eko kamp	Soča	1 ha	60	30
Kamp Korita Soča	Soča	0,25 ha		25
Kamp Soča	Soča	0,25 ha		150
Kamp Triglav	Soča	0,05 ha		50
Kamp Lazar	Trnovo ob Soči	2 ha		50
Kajak kamp Toni	Bovec	1 ha	150	70
Kamp Kovač	Bovec	0,2 ha	80	40
Kamp Liza	Bovec		90	45
Kamp Polovnik	Bovec	1,2 ha		70
Kamp Vodenca	Bovec	1 ha	120	60
Kamp Trnovo	Kobarid	2 ha	100	32
Kamp Koren	Kobarid	2 ha	210	70
Kamp Nadiža	Breginj	2 ha	100	120
Kamp Gabrje	Tolmin	1 ha	100	30
Kamp Zanipčar	Tolmin	1 ha	30	
Kamp Vili	Volarje		70	25
Avtokamp Korada	Kanal ob Soči		150	40
Avtokamp Police	Ajdovščina	7 ha	200	120

Kamp Tura	Vipava	2 ha	80	40
Kamp Vrhpolje	Vipava	1 ha	40	15
Kamp Lijak	Šempas		60	35
Kamp Saksida	Dornberk			15
Kamp Siesta	Nova Gorica	1 ha	70	30

V Tabeli 1. je seznam kampov na Goriškem, zraven je naveden kraj, kjer se kamp nahaja, približna velikost kampa po površini, število ležišč in število kampirnih prostorov.

1.3 OBČINA IDRİJA

Občina Idrija leži v jugozahodni Sloveniji, na stiku dveh velikih slovenskih regij, dinarskega in alpskega sveta ter v neposredni bližini tretje velike slovenske regije - sredozemskega sveta (Nared & Perko, 2010). Občina meri 294 km² in je po površini med slovenskimi občinami na 8. mestu. Leta 2009 je v občini Idrija živel 11.900 ljudi. Poseljenost je 41 preb/km², kar je več kot polovico manj od slovenskega povprečja (101 preb/ km²) (SURs, 2012). V občini sta dve večji naselji, Idrija in Spodnja Idrija. Drugo so večinoma strnjene vasi in zaselki, ki so se razvili povečini na planotah, na strmih bregovih pa najdemo samotne kmetije. Vseh naseljenih krajev je v občini 38 (Viler, 2011). V občini je bila leta 2009 stopnja registrirane brezposelnosti 4,6%, v Sloveniji 9,1%. Temu primerno je v občini manjše tudi število prejemnikov socialne pomoči 27,2 (na 1000 preb.), v Sloveniji 42,8 (na 1000 preb.) (SURs, 2012).

»Pri naravnogeografskih predstavitev Slovenije poudarjamo njeno prehodnost na stiku velikih pokrajinskih enot in s tem povezano pokrajinsko pestrost, ki da je prednost pred sosednjimi državami. Podobno lahko znotraj Slovenije trdimo za Idrijo, saj v državi nimamo veliko občin, ki bi jih odlikovala takšna pokrajinska pestrost« (Nared & Perko, 2010, str 31). Območje občine Idrija je reliefno zelo razgibano ter gozdno, saj gozdovi predstavljajo kar tri četrtine vseh zemljišč. Geološka sestava območja spada med najbolj zapletene v Sloveniji in zaradi rudnika živega srebra tudi med najbolj raziskane. Občina ima povprečni naklon 20,7°, kar jo uvršča med občine z največjimi strminami, slovensko povprečje je 13,1°. Za območje pod Trnovskim gozdom je značilna izredna namočenost, tudi do 3000mm padavin na leto. V okviru občinske meje poteka tudi hidrografska meja, to je razvodnica med jadranskim in črnomořskim povodjem (Nared & Perko, 2010).

Krajina je opredeljena kot življenjski prostor, v katerem se odvijajo mnoge dejavnosti. Predstavlja splet ekoloških, družbenih, ekonomskih in kulturnih značilnosti. Na območju Idrije prevladuje zahodno-slovenska predalpska krajina ter v manjši meri kraška krajina. Prepoznavne krajine so del nacionalne identitete in del kulturne dediščine. Na Idrijskem krajino definira gozd, kmetijske površine in poselitev. Varstveni vidiki so uveljavljeni skozi različna zavarovanja, na območju Občine Idrija je to Krajinski park Zgornja Idrija, v katerem je zastopana predvsem rezervatna in znanstveno-raziskovalna vloga (Nared & Perko, 2010). Vendar je varstveni režim bolj teoretska podlaga, saj ne obstajata konkreten upravljavski načrt ter osebje, ki bi skrbelo za delovanje parka. Zanimarjena je tudi rekreacijska vloga krajine v občini Idrija in v Krajinskem parku Zgornja Idrija. Glede na trend razvoja športa kot rekreacije ter popularnost športov v naravi, bi bilo smiselno pripraviti strokovni načrt tudi na tem področju.

Mesto Idrija se ponaša z več laskavimi nazivi. Leta 2011 je bila Idrija razglašena za Alpsko mesto leta, istega leta je mesto prejelo tudi naziv Evropska destinacija odličnosti (EDEN), od julija 2012 pa je rudarska dediščina Idrije vpisana tudi na Unescov seznam svetovne kulturne dediščine. V postopku je tudi vpis na listo Geoparkov, odločitev o vpisu bo znana septembra 2012.

1.3.1 Zgodovina

Zgodovina Idrije se začne z odkritjem živega srebra leta 1490. Po pripovedi naj bi ga odkril škafar, ki je v potoku namakal škafe. V škafu je opazil svetlikajočo snov – samorodno živo srebro. Glas o srebrnem studencu se je hitro širil in kmalu so začeli z izkopavanjem. Leta 1575 je bil rudnik podržavljen, spadal je pod neposredno upravo habsburškega dvora. Z letom 1607 Idrija ni več spadala pod tolminsko ozemlje, pač pa je bilo ustanovljeno idrijsko gospostvo, kateremu je načeloval rudniški upravitelj. 18. stol. je bil čas hitrega razvoja in proti koncu stoletja je bila Idrija s 3600 prebivalci drugo največje mesto dežele Kranjske. Zaradi slabih razmer v rudniku so bile pogoste bolezni in zastrupitve. V letih 1754-1769 je v Idriji deloval znameniti raziskovalec J. A. Scopoli. Leta 1766 pa se mu je pridružil kirurg B. Hacquet. Postavila sta temelje medicini dela. Leta 1790 je rudnik zaposloval 1350 ljudi in letno so proizvedli do 700 ton živega srebra (Kavčič, 2002). Francozi so Idrijo trikrat okupirali. Najdlje je trajala zadnja okupacija 1809-1913 (Arko, 1931). Idrijski rudnik je bil med najdonosnejšimi državnimi podjetji. Leta 1913 so izkopali rekordnih 820 ton živega srebra. V začetku 20. stol. je mesto štelo že blizu 6000 prebivalcev. Leta 1901 je v Idriji nastala prva slovenska realka. Med 1. sv. vojno in italijansko zasedbo je razvoj rudnika zaostal, pod nemško vojaško upravo (1943-1945) pa se je skoraj ustavil. Po letu 1945 je rudnik dobil nov zagon in posodobili so večino naprav, kar pa je trajalo naslednjih dvajset let. V sedemdesetih je prišla kriza in živo srebro so vse bolj začele nadomeščati okolju prijazne snovi. Leta 1987 je bil sprejet sklep o postopnem zapiranju rudnika (Kavčič, 2002).

1.3.2 Turistične znamenitosti

Antonijev rov – turistični rudnik

Spada med najstarejše ohranjene vhode v rudnik na svetu. Živo srebro so v Idriji odkrili leta 1490, vhod v Antonijev rov pa so izkopali že leta 1500. Sprva je bil rov dve stoletji podprt z lesom, od leta 1766 pa so bili rovi pozidani. V 18. stoletju so pred vhodom zgradili stavbo Šelštev – prizivnico. 11. februarja 1890 se je v tej stavbi rodil inženir Stanko Bloudek. Od leta 1994 pa je rov preurejen v muzej in odprt za javnost. Po rudniku se je mogoče sprehoditi na vodenem ogledu, pred tem pa je na vrsti ogled video projekcije (Kavčič, 2002).

Grad Gewerkenegg

Posebnost mesta je grad Gewerkenegg. Graditi so ga začeli že 1522 za obrambo pred Turki. Vendar grad ni nikoli imel obrambne funkcije, in je služil le kot upravna stavba rudnika in kot skladišče za živo srebro (Arko, 1931). Grad so gradili 11 let, gradila ga je Ahacijeva družba oziroma njeni delničarji. Med delničarji je bila najmočnejše zastopana plemiška družina Egg. Gewerke v nemščini pomeni rudar, delničar, družbenik, zato najverjetneje iz tega izhaja ime gradu »Gewerke und Egg«. Leta 1575 je rudnik kupil nadvojvoda Karel v Gradcu. Leta 1607 je bilo ustanovljeno deželno knežje idrijsko zemljiško gospostvo, ki je prevzelo tudi fevdalne funkcije do leta 1848. V gradu so imeli prostore rudniški direktor, uprava, administracija, sodišče, davkarija, rudarska milica in drugi. Grad je od leta 1990 preurejen v muzej (Kavčič, 2002).

Idrijska čipka

Najstarejši pisni vir o čipkah in njenih izdelovalkah iz Idrije sega v leto 1696. V Idrijo naj bi čipko prinesle žene rudarjev in rudarskih uslužbencev iz nemških in čeških dežel. Klekljanje se je večinoma prenašalo iz roda v rod, zatem so se pokazale potrebe po organiziranem delu. Leta 1764 je v Ljubljani cesarica Marija Terezija odprla prvo čipkarsko šolo, ki pa je delovala le kratek čas. Ponovno je bila čipkarska šola ustanovljena leta 1876 v Idriji pod vodstvom Ivanke Ferjančič; šola deluje še danes. Čipkarska šola in trgovci, predvsem podjetje Franc Lapajne, so dali čipki temeljni pečat. Največji vzpon je dosegla čipka proti koncu 19. stol, ko se je tehnološko in oblikovno izpopolnila. Takrat so jo prodajali pod imenom »idrianische Spitze«. V času med vojnama je na razvoj čipke vplival italijanski trg, razvila se je enostavnejša čipka, primernejša za širši krog uporabnikov. Od leta 2000 je zavarovana z geografsko označbo (Marinko & Leskovec, 2008).

Divje jezero

Leži na obrobju zakrasele Črnovrške planote, pod strmo skalno steno. V dolžino meri 65m, v širino 40. Iz njega teče najkrajša slovenska reka Jezernica (55m), ki se izliva v reko Idrijco. Jezero se v globini 15m nadaljuje v rov, ki se v globino spušča pod kotom nekje 20-40°, in je raziskan do globine 124m. Divje jezero je tip vokliškega izvira, imenovan po tipičnem predstavniku takega kraškega izvira Vaucluse pri Avignonu v Franciji. V sušnem obdobju je gladina jezera mirna, po nekajdnevnem močnem deževju pa upraviči svoje ime, saj voda iz rova na površino bruha tudi z več deset kubičnimi metri na sekundo. Posebnost je tudi rastlinstvo v neposredni okolici jezera, kjer najdemo rastline, ki običajno rasejo v gorah ter visokogorju. Razlog za to je posebno mikroklima, ki se je izoblikovala na osojnem področju globoko pod strmimi skalnimi stenami (Bavdaš, Čar, Kavčič, Pelhan & Pišljari, 1999).

1.3.3 Turizem v Idriji

Mirno lahko trdimo, da turizem na območju Idrije še ni dovolj razvit. Pravih oblik stacionarnega turizma na območju Idrije ni, kratka je doba povprečnih nočitev, močna so sezonska nihanja in niti ni primernih objektov za razvoj stacionarnega turizma. Na drugi strani pa ima občina Idrija potencial za razvoj stacionarnega turizma ter pozitivne trende v turističnem povpraševanju (Mlinar, 1998).

Zanimivi so podatki o obisku Turistično-informacijskega centra (TIC), Antonijevega rova ter gradu Gewerkenegg. Zbrani so bili podatki o obisku za leto 2010 in 2011. TIC je leta 2011 obiskalo 2485 turistov, kar je 39% več kot v letu 2010. Od tega je bilo 1105 tujih in 1380 domačih. Antonijev rov si je v letu 2011 ogledalo 16865 obiskovalcev, kar je 9% več od leta 2010. Grad Gewerkenegg si je v letu 2011 ogledalo 13139 obiskovalcev, kar je 8,5% več kot 2010 (TIC Idrija, 2012). Iz zbranih podatkov Mlinarjeve (1998) lahko razberemo, da obiskovalce Antonijevega rova predstavljajo trije tipi: organizirane šolske skupine, individualni obiskovalci ter organizirane odrasle skupine. V štirih letih (1994-1998) je tako Antonijev rov obiskalo preko 90000 obiskovalcev, kjer so prevladoval organizirane šolske skupine (55%), sledijo individualni gostje (23%) ter organizirane odrasle skupine (22%). Podatek o deležu šolskih skupin je pomemben pri interpretaciji, in če sklepamo, da je delež šolskih skupin podoben v letu 2011, vidimo, da je Antonijev rov v letu 2011 obiskalo okrog 8000 ljudi.

1.4 PROBLEM IN CILJI

Problema sta dva in se nanašata na turizem na območju Idrije. Prvi je, da v mestu in okolici ni razvite turistične ponudbe, drugi pa, da ni nastanitvenih kapacitet. Po podatkih, ki so predstavljeni v uvodu, je športni turizem mlado področje, ki je v porastu ter v Sloveniji še ni doseglo vrhunca. Zato menimo, da je mogoče na območju Idrije turizem razviti skozi šport ter obratno.

Ključni cilji so:

- razviti idejo o športnem kampu,
- predstaviti potencialne športno-turistične dejavnosti na območju Idrije,
- narediti finančni načrt za kamp ter športno turistične dejavnosti.

2. METODE DE LA

Diplomsko delo je monografskega tipa. Pri delu so bile uporabljene naslednje metode dela:

- uporaba dostopne in razpoložljive literature ter internetnih strani,
- analiza podatkov iz različne strokovne in poljudne literature ter preko svetovnega spleta,
- SWOT analiza,
- observacijska metoda (lastna opazovanja).

3. RAZPRAVA

3.1 KAMP

Kamp spada med nastanitvene gostinske obrate. Nudi prostor za postavitev avtodoma, šotora, počitniške prikolice ali hišice ter osebne avtomobila. Omogočena je tudi nastanitev v že postavljenem šotoru, počitniški prikolici ali hišici.

Pri načrtovanju kampa moramo upoštevati Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in o minimalnem obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti ter kasneje nastanitveni obrat tudi ustrezno kategorizirati, kot je navedeno v Pravilniku o kategorizaciji nastanitvenih objektov.

Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in o minimalnem obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti (Uradni list RS, št. 88/2000 z dne 29. 9. 2000) o kampu v 42. členu piše:

1. Kamp je prostorsko in funkcionalno zaokrožen, ograjen in varovan prostor, ki nudi gostom:
 - prostore za postavitev avtodomov, šotorov, počitniških prikolic in hišic ter osebnih avtomobilov,
 - nastanitev v že postavljenih šotorih, počitniških prikolicah in hišicah,
 - hrambo vrednostnih stvari.
2. Kamp mora imeti:
 - napis in ponoči osvetljen vhod (kadar kamp obratuje),
 - vstopno zapornico oziroma vrata,
 - načrt kampa, če ima več kot 100 kampirnih prostorov,
 - sprejemni prostor (recepcao),
 - dovozno cesto in dovozne poti, najmanj 3m širine,
 - pribor za prvo pomoč,
 - ravne in urejene kampirne površine,
 - električne priključke (najmanj za 40% kampirnih prostorov),
 - razsvetljene poti do sprejemnega prostora in do sanitarij,
 - tekočo vodo (200 l/kampirni prostor/dan),
 - posode za odpadke (pokrite posode, zabojnike) – 15 l/kampirni prostor,
 - posebna mesta za kurišča, zavarovana pred požarom,
 - prostor za postavitev šotora ali počitniške prikolice s povprečno velikostjo 55 m² (brez glavnih dovoznih poti in objektov),
 - v delih, kjer je strnjeno šotorišče, najmanjši odmik med šotori 3m,
 - parkirni prostor pred vhodom v kamp, če ni možnosti postavitve avtomobila na kampirnem prostoru,
 - 1 umivalnik in 1 tuš kabino s toplo vodo,
 - 1 pipo s toplo vodo.
3. Na skupno število kampirnih prostorov mora imeti na vsakih:
 - 13 prostorov 1 umivalnik,
 - 25 prostorov 1 prho,
 - 25 prostorov 1 stranišče za ženske,
 - 35 prostorov 1 stranišče za moške,
 - 35 prostorov 1 pipo s pitno vodo,
 - 50 prostorov 1 pralnik in 1 korito za pomivanje posode z odcejalnikom (ločeno od stranišča),
 - 100 prostorov 1 pisoar,

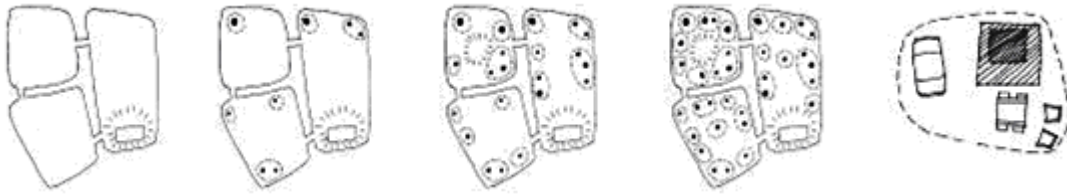
– 200 prostorov 1 prostor za čiščenje kemičnega stranišča.

Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih objektov (Uradni list RS, št. 62/08) velja od 1.1.2009 in določa, da se kampi kategorizirajo od 1 do 5 zvezdic. V kategorizacijskem listu najdemo točne zahteve za posamezno kategorijo.

V študiji je Cole (1989) obravnaval upravljanje in spremljanje kampiranja v pristnem naravnem okolju. Kampiranje obravnava kot šotorišče v naravnem okolju in ne v taki obliki kot kamp poznamo pri nas, vseeno pa lahko nekatere ugotovitve prenesemo na naš primer. V študiji je navedenih sedem smernic za upravljanje s prostori za kampiranje v naravi. Vplivi kampa so kompleksni in z večkratno uporabo kampa tudi neizogibni. Negativni učinki se pojavijo hitro, okrevanje je počasno. Razmerje med uporabo ter vplivom je asimptotično. Določena območja so bolj odporna kot druga. Nekateri uporabniki vplivajo bolj kot drugi. Izvajanje spremljanja je ključno za uspešno upravljanje s kampi. Poudarjen je predvsem vpliv, ki ga ima kamp/šotorišče na naravno okolje z vidika uničevanja vegetacije ter erozije prsti. Posledice kampa/šotorišča so vidne do 15 let po zadnji uporabi, zato je pomembno pravilno izbrati prostor za kamp ter tako zagotoviti čim manjši vpliv na okolje ter hitrejšo vrnitev v stanje pred uporabo. Kako izboljšati skrb za okolje in hkrati ponuditi obiskovalcem kampa boljše pogoje, sta v svoji študiji raziskala Daniels in Marion (2006), ki sta anketirala obiskovalce kampa »Annapolis rocks« na Apalaški poti (Appalachian trail) ob stari ureditvi kampa ter ponovno ob novi ureditvi po enem letu spremljanja. Področje, namenjeno kampiranju, je bilo na novo oblikovano tako, da so opustili stare prostore za kampiranje in uredili nove. Pozitivni učinki, ki jih je prinesla prenova, se nanašajo tako na manjši vpliv na okolje kot na boljše počutje obiskovalcev. Zmanjšano je bilo vplivno območje celotnega kampa, kar pomeni manjši vpliv na okolje. S prepovedjo pitja alkohola in uporabe odprtega ognja so dosegli bolj pristno izkušnjo, vendar na ta način tudi izgubili nekaj obiskovalcev. Ker so prostore za kampiranje razdelili na manjše prostore, so s tem zmanjšali hrup in povečali zasebnost obiskovalcev.

V največji meri pa na okolico kampa vplivajo ljudje s svojim vedenjem. Cole (1989) navaja pet napotkov za obnašanje v pogosto obiskanih kampih: »Za kampiranje uporabite prostor, ki je že izdelan za ta namen; izberite prostor z debelo podlago ter ločeno od drugih; svoje aktivnosti izvajajte na že urejenih delih kampa; pravilno poskrbite za človeške odpadke; ohranite prostor privlačen ter za naslednike pustite kakšen objekt, na primer ognjišče« (str. 186).

Ljudje si oblikujemo svoje bivalno okolje po lastnih željah tako, da se v njem počutimo prijetno. Na potovanju naše običajno okolje zamenjajo kamp, hotel, apartma ali druge oblike nastanitvev. Medtem ko v hotelski sobi nimamo dosti vpliva na postavitvev pohištva, pa lahko v kampu sami izberemo prostor, kjer bomo postavili šotor. Ustvarimo si »naš« prostor, ki navadno oblikuje manjšo enoto in obsega posameznika, par, družino ali skupino prijateljev. Kot navaja Sara (2011), na izbiro prostora za postavitvev šotora vpliva: »topografija, vrsta zemlje, sončna lega, smer in moč vetra, hrup, vonj, velikost prostora ter bližina do drugih objektov kampa«. Prostor, ki si ga nekdo izbere za »svojega«, označi na neformalen način s postavitvijo stolov, mize, kuhalnika in avtomobila. Meje zasebnosti in socialne interakcije z drugimi gosti se v kampu vedno znova vzpostavljajo in podirajo, in sicer z vsakim novim prihodom in odhodom. Najprej se v kampu zapolnijo mesta v kotih ter na zunanji meji kampa, kot kaže slika 3, ter tista z lepšim razgledom in v relativni bližini sanitarnih objektov (Sara, 2011).



Slika 3. Postopna zapolnitev kampirnih prostorov (Sara, 2011).

3.1.1 Kamp v Idriji

Opredelili bomo glavne značilnosti in lastnosti, ki bodo definirale športni kamp na območju Idrije. Konkretno lokacije še nimamo, zato navajam želje, ki bodo v praksi lahko zaradi nepredvidljivih dejavnikov spremenjene. Pri pisanju tega poglavja ter poglavja, ki se nanaša na trženje in finančni načrt, si bomo pomagali s podatki za Kamp Gradiška Tura v Vipavi (Hladnik, 2009). Diplomaska naloga Hladnikove se nam zdi primerna zaradi podobnosti tematike, saj je tudi Kamp Gradiška Tura na nek način športni kamp, ki se nahaja neposredno pod drugim največjim slovenskim plezališčem, ter zato, ker ponuja podatke, do katerih bi se sami težko dokopali.

Povprečna velikost kampov na Goriškem, za katere so objavljeni podatki, znaša približno 1,4ha. Povprečno število kampirnih prostorov je v isti populaciji približno 52, število ležišč pa približno dvakrat večje, 97. Predvidevamo kamp s 10,000m² površine, ter s 50 kampirnimi prostori, ki lahko ob polni zasedenosti zagotovijo 100 ležišč. Kampirni prostori bodo razdeljeni na šotorišča, parkirne prostore za avtodome ter enostavne bivake.

Sezona delovanja kampa bo od aprila do oktobra, pozimi bo kamp zaprt. Delovni čas kampa bo od 8. do 20. ure, to je 12 ur na dan, saj je to pogoj za kategorizacijo kampa s 3*. Poleg tega je potrebno zagotoviti dežurno osebo 24h na dan, zahteva se tudi znanje dveh tujih jezikov.

Posebnosti, ki bodo v kampu, so dodaten prostor za hrambo športnih pripomočkov, kjer bo zagotovljeno tudi servisno orodje, saj je to osnovna infrastruktura za kolesarje; drug dodaten prostor pa bo pralnica in sušilnica, kjer si bodo gosti lahko športno opremo oprali in posušili ter tako pripravili za naslednjo uporabo.

Kamp želimo posebej prilagoditi ciljni skupini, to je aktivnim športnikom vseh starostnih skupin, in postavimo infrastrukturo, ki bo ustrezala njihovim potrebam. Hkrati bo zasnova kampa vključevala izsledke zgoraj omenjenih raziskav in nudila prenočevanje v naravnem okolju, obdanim z naravnimi materiali ter s čim manjšimi negativnimi posledicami na okolje.

V območju kampa se bo nahajalo (prirejeno po Hladnik, 2009, v DIIP, 2007):

- 15 urejenih kampirnih mest za avtodome in počitniške prikolice,
- 30 urejenih šotorišč,
- 5 počitniških hišic – bivakov,
- manjši parkirni prostor,
- kurišče,
- ekološki otok,
- pomivalno in pralno korito,
- prostor za čiščenje kemičnega stranišča,
- moška in ženska stranišča,
- moška in ženska kopalnica,
- stranišče s tušem za invalide.

Tabela 2. Sanitarne zahteve za kamp kategorije 3*

Sanitarne zahteve za kamp kategorije 3*

Področje	Količina v kampu
Število električnih priključkov v kampirnih mestih	30
Pretok vode	7500l/dan
Pitna voda - pipe ločene od stranišča	2
Posode za odpadke	750l
Povprečna velikost kampirnega prostora	70m ²
Število umivalnikov	6 (3Ž, 3M, od tega 4 s toplo vodo in 1 s pregradno steno ali kabino)
Število prh s kabino	4 (2Ž, 2M, s toplo vodo in predprostorom)
Stranišča	6 (3Ž, 2M+ 1pisoar)
Prostor za čiščenje kemičnega stranišča	1
Korito z odcejevalnikom (ločeno od stranišča)	2
Pralni stroj	1
Stranišče za invalide	1

V tabeli 2 so navedene sanitarne zahteve za kamp kategorije 3*. Da bomo zadostili vsem zgoraj navedenim zahtevam, bo v kampu potrebno zgraditi tudi osrednji servisni objekt, v katerem bodo: recepcija in bar, garderobe, sanitarije, shramba, kurilnica in greznica. Ocenjujem, da bo objekt obsegal 200m² površine.

3.2 PONUDBA ŠPORTNIH DEJAVNOSTI

Športne dejavnosti, ki so opisane v nadaljevanju, ocenjujemo kot primerne za razvoj športno turističnih produktov. Kristan (1993) sicer naslednje trditve navaja za izletništvo, pohodništvo in gornišstvo, vendar veljajo tudi za druge športne zvrsti oziroma dejavnosti, ki smo jih izbrali kot primerne. Dejavnosti spadajo v skupino tako imenovanih »outdoor activities«, odvijajo se izven naselij v čistem okolju ter se uvrščajo v sam vrh vrednostne lestvice. Predstavljajo pa tudi temelj ekološkega osveščanja, saj se prek športa oblikuje čustven in kulturni odnos do narave. Predvsem pa je možno preko dejavnosti, ki jih bomo navedeli v nadaljevanju, poleg športnega uresničevati tudi turistični vidik. Pri izvajanju vodenih dejavnosti predstavimo tudi geografske, zgodovinske, naravoslovne, ekološke in kulturne zanimivosti na določenem območju.

3.2.1 Omejitve zavarovanih območij

Naravovarstveni vidik razvoja športne rekreacije je v našem primeru v ospredju, saj so športne dejavnosti, ki so spodaj opisane, neposredno odvisne od atraktivnosti okolja, v katerem se izvajajo. Dejavnosti se izvajajo v naravnem prostoru, ta pa predstavlja omejeno dobrino. Pomembno je uskladiti ekološke in gospodarske motive, saj je bistvo športov in dejavnosti v naravi prav doživljajska komponenta (Prosen, 1996). V občini Idrija so prav naravne danosti (bogato rudišče) omogočile razvoj mesta, isto velja za športno rekreacijo; če hočemo razviti turizem ter športni turizem je potrebno posebno skrb nameniti načrtovanju razvoja omenjenih področij tako, da ne degradiramo okolja. Območje športne rekreacije (Rekreacija, 1976, po Prosen, 1996), je smiselno opredeliti kot območje dodatne rabe, kar pomeni medsebojno povezovanje med različnimi uporabniki naravnih virov. To se nanaša

predvsem na kmetijstvo in gozdarstvo v povezavi z športno rekreacijo. V študiji (Smith & Newsome, 2002) v nacionalnem parku Warren v Zahodni Avstraliji je bilo ugotovljeno, da imajo dejavnosti na zavarovanih območjih, tudi če so po intenzivnosti majhne, vpliv na naravne vire ter vodijo do sprememb v ekosistemu. Zato Smith in Newsome predlagata: »Bistveno je, da uprava parka razvije dolgoročno strategijo upravljanja ter s tem prepreči negativne vplive na okolje in zagotovi trajnost in primernost zavarovanih območij za športno rekreacijsko dejavnost.«



Slika 4. Jesen v krajinskem parku (vir: Zupančič & Peternelj, 2009).

Zahodni del občine Idrija predstavlja območje Krajinskega parka Zgornja Idrija. Zakon o ohranjanju narave (Ur.l. RS 56/1999) uvršča krajinski park med širša zavarovana območja. V 71. členu pa je zapisano: »Krajinski park je območje s poudarjenim kakovostnim in dolgotrajnim prepletom človeka z naravo, ki ima veliko ekološko, biotsko ali krajinsko vrednost. Z aktom o zavarovanju se določijo podrobnejša pravila ravnanja na območju krajinskega parka.« Krajinski park Zgornja Idrija je že od leta 1992 zaščiten z Odlokom o razglasitvi Krajinskega parka Zgornja Idrija. Razteza se od izvira reke Idrijce pa do mesta Idrija, v dolžini skoraj 30km, celotna površina parka je 4230ha (Zupančič & Peternelj, 2009). To isto območje je zavarovano tudi kot območje Natura 2000, to je evropsko omrežje posebnih varstvenih območij, ki so jih določile države članice Evropske unije. Njen glavni cilj je ohraniti biotsko raznovrstnost za prihodnje rodove. Na varstvenih območjih želimo ohraniti živalske in rastlinske vrste ter habitate, ki so redki ali pa so v Evropi že ogroženi.« Prek Nature 2000 se izvajata evropski direktivi o habitatih in direktiva o pticah: »Direktivi podpirata trajnostni razvoj, ki lahko zadovoljuje potrebe sedanjih rodov, hkrati pa ne škoduje potrebam prihodnjih. Na varstvenih območjih Natura 2000 direktivi ne izključujeta človeške dejavnosti. Vendar pa moramo zagotoviti, da te dejavnosti ne bodo ogrozile narave, temveč bodo – kadar bo to mogoče – njeno ohranjanje podpirale.« (Natura2000, 2007). Na Sliki 4. vidimo jez pri Kobili v jesenskem času. Stoji v spodnjem delu krajinskega parka.

3.2.2 Pohodništvo

Najprej velja definirati pojem pohodništvo ter ga ločiti od izletništva in gorništv. Športni dejavnosti izletništvo in pohodništvo se odvijata predvsem v kulturni krajini in ne iščeta samote. Bistvena razlika med izletom in pohodom je v trajanju oziroma v dolžini prehojene poti. Pohod se smatra kot telesno zahtevnejše pešačenje z odmaknjenim ciljem ter doživljajsko bogatejše od izleta. Gorništv pa opredelimo kot dejavnost, ki zahteva boljše psihofizično pripravljenost, več znanja, njegov cilj je vrh oziroma stena, odvija pa se v samotnejših predelih gora (Kristan, 1993).

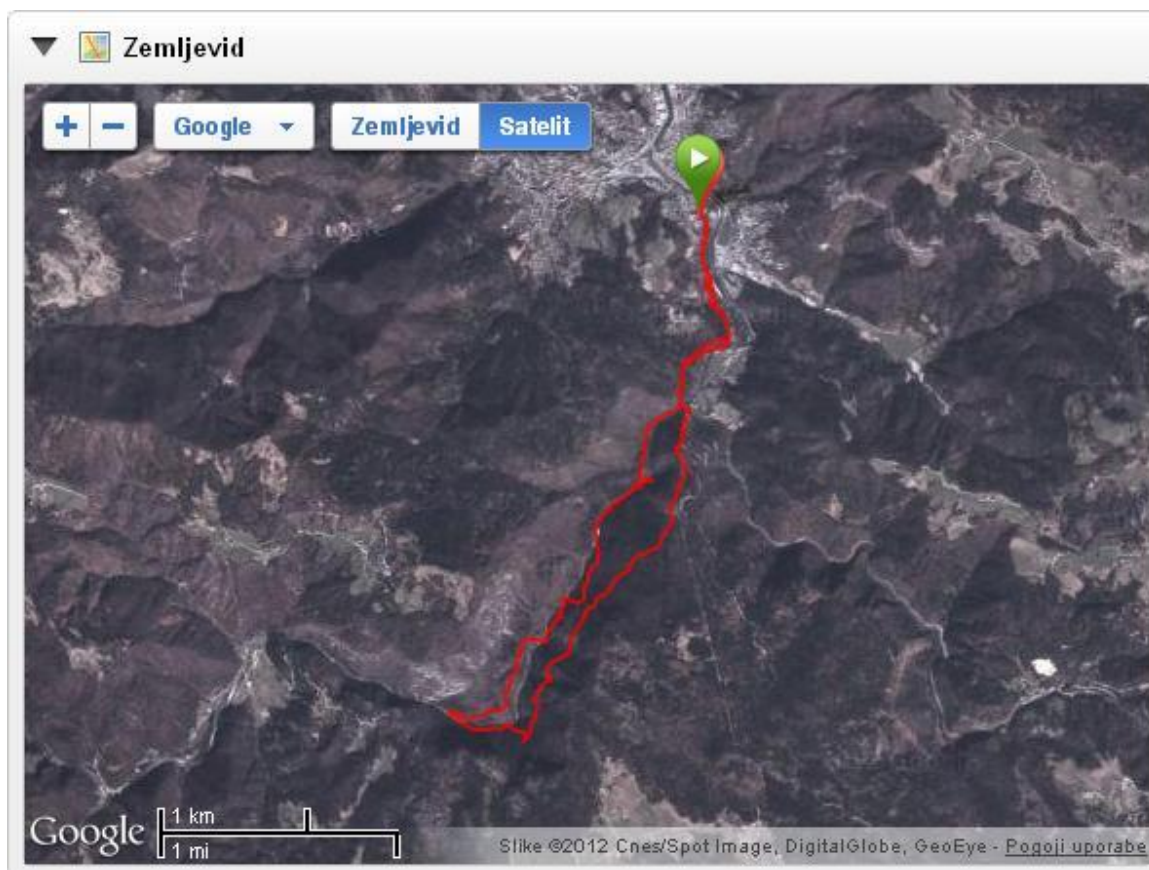
Hrib oziroma gora je v svojem bistvu le kup kamenja, ki je ali pa ni pokrit z vegetacijo. Za pohodnika pa predstavlja ta ista gora veliko več, vsaka ima svojo zgodbo, svoj karakter.

Pohodnik občuduje barve, vonjave, rastlinstvo ter živalstvo, ki ga spremlja na pohodu. Zanj je to izziv, zadovoljstvo, svoboda in navdušenje. Ob vsem lepem, kar nam narava ponuja, pa ne smemo pozabiti na občutljivost in krhkost okolja ter temu primerno odgovorno ravnati (Birkett, 1993).

Pohodništvo lahko izvajamo v vseh letnih časih, a vsako obdobje v letu ima svoje posebnosti in tudi nevarnosti. Da bo naš pohod kar se da varen, je potrebno primerno pozornost posvetiti dejavnikom, kot so temperatura, padavine, veter ter močno sonce. Vsi ti dejavniki imajo v hribih svoje specifičnosti, ki jih moramo poznati. Glede na razmere izberemo tudi najprimernejšo opremo. Med osnovno opremo pohodnika spadajo obutev, oblačila, nahrbtnik in palice. Obutev naj bo prilagojena letnemu času ter podlagi, po kateri hodimo. V našem primeru so za večino pohodov primerni pohodniški čevlji. Oblačila naj bodo udobna, lahka, iz materiala, ki je odporen, se hitro suši in ohranja našo temperaturo. Vedno se oblečemo tako, da imamo na sebi več plasti oblačil, ki jih po potrebi dodajamo ali odstranjujemo. Nahrbtnik naj bo vzdržljiv, odporen na vremenske razmere, s primerno prostornino ter ergonomsko oblikovan. V veliko pomoč nam bodo tudi pohodniške palice, s katerimi pri hoji navzdol razbremenimo kolena (Birkett, 1993).

Poti v oklici Idrije po večini niso tehnično zahtevne, potrebna pa je zadostna telesna pripravljenost, saj na daljših pohodih premagujemo velike višinske razlike. Poti so dobro označene. Pohodi lahko trajajo od dveh ur pa do celega dne oziroma več dni. Za okrepčilo pohodnikov skrbita koči na Hlevišah in na Javorniku, ob poteh pa najdemo tudi turistične kmetije.

Agencija bo ponujala izposojlo GPS naprave, na kateri bo naložena pot, zraven pa tudi opis znamenitosti, ki si jih je mogoče na poti ogledati. Pot si bo pohodnik izbral glede na svojo telesno pripravljenost, saj bo na voljo več poti različnih težavnosti in trajanj. Uporaba GPS naprave je preprosta in zanesljiva, hkrati pa nam omogoča, da v napravi shranimo tudi lokacijo turistične znamenitosti.



Slika 5. Zemljevid z vrisano sledjo pohoda (Vir: Garmin Connect).

Kot primer navajamo krajši pohod po poti »feldbana«, ozkotirne poljske železnice, ki je v prvi svetovni vojni nekaj časa oskrbovala avstro-ogrske vojake na Soški fronti. Pohod je prikazan na sliki 5 in se začne v Idriji, nadaljuje ob vodnem kanalu Rake (naravoslovna učna pot) do Podroteje, od tam v hrib po desni strani sekamo ovinke. Na vrhu dosežemo največjo nadmorsko višino pohoda 552m. Od tam se odpravimo po prvem odcepu desno in kmalu pridemo na feldban, ki mu sledimo vse do Struga, nadaljujemo po cesti proti Idrijski Beli in po nekaj sto metrih prečkamo reko Idrijco ter se vračamo po levem bregu reke Idrijce nazaj v Idrijo. Pohod je lahek, izjema sta le dve izpostavljeni mesti na bivši železnici. Celotna pot traja 3-3,5h, GPS sled je označena na sliki 6. Za vodenje po GPS shranjeni sledi le izberemo funkcijo »Pojdi« in naprava nas vodi po predhodno prehojeni poti.



Slika 6. Zaslona GPS naprave Garmin Oregon 550 z vrisano sledjo pohoda (Vir: osebni arhiv).

3.2.3 Kolesarjenje

Angleška nacionalna kolesarska organizacija (CTC) (2012) deli kolesarjenje na tri tipe: kolesarjenje kot obliko transporta, kolesarska tekmovanja ter kot obliko športne rekreacije. Kolesarjenje kot oblika transporta ima pomembno vlogo, saj je ekonomsko učinkovito (poceni), ne onesnažuje okolja ter pozitivno vpliva na naše zdravje. Najpogosteje se kolo kot transportno sredstvo uporablja za prevoz na delo, v šolo in po nakupih.

Kolesarska tekmovanja delimo na cestna, gorska, na velodromih ter druge oblike. Cestna tekmovanja zahtevajo dobro pripravljenost v moči in vzdržljivosti. Med tekmovalne oblike cestnega kolesarjenja uvrščamo klasične dirke, ki imajo skupinski start, trajajo več ur ter potekajo od točke A do točke B ali pa v več krogih. Naslednja tekmovalna oblika je kriterij, za katero so značilni krajši krogi in več tehničnega znanja. Poznamo še etapne dirke, ki trajajo več dni ali celo tednov, odločilno vlogo pa igra taktika moštva. Tekmovalne oblike gorskega kolesarjenja obsegajo kros, spust, slalom ter ciklo kros. Obstajajo tudi druge oblike tekmovanj, ki so kombinacija orientacije ter kolesarstva. Dirke na velodromu predstavljajo pravi spektakel za gledalce, kolesarji pa uporabljajo posebna kolesa brez zavor. Med ostale oblike tekmovanj spadajo BMX tekmovanja, tekmovanja s tricikli, tandemi, in druge, celo kolesarski polo.

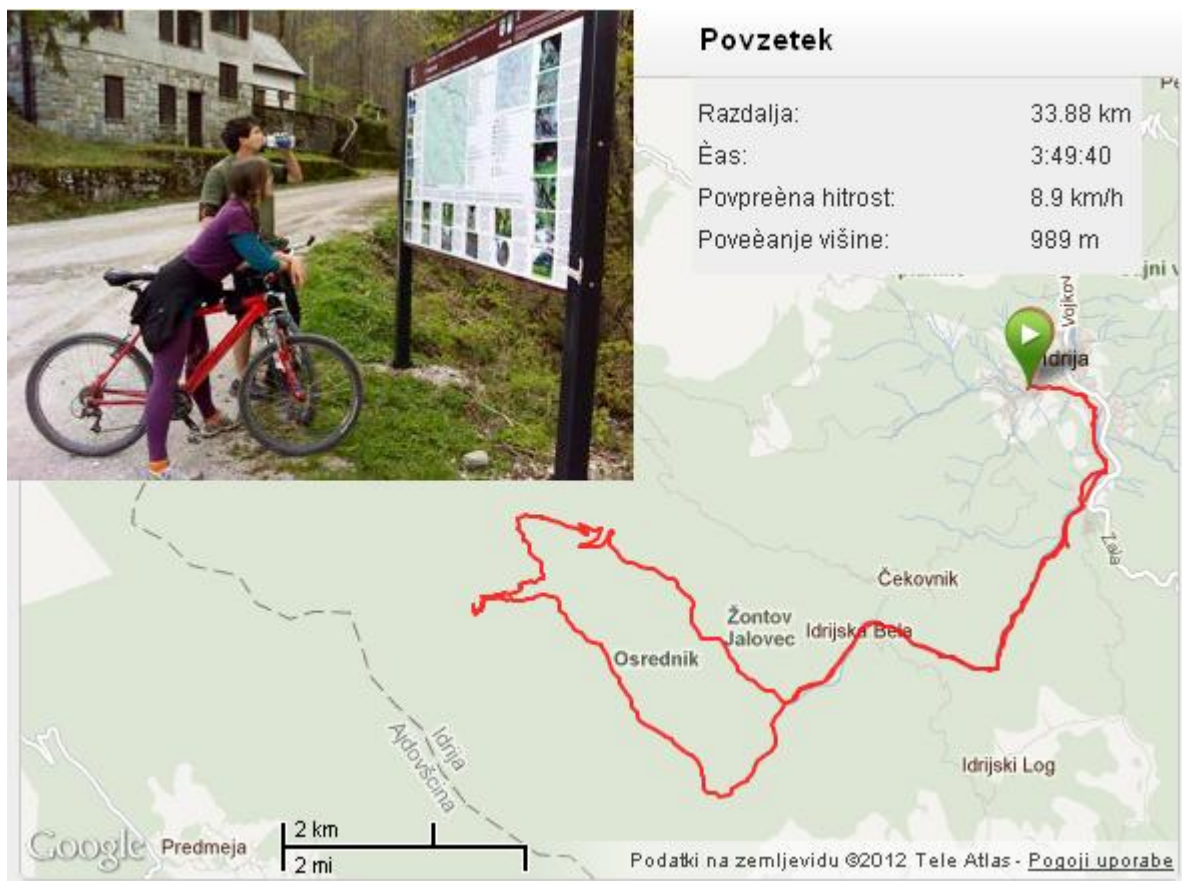
Kot tretjo vrsto CTC definira kolesarjenje za potrebe športne rekreacije, kamor spadajo dnevne ture, potovanja, gorsko kolesarjenje oziroma kolesarjenje izven glavnih cest ter kolesarjenje za vpliv na motorične sposobnosti. Ta oblika kolesarjenja pride v poštev tudi v našem primeru, predvsem dnevne ture, ki obsegajo vse od krajših izletov, ki lahko trajajo eno uro, do zahtevne celodnevne ture. Občina Idrija in okolica ponujata izjemno veliko prometno neobremenjenih cest, zato je primerna tudi za tiste, ki so s kolesom na daljšem potovanju. Opredelitev vrst kolesarjenja je po Siršetju (2005) malce drugačna od zgoraj opisane, vendar za naše potrebe bolj nazorna. Kolesarjenje deli na osem vrst: dnevno kolesarjenje (sredstvo za prevoz), športno kolesarjenje (vse tekmovalne oblike cestnega in gorskega kolesarjenja), športnorekreativno kolesarjenje, izletniško (ne več kot en dan), popotniško (traja več dni), gorsko (neokrnjena narava), turistično (spoznavanje znamenitosti s kolesom) in družinsko

kolesarjenje. Za nas so po tej delitvi zanimive vse vrste, razen prvih dveh naštetih, to je dnevnega in športnega kolesarjenja.

Turisti se pri izbiri kolesarske turistične destinacije odločajo na podlagi določenih kriterijev. Prvi dejavnik je kakovost kolesarske infrastrukture, kamor spadajo kolesarju prijazne ceste in poti, ustrezna signalizacija ter urejeni dostopi do naravnih in kulturnih znamenitosti. Naslednji dejavnik je vezan na nastanitev, gostinsko ponudbo ter dodatne – servisne infrastrukture (servis koles, parkirna mesta za kolesa). Kolesarske turiste privabi tudi kakovostna dodatna ponudba, od tematskih poti do festivalov. Ne gre zanemariti tudi promocijskega ter predstavitvenega materiala, kamor sodijo zemljevidi kolesarskih poti ter informacije na spletnih portalih. Pomembno vlogo pri izbiri destinacije ima seveda okolje z naravnimi danostmi oziroma sama privlačnost destinacije ter nenazadnje tudi občutek varnosti in organiziranosti, zato organizirani turistični aranžmaji ne smejo manjkati v ponudbi vsake kolesarske destinacije (Sirše, 2005).

Jugozahodno od Idrije se razteza Krajinski park Zgornja Idrijca, ki je sinonim za neokrnjeno naravo, obsežne gozdove in čiste reke. Južno od Idrije leži Črnovrška, severovzhodno pa Ledinska planota, kjer najdemo avtentične vasi in zaselke. Vzpon na planote je srednje zahteven (okrog 400m višinske razlike). Na severozahodu, iz Spodnje Idrije levo, se vije slikovita ozka dolina Kanomlja, ki se konča na prevalu Oblakov vrh, s katerega se razpre čudovit pogled na tektonsko prelomnico, imenovano Idrijski prelom. Zahodno iz Idrije pa se razprostira Vojskarska planota. Vzpon nanjo predstavlja za kolesarja precejšen izziv; v dobrih 10 kilometrih moramo premagati več kot 800 višinskih metrov.

Več sto kilometrov pretežno makadamskih cest poteka skozi gozdove, ki v vročih poletnih dneh nudijo prijetno zavetje. Za raziskovanje so najbolj primerna gorska kolesa. Zaradi strmih hribov kolesarjenje na Idrijskem zahteva dobro telesno pripravljenost, večina poti je zahtevnih ali zelo zahtevnih. Za manj pripravljene, družine in starejše je primerna nezahtevna vožnja po dolini Idrije od Idrije do Idrijske Bele ali naprej do Klavž. Nezahtevno je tudi kolesarjenje po okoliških planotah (Vojskarska, Črni Vrh z Zadlogom in Idrijskim Logom), če se nanje povzpemo z avtomobilom.



Slika 7. GPS sled kolesarjenja po krajinskem parku in fotografija s počitka na Krekovšah (Vir: Garmin Connect, fotografija: lasten arhiv).

Agencija bo ponujala izposajo gorskih koles in GPS naprav, v katerih bodo shranjene sledi kolesarskih izletov. Na sliki 7 je prikazan primer GPS sledi s startom in ciljem v Idriji, osnovni podatki o poti ter slika z izleta, ki je bila posneta z GPS napravo Garmin Oregon 550. Izlet se začne z zelo blagim vzponom po dolini reke Idrijce do Idrijske Bele, kjer pot vodi levo po dolini reke Belce, mimo geološke posebnosti Babin zob in mimo Brusovih in Putrihových klavž (vodne pregrade). Na Krekovšah je najvišja točka tega izleta, sledi spust v dolino Idrijce mimo Idrijskega laufa (gozdna železnica) do kopališča v Idrijski Beli in po isti poti nazaj do Idrije. Celotna pot je dolga nekaj manj kot 34km, na njej pa skupno premagamo slabih 1000 višinskih metrov.

3.2.4 Plezanje

Plezanje je naravno gibanje, ki danes ni več bistveno za preživetje, zato ne spada med dejavnosti, ki so nam samoumevne. Kot samoumevno plezanje doživlja le otrok, ki spontano ter v želji odkrivanja spleza na drevo ali na skalo. V današnjem času je plezanje način sprostitve, ohranjanja telesne pripravljenosti, za nekatere celo način življenja. Vendar je za varno plezanje kljub njegovi naravnosti potrebno imeti določena znanja ter vsaj osnovno opremo (Barry & Shepherd, 1988).

Po Cecić Erpič idr. (2003) med plezalne športne panoge štejemo gorništvu, alpinizem, športno plezanje ter ledno in mešano plezanje. Za nas je najpomembnejša panoga športno plezanje, ki pa se deli naprej na balvansko plezanje, kratke smeri in dolge smeri. Pogoji na območju Idrije ustrezajo vrsti športnega plezanja v kratkih smereh oziroma, kot ji tudi pravijo, klasično plezanje. Značilnost plezališča s kratkimi smermi je, da so smeri praviloma dolge do pol

raztežaja, kar predstavlja 30 do 35m. Smeri so v plezališču zavarovane s svedrovci, na koncu plezalne smeri pa je urejeno sidrišče. Varovanje v vodstvu ter varovanje od zgoraj sta dva tipa varovanja, ki se jih uporablja pri klasičnem plezanju. Padci so najmanjši pri varovanju od zgoraj, saj gre vrv preko sidrišča na vrhu smeri.

Tabela 3. Plezališča v bližini (Vir: plezanje.net, 2011)

Plezališče	Težavnosti	Dolžina smeri (m)	Število smeri
Gore	3 – 7c+	9 – 17	38
Strug	3 – 7c+	7 – 42	54
Marof	4a – 7b+	6 – 15	44

V oddaljenosti do 5km iz mesta najdemo tri plezališča, ki so urejena v naravni skali, dostopi z glavnih cest so kratki in urejeni. Visoko stopnjo varnosti zagotavlja sodobna oprema plezališč. Večina smeri je težavnosti od 5a do 6c po francoski lestvici. V tabeli 3 so poleg obsega težavnosti navedene tudi dolžina in število vseh smeri.

Dejavnost je v prvi vrsti namenjena začetnikom, saj izkušeni plezalci ne potrebujejo vodenja po plezališču. Primerna je tudi za družine. Dejavnost se začne s prevzemom opreme ter vožnjo do plezališča. Sledi ogled plezališča, podajanje osnovnih informacij, pregled opreme, ogrevanje in plezanje se lahko začne. Dejavnost se zaključi z adrenalinskim doživljanjem – gugalnico (v plezalni opremi, pripeti na vrv), ki se udeležencem vtisne v spomin.

3.2.5 Ekolov

Po Černaču (2002) je fotolov: »...lov s fotoaparatom s ciljem, da divjad posnamemo, da jo v neki obliki informacije odnesemo s seboj, divjad pa pustimo nedotaknjeno v naravi« (str. 92). Fotografiranje divjadi sega več kot sto let v preteklost, z zadnjem času pa z razvojem digitalne fotografije doživlja popolnoma drugačno dimenzijo. Bistveni element fotolova je doživljanje lepote narave ter skrb za njeno ohranjanje. Dejavnost je primerna za tiste, ki ne želijo posegati v naravo. Primarni cilj fotolova je kvalitetna fotografija, drugi cilji, ki jih fotolov zasleduje, pa so še dokumentacija, spremljanje življenjskega kroga živali ter bogatenje kulture. Pri tej dejavnosti je torej bistvenega pomena čim kvalitetnejša fotografija. Tip fotografije divjadi je glede na namen mogoče razvrstiti v štiri kategorije: trofejni posnetki, za potrebe razstav in projekcij, za namen vzgoje in izobraževanja ter za reklamo in propagando (Černač, 2002).

Ekolov je po definiciji identičen fotolovu, vendar se razlikuje glede na cilj. Cilj v tem primeru ni kvalitetna fotografija, pač pa je fotografija le del dejavnosti, ki je nujno potreben, da žival v naravi ostane nedotaknjena. Ekolov vidimo kot potencialen turistični produkt, kjer je mogoče združiti gibalno dejavnost v naravi, spoznavanje narave in kulture določenega območja ter, če imamo srečo, tudi domov odnesti fotografijo »uplenjene« divjadi. Bistvena razlika je tudi v opremi pri foto in ekolovu. Za prvi način je potrebna izjemno zmogljiva in draga oprema, ki jo moramo znati tudi uporabljati. Za ekolov smo razvili posebno napravo, na Sliki 8, ki ne zahteva nikakršnega predznanja s področja fotografije in jo lahko uporablja vsak. Naprava ima lesen osrednji del in je identičen kopitu lovske puške, nanj pa je pritrjen daljnogled, ki ima možnost zajemanja fotografij. Proženje (fotografiranje) se izvede s pritiskom na gumb na mestu, kjer je pri lovski puški nameščen sprožilec.



Slika 8. Ekopuška (osebni arhiv).

Za izpeljavo dejavnosti kot je ekolov, je bistveno sodelovanje z lokalno lovsko organizacijo. Lovci najboljše poznajo življenjski stil divjadi, jo zato najlažje najdejo in omogočijo fotografiranje ter tudi opozorijo na obdobja, ko se divjadi ne sme vznemirjati. Zato smo mnenja, da dejavnost mora voditi lovec. Pri ekolovu je bistveno, da ne posegamo v okolje, se v naravi primerno obnašamo ter zagotovimo ustrezen odnos do živali, družbenega okolja ter lovcev. Za potrebe ekolova lahko prevzamemo etični kodeks fotografov divjadi (Černač, 2002).



Slika 9. Srna, fotografirana z visoke preže, in gams, "ulovljen" z zalezom (lasten arhiv).

Poznamo več vrst lova. Černač (2002) navaja štiri: s čakanjem, z zalezom, na klic ter s pogoni. Za nas sta zanimivi prvi dve vrsti oziroma kombinacija obeh. Najprimernejše obdobje za lov je spomladi in jeseni, obdobje dneva pa zgodaj zjutraj in pozno zvečer, seveda pa se pogoji spreminjajo glede na vrsto živali, ki jo hočemo »uloviti«. Dejavnost je lahko sestavljena iz pohoda, dolgega od ene do treh ur, ki se, če naletimo na žival, prevesi v zalezovanje. Druga možnost je, da je sestavljena iz pohoda in čakanja, kjer pohod predstavlja del poti, dokler ne pridemo do zelenega mesta za čakanje, ki je lahko »na tleh za grmovjem, na drevesu ali na visoki preži« (Černač, 2002, str. 92). Poti, na katerih se bo dejavnost izvajala, bodo usklajene z lovci, ki upravljajo z loviščem na določenem območju. Na sliki 9 vidimo primer uspešnega ekolova.

3.2.6 Jahanje

Hočevar (1990) jahanje v naravi opredeljuje kot: »...ena od vsebinsko najbogatejših oblik športne rekreacije. Predvsem zato, ker gre za »sodelovanje« med človekom in še enim živim bitjem – konjem. ... Zelo pomembno je, da nas rekreacijsko jahanje vodi v naravo in da je naš rekvizit sam – konj – del žive narave. Kakšen užitek čuti jezdec, ko se pod njim sprošča energija konja, ki se predaja ugodju svobodnega gibanja po raznovrstnem zemljišču« (str. 1).

Vloga konja se je skozi zgodovinska obdobja spreminjala, najprej so konja uporabljali v boju, za lov ter za delo. Danes je jahanje razvito predvsem v športnem smislu.

Behling (2009) razlikuje pet vrst jahanja. Prvo je angleško jahanje, ki je najbolj razširjeno pri nas, njegove podvrste pa so preskakovanje ovir, dresura in vsestransko jahanje, ki je kombinacija preskakovanja ovir, dresure in terenskega jahanja. Naslednja vrsta je western jahanje, ki je izvorni način jahanja ameriških kavbojev in zahteva posebno opremo ter posebnega konja. Tretja vrsta je »pas in tölt«, najznačilnejši predstavnik te vrste jahanja pa je islandski konj. Četrta vrsta, baročno jahanje, je jahalni način klasične dresure in je podobno angleškemu jahanju. Zadnja vrsta jahanja je vzdržljivostno jahanje, kjer je cilj v najkrajšem času premagati velike razdalje, tudi do 160km, med potjo pa se spremljamo stanje konja, da ne pride do preobremenitev.

Obstajajo še druge delitve jahanja. Newsum (1988), na primer, deli jahanje na štiri glavne discipline: preskakovanje ovir, dresurno jahanje, konjske dirke in »eventing« - kombinacija dresure ter preskakovanja ovir.

Jahanje je šport, ki ga lahko izvajamo v vseh letnih časih, v vsakem obdobju nam ponuja drugačno doživljanje okolja. Da je jahanje varno, morata biti izpolnjena dva pogoja: primerno opremljen in šolan konj ter prav usposobljen in primerno opremljen jezdec. Izlet v naravo je posebna izkušnja, ki zahteva tudi posebno organizacijo. Traja lahko od ene do več ur, ali pa celo več dni. Pri daljših izletih je potrebno skrbno načrtovati prenočišča ter preskrbo s hrano za konja ter za jezdec. Najvarneje je, če se na izlet v naravo odpravimo v skupini. Skupina ima ponavadi določenega vodnika, ki med jahanjem izbira primeren teren ter določa tempo (Hočevar, 1990).

Na izlet se moramo opraviti primerno opremljeni, Marzinek-Späth (1994) svetuje, da se opremimo s primerno obleko, ki nas varuje pred vejami in trnjem, z varovalno kapo, ki ščiti našo glavo, ter s primernimi jahalnimi škornji, ki ščitijo naše gležnje in meča. Škornji naj imajo podplat, ki preprečuje drsenje ter ni pregrob, da bi se zatikal v streme.

Jahanje bo izvajal eden od ponudnikov tovrstne dejavnosti v neposredni okolici Idrije, agencija bo v tem delu le posrednik. Dejavnost je primerna za začetnike in traja 3h. Potreba so le športna oblačila. Udeleženci področje jahanja najprej teoretično obdelajo, saj je to predpogoj za prvi stik s konjem. Praktični del poteka v maneži, kjer je konj pripet na vrv in hodi po krožnici radija 5m. Izvajajo se vaje za ritem in ravnotežje. Za izkušenejše jahače, ki že imajo izpit za samostojno jahanje, bo možno terensko jahanje, vendar je dejavnost primerna predvsem za tiste, ki se željo поблиžje spoznati s konjem ter se naučiti osnov tega čudovitega športa.

3.2.7 Soteskanje

Soteskanje imenujemo pohod oziroma hojo v ledeno mrzli vodi po ozkih soteskah. Ta šport zahteva dobro telesno pripravljenost, znanje plezanja, spuščanja po vrvi in plavanja. Zgodovinsko gledano so v alpskih regijah že zelo zgodaj uporabljali vodne tokove za plavljenje lesa. Na prelomu iz 19. v 20. stoletje so soteske obiskovali raziskovalci. Kot

športna zvrst pa je soteskanje v Španiji in Franciji prisotno že več kot dvajset let. Popularno je tudi na Novi Zelandiji, v Severni Ameriki in Avstraliji. Soteskanje je nevarna športna zvrst, potrebna sta posebna oprema in posebno znanje. Od strukture kanjona je odvisno, katere elemente (spust po vrvi, skoke, plavanje) bomo pretežno uporabljali. Soteska nas navdušuje z izjemnimi pogledi na okolico, z mahom obraslimi skalami, stenami, slapovi, rastlinami in živalmi. To izjemno lepo, a krhko okolje moramo spoštovati in čim manj posegati vanj, zato se držimo utrjenih stez in poti (Rußhardt in Scharnagl, 2009). Po Hardiman & Burgin (2011) ta šport na območju Blue Mountains (Avstralija), ki je varovan kot svetovna dediščina, ne predstavlja grožnje okolju, predlagata pa nadaljnje spremljanje vplivov na okolje. Soteskanje se največkrat izvaja v manjših skupinah, ponavadi so to prijatelji ali družina. Profil nekoga, ki se ukvarja s tem športom, je izobražen moški, star okrog 30 let.

Soteskanje je vse od lahke pohodniške ture po kanjonu, kjer ne potrebujemo posebne opreme niti ne posebnega znanja, do zelo zahtevnih spustov, ki lahko trajajo tudi cel dan in vsebujejo smrtno nevarne skoke ter spuste po vrvi, dolge tudi po več sto metrov. Za lažjo predstavo je predstavljen sistem ocenjevanja po Rußhardt in Scharnaglu (2009), ki loči šest težavnostnih stopenj: »C1: lahka pohodna tura po kanjonu s kratkimi, do deset metrov dolgimi odseki, ki jih je treba preplavati, in kratkimi zdrsi ter skoki do največ enega metra. Pri tej turi ni predelov, ki bi jih bilo treba preplezati, traja pa do dve uri. C2: pohod po kanjonu s skoki do treh metrov, ki vključuje tudi nekaj nezahtevnega plezanja, možni pa so tudi daljši, do 50 metrov dolgi odseki, ki jih je treba preplavati. C3: neprevisna mesta, dolga do petnajst metrov, po katerih se je treba spustiti po vrvi, in skoki do pet metrov. Treba je znati uporabljati lastno varnostno opremo. Manjša območja, ki jih je potrebno preplezati. C4: na tej težavnostni stopnji so mesta, kjer se je treba spustiti po vrvi do 50m globoko in skočiti do 8 metrov. Nekaj je tudi mest, ki jih je treba preplezati. Nujno je treba znati uporabljati lastno varnostno opremo. Približno sto metrov je treba preplavati, potrebno je tudi temeljito obvladovanje spuščanja po vrvi. C5: na tej težavnostni stopnji so potrebni skoki do deset metrov v globino in spusti z vrvjo do sto metrov globoko. Potrebno je obvladovanje varnostne tehnike v vmesnih položajih in temeljito obvladovanje spuščanja po vrvi. Del ture vključuje tudi zahtevnejša mesta, ki jih je treba preplezati, in nekaj nevarnih odsekov reke. C6: izredno zahtevna težavnostna stopnja, zlasti kar se tiče obvladovanja vodnih tehnik. Mesta, ki zahtevajo spuščanje po vrvi, so navzgor odprta. Potrebno je brezhibno obvladovanje varnostne tehnike v vmesnih položajih. Med tovrstnim soteskanjem se porabi veliko materiala in časa, včasih je potrebno tudi bivačanje« (str. 71).



Slika 10. Ob reki Idrijci (vir: Osebni arhiv)

Ponujali bomo najlažjo varianto soteskanja, težavnosti C1, ki pomeni: lahka pohodna tura po kanjonu s kratkimi, do deset metrov dolgimi odseki, ki jih je treba preplavati, in kratkimi zdrsi ter skoki do največ enega metra. Pri tej turi ni predelov, ki bi jih bilo treba preplezati, traja pa do dve uri. Dejavnost bomo izvajali za manjše skupine, za varnost bomo poskrbeli s primernimi čeladami. Izvajali bomo tudi suho soteskanje (po suhi strugi). Na sliki 10 je del soteske v zgornjem delu reke Idrijce.



Slika 11. Nekatere soteske, primerne za soteskanje (Vir: Geopedia.si).

Nekateri potencialni odseki so prikazani na sliki 11:

- zgornji tok reke Idrijce in okoliške grape

- del toka reke Belce
- Padarjeva grapa
- Medveja grapa
- grapa potoka Klavžarica

3.2.8 Tematski-adrenalinski park za otroke

Adrenalinski parki tudi pri nas postajajo zanimiv športno turistični produkt in predstavljajo edinstveno doživetje. Osnovne značilnosti adrenalinskega parka, ki ga angleško imenujemo »rope park« ali »adrenalin park«, so viseči mostovi, mreže iz vrvi, vrvi in jeklenice, na katerih se na višini izvajajo razne naloge. Namen adrenalinskih parkov je po Vengustu (2004): »...predvsem pozitivno vplivati na nekatere psihološke lastnosti, sociološke dimenzije in gibalne sposobnosti posameznikov ter ugotavljati in pozitivno vplivati na psihosocialne odnose v skupini (team building)« (str. 81).

Po Vengustu (2004) ločimo dva osnovna tipa konstrukcij. Prva je samostojna konstrukcija, katere prednost je, da zanjo potrebujemo malo prostora, vendar zahteva veliko materiala. Drugi tip je sidrana konstrukcija, ki zahteva veliko prostora zaradi dodatnih jeklenic, vendar je prednost v tem, da ne potrebujemo veliko materiala. Omenja tudi gozdni adrenalinski park, ki ga opredeljuje kot podvrsto samostojne konstrukcije in naj bi združeval prednosti obeh tipov, to je malo prostora in malo materiala, vendar ima tak tip posebne zahteve glede vrste oziroma velikosti dreves. Isti avtor navaja tudi štiri načela, ki jim sledimo pri postavljanju nalog v konstrukcijo. Prvo je načelo postopne obremenitve; na začetku so naloge lažje, nato postajajo vedno težje. Drugo je načelo načrtne obremenitve, ki govori o obremenitvah različnih mišičnih skupin. Tretje je načelo individualne obremenitve, kjer si vsak posameznik lahko izbere njemu primerne naloge. Zadnje je načelo ravnotežja obiskovalcev, dosežemo ga z zadostnim številom vhodnih in izhodnih točk, da ne prihaja do zastojev.

Primer gozdnega adrenalinskega parka, postavljenega na Baliu, ima naslednje karakteristike: na višini od 2 do 20m nad tlemi je zgrajenih 4 do 12 poti, ki so različnih težavnosti ter vsebujejo raznolike naloge oziroma izzive, teh je na vsaki progi od 8 do 16. Gozdni adrenalinski parki so primerni za otroke od 4. leta dalje, uporabljajo jih lahko tudi starejši do 70. leta. Poti v gozdnem adrenalinskem parku so različno dolge, torej so sestavljene iz več ali manj različnih nalog ter so različnih težavnostnih stopenj. Postavljene morajo biti smiselno ter morajo omogočati napredovanje od lažjih do težjih nalog oziroma izzivov. Zaključek naj bo vedno v obliki naloge, ki si jo obiskovalci zapomnijo in predstavlja največje doživetje. Parki so lahko različnih velikosti ter namenjeni različnim ciljnim skupinam. Lokacija in osnovna postavitvev parka pa sta podvrženi določenim zahtevam. Gozdna površina naj bo velika od 1-5 ha, drevesa naj imajo premer 32-80 cm, v bližini naj bo cesta, prostor naj ima elektriko, stranišča in mesto za prodajo vstopnic ter spominkov. Osnovna postavitvev parka ima 4-8 poti, 65 različnih nalog, kapaciteta je 60-100 obiskovalcev naenkrat, zmogljivost pa 250 obiskovalcev na dan (Treetop Adventure Park, 2012).

Postavitvev adrenalinskega parka za otroke predstavlja največji vložek od vseh opisanih dejavnosti. Ideja je zgraditi poseben tematski adrenalinski park, ki ga zaenkrat na našem tržišču še ni. Park bo primeren za otroke od vrtca do konca osnovne šole in za družine z otroki, njegov namen pa bo združiti zabavo ter učenje naravoslovja, družboslovja in tehnike v pristnem kmečkem okolju. Otroci se bodo zabavali v adrenalinskem parku, še prej pa spoznavali domače živali, delo na kmetiji, običaje ter pripomočke za opravljanje kmečkih opravil. Na ta način bi združili prijetno s koristnim in otrokom na njim zanimiv način prikazali življenje na kmetiji ter v adrenalinskem parku pozitivno vplivali na motorične sposobnosti, psihološke in sociološke lastnosti.

Izjemnega pomena za izpeljavo ideje je lokacija, saj mora primerna parcela stati neposredno ob kmetiji, kjer bi potekale ostale dejavnosti v sklopu parka. Najprimernejši tip je sidrana konstrukcija ali tip adrenalinskega parka, ki mu pravimo gozdni adrenalinski park. Predvidena cena postavitve parka je po Lipovšku (2011) blizu 20.000 evrov. Strošek postavitve parka in vodenja dejavnosti bi nosilo podjetje, lastnik parcele in kmetije pa bi od vsake enote dobil 5 evrov za najem prostora. Za kmeta bi poleg nadomestila za najem prostora glavni dohodek predstavljala gostinska ponudba.

3.3 PRIMER DOBRE PRAKSE - ŠPORTNI KAMP GABRJE



Slika 12. Športni kamp Gabrje s pristajalnim prostorom (Vir: spletna stran kampa)

Športni kamp Gabrje se nahaja 4 km iz Tolmina pri vasi Gabrje na desnem bregu reke Soče. V prvi vrsti je namenjen vsem športnim navdušencem, predvsem ljubiteljem jadralnega padalstva in zmajarstva, saj imajo pristajalni prostor urejen kar v samem kampu (slika 12). Na travnatih parcelah v kampu je možen priklop na elektriko, urejen je tudi brezplačen internet. Sanitarije v kampu so urejene in obsegajo dve enoti - toaletne prostore in tuše. V kampu deluje tudi bar s pogledom na Sočo. Za zabavo otrok je urejeno igrišče z gugalnicami, trampolinom in peskovnikom. V bližini je tudi košarkarsko igrišče. Prijava in odjava iz kampa je mogoča vsak dan od 9:00 ure zjutraj do 23:00 ure zvečer na recepciji Kampa Gabrje. Za prijavo potrebujete osebni dokument. Cena kampiranja je 5 evrov na osebo na dan ter turistična taksa v višini 0,55 evra. Gosti kampa lahko uporabljajo električne priključke z dodatnim doplačilom (2 evra/dan). Ob prijavi dobite Kamp kartico, s katero se identificirate v kampu in ste upravičeni do 10% popusta pri storitvah Positive Sporta in 30% popusta pri prevozu na start – Camp Gabrje. V samem kampu je tudi Jadralno padalski & Zmajarski center, ki ponuja brezplačne informacije o vremenu in pogojih za letenje. Kamp vodi podjetje Karpis d.o.o. s sedežem v občini Tolminu (Kamp Gabrje, 2012). Kamp se razprostira na 1ha površine in ima 30 kampirnih prostorov, kar predstavlja 100 ležišč (Avtokampi.si, 2012).

Glavno konkurenčno prednost kampa vidimo v prilagojenosti ponudbe specifičnim gostom, to je padalcem in zmajarjem. Ponudba zajema nudenje informacij izkušenih lokalnih padalcev

ter pristajalni prostor v kampu. Razliko med našo idejo in Športnim kampom Gabrje je predvsem v številu ponujenih dejavnosti. V našem primeru bo konkretna ponudba kampa šest različnih dejavnosti, v opisanem primeru pa ponujajo le eno. Vendar tudi v Športnem kampu Gabrje svojim gostom ponujajo storitve agencije Positive sport s sedežem v Kobaridu. Agencija Positive sport ponuja rafting, kajak, canyoning (soteskanje), hydrospeed, gorsko kolesarjenje, plezanje, padalstvo, tubing in teambuilding (Positive sport, 2012). Opisan primer kampa se od naše ideje razlikuje tudi v segmentu kupcev. Populacija jadrlnih padalcev in zmajarjev se razlikuje od populacije, ki jo mi predvidevamo, in tudi izbrane športne dejavnosti so prilagojene družinam, odraslim in starejšim. Športni kamp Gabrje ima zelo ugodno ceno nočitve za eno osebo, in sicer 5 evrov. Menimo, da je to posledica velike konkurence, saj je v dolini reke Soče od Trente do Kanala dvajset kampov.

3.4 PRAVNO-ORGANIZACIJSKA OBLIKA IN LASTNIŠKA STRUKTURA

Pravno organizacijska oblika podjetja bo kapitalska družba, in sicer enoosebna družba z omejeno odgovornostjo. Lastnik in direktor bom jaz sam.

3.5 ANALIZA TRGA

3.5.1 Segmentacija kupcev

Sagadin (2007) ugotavlja, da so gostje v Eko kampu Korita (Zgornje Posočje) v 70% stari med 15 in 35 let. Ostanek se razdeli na približno enaka deleža na mlajše od 15 in starejše od 35 let. Menim, da tak odstotek lahko pripišemo dejstvu, da dolina reke Soče s svojo ponudbo pritegne večinoma mlade, ki so željni adrenalinskih dogodivščin. Glede na možnosti, ki jih ponuja območje Idrije, in glede na zgoraj opisane športne dejavnosti sam kupce vidim v popolnoma drugih ciljnih skupinah. V prvi vrsti so to ljudje, ki si želijo počitnice preživeti na aktiven način, ali pa obiskovalci, ki so bolj raziskovalnega tipa, saj jim okolica ponuja ogromno možnosti za odkrivanje avtentičnih naravnih in kulturnih znamenitosti.

Družine – starost od 30 naprej. Ta segment kupcev je podprt z dejavnostjo adrenalinskega parka in jahanja, saj sta vsebini pripravljeni prav za otroke. Za družine z otroki je zanimivo tudi plezanje, saj je to otrokovo naravno gibanje in hitro osvoji osnove, izziv pa predstavlja tudi za starše. Po napornih dopoldanskih dejavnostih se družina odpočije v naravnem kopališču v Idrijski Beli in tako dan zaključi v sveži in čisti vodi. Tudi kolesarjenje do kopališča je za družino primerno, še posebej v dopoldanskem času med tednom, ko na cesti praktično ni prometa. Poleg športne ponudbe je za družine zanimiv ogled rudnika (Antonijev rov) ter ogled javnega akvarija, kjer je mogoče videti bogastvo rib in drugega podvodnega življa z vsega sveta. Družine bodo prihajale v kamp predvsem v poletnih mesecih v času počitnic. Predvideno razmerje med domačimi in tujimi družinami bi bilo 50:50.

Odrasli – obiskovalci; temu segmentu kupcev udobje hotela ne pomeni veliko in raje posegajo po cenejši namestitvi ter kakšen evro več potrošijo za bolj kvaliteten dnevni program (dejavnost, izlet,...). Druga skupina pa so tisti odrasli, ki jim je kampiranje preprosto všeč zaradi svoje skromnosti in naravnosti. Več obiskovalcev te ciljne skupine pričakujemo iz tujine, manjši delež iz Slovenije. Za odrasle je najbolj privlačna obstoječa turistična ponudba območja, za moške predvsem tehniška dediščina v zvezi z rudnikom živega srebra, ženske pa očara prefinjenost idrijske čipke. Naša športna ponudba, ki je najbolj primerna za odrasle, je

kolesarjenje, pohodništvo, soteskanje in ekolov. Kolesarjenje je zaradi boljše mobilnosti za raziskovanje idrijske občine primernejše kot pešačenje, pri pohodništvu in ekolovu najlepše doživimo naravo, soteskanje pa je za najbolj pogumne.

Starejši – to ciljno skupino vidimo kot pomemben dejavnik pri oblikovanju turistične ponudbe na našem območju. Starostna skupina je z vsakim dnem bolj zastopana in predvsem bolj ozaveščena. Starejši poznajo pomen gibanja za zdravo življenje in zato so tudi v zrelih letih aktivni na športnem področju. Kot najprimernejšo dejavnost vidimo pohodništvo, primerne pa so tudi vse druge dejavnosti, razen adrenalinski park, ki bo namenjen otrokom. Pričakujemo, da bo delež tujcev približno enak deležu Slovencev.

3.5.2 Analiza konkurence

Pri analizi konkurence definiramo dva tipa konkurence, primarno in sekundarno. Primarna konkurenca je tista, ki na trgu ponuja enak izdelek, sekundarna pa ne ponuja enakega izdelka pač pa ponuja substitute, ki zadovoljujejo enake potrebe. Ključno je osredotočanje na konkurente z vidika ciljnih kupcev (Vidic, Zirnstein, Ruzzier & Antončič, 2008).

Primarno konkurenco z vidika športnih dejavnosti predstavljajo v poletni sezoni Turistična kmetija Pri Kobalu (1km iz Idrije), kjer ponuja jahanje, ter Kmečki hram Fortuna (4km iz Idrije), kjer ponujajo izposojlo koles. To je zaenkrat tudi vsa neposredna konkurenca na našem območju z vidika športnih dejavnosti, zanimivih za turiste. Z vidika kampa je primarna konkurenca šibka, saj je v Goriški regiji 26 kampov, od tega sta potencialna konkurenta dva. Prvi je kamp Gabrje v Tolminu, oddaljen od Idrije 40km. Območje kampa je veliko 1ha in ima 30 kampirnih prostorov, kar predstavlja 100 ležišč. Drugi je kamp Tura v Vipavi, oddaljen 31km iz Idrije, velikost je 2ha in ima 40 kampirnih prostorov, kjer lahko na enkrat prespi 80 ljudi. Oba kampa imata obogateno športno ponudbo, vendar se ta zelo razlikuje od naše ideje. Kamp v Tolminu je specializiran za jadralske padalce, saj je v njem tudi pristajalna steza, kamp v Vipavi pa leži neposredno pod plezališčem in je zato atraktiven za plezalce in pohodnike. Poleg plezališča pa je v kampu tudi več igrišč za športne igre.

Sekundarna konkurenca z vidika športnih dejavnosti je na območju Idrije močnejša v zimskem času. Na Vojskem (12km iz Idrije) je Tekaško smučarski center, blizu pa je tudi manjše smučišče. Na Črnovrški planoti najdemo dve smučišči, eno je neposredno ob naselju Črni Vrh, ki se imenuje Ski Bor Črni Vrh, drugo pa nekaj kilometrov stran in se imenuje Smučišče Javornik. Najbolj znan je smučarski center Cerčno, ki je od Idrije oddaljen 30km. Poleti sekundarno konkurenco vidimo v storitvah, kot so masažni saloni, fitness centri in športna igrišča, ki ponujajo športno rekreacijo ali sprostitev.

Večja je sekundarna konkurenca na področju nastanitvenih kapacitet. Največjega konkurenta na tem področju predstavlja Hostel Idrija, saj nudi nočitev že za 9 evrov na noč, drugi ponudniki so nekoliko dražji, večinoma od 20 evrov dalje. Sicer na območju Idrije ni nobenega kampa. Ponudniki prenočišč, ki spadajo pod sekundarno konkurenco:

- Hostel Idrija, 43 ležišč
- Gostišče Barbara, 22 ležišč
- Gostilna Pri Škafarju, 12 ležišč
- Apartma na »Starem placu«, 7 ležišč
- Apartma Pod gradom, 6 ležišč
- Apartma Rožica, 6 ležišč
- Turistična kmetija Pri Kobalu, 16 ležišč

- Turistična kmetija Pri belem kamnu Alič, 48 ležišč
- Kmečki hram Fortuna, 22 ležišč

3.6 SWOT ANALIZA

Tabela 4. SWOT analiza športnega kampa na območju Idrije

Športni kamp – SWOT analiza	
PREDNOSTI Znanje s področja športa Kakovost storitve Inovativni in zanimivi programi Vse na enem mestu – prenočišča in dejavnosti Novost na našem trgu Veliko število naravnih in kulturnih znamenitosti v okolici	PRILOŽNOSTI Staranje prebivalstva (vedno več starostnikov) Večja osveščenost o pomenu gibanja in dopusta - počitka Nazaj k naravi Ni (še) neposredne konkurence Uvrstitev Idrije na seznam UNESCA Oblikovanje novih trendov v turizmu
SLABOSTI Velika investicija Pomanjkanje izkušenj iz ekonomije Vodenje športnih dejavnosti v več tujih jezikih	NEVARNOSTI Lokalna politika Konkurenca iz drugih držav Zelo zapleteni birokratski postopki za pridobivanje raznih dovoljenj in licenc

V tabeli 4 je prikazana SWOT analiza športnega kampa na območju Idrije. Prevladujejo prednosti in priložnosti, vendar bi kot pomembno slabost izpostavili veliko investicijo.

3.7 NAČRT TRŽENJA

3.7.1 Pozicioniranje

Pozicioniranje pomeni, kako naš ciljni trg razume oziroma vidi naše storitve (Vidic idr., 2008). Določili smo tri ciljne skupine uporabnikov naših storitev. Za vsako skupino bomo pripravili pestro ponudbo, ki bo temeljila na:

- inovativnih pristopih
- kakovosti storitev
- vključevanju čim več lokalnih posebnosti in zanimivosti
- sodelovanju z lokalnimi partnerji
- ekološki naravnosti

Ključne skupine so po našem mnenju družine, odrasli in starejši. Ponudba in programi, ki jih bo ponujal športni kamp, so predvsem namenjeni strankam, ki jih pasivni dopust v obliki

ležanja in obilja hrane ne zadovolji. Kamp bo nudil obliko prenočitve, ki je cenovno ugodna ter nudi večji stik z naravo. Spanje v šotoru je za družino z otroki posebna izkušnja. Za ciljno skupino starejših pa pričakujemo večji delež obiskov z avtodom, kar postaja v zadnjem času zelo popularna oblika. Ponudba športnih dejavnosti bo strankam omogočala aktivna doživetja v dnevnem času.

3.7.2 Cenovna strategija

Odločanje o cenah je po Kovaču (1991) predvsem odvisno od treh faktorjev: ciljev poslovne politike (portfolio analize proizvoda), oblikovanja cen glede na različne tržne pogoje in reakcije na spremembe cen. Pri oblikovanju cen moramo upoštevati naslednje elemente:

- cilje poslovanja
- oblikovanje povpraševanja
- oceno stroškov
- analizo cen in ponudbe konkurentov
- višino cene znotraj »cenovnega intervala«

Tabela 5. Cenik za dejavnosti in kamp

Dejavnosti		
kolesarjenje	izposoja kolesa	20evr/dan
pohodništvo	izposoja GPS	20evr/dan
plezanje	55evr/osebo	
ekolov	55evr/osebo	
jahanje	25evr/h	
soteskanje	50evr/osebo	
adrenalinski park	29evr/osebo - 2h	
	39evr/osebo - 3h	
	55evr/osebo - celodnevni	
Kamp (Hladnik, 2010)		
odrasli	10evr/osebo na dan	
otroci do 7. leta	brezplačno	
šotor	2evr/dan	
avtodom	5evr/dan	
turistična taksa	0,5evr/dan	
električni priključek	3evr/dan	
pes	2evr/dan	

Kot je prikazano v tabeli 5, je naša ponudba sestavljena iz dveh sklopov, kampa in športnih dejavnosti, namenjenih turistom. Zato smo oblikovali dva sklopa cen. Cenik za kamp smo povzeli po že utečenemu kampu s podobnimi lastnostmi, kot jih bo imel naš, to je kamp Tura. Pri športnih dejavnostih pa smo cene določili na podlagi analize več ponudnikov podobnih programov, najdenih na spletu, in jih priredil glede na mikrookolje. Vse dejavnosti izvaja naše podjetje, razen jahanja, kjer ocenjujemo, da bo provizija 5 evrov za vsako uro.

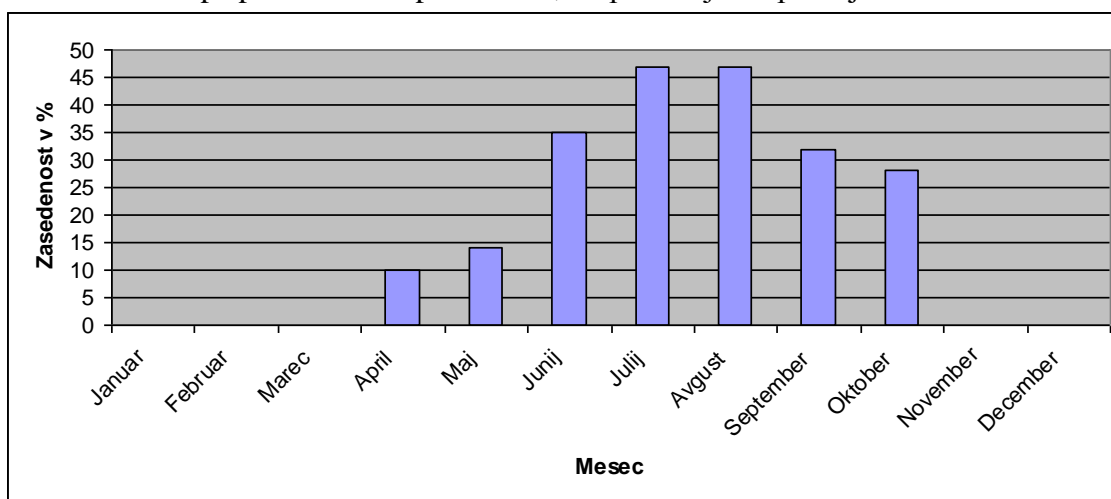
3.7.3 Promocijska strategija

Promocijska strategija pomeni način, kako bodo prišle informacije o storitvah do naših ključnih kupcev (Vidic idr., 2008). Zavedamo se pomena promocije naših storitev za uspeh na

trgu, zato bomo naše dejavnosti na tem področju podredili cilju, da informacije res dosežejo ključne kupce. Promocijske dejavnosti bodo potekale prek naše internetne strani in reklam, objavljenih na spletu, predvsem pa s predstavitvami na straneh turističnih organizacij (npr. www.slovenia.info). V Turistično informacijskem centru (TIC) bodo na voljo letaki in informacije o naših storitvah, prav tako bomo objavili oglas v lokalnem katalogu turističnih ponudnikov. Reklamni material bo dostopen tudi na sejnih in borzah, ki se jih bo udeležil TIC. Eden od načinov za promocijo bo tudi baza podatkov, ki nam bo omogočala direkten kontakt z našimi bivšimi strankami ter novimi potencialnimi, katerim bomo pošiljali reklamni material z aktualno ponudbo. Pomemben del promocije pa po našem mnenju teče »od ust do ust«, zato bomo v prvi vrsti skrbeli za visok nivo storitve in tako posredno vplivali na promocijo. Promocija bo potekala tudi v drugih kampih, ki niso naša neposredna konkurenca, pač pa gostu ponudijo idejo, kje narediti naslednji postanek na potovanju. Na tak način bi se povezali z določenimi kampi in se vzajemno promovirali.

3.7.4 Načrtovana prodaja

V spodnjih dveh tabelah je prikazana načrtovana prodaja za obdobje petih let, ločeno za kamp in za dejavnosti. V kampu bo 50 kampirnih prostorov, od tega bo 30 prostorov namenjenih postavitvi šotorov, 15 prostorov za avtodome, na 5 prostorih pa bodo postavljene hišice oziroma bivaki. Kamp bo obratoval od aprila do oktobra, kar pomeni, da bo odprt 214 dni. Ob polni zasedenosti vseh kampirnih prostorov bi to pomenilo 10.700 zasedenih enot (če sta v vsaki enoti 2 osebi, to skupno znaša prenočitev 21.400 oseb). V povprečju bi na enoto zaslužili 25 evrov, ta cena je uporabljena pri izračunih. Izračun je opravljen za obdobje 10 let. Predvidevamo zasedenost kampa od 28% v prvem letu do 54% v desetem letu. Prihodki od nočitev bi tako v prvem letu znašali 74.900 evrov. Na Sliki 13 je prikazana razporeditev zasedenost kampa po mesecih v prvem letu, ko pričakujemo prodajo 2996 enot.



Slika 13. Zasedenost kampa po mesecih v prvem letu.

Tabela 6. Načrtovana prodaja za kamp.

Mesec / leto	Število prodanih enot	Kamp Povprečna cena enote	Znesek prihodka	Zasedenost v %
Januar	0		0,00 €	
Februar	0	25,00 €	0,00 €	
Marec	0		0,00 €	
April	150		3.750,00 €	28

Maj	220	5.500,00 €	
Junij	520	13.000,00 €	
Julij	730	18.250,00 €	
Avgust	730	18.250,00 €	
September	480	12.000,00 €	
Oktober	166	4.150,00 €	
November	0	0,00 €	
December	0	0,00 €	
2014	3210	80.250,00 €	30
2015	3531	88.275,00 €	33
2016	3852	96.300,00 €	36
2017	4173	104.325,00 €	39
2018	4494	112.350,00 €	42
2019	4815	120.375,00 €	45
2020	5136	128.400,00 €	48
2021	5457	136.425,00 €	51
2022	5778	144.450,00 €	54

Tabela 7. Načrtovana prodaja za dejavnosti in adrenalinski park

Mesec / leto	Dejavnosti			Adrenalinski park		
	Število prodanih enot	Povprečna cena enote	Znesek prihodka	Število prodanih enot	Povprečna cena enote	Znesek prihodka
Januar	0		0 €	0		0 €
Februar	0		0 €	0		0 €
Marec	0		0 €	0		0 €
April	15		900 €	10		750 €
Maj	30		1.800 €	20		1.500 €
Junij	50		3.000 €	40		3.000 €
Julij	50		3.000 €	40		3.000 €
Avgust	35		2.100 €	20		1.500 €
September	30		1.800 €	15		1.125 €
Oktober	20		1.200 €	10		750 €
November	0	60,00 €	0 €	0	75,00 €	0 €
December	0		0 €	0		0 €
2014	250		15.000 €	170		12.750 €
2015	250		15.000 €	185		13.875 €
2016	280		16.800 €	200		15.000 €
2017	280		16.800 €	215		16.125 €
2018	300		18.000 €	230		17.250 €
2019	300		18.000 €	245		18.375 €
2020	320		19.200 €	260		19.500 €
2021	320		19.200 €	275		20.625 €
2022	320		19.200 €	290		21.750 €

V tabelah 6 in 7 je opredeljena predvidena prodaja za kamp in za dejavnosti. Dejavnosti se bodo sprva izvajale le v času obratovanja kampa. Cena povprečne enote za dejavnosti je ocenjena na 40 evrov. Predvidevamo, da bomo prvo leto prodali 230 enot, kar bi pomenilo 9.200 evrov prihodkov iz naslova dejavnosti. V obdobju desetih let predvidevamo povečanje števila prodanih enot na 320 ter prihodkov na 12.800 evrov. Za adrenalinski park predvidevamo povprečno ceno 75 evrov za prodano enoto ter 155 prodanih enot v prvem letu.

Največje možnost za povečanje prihodkov iz dejavnosti vidimo predvsem v organizaciji športnih dni za osnovnošolce v adrenalinskem parku.

3.8 FINANČNI NAČRT

3.8.1 Pojasnila in predpostavke

Pri poglavjih o vrednosti investicije in pri načrtu izkaza uspeha smo si pomagali s podatki iz diplomskega dela z naslovom Poslovni načrt – Kamp Gradiška tura (Hladnik, 2009, v Velikonja, 2007). Podatki so v določeni meri prilagojeni našemu projektu, tako da se ocene razlikujejo od izvirnika predvsem zaradi manjše parcele ter zaradi manjših stroškov, ki so v izvirniku namenjeni ureditvi igrišč, ki jih v našem primeru ni. Finančni načrt je le groba ocena investicije v kamp, načrt izkaza uspeha in analiza določenih tveganj, ki se lahko pojavijo. Finančni načrt nam bo služil kot orientacija in ga bo v primeru, da bo projekt zaživel v praksi, dopolnil strokovnjak.

Investicija bo financirana delno iz lastnih sredstev in delno s posojilom. Lasten vložek bo 300.000 evrov, preostalih 333.500 evrov bo predstavljalo posojilo z dobo odplačila 10 let (120 mesecev), z efektivno obrestno mero 4,71%. Višina mesečnega obroka bo 3470,83 evrov, celoten znesek posojila pa 416.981,94 evrov. Strošek odobritve posojila znaša 375 evrov.

Pri kampu je predvidena 5% amortizacijska stopnja, pri dejavnostih pa 20%, vendar pri izračunih ni upoštevana. Kupci bodo plačevali ob opravljeni storitvi, običajno pred pričetkom dejavnosti ali prenočitvijo. Upoštevati je potrebno, da je posel sezonski in da bo potrebno stroške, nastale v času nedelovanja kampa, poravnati s sredstvi, pridobljenimi v času sezone.

Izračuni, opravljeni v naslednjih poglavjih, so poenostavljeni, prav tako ni upoštevana časovna vrednost denarja.

3.8.2 Vrednost investicije

Tabela 8. Investicija v kamp

Vrsta del	Investicija - kamp		
	znesek v €	davek 20%	cena z davkom
Vrednost zemljišč	250.000	50000	300.000
Projekti in pripravljalna dela	50.000	10000	60.000
Gradbena dela	50.000	10000	60.000
Obrtniška dela	50.000	10000	60.000
Ureditev kampa	75.000	15000	90.000
Ostala dela	15.000	3000	18.000
Skupaj	490.000	98000	588000

V tabeli 8 je predstavljena vrednost investicije za kamp, ki je ocenjena na 588.000 evrov z že vključenim DDV-jem in je sestavljena iz (prirejeno po Hladnik, 2009, v Velikonja, 2007):

- vrednost zemljišča, ki je ocenjeno na 25evr/m², kar znaša 250.000 evrov,
- projekti in pripravljalna dela 50.000 evrov
- gradbena dela 50.000 evrov
- obrtniška dela 50.000 evrov
- ureditev kampa 75.000 evrov
- ostala dela 15.000 evrov

Tabela 9. Investicija za dejavnosti

Investicija - dejavnosti

		količina	cena za kos/komplet (v €)	cena skupaj (v €)
kolesarjenje	oprema			
	gorsko kolo	10	800	8000
	oprema (čelada, luči, zračnice...)	10	100	1000
pohodništvo	palice	10	65	650
	GPS	4	400	1600
	spalne vreče	10	70	700
	šotor	5	200	1000
	gorilniki in posode	5	120	600
	samonapihljiva blazina	10	75	750
	varovalni pas	10	50	500
plezanje	vrv	5	150	750
	čelada	10	55	550
	pripomočki za varovanje in ostalo	5	300	1500
	plezalni čevlji	20	80	1600
	ekolov	2	1900	3800
soteskanje	neoprenska obleka	10	150	1500
adrenalinski park	postavitev adrenalinskega parka	1	20000	20000
skupaj				44500

Za dejavnosti je znesek investicije opredeljen v tabeli 9 in znaša 44.500 evrov:

- oprema za kolesarjenje
- oprema za pohodništvo
- oprema za plezanje
- oprema za soteskanje
- oprema za ekolov
- postavitev adrenalinskega parka

Celotna investicija torej znaša 633.500 evrov z vključenim DDV-jem.

3.8.3 Načrt izkaza uspeha

Tabela 10. Načrt izkaza uspeha

KAMP											
IZKAZ USPEHA	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto	6. leto	7. leto	8. leto	9. leto	10. leto	
za prvih deset let											
PRIHODKI IZ POSLOVANJA											
Prihodki - kamp	74.900	80.250	88.275	96.300	104.325	112.350	120.375	128.400	136.425	144.450	
Prihodki - dejavnosti (brez adrenalinskega p.)	13.800	15.000	15.000	16.800	16.800	18.000	18.000	19.200	19.200	19.200	
Prihodki - adrenalinski park	11.625	12.750	13.875	15.000	16.125	17.250	18.375	19.500	20.625	21.750	
PRIHODKI											
SKUPAJ	100.325	108.000	117.150	128.100	137.250	147.600	156.750	167.100	176.250	185.400	
ODHODKI IZ POSLOVANJA - FIKSNI DEL											
Strošek posojila	42025	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	
Strošek plače - kamp	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	
Strošek telefona in interneta	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	
Strošek čiščenja (1 oseba)	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	
Strošek zavarovanja	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	
VARIABILNI DEL											
Strošek plače - dejavnosti	7866	8550	8550	9576	9576	10260	10260	10944	10944	10944	
Strošek plače - adrenalinski park	5301	5814	6327	6840	7353	7866	8379	8892	9405	9918	
Strošek izobraževanja zaposlenih - dejavnosti	1000	1000	1000	1500	1500	1500	1500	2000	2000	2000	
Strošek uporabe adrenalinskega parka	775	850	925	1000	1075	1150	1225	1300	1375	1450	
Strošek električne	4000	4080	4202	4328	4458	4592	4730	4872	5018	5168	

energije										
Strošek vode in odvoza smeti	2400	2448	2521	2597	2675	2755	2838	2923	3011	3101
Strošek promocijskih dejavnosti	3.000	3060	3152	3246	3344	3444	3547	3654	3763	3876
Izdelava promocijskih materialov	2000	2040	2101	2164	2229	2296	2365	2436	2509	2584
Stroški vzdrževanja (čistila...)	1400	1428	1471	1515	1560	1607	1655	1705	1756	1809
Računovodske storitve	3000	3060	3152	3246	3344	3444	3547	3654	3763	3876
Nepredvideni stroški	1000	1020	1051	1082	1115	1148	1182	1218	1254	1292
ODHODKI										
SKUPAJ	104.217	105.445	106.547	109.191	110.324	112.158	113.324	115.692	116.894	118.114
DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM	-3.892	2.555	10.603	18.909	26.926	35.442	43.426	51.408	59.356	67.286
Davek od dobička	0	511	2121	3782	5385	7088	8685	10282	11871	13457
ČISTI DOBIČEK	-3.892	2.044	8.482	15.128	21.541	28.354	34.741	41.126	47.485	53.829
									Skupaj	249.615

V tabeli 10 so prikazani prihodki in odhodki kampa in dejavnosti skupaj. Prihodki nastanejo iz naslova nočitev, prihodki od vodenja različnih dejavnosti in prihodki od adrenalinskega parka posebej. Prihodki iz nočitev so podrobneje definirani v poglavju Načrt prodaje, predstavljeni so v obliki enot. Prihodki od dejavnosti in prihodki za adrenalinski park so prav tako ocenjeni na enoto, ki predstavlja povprečen znesek na posameznika oziroma manjšo skupino.

Odhodki so razdeljeni na fiksni in variabilni del. Fiksni del stroškov nam predstavljajo strošek posojila, strošek plač zaposlenih v kampu, zavarovanje, strošek telefona in interneta. Strošek posojila znaša na mesečni ravni 3470,83 evrov za obdobje 10 let. Za delo v kampu predvidevamo zaposlitev dveh oseb za določen čas 7 mesecev s 1.800 evrov bruto plače na mesec in čistilko za 7 mesecev s 1.400 evrov bruto plače na mesec. Približno neto plačo dobimo, če bruto znesek delimo z dva. Strošek zavarovanja je na letni ravni 1.400 evrov. Strošek telefona in interneta znaša 350 evrov na mesec.

Med variabilni del stroškov štejemo stroške plače za študente in njihovo izobraževanje, strošek uporabe adrenalinskega parka, električne energije, vode in odvoza smeti, strošek promocije, vzdrževanja, računovodske storitve in nepredvidene stroške.

Za vodenje dejavnosti zaposlimo študente in jim plačamo 10 evrov na uro. Ocenjujemo, da za povprečno enoto potrebujemo 3 ure, kar znaša 30 evrov neto na enoto. Bruto cena je za 14% višja in vključuje stroške študentskega servisa. Za izobraževanje študentov letno namenimo 500 evrov na študenta na sezono. Izobraževanje je namenjeno za pridobitev raznih licenc (kolesarski vodnik, planinski vodnik...). Strošek uporabe adrenalinskega parka znaša 5 evrov na enoto. Strošek električne energije je na letni ravni 4.000 evrov, odvoz smeti in voda znašata 2.400 evrov na leto. Strošek promocije je ocenjen na 6.000 evrov na sezono. Za izdelavo promocijskih materialov vsako leto porabimo 2.000 evrov. Stroški vzdrževanja znašajo 1.400 evrov na sezono in zajemajo nujna popravila in vzdrževanje naprav. Za računovodske storitve sprva namenimo 3.000 evrov na sezono. Nepredvidene stroške v prvem letu ocenimo na 1.000 evrov.

3.8.4 Simuliranje poslovnega tveganja

Izdelana je simulacija za primer, če se načrtovana prodaja zmanjša za 15% ali pa če se poveča za 15%. Zajeto je zmanjšanje ali povečanje prodaje na vseh področjih: za kamp, za dejavnosti in za adrenalinski park. Fiksni stroški ostanejo enaki, spremenijo pa se variabilni stroški. Stroški plač študentov so preračunani glede na načrtovane prodane enote, strošek izobraževanja študentov se ne spremeni bistveno. Strošek uporabe za adrenalinski park se spremeni za 15%, vsi ostali parametri pa pri zmanjšani prodaji naraščajo počasneje, pri povečani pa hitreje. V primeru sprva predvidene prodaje je rast ostalih stroškov v prvem letu 2% in v naslednjih letih 3% na letni ravni. Pri zmanjšanju prodaje je v prvem letu rast ostalih stroškov 1%, v vseh naslednjih 1,5%. Pri povečanju je enako, le da je rast v prvem letu 3%, v vseh naslednjih pa 6%. Simulacija je v Prilogi 1 in 2.

3.8.5 Upravičenost investicije

Investicija v kamp in predvsem v zemljišče bi bila ob ocenjenih predpostavkah relativno velika. Če zemljišče kupimo z lastnimi sredstvi in za preostalo investicijo najamemo posojilo, se nam ob predpostavljene prodaji in stroških prvo leto konča s slabimi štirimi tisočaki izgube,

v vseh naslednjih letih pa je izplačan dobiček. Dobiček po desetih letih poslovanja je slabih 250.000 evrov. Upoštevamo tudi, da je v tem času poravnan celoten znesek posojila, ne povrne pa se nam investicija v nakup zemljišča. Veliko bolj ugodna je simulacija s povečano prodajo za 15%. V tem primeru bi bila zasedenost kampa v prvem letu 32,2% namesto 28%. Ob taki prodaji bi že prvo leto končali z dobičkom 7.253 evrov, po desetih letih bi bilo dobička 376.913 evrov. Ocenjujemo, da sprva predvidena prodaja ne bi bila dovolj za upravičenje tako velikega vložka.

3.8.6 Analiza tveganja

Tveganja pri izpeljavi projekta predstavljajo vsi možni dogodki, ki zavirajo rast posla. Tveganje ostaja na nivoju podjetja, na nivoju države, na nivoju panoge ali pa pride iz okolja (Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T. in Hirsch D. R., 2008).

Obliko tveganja, ki izhaja iz podjetja samega, je mogoče pričakovati na področju človeških virov, saj so posledice neustreznega kadra lahko ogromne. V prvi vrsti bo naš cilj, da stranka od nas odide zadovoljna, zato bomo veliko pozornosti namenili izbiri kadra. Potencialen problem lahko predstavlja tudi načrtovana zaposlitev za določen čas, saj večina ljudi išče zaposlitev za nedoločen čas. Ta problem bomo reševali po zgledu oskrbnikov planinskih koč, kjer najamejo nekoga, lahko tudi iz tujine, ki je zaposlen celo sezono. Druga možna oblika tveganja v podjetju so potencialne tehnične težave, ki se lahko pojavijo pri opremi, ki se bo uporabljala za športne dejavnosti. Zato bomo pozorni, da bo oprema redno vzdrževana ter tehnično brezhibna.

Na tveganja iz okolja sami nimamo vpliva, vendar spremljamo splošna gospodarska in politična gibanja, da lahko v primeru sprememb kar se da hitro reagiramo. Trenutno stanje v državi glede kupne moči prebivalcev nam že predstavlja določeno tveganje, ki ga lahko rešimo s prilagoditvijo ponudbe za domače in tuje goste. Določena tveganja lahko pomenijo tudi dražitve energije, komunale in drugih stroškov ali pa sprememba delovno pravne zakonodaje, ki bi znatno bolj obdavčila študentsko delo. Naslednji potencialni dejavnik tveganja predstavlja vreme, saj daljše deževno obdobje negativno vpliva na obisk kampa. Ta problem poskušamo reševati na dva načina, tako da postavimo preproste bivalne enote, ki omogočajo suho ležišče, in da zagotovimo strankam prostor, kjer lahko posušijo moker šotor. Neposrednega vpliva nimamo tudi na tveganja na nivoju države. V našem primeru se to nanaša na zakonske predpise, ki lahko hitro povečajo obseg dela ter povzročijo dodatne stroške.

Panoga, v našem primeru sta to turizem in šport, predstavlja določena tveganja. Na svetovni trend turizma seveda nimamo vpliva, lahko pa ga imamo na neposredne konkurente. Če svoj posel opravljamo profesionalno, ima konkurenca veliko težje delo, da nas dohiti in prehiti. Na ta način mi sami sooblikujemo stopnjo tveganja. Pomembno je, da spremljamo svetovne trende turizma in obstoječo konkurenco ter v naš posel neprestano uvajamo spremembe in novosti in tako držimo korak s časom.

4. SKLEP

V diplomskem delu smo želeli predstaviti idejo o odprtju športnega kampa na območju Idrije. Športni kamp je v Sloveniji redkost, pravzaprav sta samo dva. Športni kamp Gabrje se nahaja v bližini Tolmina in ima ponudbo, prilagojeno jadralnim padalcem in zmajarjem. Drugi podoben športni kamp pa najdemo blizu Vipave, imenuje se kamp Gradiška tura in je zaradi bližine drugega največjega slovenskega plezališča zelo primeren za plezalce. Naša ideja je odprtje športnega kampa, ki bi ponujal različne športne dejavnosti, izbrane na podlagi geografskih pogojev, trajnostno naravnane, primerne čim širšemu krogu kupcev ter obogatene z inovativnimi elementi. Ponudba regije z vidika možnosti kampiranja in ponudbe športno turističnih programov je raznovrstna, vendar predvsem na območju ob reki Soči od Trente do Kanala. Med 26 kampi v Goriški regiji jih je na omenjenem delu reke Soče 20. Tudi ponudba športno turističnih programov je na tem območju najbolj pestra.

Na območju Idrije ni niti kampa niti razvite ponudbe športnega turizma, če izvememo športni ribolov na reki Idrijci. Predlagam kamp s 50 kampirnimi prostori, kar predstavlja 100 ležišč in ustreza povprečni velikosti kampa na Goriškem. Ponudba bo namenjena trem ključnim ciljnim skupinam: odraslim, starejšim in družinam. Pohodništvo in kolesarjenje bomo izvajali s izposojeno GPS naprav, kjer bomo stranki na podlagi telesne pripravljenosti in na podlagi zanimanja za kulturne ali naravne znamenitosti izbrali primerno traso. Plezanje se bo izvajalo na bližnjih plezališčih in se atraktivno zaključilo z gugalnico. Namesto poznanega fotolova bomo ponujali ekolov, ki je popolna novost, njegova prednost pa je, da za fotografiranje ni potrebno nobeno predznanje. Jahanje bo namenjeno predvsem družinam in začetnikom, kjer jim bo dejavnost predstavljena na zanimiv način. Soteskanje bo potekalo po nekaterih okoliških grapah in bo primerno za zgoraj navedene skupine uporabnikov. Zadnja dejavnost je adrenalinsko-tematski park, namenjen otrokom in sestavljen iz dveh delov, obiska adrenalinskega parka in ogleda kmetije v neposredni bližini.

V zadnjem delu smo analizirali trg, izvedli SWOT analizo športnega kampa, naredili načrt trženja in finančni načrt. Izkazalo se je, da je investicija v kamp precejšnja in da s sprva predvideno prodajo in zasedenostjo (28% zasedenost za obdobje sezone) ne bi upravičili investicije. Ob predpostavki, da bo promet za 15% (32% zasedenost za obdobje sezone) večji, pa že lahko govorimo o upravičeni investiciji. Potrebno je omeniti, da je finančni načrt zelo poenostavljen, zato ostajajo določena vprašanja na tem delu odprta. Ocenjujemo, da bi morali, preden k projektu pristopimo, zares še enkrat narediti natančno oceno investicije na konkretnem primeru, saj je sedaj vse predstavljeno le hipotetično. V praksi se bomo verjetno projekta lotili v dveh fazah, najprej področja športno turističnih dejavnosti in medtem iskali primerno lokacijo za kamp, nato pa bo sledila izgradnja kampa in uresničitev celotne ideje o športnem kampu.

5. VIRI:

Avtokampi.si (2012). Pridobljeno 23.3.2012 iz <http://www.avtokampi.si/>

Bavdaš, M., Čar, J., Kavčič, J., Pelhan, E. & Pišljari, M. (1999). *Ob Rakah: po poti idrijskih naravoslovcev*. Idrija: Rudnik živega srebra v zapiranju.

Behling, S. (2009). *Mala šola jahanja - Priročnik za začetnike in izkušene jahače*. Tržič: Učila International.

Berčič, H., Sila, B., Slak Valek, N. & Pintar D. (2010). *Šport v turizmu*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport.

Birkett, B. (1993). *The Hillwalker's Manual*. Cumbria: Cicerone.

Camping.info (2012). Pridobljeno 23.3.2012, iz <http://sl.camping.info/>

Cecić Erpič, S., Čufar, M., Grilc, P., Guček, V., Leskošek, B. & Simonič, A. (2003). *Osnove športnega plezanja*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport.

Cole, D. N., (1989). Some Principles To Guide Wilderness Campsite Management. V *Managing America's Enduring Wilderness Resource* (str. 181-187). Minnesota: Tourism Center Minnesota Extension Service and Minnesota Agricultural Experiment Station, University of Minnesota.

Černač, J. (2002). *Fotolov: priročnik za fotografiranje divjadi*. Ljubljana: Lovska zveza Slovenije.

Černič, P. (2011). Turistični promet v letu 2011. *Turistično ogledalo*, 6, 1-2. Pridobljeno 17.1.2012 iz http://www.slovenia.info/si/Turisti%C4%8Dno-ogledalo.htm?ps_turisticno_ogledalo=0&lng=1

Daniels, L. M. & Marion, L. J. (2006). Visitor Evaluations of Management Actions at a Highly Impacted Appalachian Trail Camping Area. *Environmental Management*, 38, 1006-1019.

Davies, C. & Newsome, D. (2009). *Mountain bike activity in natural areas: impacts, assessment and implications for management: a case study from John Forrest National Park, Western Australia*. Queensland: CRC for Sustainable Tourism.

Hardiman, N. & Burgin, S. (2011). Canyoning adventure recreation in the Blue Mountains World Heritage Area (Australia): The canyons and canyoning trends over the last decade. *Tourism Management* 32, 1324-1331.

Hinch, T. & Higham, J. (2003). *Sport tourism development*. Clevedon: Channel View Publications.

Hočevar, M. (1990). *Na konju v naravo*. Ljubljana: Zveza telesnokulturnih organizacij Slovenije in Republiški odbor za šport.

Hudson, S. (2002). *Sport and adventure tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press.

- International Institute for Sustainable Development* (2012). Pridobljeno 17.5.2012 iz <http://www.iisd.org/sd/>
- Kako (pre)živeti s turizmom.* (2012). Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda. Omejeno dostopno delo.
- Klavora, M. (2007). *Razvoj turizma v Zgornjem Posočju s poudarkom na športni rekreaciji.* Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport.
- Kristan, S. (1993). *V gore... Izletništvo, pohodništvo, gornišтво.* Radovljica: Didakta.
- Lipovšek, D. (2011). *Poslovni načrt za podjetje Lipovšek šport d.o.o.* Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Marinko, A. & Leskovec, I. (2008). *Idrijska čipka.* Kočevje: Kočevski tisk. Omejeno dostopno delo.
- Marzinek-Späth, E. (1994). *UČIM SE JAHATI – Korak za korakom do dobrega jezdeca.* Ljubljana: ČZP Kmečki glas.
- Mihalič, T. (2003). *Uvod v trženje v turizmu.* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Mlinar, K. (1998). *Možnosti stacionarnega turizma v občini Idrija.* Diplomsko delo, Bled: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Bled.
- Nared, J. & Perko, D. (ur.). (2010). *Na prelomnici. Razvojna vprašanja občine Idrija.* Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika.
- Natura 2000 (2007). Ministrstvo za kmetijstvo in okolje. Pridobljeno 7.3.2012, iz <http://www.natura2000.gov.si/>
- Newsum, G. (1988). *Women and horses.* London: The Sportsmen's Press.
- Plezanje.net. (2011). Pridobljeno 28.11.2011, iz <http://www.plezanje.net/climbing/index.asp>
- Positive sport.* (2012). Pridobljeno 17.5.2012 iz <http://www.positive-sport.com/>
- Povečan obisk Turistično-informacijskega centra Idrija (TIC Idrija) v letu 2011.* (24.1.2012). TIC Idrija. Pridobljeno 29.2.2012, iz <http://www.idrija-turizem.si/sl/sporo-ila-za-javnost/pove-an-obisk-turisti-no-informacijskega-centra-idrija-tic-idrija-v-letu-2011.html>
- Prosen, A. (1996). Naravovarstveni vidiki razvoja športa in rekreacije. V *Turizem in šport v XXI. stoletju.* (95-106). Ljubljana: Turistična zveza Slovenije.
- Russell, R. V. (1982). *Planning programs in recreation.* Missouri: Mosby Company.
- Sara, R. (2011). *The campsite: Lessons from the edge of architecture.* In Peripheries Aechituectual Humanities Research Association Conference. Belfast: Queens University. Pridobljeno 23.5.2012 iz <http://eprints.uwe.ac.uk/16055/3/Download.pdf>

Sirše, J. (2005). *Strategija razvoja turističnega proizvoda Kolesarjenje v Sloveniji*. Ljubljana: Mednarodni inštitut za turizem.

Slak, N. (2008). *Primernost turistične ponudbe destinacije za povpraševanje športno-aktivnega turista – primer Slovenije*. Doktorska disertacija, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.

Sloveniaholidays.com (2012). Pridobljeno 23.3.2012 iz <http://www.sloveniaholidays.com/>

Smith, A. J. & Newsome D. (2002). An Integrated Approach to Assessing, Managing and Monitoring Campsite Impacts in Warren National Park, Western Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (4), 343-359.

Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics.

Stancu, M. (2011). A Preliminary Study on Choosing Sports Tourism as a Leisure Time Option. *Jurnal of Social Sciences*, 7, 364-368.

Statistični urad Republike Slovenije. Republika Slovenija. Pridobljeno 15.5.2012, iz http://www.stat.si/doc/reg/skte/statisticne_regije_obcine.xls

Sustainability-ed (2005). University of York. Pridobljeno 17.5.2012 iz <http://www.sustainability-ed.org.uk/index.htm>

Trajnostni turizem (2007). Center za trajnostni razvoj podeželja Kranj. Pridobljeno 17.5.2012 iz http://www.ctrp-kranj.si/uploaded_images/Radio%20Kranj%20-%20TRAJNOSTNI%20TURIZEM.pdf

Treetop Adventure Park – Construction and maintenance of Treetop adventure parks. (2012). PT. Awang Awang Adventure. Pridobljeno 25.3. 2012, iz <http://www.balitreemap.com/images/construction.pdf>

Tušar, L. (2006). *Trženje turističnih storitev in ekonomsko vrednotenje naložbe v izgradnjo kampa Vili*. Diplomsko delo, Nova Gorica: Univerza v Novi Gorici, Poslovno-tehniška fakulteta.

Types of cycling. (2012). Cyclist Touring Club. Pridobljeno 5.3.2012, iz <http://www.ctc.org.uk/>

Veal, A.J. (2002). *Leisure and tourism policy and planning*. Cambridge, MA, USA: CABI Publishing

Vidic, L., Zirnstein, E., Ruzzier, B. & Antončič, B. (2008). *PRIROČNIK za pripravo poslovnega načrta*. Piran: Wwww.tiskpiran.si.

Viler, D. (2011). *Pol tisočletja in več... Občina Idrija*, Pridobljeno 16.11.2011 iz <http://www.idrija.si/oobcini/zgodovina.html>

Volfand, J. (ur.). (2004). *Trajnostni razvoj – od strategije do prakse*. Celje: Fit media.

Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sports Tourism – Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinmann.

Zakon o ohranjanju narave (Uradni list. RS 56/1999). Pridobljeno 7.3.2012 iz <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199956&stevilka=2655>

Zakon o športu (Uradni list. RS 22/1998). Pridobljeno 6.5.2012 iz <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199822&stevilka=929>

Zupančič, G. & Peternej, J. (2009). *Krajinski park Zgornja Idrija*. Pridobljeno 7.3.2012, iz <http://park.idrija-turizem.si/>

6. PRILOGE:

Priloga 1

KAMP – ZMANJŠANJE ŠTEVILA NOČITEV ZA 15%										
IZKAZ USPEHA za prvih deset let	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto	6. leto	7. leto	8. leto	9. leto	10. leto
PRIHODKI IZ POSLOVANJA										
Prihodki - kamp	74.900	80.250	88.275	96.300	104.325	112.350	120.375	128.400	136.425	144450
Prihodki - dejavnosti (brez adrenalinskega p.)	13.800	15.000	15.000	16.800	16.800	18.000	18.000	19.200	19.200	19200
Prihodki - adrenalinski park	11.625	12.750	13.875	15.000	16.125	17.250	18.375	19.500	20.625	21.750
Prihodki znižani za 15%										
Prihodki - kamp	63.665	68.213	75.034	81.855	88.676	95.498	102.319	109.140	115.961	122.783
Prihodki - dejavnosti (brez adrenalinskega p.)	11.730	12.750	12.750	14.280	14.280	15.300	15.300	16.320	16.320	16.320
Prihodki - adrenalinski park	9.881	10.838	11.794	12.750	13.706	14.663	15.619	16.575	17.531	18.488
PRIHODKI SKUPAJ	85.276	91.800	99.578	108.885	116.663	125.460	133.238	142.035	149.813	157.590
ODHODKI IZ POSLOVANJA - FIKSNI DEL										
Strošek kredita	42025	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645
Strošek plače - kamp	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200
Strošek telefona in interneta	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Strošek čiščenja (1 oseba)	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Strošek zavarovanja	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400
VARIABILNI DEL										
Strošek plače - dejavnosti	6686	7268	7268	8140	8140	8721	8721	9302	9302	9302
Strošek plače - adrenalinski park	4506	4942	5378	5814	6250	6686	7122	7558	7994	8430
Strošek izobraževanja zaposlenih - dejavnosti	1000	1000	1000	1500	1500	1500	1500	2000	2000	2000
Strošek uporabe adrenalinskega parka	659	722	786	850	914	978	1041	1105	1169	1233
Strošek električne energije	4000	4040	4101	4162	4225	4288	4352	4418	4484	4551
Strošek vode in odvoza smeti	2400	2424	2460	2497	2535	2573	2611	2651	2690	2731
Strošek promocijskih dejavnosti	3.000	3030	3075	3122	3168	3216	3264	3313	3363	3413
Izdelava promocijskih materialov	2000	2020	2050	2081	2112	2144	2176	2209	2242	2276
Stroški vzdrževanja (čistila...)	1400	1414	1435	1457	1479	1501	1523	1546	1569	1593
Računovodske storitve	3000	3030	3075	3122	3168	3216	3264	3313	3363	3413
Nepredvideni stroški	1000	1010	1025	1041	1056	1072	1088	1104	1121	1138
ODHODKI SKUPAJ	102.126	102.995	103.750	105.880	106.642	107.989	108.758	110.614	111.392	112.174
DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM	-16.850	-11.195	-4.172	3.005	10.020	17.471	24.479	31.421	38.421	45.416
Davek od dobička	0	0	0	601	2.004	3.494	4.896	6.284	7.684	9.083
ČISTI DOBIČEK	-16.850	-11.195	-4.172	2.404	8.016	13.977	19.583	25.137	30.737	36.333
									Skupaj	103.970

Priloga 2

KAMP – POVEČANJE ŠTEVILA NOČITEV ZA 15%										
IZKAZ USPEHA za prvih deset let	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto	6. leto	7. leto	8. leto	9. leto	10. leto
PRIHODKI IZ POSLOVANJA - osnovno predvidevanje										
Prihodki - kamp	74.900	80.250	88.275	96.300	104.325	112.350	120.375	128.400	136.425	144450
Prihodki - dejavnosti (brez adrenalinskega p.)	13.800	15.000	15.000	16.800	16.800	18.000	18.000	19.200	19.200	19200
Prihodki - adrenalinski park	11.625	12.750	13.875	15.000	16.125	17.250	18.375	19.500	20.625	21.750
prihodki povišani za 15%										
Prihodki - kamp	86.135	92.288	101.516	110.745	119.974	129.203	138.431	147.660	156.889	166.118
Prihodki - dejavnosti (brez adrenalinskega p.)	15.870	17.250	17.250	19.320	19.320	20.700	20.700	22.080	22.080	22.080
Prihodki - adrenalinski park	13.369	14.663	15.956	17.250	18.544	19.838	21.131	22.425	23.719	25.013
PRIHODKI SKUPAJ	115.374	124.200	134.723	147.315	157.838	169.740	180.263	192.165	202.688	213.210
ODHODKI IZ POSLOVANJA - FIKSNI DEL										
Strošek kredita	42025	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645	41645
Strošek plače - kamp	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200
Strošek telefona in interneta	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Strošek čiščenja (1 oseba)	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Strošek zavarovanja	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400
VARIABILNI DEL										
Strošek plače - dejavnosti	9046	9833	9833	11012	11012	11799	11799	12586	12586	12586
Strošek plače - adrenalinski park	6096	6686	7276	7866	8456	9046	9636	10226	10816	11406
Strošek izobraževanja zaposlenih - dejavnosti	1000	1000	1000	1500	1500	2000	2000	2000	2500	2500
Strošek uporabe adrenalinskega parka	891	978	1064	1150	1236	1323	1409	1495	1581	1668
Strošek električne energije	4000	4120	4367	4629	4907	5201	5513	5844	6195	6567
Strošek vode in odvoza smeti	2400	2472	2620	2778	2944	3121	3308	3507	3717	3940
Strošek promocijskih dejavnosti	3.000	3090	3275	3472	3680	3901	4135	4383	4646	4925
Izdelava promocijskih materialov	2000	2060	2184	2315	2453	2601	2757	2922	3097	3283
Stroški vzdrževanja (čistila...)	1400	1442	1529	1620	1717	1820	1930	2046	2168	2298
Računovodske storitve	3000	3090	3275	3472	3680	3901	4135	4383	4646	4925
Nepredvideni stroški	1000	1030	1092	1157	1227	1300	1378	1461	1549	1642
ODHODKI SKUPAJ	106.308	107.896	109.610	113.066	114.908	118.109	120.096	122.948	125.597	127.835
DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM	9.066	16.304	25.112	34.249	42.929	51.631	60.167	69.217	77.091	85.375
Davek od dobička	1.813	3.261	5.022	6.850	8.586	10.326	12.033	13.843	15.418	17.075
ČISTI DOBIČEK	7.253	13.043	20.090	27.399	34.343	41.305	48.133	55.374	61.673	68.300
									Skupaj	376.913

