



REPUBLIKA SLOVENIJA  
SLUŽBA VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE ZA RAZVOJ  
IN EVROPSKO KOHEZIJSKO POLITIKO



# **POROČILO O RAZISKAVI OPTIMALNE VPELJAVE TRAJNOSTNE MOBILNOSTI**

## **PROJEKT: PARKIRAJ & DOŽIVI NARAVO!**

**Pripravila:**

**dr. Tatiana Bajuk Senčar**

**ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje**

**Ljubljana, oktober 2016**

## UVOD

Raziskava je potekala v okviru projekta *Celovito uvajanje okolju prijazne mobilnosti v Triglavskem narodnem parku za ohranjanje in pravo doživljanje narave* (s krajšim naslovom PARKIRAJ IN DOŽIVI NARAVO!), ki se izvaja s finančno podporo Programa Finančnega mehanizma EGP 2009-2014 in Republike Slovenije. Glavni cilj projekta je vzdrževati ohranjeno in javnosti dostopno naravno dediščino na bohinjskem in posoškem območju. Projektni partnerji naj bi dosegli glavni cilj z izvedbo različnih ukrepov, ki bi spodbujali uporabo t. i. mehkih oblik mobilnosti in povečali zavedanje, kakšne učinke imajo različne oblike mobilnosti in turizma na izbrane naravne vrednote in, širše, tudi na kraje.

V poročilu so predstavljeni potek raziskave, metode, ki so bile uporabljene v različnih fazah raziskave, izbrani podatki iz raziskave, interpretacije zbranega gradiva ter smernice in priporočila za nadaljnje raziskave in operativno delo v zvezi s trajnostno mobilnostjo.

Projektni partnerji so sicer delovali na dveh območjih - v Bohinju in Posočju; ta raziskava je bila osredinjena izključno na Bohinj. V naslednjem projektnem obdobju je bila izvedena krajša raziskava v Kobaridu, ki bo predstavljena posebej v drugem poročilu.

# POGLAVJA RAZISKOVALNEGA POROČILA

## 1. NAMEN RAZISKAVE

## 2. POTEK RAZISKAVE

### 2. 1. SONDAŽNA RAZISKAVA

2. 1. 1. Vprašalnik o trajnostni mobilnosti

2. 1. 2. Obdelava podatkov sondažne raziskave o trajnostni mobilnosti

2. 1. 3. Interpretacija/komentarji

### 2. 2. ANKETNA RAZISKAVA

2. 2. 1. Analiza podatkov o dnevnih obiskovalcih - izbrana vprašanja

### 2. 3. KVALITATIVNI INTERVJUJI

2. 3. 1. Vprašalnik za intervjuje

2. 3. 1. Interpretacija intervjujev

2. 3. 3. Izzivi in vprašanja za naprej

## 3. OSNUTEK KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA

### 3.1. OPREDELITEV CILJNIH SKUPIN

3.1.1 Enodnevni obiskovalci - slovenski - tuji

### 3.2. DODATNA ANALIZA GRADIVA: OPREDELITEV IN PRIMERJAVA RAZLIČNIH CILJNIH SKUPIN

## 5. NAPOTKI ZA KOMUNIKACIJSKI NAČRT

5.1. POSREDOVANJE INFORMACIJ O BOHINJU

5.2. RAZLOGI ZA OBISK BOHINJA

5.3. OBLIKE PREVOZA PO BOHINJU

5.4. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJO MEHKE MOBILNOSTI - DOSTOPA DO BOHINJA?

5.5. KAJ VAS MOTI V BOHINJU?

5.6. BOHINJCI KOT LASTNIKI/GOSPODARJI KULTURNE/NARAVNE KRAJINE

## 6. SMERNICE IN PRIPOROČILA

## 7. PRILOGA 1: ANKETA (TURIZEM BOHINJ)

## 8. PRILOGA 2: ANALIZA ANKETE (TURIZEM BOHINJ)

## 1. NAMEN RAZISKAVE

Namen raziskave je analiza prometnega stanja v Bohinju kot turističnem cilju različnih skupin oz. družbenih akterjev. Raziskava bo uporabna kot osnova za razvoj oz. opredelitev smernic in strategij, ki bodo olajšale sprejem različnih ukrepov; ti bodo izvedeni v okviru projekta in tudi pozneje. Pri tem so v ospredju prebivalci in obiskovalci parka. Izvedba projekta prinaša spremembe v sedanjo prometno ureditev v Bohinju z vidika povezanosti prometa s turizmom. Različne skupine akterjev/deležnikov si lahko te spremembe razlagajo na pozitivne oz. negativne načine, odvisno od njihovih interesov in pogledov. Uspešnost predlaganega projekta lahko izmerimo na več načinov, na primer tako, da upoštevamo število individualnih motornih vozil in število obiskovalcev parka. Merimo ga tudi lahko tudi po tem, kako so/bodo sprejeti nov sistem parkiranja in drugi ukrepi, ki so integralne sestavine programa varstva naravne/nacionalne dediščine in tudi strategije vzdržne prometne ureditve. Trdimo, da je učinkovitosti oz. uspešnost projekta v kratko-ročni in dolgoročni perspektivi na vseh teh ravneh odvisna od tega, do katere mere so izvajalci projekta zmožni identificirati glavne težave osrednjih skupin, na katere vpliva izvedba projekta, in te težave tudi ustrezno upoštevati in obravnavati.

Prvi korak je bila opredelitev skupin, ki so osrednjega pomena za učinkovito izvajanje sistemskih sprememb. Pomembni sta vsaj dve skupini - prebivalci parka in obiskovalci parka, ki ju lahko razčlenimo v manjše skupine. Posebna pozornost je namenjena obravnavi tistih skupin, na katere bodo ukrepi projekta najbolj vplivali - v času vrhunca turistične sezone julija in avgusta kakor tudi med letom. Takšne skupine so obiskovalci oz. vozniki individualnih motornih vozil v času visoke sezone in tudi določene skupine lokalnih prebivalcev. Tako, na primer, med manjšimi skupinami obravnavamo ponudnike turističnih storitev in lastnike obdelovalnih in gozdnih površin. Obiskovalci parka so tuji obiskovalci oz. turisti, slovenski turisti in enodnevni turisti (tuji in domači). Med turisti so za našo raziskavo najpomembnejši enodnevni turisti, ki so najštevilnejši obiskovalci Bohinja prav na vrhuncu sezone - to je posebej ob koncih tednov v juliju in avgustu.

Cilj pregleda oz. analize stanja je ugotoviti, kakšen odnos imajo posamezniki iz omenjenih družbenih skupin do prometne problematike v Bohinju ter kako razumejo naslednje dejavnike, povezane z dnevnim prometom v Bohinju: bližina, mobilnost, udobje, dostopnost, parkiranje in legalnost. Poseben sklop so vprašanja, namenjena osvetlitvi odnosa domačinov in obiskovalcev do narave in njenega ohranjanja v Bohinju.

Raziskava je potekala na podlagi kratkih kvalitativnih intervjujev in anket. Kratki kvalitativni intervjuji so bili izvedeni med tistimi, ki živijo in/ali delajo v Bohinju, ankete pa med obiskovalci Bohinja. Analiza anket in intervjujev je namreč podlaga za razvoj niza različnih ukrepov (kratkoročnih in dolgoročnih, na ravni izvedbe, promocije in ozaveščanja), ki bodo pomagali okrepiti učinkovitost projekta med različnimi skupinami.

## **2. POTEK RAZISKAVE**

Delovna skupina za promocijo/ozaveščanje (DSPO) je na svojih sestankih (posebej tistem 14. 4. 2015) določila vsebino in potek raziskave. Odločili smo se, da bomo med prebivalci Bohinja izvedli med 15 in 20 kratkih kvalitativnih intervjujev ter okoli 100 anket med obiskovalci Bohinja, in to predvsem v času visoke sezone, tj. julija in avgusta 2015. Tudi intervjuje smo izvedli v poletni sezoni, vendar večino ma nekoliko pred vrhuncem sezone (junij/julij 2015), ker so lokalni akterji zaposleni ali preobremenjeni, zlasti tisti, ki delajo v turizmu, drugi pa so morebiti na poletnih dopustih drugod.

## 2.1. Sondažna raziskava

V prvi raziskovalni fazi je bila izvedena krajša sondažna raziskava v obliki kratke ankete med majhno skupino obiskovalcev parka, ko je bil 30. 5. 2015 projekt predstavljen na 6. dnevu Alpske konvencije v Mojstrani. Ob stojnici so člani projektnih partnerjev (Turizem Bohinj in ZRC SAZU) udeležence seznanjali z okolju prijaznimi oblikami mobilnosti v Bohinju ter s cilji projekta oz. z načini, kako bo projekt vpeljal nove oblike mobilnosti. Udeležence prireditve smo tudi prosili, da izpolnijo kratek vprašalnik o trajnostni mobilnosti, o mobilnih navadah, kakršne imajo kot obiskovalci Bohinja oz. Triglavskega narodnega parka, ter o njihovem mnenju o načrtovanih ukrepih projekta.

Namen sondažne ankete je bil pridobiti tudi prve povratne informacije o vsebini in obliki vprašanj, predvidenih za osrednjo anketo, katere izvedbo med obiskovalci Bohinja smo načrtovali za vrhunec poletne sezone julija in avgusta 2015. Člani projektnih partnerjev (Turizem Bohinj in ZRC SAZU) smo sestavili krajšo anketo v slovenskem jeziku, sestavljeno iz najpomembnejših vprašanj za raziskavo. Zanimanim udeležencem dneva Alpske konvencije smo predstavili namen projekta, razdelili anketne listine in odgovarjali na vprašanja o samem projektu ali o anketi. Prilagam izvod sondažne ankete.

## 2.1.1. Vprašalnik o trajnostni mobilnosti

1. Spol:                      moški                      ženska

2. Starost: do 18 let                      18-30 let                      31-50 let                      51-70                      nad 70

3. V katerih letnih časih obiščete Bohinj?

Spomladi                      poleti                      jeseni                      pozimi

4. S kom pridete v Bohinj?

Pridem sam                      z družino                      s prijatelji                      s partnerjem                      s skupino

5. Katere oblike prevoza praviloma uporabljate do Bohinja?

avto    avtobus                      vlak    motorno kolo                      kolo                      bivalno vozilo

6. Katere oblike prevoza uporabljate med bivanjem v Bohinju?

avto                      avtobus                      kolo                      hoja

7. Kolikokrat na leto pridete v Bohinj?

\_\_\_\_\_

8. Ali tudi kdaj prenočite v Bohinju? Kda-

j \_\_\_\_\_

9. Razlog za obisk Bohinja (lahko obkrožite več odgovorov)

TNP                      Julijske Alpe                      jezero pokrajina                      naravna dediščina, kulturna  
dediščina                      festivali                      poletne prireditve                      novoletne prireditve

10. Aktivnosti v Bohinju? (lahko obkrožite več odgovorov)

mir/počitek                      poslovno                      pohodništvo                      vodne aktivnosti koles-  
arjenje                      ribolov                      druge športne aktivnosti                      drugo

11. Kako doživljate promet v Bohinju, ko pridete na obisk? Kaj vam je všeč, kaj bi izboljšali?

---

---

---

**12. Ali bi se kdaj odločili za prevoz do Bohinja z vlakom? Ali bi redni avtobusni prevoz v Bohinju ter postaja za izposojlo koles vplivali na vašo odločitev? Zakaj?**

---

---

---

**13. Ali bi se kdaj odločili, da bi prišli do Bohinja z avtobusom? Ali bi redne linije lokalnih avtobusov, s katerimi bi lahko peljali v Bohinju, vplivali na vašo odločitev? Zakaj?**

---

---

---

**14. Ali bi vas zanimal paket za obisk naravnih znamenitosti Bohinja:**

- prihod v Bohinjsko Bistrico z vlakom (iz smeri Ljubljane ali Nove Gorice)
- avtobusni prevoz z ŽP Bohinjska Bistrica do Bohinjskega jezera
- ogled cerkve sv. Janeza Krstnika
- vožnja s turistično ladjo od Ribčevega Laza do Ukanca
- povratna vožnja z gondolo na Vogel in kosilo na Voglu
- vožnja s turistično ladjo od Ukanca do Ribčevega Laza
- avtobusni prevoz do ŽP Bohinjska Bistrica
- odhod iz Bohinjske Bistrice z vlakom (v smer Ljubljane ali Nove Gorice)

Lepa hvala za vašo pozornost in vaše odgovore, ki bodo prispevali k izoblikovanju pravih rešitev za izzive trajnostnega razvoja v Bohinju.



## 2.1.2. Obdelava podatkov sondažne ankete o trajnostni mobilnosti

Zbrali smo 12 anket:

### 1. SPOL

M: 6                                      Ž: 5                                      N.P. 1

### 2. STAROST

	moški	ženske	ni podatka
do 18 let			
18-30 let	1	1	
31-50 let	2	1	
51-70 let	2	3	1
+70 let	1		

### 3. LETNI ČASI

	moški	ženske	ni podatka
spomladi	2	4	
poleti	3	3	1
jeseni	3	2	
pozimi	4	1	1

#### 4. S KOM PRIDETE V BOHINJ?

	moški	ženske	ni podatka
sam	1		
z družino	1	1	
s prijatelji	3	2	1
s partnerjem	2	2	
s skupino	1	2	

#### 5. OBLIKE PREVOZA DO BOHINJA

	moški	ženske	ni podatka
avto	6	5	1
avtobus	1		
vlak		1	
motorno kolo			
kolo	3	1	
bivalno vozilo			

## 6. OBLIKE PREVOZA MED BIVANJEM V BOHINJU

	moški	ženske	ni podatka
avto	1	2	
avtobus	1		
kolo	3	3	
hoja	5	3	1

## 7. KOLIKOKRAT NA LETO PRIDETE V BOHINJU?

	moški	ženske	ni podatka
1x	1	1	
2-3x	2	2	1
4-5x	1		
+5x	2	1	
ni določeno		1	

## 8. ALI KDAJ PRENOČITE V BOHINJU?

	moški	ženske	ni podatka
ja	2		
ne	2	3	1
kdaj?	1(pozimi)		
ni določeno	2	2	

## 9. RAZLOGI ZA OBISK

	moški	ženske	ni podatka
TNP	3	4	
kulturna dediščina	1	1	
Julijske Alpe	4	3	1
festival	1	1	
jezero	3	3	
poletne prireditve	1	1	
pokrajina	2	3	1
naravna dediščina	2		
novoletne prireditve			

## 10. AKTIVNOSTI V BOHINJU

	moški	ženske	ni podatka
mir/počitek	2	2	
kolesarjenje	3	3	
poslovno	1	1	
ribolov			
pohodništvo	4	4	1
druge športne aktivnosti		2	
vodne aktivnosti		3	
drugo	1		

## 11. DOŽIVLJANJE PROMETA (razporeditev komentarjev po spolu)

moški	ženske	ni podatka
čez Bohinj nimam pripomb	Bohinjci	všeč mi je, da je plačljivo parkiranje, da se ne parkira povsod
no problem in my experience	kot oviro pri aktivnosti	
znižal bi parkirnino	več javnega prometa	
vsako leto so novosti pri trajnostni mobilnosti, kar omogoča boljše doživljanje Bohinja	več kolesarskih poti	

## 12. PREVOZ Z VLAKOM/POSTAJA ZA IZPOSOJO KOLES

moški	ženske	ni podatka
vsa zavavana območja bi morali obiskovati z javnim prevozom	ja, podpiram izposoja koles	dobra ideja izposoja koles
ja, večkrat	vlak + kolo udobno	
no possible with train	ja - super	
da/ne	ja, bi bili manj obremenjeno z vožnjo	
da, bi bilo bolje	da	
vlak		

## 13. PREVOZ Z AVTOBUSOM/ REDNI PREVOZ IN POSTAJA ZA IZPOSOJO KOLES

moški	ženske	ni podatka
občasno pridem z avtobusom		ne
poleti bi koristil		
no possibility		
nimam stališča		
ja, zavarovana območja		
ja		

#### 14. PAKET ZA OBISK NARAVNIH ZNAMENITOSTI BOHINJA

moški	ženske	ni podatka
delno (t. 2)	ja	zanimiv predlog
da	delno (t. 1)	
in general a good idea but not for us	delno (t. 4)	
vse točke so zanimive	zanimiv izlet	
ja	delno (t.5)	
delno (t.3)		

### 2.1.3. Interpretacija/komentarji

Podatki, ki so bili koristni za nadaljnji potek raziskave, so bili raznovrstni: ali tehnične ali vsebinske narave. Najprej smo ocenili samo strukturo ankete: ali so bila vprašanja dovolj jasna, da anketiranci niso imeli težav z izpolnjevanje ankete oz. da navodila oz. vprašanja niso bila dvoumna. Sodeč po odgovorih, je bilo edino problematično 14. vprašanje, ker anketiranci nanj niso odgovorili ali pa so vprašanje razumeli drugače in nanj tudi drugače odgovorili. (To vprašanje je bil potem obdelano v osrednji anketi.) Pri vseh drugih vprašanjih so anketiranci sledili navodilom, tudi v primerih, ko je bilo mogoče, da anketiranci obkrožijo/podajo več odgovorov .

Anketirancev je bilo 12, šest moških, pet žensk (ena oseba ni obkrožila spola). Z izjemo ene osebe so vsi govorili slovensko; z njo smo izvedli ustno anketo v drugem jeziku. Anketiranci so bili stari med 30 in 70 let, njihovi obiski v Bohinj niso omejeni na poletno sezono. Nekaj je bilo tudi takšnih, ki prihajajo v Bohinj v vseh letnih časih, tretjina anketirancev obišče Bohinj več kot 3-krat na leto. Med anketiranci so bili predvsem dnevni obiskovalci, saj sta samo dve osebi odgovorili, da v Bohinju občasno prenočita.

V zvezi s prometom so večinoma odgovorili, da se pripeljejo v Bohinj z avtomobilom, dva z javnim prevozom (avtobus ali vlak), štirje pa v Bohinj prikolesarijo. Ena oseba je odgovorila, da med bivanjem v Bohinju uporablja javni prevoz, šest jih je odgovorilo, da v Bohinju kolesarijo, tri četrtine pa tudi pešači.

Med razlogi za obisk Bohinja so anketiranci v ospredje postavili naravo oz. naravne znamenitosti Bohinja pred kulturno dediščino ali kulturne/družabne prireditve. Polovica moških in polovica žensk sta menili, da je jezero eden izmed razlogov za obisk Bohinja (glede na splošno domnevo, da prihajajo enodnevni turisti v Bohinj z avtom, parkirajo ob jezeru in se gredo kopat).

Pri vprašanju o aktivnosti v Bohinju so anketiranci bolj poudarili »aktivnejše« oblike rekreacije (pohodništvo, kolesarjenje) kakor vodne aktivnosti ali mir/počitek, kar tudi ni skladno s podobo o enodnevnih turistih, ki pridejo v Bohinj zaradi jez-



era, temveč le potrjuje pomen izvedbe anket med obiskovalci Bohinja v času visoke sezone.

Vprašanje o doživljanju prometa (kakor tudi vprašanja o prevozu z vlakom ali z avtobusom) je bilo odprtega značaja, kar pomeni, da odgovori niso bili vnaprej določeni (da/ne). O tem smo dobili raznovrstne odgovore. Nekateri so bili opisni oz. so cenili stanje prometa oz. Bohinja (nimam pripomb), drugi so opisali, kako doživljajo promet (kot oviro pri aktivnosti), nekateri so vsebovali predloge (več kolesarskih poti, znižanje cene parkirnine). Odzivi so bili torej negativni in pozitivni; je pa zanimivo, da od devetih odgovorov (na to vprašanje niso odgovorili vsi) so štiri pozitivno ocenili ukrepe za mehko mobilnost ali pa so predlagali takšne ukrepe. Naslednji dve vprašanji (o mehki mobilnosti/javni prevoz) sta bili sprejeti pozitivno, pri čemer je bil predlog o prevozu z vlakom in možnost sosoje koles ob železniški postaji sprejet bolj pozitivno kakor avtobusni prevoz.

Glede na odziv anketirancev, vprašanje o paketu za obisk naravnih znamenitosti Bohinja ni bilo postavljeno optimalno; večina nanj ni odgovorila, so pa označili tiste znamenitosti, ki bi jih radi obiskali v paketu, kar je lahko pomembna povratna informacija.

Iz izvedbe in analize sondažne ankete smo pridobili pomembne povratne informacije za sestavo osrednje ankete. Prvič: ugotovili smo, da mora biti anketa pripravljena v dveh jezikih - v slovenščini in, po daljši obravnavi, v angleščini. Vprašanje o razlogih za prihod v Bohinj smo morali postaviti tako, da lahko anketiranec/anketiranka poda več odgovorov in te odgovore tudi razvrsti; s tem bi pridobili izostrenejšo podobo o tem, zakaj obiskovalci pridejo v Bohinj. V glavni anketi je bilo treba nekoliko drugače ubesediti tudi vprašanja o paketu za obisk naravnih znamenitosti, da bi dobili natančnejše odgovore.

## 2. ANKETNA RAZISKAVA

Na podlagi izvedene preliminarne ankete in prejetih povratnih informacij smo začeli sestavljati seznam vprašanj za razširjeno anketo, ki jo je izvedel projektni partner Turizem Bohinj avgusta 2015; to je bila osrednja anketa za projektno raziskavo. Kot je razvidno iz priloženega izvoda (Priloga 2), je anketa znatno razširjena. Čeprav se na prvi pogled zdi, da vprašanja niso neposredno povezana z mobilnostjo, je bila sestavljena tako, da bi zajela čim več dejavnikov, ki vplivajo na mobilnost obiskovalcev Bohinja: od kod so pripotovali v Bohinj, kje so pridobili informacije o njem, kako so prišli do Bohinja in kaj nameravajo početi v Bohinju. Zelo pomembna so tudi vprašanja o različnih paketih in programih, ki jih ponuja Bohinj, s katerimi smo želeli ugotoviti, do katere mere so obiskovalci seznanjeni z možnostmi o različnih oblikah mobilnosti po Bohinju ter tudi katere znamenitosti Bohinja so jim všeč. Vse to je osnova za opredelitev ne samo ciljnih skupin, temveč tudi za razvoj komunikacijskega načrta, prilagojenega različnim ciljnim skupinam.

Anketa je bila izvedena med 4. in 28. avgustom na različnih lokacijah po Bohinju - Ribčev Laz, Vogel, Ukanc, Mostnica, Kamp Danica, Pokljuka, Hotel Jezero (Ribčev Laz) in Slap Savica. Anketirancev je bilo 306 - 116 moških (37,9 %) in 190 žensk (62,1 %). Skoraj polovica vprašanih je bila stara med 31 in 50 let (46,1 %), 27,1 % med 18 in 30 let, 19,2 % med 51 in 70 let, 4,6 % do 18 let in 2,6 % nad 70 let. Vzorec anketirancev je bil bistveno večji, kakor smo sprva načrtovali (100-150 anketirancev), kar je bil izziv, saj je bilo treba obdelati bistveno več podatkov. Za kvantitativno raziskavo je to seveda vsekakor boljše, ker je vzorec reprezentativnejši.

Po narodnosti je bilo 85 oseb Slovencev (27,8 %), med tujimi anketiranci jih je bilo največ nemške narodnosti (57, tj. 18,6 %), nizozemske (33 ali 10,8 %), belgijske (20 ali 6,5 %) in češke narodnosti (17 ali 5,6 %). V tretji prilogi (Priloga 3) je prva analiza obdelanih podatkov, ki jo je opravil projektni partner Turizem Bohinj.

Po prvih obdelanih podatkih smo ugotovili, da bi bilo pomembno opredeliti osebe, ki so enodnevni obiskovalci; ti namreč v prvi obdelavi anketnega gradiva niso bili

obravnnavani kot posebna skupina. Je pa analiza njihovih anket prav posebej pomembna za naš projekt. Skladno s tem je partner Turizem Bohinj še posebej obdelal podatke enodnevnih obiskovalcev.

Od 306 anketirancev je bilo dnevnih obiskovalcev 39; interpretacija podatkov v tem delu poročila je osredinjena nanje, ker ustvarjajo glavno prometa ob koncih tedna v visoki sezoni. Interpretacija temelji na obdelavi podatkov, ki jo je pripravil partner Turizem Bohinj in predstavlja nadaljevanje analize vseh anket.

Poudariti je treba, da je anketa zajela več tujih dnevnih obiskovalcev (23) kakor slovenskih (16), kar veliko pove o trenutnih potovalnih navadah tujih turistov in o spreminjajoči se podobi dnevnega turista v Bohinju (morda bi bilo smiselno to kapitalizirati in povezati z drugimi podatki o teh turistih?), odvisni od tega, kako organizirajo svoja potovanja, kam in kako potujejo, kako se informirajo itn. Pomembno je tudi to, da so te informacije pomembna protiutež pogovorom z domačini in domačimi turističnimi obiskovalci, ki imajo drugačno podobo o dnevnih obiskovalcih. Sledi analiza podatkov za to skupino po izbranih vprašanjih.

## 2.2.1. Analiza podatkov o dnevni obiskovalcih - izbrana vprašanja

### ŠTEVILO ANKETIRANCEV

dnevni 39    stacionarni 264    ni podatka 3                    SKUPAJ = 306

### ENODNEVNI ANKETIRANCI

slovenski enodnevni obiskovalci 16

tuji enodnevni obiskovalci 23

SKUPAJ 39

## 13. V KATERIH LETNIH ČASIH OBIŠČETE BOHINJ?

	število	%
spomladi		
poleti	19	48,7%
jeseni		
pozimi		
večkrat na leto	3	7,7%
poleti/pozimi	1	2,6%
spomladi/poleti/pozimi	2	5,1%
ni podatka	17	43,5%

Zanimivo je, da 17 oz. 43,5 % vprašanih ni odgovorilo na vprašanje, kar izraža pomislek o relevantnosti vprašanja: kaže lahko na to, da ne prihajajo pogosto v Bohinj oz. so bili prvič v Bohinju. Nekoliko več kot polovica pride samo poleti, in skoraj 8 % pride v Bohinj večkrat na leto: eni v skoraj vseh letnih časih, eni pa poleti in pozimi, tj. v časih, ko je v Bohinju visoka turistična sezona. To vprašanje velja premisliti tudi glede na narodnost obiskovalcev: kateri prihajajo v Bohinj večkrat letno, kateri praviloma samo poleti in od kod pripotujejo v Bohinj?

#### 14. RAZLOGI ZA OBISK BOHINJA

Kakor je razvidno iz priloženega vprašalnika je to vprašanje postavljeno drugače kot v sondažni anketi. Anketiranci so lahko izbrali več razlogov za obisk Bohinja in so jih lahko razvrstili po pomembnosti: npr., glavni razlog, zelo pomemben, pomemben, nepomemben, ni razlog za obisk. V tej analizi podatkov obravnavam predvsem glavne razloge za obisk Bohinja. Anketiranci so lahko uvrstili več odgovorov za vsako kategorijo pomembnosti; tu so uvrščeni največkrat navedeni glavni razlogi. Anketiranci so označili šest glavnih razlogov:

	število	%
pohodništvo	12	18,2%
pokrajina	10	15,1%
jezero	9	13,6%
TNP	7	10,6%
naravna dediščina	6	9,1%
Julijske Alpe	6	9,1%

## 15. JE TO VAŠ PRVI OBISK DESTINACIJE BOHINJ?

Med enodnevnimi obiskovalci je bilo zelo veliko obiskovalcev, ki so prišli v Bohinj prvič; to je pomemben primerjalni podatek, npr. za 13. vprašanje. Za obiskovalce, ki so prvič v Bohinju, so določena vprašanja nerelevantna. Odstotki se v veliki meri ujemajo s podatki, ki jih imamo o vseh anketirancih; tistih, ki so bili prvič v Bohinju je 66 %.

	število	%
da	22	56,4%
ne	7	17,9%
ni podatka	10	25,6%

## ČE JE ODGOVOR NE, KOLIKOKRAT STE OBISKALI BOHINJ V PRETEKLEM LETU?

Anketiranci so lahko odgovorili po želji; vsi anketiranci, ki so bili v preteklem letu večkrat v Bohinju, so na vprašanje tudi odgovorili. Razvrstitev odgovorov je naslednja:

	število	%
6 krat	1	2,6%
10 krat	3	7,7%
n.p.	3	7,7%

## ČE JE ODGOVOR NE, KOLIKOKRAT NA LETO PRIDETE V BOHINJ?

	število
1 krat	2
več kot 1 krat na leto	4
1 do 2 krat	1
2 krat	1
3 krat	1
5 krat	1
ni podatka	1

### 16. PREVOZ - KATERE OBLIKE PREVOZA STE UPORABILI ZA PRIHOD V BOHINJ?

Kakor je razvidno iz spodnje tabele, velika večina enodnevnih anketiranih obiskovalcev pride v Bohinj z osebnim avtomobilom, tj. 29 oz. 74 % vseh vprašanih. Če dodamo še tiste, ki pridejo z najetim avtom, tj. 4 oz. 10 %, skoraj 85 % vseh vprašanih pride v Bohinj z osebnim avtomobilom. Samo dva sta odgovorila, da prideta z javnim prevozom (avtobusom), in samo ena oseba je odgovorila, da kombinira uporabo avtomobila z drugim prevoznim sredstvom - s kolesom. Pomemben podatek je, da je izjemno malo vprašanih uporabilo javni transport, in primerno vprašanje je, zakaj je tako. Če je glavni razlog za prihod v Bohinj pohodništvo, je splošno znano, da urniki vlakov in avtobusov ne ustrezajo pohodnikom, ki želijo biti v gorah že zelo zgodaj. To je pomembno vprašanje za prihodnost, namreč, kako zagotoviti primerno, alternativno obliko prevoza za tiste, ki želijo priti v Bohinj za izlet v Bohinj, ne da bi zgubili ves dan za pot.

	število	%
a. vlak		
b. letalo		
c. avtobus	2	5,1%
d. avto	29	74,3%
e. avto (najet)	4	10,2%
f. motorno kolo		
g. kolo		
h. hoja		
i. avtodom		
j. drugo		
d + g	1	2,6%
n.p.	3	7,7%

## 17. KATERE OBLIKE PREVOZA UPORABLJATE MED VAŠIM BIVANJEM V BOHINJU?

Tu je podoba drugačna, ker anketiranci za prevoz po Bohinju uporabijo različne načine in niso tako močno vezani na uporabo osebnega avtomobila. Pa vendar: večina anketirancev uporablja avto ali kombinacijo avta z drugim prevoznim sredstvom (25 ali okoli 64 % vseh vprašanih), vendar je samo število različnih načinov premikanja bistvene večje kakor pri prejšnjem vprašanju. Nismo pa pridobili podatkov za 10 oz. 25,6 % vprašanih; z njimi bi morda odkrili še druge, alternativne načine mobilnosti po Bohinju.



	število	%
kolo	1	2,6%
taksi	1	2,6%
avtobus	2	5,1%
ladja ali čoln	1	2,6%
osebni avto	19	48,7%
drugo	6	15,4%
ni podatkov	4	10,2%
kombinirano	7	17,9%
kolo in avto	2	5,1%
kolo in vlak	1	2,6%
avto in peš	2	5,1%
avto in ladja	2	5,1%

**18. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJE MEHKE MOBILNOSTI DOSTOPA DO BOHININJA, ČE BI OBSTAJALA POVEZAVA DO KONČNEGA CILJA BIVANJA/ATRAKCIJE V BOHINJU?**

Ti podatki kažejo na možnost, da je veliko manevrskega prostora oz. odprtih možnosti za alternativne oz. mehke oblike prevoza oz. mobilnosti po Bohinju. Vendar bi bila pomembna poglobljenejša analiza: kateri izmed anketirancev so domači, kateri tuji, itn.

	število	%
da	19	48,7%
ne	8	20,5%
ne vem	9	23,1%
ni podatka	3	7,7%

**20. STE ZAZNALI PRIZADEVANJA IN POBUDE ZA TRAJNOST V BOHINJU?**

	število	%
da	12	30,7%
ne	18	46,2%
ne vem	8	20,5%
ni podatka	1	2,6%

ČE JE ODGOVOR DA, PROSIMO OZNAČITE PODROČJA, NA KATERIH STE ZAZNALI...

	število
promet	4
gradnja	1
energetika	2
upravljanja z odpadki	6
upravljanja z odpadnimi vodami	
ekološka čistila	
vklučenost lokalne skupnosti	
ekološka prehrana	1
ponudba lokalnih ponudnikov	6

Na to vprašanje je odgovorilo razmeroma majhno število anketirancev. Označili so lahko več odgovorov. Največkrat so zaznali prizadevanja za upravljanje z odpadki in ponudbo lokalnih ponudnikov, sledita prizadevanji za urejanje prometa in rabo energije . Omenili so tudi gradnje, ekološko prehrano in vključenost lokalne skupnosti.

## 21. ALI STE SEZNANJENI Z NASLEDNJO PONUDBO V BOHINJU?

### KARTICA GOST BOHINJA - ALI STE SEZNANJENI?

	število	%
da	3	7,7%
ne	35	89,7%
ne vem		
ni podatka	1	2,6%

### ALI STE KUPILI KARTO?

	število	%
da		
ne	37	94,9%
ne vem		
ni podatka	2	5,1%

## ALI BI JO KUPILI?

	število	%
da	3	7,7%
ne	13	33,3%
ne vem	21	53,8%
ni podatka	2	5,1%

Velika večina anketirancev ni bila seznanjena s to ponudbo. Dobro bi bilo vedeti, od so obiskovalci, ki so seznanjeni s kartico (Slovenci, tujci), da bi ugotovili, kateri mediji so bili dozdaj učinkoviti in tudi v katerih medijih bi bilo učinkovito oglaševati kartico Gost Bohinja. Seveda ni nujno, da je ta kartica primerna za dnevne obiskovalce, tako da je morda zanje to vprašanje brezpredmetno.

## HOP-ON HOP-OFF BUS - ALI STE SEZNAJENI?

	število	%
da	6	15,4%
ne	32	82,1%
ne vem		
ni podatka	1	2,6%

## ALI STE GA UPORABILI?

	število	%
da		
ne	36	92,3%
ne vem		
ni podatka	3	7,7%

## ČE NE, ALI BI GA UPORABILI?

	število	%
da	8	20,5%
ne	10	25,6%
ne vem	19	48,7%
ni podatka	2	5,1%

Ista pripomba velja za primer avtobusa, morda še bolj, ker je avtobusni prevoz storitev, ki je posebej primerna za dnevne obiskovalce, morda bolj od kartice »Gost Bohinja« kot storitve, ki je namenjena izključno tistim, ki so nastanjeni v Bohinju.

## TURISTIČNI PAKETI: ALI STE SEZNANJENI?

	število	%
da	2	5,1%
ne	35	89,8%
ne vem		
ni podatka	2	5,1%

## ALI STE GA KUPILI/UPORABILI?

	število	%
da		
ne	37	94,9%
ne vem		
ni podatka	2	5,1%

## ČE NE, ALI BI GA KUPILI?

	število	%
da	7	17,9%
ne	8	20,5%
ne vem	22	56,4%
ni podatka	2	5,1%

Predlagam, da bi turistični paketi vsebovali tudi »mobilno« komponento oz. bi jo morali še bolj poudariti: poleg predloga določenega paketa za obisk znamenitosti Bohinja, bi ti paketi lahko vključevali tudi prevoz, kar bi bil odgovor na vprašanje, kako se bodo obiskovalci premikali od ene znamenitosti do druge? Nekaj paketov že vključuje prevoze, vendar bi morali to sestavino še bolj razviti.

## 22. ALI POZNATE KOLEKTIVNO TRŽNO ZNAMKO BOHINJSKO?

	število	%
da	7	17,9%
ne	31	79,5%
ne vem		
ni podatka	1	2,6%

Ker je tržna znamka zelo nova, odgovori niso presenetljivi. Zelo dobro bi bilo vedeti, ali so znamko opazili in spoznali domači ali tuji obiskovalci. S tem je povezano naslednje vprašanje:



## KJE STE JO ZAZNALI?

	število
v trgovini	3
vrečke	1
Bohinj, Srednja vas	1
internet	1
TV	1

Ali so lahko anketirani sami napisali svoje odgovore ali so lahko sami obkrožili pripravljene odgovore? Koristen bi bil en odgovor, s katerim bi lahko anketiranci tudi sporočili, ali so blagovno znamko zaznali kje drugje.

Pomembno je vprašanje, kako oglaševati znamko Bohinj za dnevne obiskovalce, najbrž zagotovo drugače kakor za tiste, ki so nastanjeni v hotelu ali penzionu.

Zelo je zanimivo, da nobeden ni omenil, da bi te informacije dobil od turističnega društva ali Turizma Bohinj ali morebiti od stacionarnih obiskovalcev.

## ALI STE KUPILI KAKŠEN IZDELEK OZ. STORITEV ITD. ...

	število	%
da	5	12,8%
ne	24	61,5%
ne vem	6	15,4%
ni podatka	4	10,2%

## ČE STE, PROSIM, OCENITE KAKOVOST IZDELKA, ITD. ...

	število	%
v redu	5	12,8%
dobro	24	61,5%

Videti je, da je na tem področju še veliko možnosti za okrepitev vtisa o kakovosti izdelkov.

## 23. OCENA ATRAKCIJ OZ. AKTIVNOSTI

### VELIKO BOLJŠE OD PRIČAKOVANEGA

	število	%
doživetja naravne in kulturne dediščine	6	15,4%
doživetja rekreacije v naravi	4	10,2%

## BOLJŠE OD PRIČAKOVANEGA

	število	%
doživetja rekreacije v naravi	12	30,7%
doživetja naravne in kulturne dediščine	11	28,2%
prehrana	8	20,5%
prireditve	6	15,4%
nastanitev	6	15,4%

## KOT PRIČAKOVANO

	število	%
doživetja naravne in kulturne dediščine	17	43,8%
doživetja rekreacije v naravi	16	41,0%
prehrana	15	38,5%
nastanitev	9	23,1%
prireditve	7	17,9%

Skoraj nobenih negativnih ocen ni bilo, razen pri nastanitvah (5 %) in prireditvah (5 %).

Doživetja in rekreacija v naravi sta še vedno v ospredju, zlasti če se seštevajo ocene prvih dveh tabel; te podatki bi bilo treba bolje analizirati, na primer, ugotoviti kakšne so razlike med skupinami dnevnih obiskovalcev, ki bi jih lahko upoštevali, ko sestavljamo in opisujemo končne ciljne skupine za komunikacijski načrt.

## 24. KOLIKO DENARJA PORABITE NA OSEBO NA DAN MED VAŠIM BIVANJEM?

	število	%
<25 EUR	16	41%
25 - 50 EUR	17	43,6%
50 - 100 EUR	1	2,6%
100 - 200 EUR		
> 200 EUR		
ni podatka	5	12,8%

Večina anketirancev porabi do 50 EUR na dan na osebo (84,5 %), od tega skoraj polovica nad 25, polovica pa manj.

## 25. KATERE DOGODKE IN PRODUKTE POZNATE?

	število	%
svetovni pokal v biatlonu	9	23,1%
festival alpskega cvetja	4	10,2%
novoletne prireditve	2	5,1%
glasbeno poletje	2	5,1%
tradicionalne poletne prireditve	2	5,1%
dnevi pohodništva	2	5,1%
Zeleni vikend	1	2,6%
ribiški festival	1	2,6%
ni podatka	27	69,2%

Podatki odsevajo dejstvo, da je bila večina vprašanih prvič v Bohinju; zanimivo je, da so vprašani poznali tudi prireditve, ki ne potekajo poleti.

## 26. NA SPLOŠNO SEM ZADOVOLJEN/A S SVOJIM OBISKOM

	število	%
zelo se strinjam	11	28,2%
strinjam se	23	58,9%
sem neopredeljen/a	1	2,6%
ne strinjam se		
sploh se ne strinjam		
ni podatka	5	12,8%

## 27. KAJ VAM JE V BOHINJU ŠE POSEBEJ VŠEČ?

	število	%
neokrnjena narava	11	28,2%
pohodništvo	2	5,1%
Mostnica/jezero	2	5,1%
ni podatka	8	20,55

Anketiranci so lahko napisali odgovor po svoji presoji. V zgornji tabeli so predstavljeni odgovori, ki so se največkrat ponavljali, vendar je mogoče odgovore analizirati tudi drugače. Veliko teh odgovorov se ujema in jih je mogoče združiti v naslednje kategorije:

	število	%
narava (splošno)	24	61,5%
aktivnosti	6	15,4%
ljudje	2	5,1%
stanje kraja/urejenost	2	5,1%
ni podatka	8	20,5%

Obiskovalcem je na prvem mestu narava.

## 28. KAJ VAS MOTI V BOHINJU?

	število	%
nič	17	43,6%
parkirnina	2	5,1%
dež	2	5,1%
preveč turistov/prometa	1	2,6%
za vse je treba plačati	1	2,6%
draga parkirnina	1	2,6%
vstopnina za Mostnico	1	2,6%
plačevanje na vsakem koraku	1	2,6%
parking plačljivi	1	2,6%
ni javnih stranišč	1	2,6%
cene	1	2,6%
ni podatka	10	26,5%

Tako kakor pri prejšnjem vprašanju, smo odgovore združili na naslednji način:

	število	%
stroški	8	20,5%
od tega parkirnina	4	10,2%
promet kot problem	1	2,6%
infrastruktura	1	2,6%

## 29. BOSTE ŠE PRIŠLI V BOHINJ?

	število	%
da	24	61,56%
ne		
ne vem	13	33,3%
ni podatka	2	5,1%

Glede na to, da ti odzivi temeljijo na prvih vtisih, so dokaj pozitivni, vendar je tudi število neopredeljenih kar visoko. To seveda lahko pripišemo različnim dejavnikom, tudi razvoju novih potovalnih navad, torej dejstvu, da turisti skušajo videti čim več v čim krajšem času, pri čemer jih vrnitev v znan kraj ne zanima zelo.

## 30. BOSTE PRIPOROČILI BOHINJ SVOJIM PRIJATELJEM?

	število	%
da	33	84,6%
ne		
ne vem	4	10,2%
ni podatka	2	5,1%

Tu so odzivi opazno pozitivnejši kakor pri prejšnjem vprašanju. Postavi se nam vprašanje, zakaj je tako.



### 31. MOREBITNI PREDLOGI

Glede na število anket (39) je zelo malo predlogov (zlasti če to primerjamo s povprečnim številom predlogov na osebo med stacionarnimi gosti, tj. 3-, 4- ali 5-krat več):

- hudo pritoževanje nad plačilom v Mostnici (grožnje...)
- na poteh Korita Mostnice ni smetnjakov
- parkiranje je nekoliko predrago
- včasih je parkirišče na planini Blato prezasedeno
- a little more path signs

## 2.3. KVALITATIVNI INTERVJUJI

Kvalitativne intervjuje je projektni partner ZRC SAZU izvedel med julijem in septembrom 2015. Sprva smo načrtovali okoli 15 kvalitativnih intervjujev, vendar se je med potekom tega dela raziskave pokazalo, da je pomembno, da bi bilo treba v vzorec zajeti več deležnikov. Na eni strani smo sklenili, da bi bilo treba pogovarjati z ljudmi, ki živijo v različnih delih Bohinja. Ta domneva je bila pravilna, vsaj so sogovorniki v pripovedih o lastnih izkušnjah izrazili raznovrstnost izkušenj in potreb v Bohinju. Čeprav so lokalni prebivalci mobilni po vsem Bohinju, so izkušnje o prometnih tokovih, avtomobilih in turistih zelo odvisne od kraja. Zaradi tega je bilo treba vključiti v raziskavo ljudi, ki živijo in/ali delajo na različnih območjih Bohinja: spodnja dolina, zgornja dolina, Bohinjska Bistrica, vasi tik ob jezeru, vasi v hribovitem delu Bohinja, vikend naselja itn. Prav tako je bilo treba vključiti tudi različne skupine deležnikov, ki živijo in/ali delajo v Bohinju, in tako spoznati značilnosti prometa kot družbenega procesa, ki ga ustvarjajo različne skupine družbenih akterjev, podjetij, inštitucij in državnih akterjev. Med njimi je treba omeniti turistične akterje in ustanove, ki so tesno povezane s turističnimi praksami in soustvarjajo podobo Bohinja kot turističnega kraja kakor tudi izkušnje turistov in tudi ponudnikov turističnih storitev.

Vsi intervjuji so anonimni, tako da v raziskovalnem poročilu ne omenjamo osebnih podatkov, ki bi razkrili identiteto sogovornikov. Člani delovne skupine za promocijo/ozaveščanje (DSPO) so pomagali sestaviti osnovni seznam morebitnih sogovornikov, ki je vključeval člane različnih družbenih skupin: lokalni prebivalci, predsedniki krajevskih skupnosti, člani občinskega sveta oz. občinske uprave, člani državnih agencij, člani nevladnih organizacij, ponudniki turističnih storitev, redarji/policaji, člani turističnih organizacij. Vendar je bil ta seznam le osnova za raziskavo, večkrat smo namreč uporabili metodo snežene kepe, da bi kontaktirali naslednjega intervjuvanca. Tudi seznam pomembnih skupin deležnikov je bil spremenjen oz. razširjen, glede na razmere, ki smo jih zaznali na terenu; tako se je vzorec intervjuvancev nekoliko povečal.

Med 23 intervjuvanci je bilo pet občank/občanov, osem oseb, ki delajo v turistični dejavnosti (ponudniki turističnih storitev, člani turističnih podjetij, predstavniki turističnih organizacij), po en predstavnik javnega prevoza in lokalnega podjetja, štiri predstavniki različnih državnih inštitucij in/ali agencij, ki delajo v Bohinju, trije občinski uradniki/politiki in dva predsednika krajevnih skupnosti. Funkcija/položaj osebe in/ali njegova lokacija sta bili poglavitni merili pri izboru intervjuvanca. Razmerje med moškimi in ženskami v vzorcu ni imelo pomembne vloge; med sogovorniki so prevladovali moški (17 od 23 sogovornikov). Zaradi časovne stiske raziskave (ta del raziskave smo morali izvesti v poletnih mesecih) kakor tudi zaradi urnikov naših sogovornikov (visoka sezona pomeni, da je veliko morebitnih sogovornikov nedosegljivih) smo tudi podaljšali tudi čas izvedbe kvalitativnih intervjujev do septembra 2015.

Kontaktirali smo 38 oseb, od katerih 23 so privolili v intervju, pet jih ni odgovorilo na prošnjo na intervju, ena oseba je odklonila sodelovanje v raziskavi, devet oseb pa je prosilo, da jih kontaktiramo pozneje, vendar jih po tem nismo vključili v raziskavo. Morebitne sogovornike smo kontaktirali večinoma z e-pošto in potem po telefonu. Sogovorniki so izbrali kraj in čas srečanja za intervju in skoraj vsi intervjuji so bili izvedeni v Bohinju.

Uporabili smo osnovni vprašalnik s šestimi vprašanji. Vprašalnik je bil predvsem osnova za pogovor, raziskovalka je vprašanja prilagodila specifičnemu položaju vsakega posameznika. Čeprav so vse intervjuje usmerjala ista vprašanja, so bili intervjuji bolj odprte narave: to pomeni, da je imel/a vsak/a intervjuvanec/nka imel/a veliko svobode pri svojih odgovorih. Tudi raziskovalka je lahko postavila nadaljnja vprašanja, če je imela priložnost za to. Zaradi tega je bila tudi dolžina pogovorov zelo razlikovala, od 15 do 75 minut. Prilagamo kopijo osnovnega vprašalnika.

### 2.3.1. Vprašalnik za intervjuje

Predstavitev: gre za raziskavo o prometu in mobilnosti in Bohinju ter njun vpliv na vsakdanje življenje in razvoj kraja. Namen projekta: ugotoviti, kako ljudje, ki živijo ali delajo v različnih delih Bohinja, doživljajo promet in kako gledajo na vprašanja, povezana z njim.

1. Kakšne oblike prevoza sami uporabljate po Bohinju - vsakodnevne relacije, rekreacijske, itd? Uporabljate avto, kolo, javni promet? Ali bi želeli, da bi se kaj več naredilo v tej smeri, da bi bili ljudi mobilnejši?
2. Kako sami gledate na vprašanja prometa in mobilnosti v Bohinju? Kakšne so vaše izkušnje, kje vidite izzive za ureditev prometa in olajšano mobilnost?
3. Kakšno vlogo imata promet in mobilnost v vašem vsakdanjem življenju? Kako razumete problematiko prometa?
4. Kaj mislite, da si želijo domačini in kaj pričakujejo glede mobilnosti, dostopnosti in parkiranja v Bohinju?
5. Kaj mislite o pričakovanih obiskovalcev glede mobilnosti, dostopnosti in parkiranja, ko pridejo v Bohinj?
6. Kaj se vam zdi, da je z vidika prometa najkoristneje za razvoj kraja? Kaj bi spremenili, izboljšali?

### 2.3.2. Interpretacija intervjujev

Gradiva, ki smo ga prejeli na podlagi izvedenih kvalitativnih intervjujev, ne moremo primerjati z gradivom, ki smo ga zbrali z anketami med obiskovalci. Čeprav smo uporabili isto osnovo za vsak pogovor, so intervjuji odprtejšega značaja, kar pomeni, da so imeli sogovorniki prostor, da so odgovorili na postavljena vprašanja na svoj način in so ob tem lahko tudi razvili svojo pripoved. Zaradi tega so tudi velike razlike med dolžino intervjujev, čeprav so vsi intervjuvanci odgovorili na ista oz. podobna vprašanja.

To je bil tudi eden od namenov intervjujev: želeli smo ustvariti prostor - čeprav umeten - v katerem imajo sogovornikom priložnost, da povejo svojo zgodbo o prometu v Bohinju. Sodelujoči so lahko povedali, kako oni sami - na podlagi lastnih izkušenj, doživetij in prepričanj - gledajo na prometno problematiko v Bohinju. Takšni sogovorniki so osrednji akterji, ki lahko podajo mnenje o trenutnih izzivih v času visoke sezone iz perspektive, ki jo omogoča dejstvo, da so dolgoletni prebivalci ali ljudje z dolgoletnimi delovnimi izkušnjami v Bohinju, torej osebe, ki gledajo na te izzive v okviru celovitega pogleda na vsakdanje prometne razmere v Bohinju.

Namen sestave vzorca je bil, da bi zajeli čim obsežnejšo in raznovrstnejšo skupino sogovornikov, s čimer bi dobili tudi širšo podobo o prometu v Bohinju in o vprašanju trajnostne mobilnosti v visoki sezoni. Kljub finančnim in časovnim omejitvam projekta, bi na takšni podlagi lažje opredelili in upoštevali čim širši razpon mnenj in pogledov. Ob izvedbi intervjujev smo ugotovili, da je treba povečati vzorec sogovornikov (sprva smo jih načrtovali 15).

Ti intervjuji niso medsebojno primerljivi kakor kvantitativni oz. anketni podatki; v prvi fazi so mišljeni kot dopolnjujoči se; vsak intervju doda še kaj novega k mozaični podobi realnosti prometa kot družbenega procesa. Bolj kakor primerjave jih »beremo« tako, da v njih vseh skupaj vidimo širši dialog o prometu, ki se stalno odvija, iz dneva v dan, povsod po Bohinju. Z izborom sogovornikov smo lahko do neke mere strnili osrednje poglede, ki sestavljajo ta dialog.

Vendar je bilo ob podrobnejši analizi sogovornikov in njihovih intervjujev mogoče začeti primerjati oz. vsaj opredeliti tista vprašanja oz. tiste poglede na promet, ki so najpomembnejši za vse sogovornike: katere so skupne točke, najbolj žgoča vprašanja (pri tem ni nujno, da so vsi istega mnenja, pomembno je, da vsi trdijo da je kakšna tema pomembna), katera vprašanja so najbolj problematična in povzročajo najburnejše razprave.

Presenetljivo je, da skoraj vsi sogovorniki menijo, da so prometne razmere v visoki sezoni problematične, čeprav bi lahko mislili, da tisti, ki so odvisni od turistov, zagovarjajo njihov množičen prihod, saj za domačine predstavljajo vir preživetja. Mnenja, ki so jih izražali sogovorniki o problematičnem turističnem prometu, so se zgostila okoli prav določene vrste turistov, ki so jih opredelili za glavne »krivce povečanega prometa - to so enodnevni turisti.<sup>1</sup>

...pred letom 91, do 91 tega navala teh kopalcev, teh dnevnih, nismo imeli, to je s tem izbruhom jugoslovanske vojne prišlo, ko se je morje zaprlo. Se je po tem to spremenilo, ni bilo več sindikalnega turizma, pa klimatske spremembe so bile, smo imeli kar naenkrat zelo vroča poletja. So se zdaj v teh 25-ih letih stvari toliko spremenile, da smo mi kar naenkrat dobili na tisoče ljudi, ki so iskali naravna kopališča za en dan, da se ohladijo. To so iz te okolice, iz zgornjesavske doline, se pravi, Jesenice, Kranj in seveda Ljubljana. Pa pol ljubljanske kotline, ne, in smo mi kar naenkrat in vsako leto odvisno od poletja, kakšen je. Recimo, lansko leto nikogar ni bilo, letos recimo je seveda bil problem, ker so bili ti vročinski valovi. Očitno se bo to ponavljalo in bo treba na to računati, ne, da bo tega, da bo tega še več. In problem pa je, da nismo pripravljeni na te ljudi, na vso to maso teh avtomobilov, in tudi način kako nagovarjamo te ljudi, se meni ne zdi pravi. Ker to, a veste, mi smo tu na razkoraku: na eni strani, recimo zmečemo 200.000 evrov v to, da po svetu oglašujemo mir, pa nacionalni park, pa ne vem kaj. Imamo en cel kup mehanizmov - od kartice Gost Bohinja do ne vem česa. Po tem z vsemi tistimi sredstvi pa v vrhuncu turistične sezone ljudje pridejo, pa od tega nimajo nič, ker jih seveda potopijo ti enodnevni obiskovalci. To enodnevni obiskovalci, jim je v bistvu vseeno, pred sabo imajo en sam cilj. Skratka, zunaj je 36 stopinj in oni iščejo seveda neko ohladitev, naravno kopališče za otroke, družine iz tistih neklimatiziranih stanovanj, ne, in jim je čisto vseeno, ali je to Bohinjsko jezero ali je to Velenjsko jezero. Oni se rabijo shladiti na čim cenejši način.

Navedli smo daljši odlomek zaradi številnih vprašanj, ki jih je omenil sogovornik, vprašanj, ki so bila predmet pogovora tudi v drugih intervjujih. Težave s prometom

---

<sup>1</sup> V nadaljevanju v poročilo vključujemo odlomke iz intervjujev, pri čemer so sogovorniki anonimni.

so sogovorniki pripisali rasti števila avtomobilov, ki odseva pomembno spremembo v turističnih praksah, poznanih v Bohinju z zadnjih desetletjih (sogovornik je to opisal kot posledico razpada Jugoslavije in njegovega vpliva na izbiro turističnih ciljev; drugače pa vzroki niso bili pogost predmet pogovorov v drugih intervjujih). Sogovornik je opisal rastoči prihod enodnevnih obiskovalcev/kopalcev, ki prihajajo ob vikendih s svojimi avtomobili v Bohinj predvsem zaradi jezera. Ob tem pa je poudaril tudi dve težavi: prva je število avtomobilov za bohinjsko infrastrukturo; drugi pa je tolikšno število avtomobilov v podobi Bohinja kot turističnega kraja, ki ponuja in oglašuje mir, tega potem težko najdemo med številnimi avtomobili. Enodnevni obiskovalci so v pripovedi predstavljeni kot turisti, ki so drugačni od drugih gostov (pri tem so najbrž mišljeni obiskovalci, ki ostanejo v Bohinju več kot en dan).

Podoba o enodnevni obiskovalcih in njihovih avtomobilih je bila v pogovorih pogosto izražena, vendar ne pri vseh; niso jih vsi tako negativno opisali kakor v navedenem pogovoru, torej kot ljudje, ki nujno iščejo ohladitev in ničesar več in ki jim je za Bohinj vseeno. Vprašanje o podobi Bohinja kot oazi miru, zasedeni z avtomobili, smo lahko slišali pri tistih, ki so dejavni v turizmu, pa tudi ne pri vseh, nekaj med našimi sogovorniki je takšnih, ki imajo koristi od enodnevnih gostov in menijo, da bi morali Bohinjci najti načine, kako ponuditi več enodnevnim gostom.

Žal pri nas je precej ljudi, recimo turistični delavci, proti enodnevnim gostom. Jaz osebno nisem, jaz mislim, da enodnevni gost še zmeraj prinese. Če greš gledati po Bohinju, so še zmeraj polne gostilne zvečer. Če ne bi nič prinesel, pa bi bilo prazno, a ne, če ne bi šli kam, sigurno je nekaj.

V pogovorih smo sogovornike spodbujali, da so govorili o svojih konkretnih izkušnjah in doživetjih, kar je omogočilo izrisovanje podrobnejše podobe o prometu s perspektive domačinov. Kako so opisali promet? Kaj so poudarili kot težave pri prometu in v čem vidijo glavne prometne probleme? Sogovorniki so na podlagi lastnih izkušenj podali niansirano podobo prometne problematike Bohinja, v kateri so izostrili podobo o turističnem kraju, polnem pločevine, in opredelili glavne prometne izzive. Glede na njihove izkušnje in uporabo prostora v poletnem času, se niso omejili na polna parkirišča in nelegalno parkiranje, ki so najočitnejši učinek povečanega turističnega prometa na vrhuncu poletne turistične sezone, in to ne le ob jezeru, temveč tudi drugod.

Kakor smo omenili, naši sogovorniki živijo in/ali delajo v različnih delih Bohinja in so skladno s tem poudarili tiste prometne točke ali težave, ki so jih sami doživeli kot udeleženci prometa po različnih krajih. Na ta način smo tudi zvedeli, da težave s prometom v visoki sezoni ne vplivajo enakomerno na vse prebivalce.

Če smo samo doma, da nikamor ne gremo, mi teh nihanj niti ne čutimo. Recimo, na Pokljuki, ki je 10 minut stran, je lahko deset tisoč ljudi in mi sploh ne vemo za to. Lahko v Bohinjskem jezeru 20 tisoč ljudi in sploh ne vemo za to, če smo doma. Čim pa se seveda pojavimo na teh območjih, pa na nas ima vpliv in na nek način malo oteži naše funkcioniranje. Če rečemo, da smo domačini in da tam živimo, pa da imamo druge potrebe, ne kot turisti, je seveda lahko tudi moteče.

Na podobne načine so številni prebivalci Bohinja razlagali, da povečan promet čutijo predvsem takrat, ko se njihove poti križajo s tokovi turistov ali če se pojavijo tam, kjer je veliko turistov. Poleg tega pa povečan promet vpliva na vsakdanje življenje ljudi, ki živijo ob glavnih prometnicah do jezera, začeni s cesto po soteski iz Bleda do Bohinja. Prebivalci so opisali posledice povečanega prometa, ki vpliva na prakse turistov, na primer na kolesarje:

Ogromno ljudi pride s kolesom gor, ogromno pride, imamo pa zelo zelo nevarno cesto Bled-Bohinj. To je dejstvo, in to z biciklom včasih so hodili trumoma z otroci, zdaj tega ni več. Zdaj jih je zelo malo z otroki. Na začetku je bilo tega kar dosti, to je bila kolesarska, to je bilo noro. To so bili po trije otroci, so familije šle z biciklom gor. Pol se je to nehal, ker je promet ratal skozi večji, ker je več turizma. Se pozna, da ga je več, in je tudi na cesti več avtomobilov.

Omenili so tudi povečano število motorjev in na njihov vpliv na življenje domačinov, ki se morajo navaditi na hrup različnih vrst prometa:

To je, to pa je fejest obremenjujoče. Galama, grmi, mislim, to ni eden, to jih pride pet šest, pol pa en cajt nič, pol pa spet. Tujci ne, tujci ko pridejo z motorjem, pridejo normalno, dobro. Tudi ne ropota, avto je avto, motor, motor, smo se pač navadili, ne slišimo več tega, ampak ko pa pride en, to ga slišiš že v soteski, to se pravi, kilometre proč slišiš, da bo prišel, ko navije motor.

V Bohinjski Bistrici so sogovorniki opozorili na določena križišča, ki postanejo problematična zaradi povečanega prometa:

Vidim zdaj problem v tem blaznen porastu prometa, sploh v poletnih časih ali v tistih vikendih so to resnično oblegana. Vidim res velik, velik problem, in tukaj v Bistrici na tem križišču, tukaj ta glavnem, kjer naj bi bilo krožišče, to je neznosno, res. Ljudje ne vejo, katera cesta je prednostna, kako bi šli not-



er, zraven pa še res tak porast prometa, da če ne poznaš drugih ožjih uličic, ki obidejo ta promet, si pečen tam, čakaš lahko celo večnost.

... potem prideš do tistega glavnega križišča - to je res, tam si res v nevarnosti - pa tudi če vse opazuješ naokoli - res si v nevarnosti, če zaviješ v levo. In opažam, da otroci se ne vozijo po cestišču, ker se varno ne počutijo. Se tako počutijo bolj sigurno.

Zaradi povečanega prometa je bila večkrat omenjena cesta po spodnji dolini do jezera, zlasti v tistih vaseh, kjer je veliko hiš tik ob cesti in prebivalci hočeš nočeš spremljajo prometni tok ves dan.

Sigurno je to problem, na Kamnjah imam tudi hišo ob glavni cesti, tako da v živo spremljam vsak dan, kaj se dogaja, tako da julija in avgusta, to je čisto noro. Ampak si res težko predstavljam, kako bi se to dal drugače rešiti, a ne.

Saj pravim, stanujem tik ob cesti, to je neprestana kolona avtomobilov, ki mimo vozi... tako da je to že sigurno en negativen faktor, zgolj ko opazuješ, kako skozi mim vozijo. Verjetno tudi varnostno, za prečkanje ceste pa za hoditi po cesti tudi, je toliko bolj problematično. Pa mal manj si mobilien, z avtom se res redkeje kam odpraviš, ker greš pol s kolesom.

Kamnje so najbolj problematične, ne, tam otroci hodijo do teh avtobusnih postaj, še tam je tak ovink, dosti nepregleden, tako da je tam dosti nevaren, a ne. Ampak je pa tako, da je pločnik skoraj nemogoče narediti, pa so hiše tam čisto ob cesti.

Kakor je omenil prejšnji sogovornik, povečan promet na tej cesti ovira tudi druge vrste premikanja, konkretno hojo ali kolesarjenje. Več sogovornikov je omenilo pomanjkanje pločnikov po več vaseh - ne samo v spodnji dolini, temveč tudi v zgornji dolini - in posledični problem varnosti, zlasti za starejše ljudi in za otroke. Zaradi tega, na primer, starši prevažajo otroke tudi na kratke razdalje, namesto da bi jih spodbujali, da bi pešočili ali kolesarili. So pa številni sogovorniki pohvalili kolesarsko pot, tudi zaradi tega, ker predstavlja varno alternativo za kolesarje:

Po glavni cesti, tam pa se počutim kar ogrožena, moram reči, po tej spodnji dolini, kjer gre ta glavna prometnica proti jezeru skozi vasi. Tle pa vidim, da je problem ne samo za tiste, ki smo udeleženci v tistem trenutku na cesti, ampak tudi za prebivalce teh vasi, ki so ob tej cesti. Tako da s tem porastom prometa je kar precej težav prišlo. Nekatere so uspešno rešene, recimo če se pa postavim v vlogo šoferke avtomobila, pa to da je zdaj kolesarska steza pa da gre vsa ta truma kolesarjev tam po kolesarski stezi se mi pa zdi krasno, ker se mi zdi, da sem precej bolj varna zdaj, jaz kot šoferka avtomobila, a ne. Prej je bilo pa to neznosno, to prehitavanje, nasproti avtomobili in pa ne vem koliko kolesarjev skupaj. To je bilo prav adrenalinsko, res, prav adrenalinsko, ali si bil za volanom ali na kolesu!

Poleg glavne prometnice do jezera po spodnji dolini so sogovorniki omenili tudi druge prometnice, ki so v času visoke sezone bolj obremenjene, in posledice te obremenjenosti na druge lokalne oblike prometa. V naslednjem odlomku sogovornik omenja cesto Voje-Vogar, probleme s povečanim avtomobilskim prometom in posledično s parkiranjem glede na to, da ni urejeno parkirišče, turisti/obiskovalci pa so se navadili, da avto enostavno pustijo ob cesti. To je seveda ovira za promet na cesti, ki ni vezan na turizem in zahteva vozila, večja od osebnega avta.

Mobilne zadeve, ki so spet povezane z domačini, je cesta Voje-Vogar - to je fejest povezana z domačini. Tam gor je naval, gor na Planino Blato, kjer je parkirni prostor. To ni parkirni prostor, ampak je malo širša cesta, kjer se natočejo avtomobilov morje tako, da je problem ratal lansko leto in predlansko leto, ko pride kamion po hlode in ne more priti zraven, ne more ven. Je bilo tako zaparkirano, da ne more kamion skozi. Oseben avtomobil gre skozi, ampak ne kamion ali traktor.

Sogovorniki so imeli pretežno negativna mnenja o povečanem prometu med visoko sezono in številnih avtomobilih, vendar trdijo, da je turizem s turisti za Bohinj pomemben in da je treba razmere tako ali drugače urediti. Več ljudi je trdilo, da je avtomobilov v Bohinju v visoki sezoni preveč. Nekateri sogovorniki so trdili, da bi morali biti lokalni prebivalci strpnejši do turistov in da je treba biti realističen glede lastnih pričakovanj v poletni visoki sezoni:

Če ni turistov, stvari po mojem lepo tečejo, ne, ni težav. Če je pa veliko ljudi za obalo jezera, so pa lahko po tem tudi kakšni konflikti pa težave, ne. Čeprav jaz ne vem, glede na to, da veliko Bohinjcev živi od turizma, se mi zdi, da mora neka toleranca biti in tudi ne moremo pričakovati, da bo lepo avgustovsko nedeljo povsem enako kot 1. novembra, ko ni nobenega, a ne. Treba je to pač vzeti v zakup, sprejet, in tudi določene stvari tolerirati.

Po drugi strani so intervjuvanci razpravljali tudi o domnevnih pričakovanjih turistov do dostopnosti, ko se pripeljejo do jezera; veliko število sogovornikov je trdilo, da se morajo ta pričakovanja malo spremeniti:

Jaz mislim, da se vsak želi pripeljati čim bližje jezera, tam parkirati in skočiti v vodo, in vsa ta gužva, pa kakšna parkiranja prej blazno motijo in niso še nekako sprejeta. Tako da, jaz mislim, da so taka predvsem ta pričakovanja, ne, neka nerealna, egoistična, zelo osebna: čim bližje tam parkirati, čim bližje iti peš in tako naprej. Čeprav verjetno, če bi jih vprašal, bi pred kamero povedali, ja, ja, da so pripravljeni tudi iti prej pa peš pa to za nek dobrobit...

Ljudje hodijo, enodnevnimi gostje k jezeru, imajo s seboj vse mogoče, samo še hišo doma pustijo, a ne (*smeh*), za cel dan, in če mu rečeš, da mora iti na avtobus pa s vso tisto kramo, je vprašanje, če bo šel.

Sogovorniki so pričakovanje o dostopnosti, ki jo zagotavlja vožnja z avtom, pripisali tudi domačinom, ko smo vprašali, v kolikšnem obsegu uporabljajo alternativne metode mobilnosti. Komentarji o tem so se pojavili v več kontekstih:

Mislim, da je zadnji odhod v Gorjuše ob dveh popoldne. To pomeni, da če pride dijak ob treh z avtobusom, v Bohinj, karto sicer ima do Gorjuš, pač ne more domov, a ne, ker ni odhoda, ker gor ni razpisanih teh javnih linijskih prevozov, ampak zgolj šolskih. Ko pa ti šolski prevozi ugasnejo, pa praktično so tudi te vasi odrezane od javnega prevoza. In tu dejansko smo skozi ta leta nekak ... vzeli kot pač življenje v teh krajih, da pač moraš imeti avto. Če sta dva, morata biti dva avtomobila, in nekak se je zdaj to zakoreninilo tudi v načinu razmišljanja, in sploh ne vem, če še kdo razmišlja, da bi bilo lahko to drugače, tudi če bi ojačali ta javni prevoz.

V navedenem odlomku je vprašanje dostopnosti oz. pomanjkanje povezano s pokritostjo območja z javnim prevozom; to je veliko sogovornikov opredelilo kot pomemben problem prometne ureditve Bohinja, zlasti v zgornji dolini in v tistih vaseh, kamor sploh ne pripelje avtobus (oz. samo ali delno šolski prevoz). Sogovornik trdi, da so te razmere eden izmed razlogov, da se je krepilo prepričanje, da je treba imeti avto, in ta način premišljanja je postal skoraj samoumeven. Vendar ta način razmišljanja ni samo posledica pomanjkanja alternativnih možnosti, kar je razvidno iz naslednjega odlomka z opisom razmer v Bohinjski Bistrica, ki je bistveno bolj oskrbljena z javnim prometom:

Ta promet je ena taka zelo pereča stvar. Bom najprej kar s šolskega vidika povedala. Mi vsa leta poskušamo čimbolj vplivati na ljudi, da bi izkoriščali javni prevoz, otroci karte, ki jih imajo - ker pri nas se pojavlja to, da otroci dobijo karte, občina poskrbi za šolski prevoz, dobijo vozne karte za avtobusne prevoze, za svoje linije. Vendar kljub temu ne uporabljajo teh kart in jih starši vozijo v šolo s svojim lastnim prevozom in jih hodijo tudi iskati. Zelo pereče se mi zdi tudi to, da jih recimo tukaj v vasi iz Bistrice, kjer bi lahko uporabljali pešpoti in kjer je veliko varnih poti. Tle na Bistrici res ni, je nekaj odsekov, ki so nevarni, to je res, večinoma je pa varnih poti. Jih ne uporabljajo, jih vozijo z avtom, a ne. Isto je v Srednji vasi, kjer je podružnica. Tam nam se je celo ta lapsus dogajal, da so otroke, ki so živeli pod bregom vozil z avtom. To se je tako razpaslo, da enostavno težko nekako prepričamo, da bi bilo boljše, če bi hodili peš. Tudi tukaj se nam po tem, nam v določenih dnevih, ali zjutraj ali zdaj bodo prvi šolski dnevi... Čeprav moram reči, da na te posebne dneve, če imamo, recimo prvi šolski dan šole ali dan odprtih vrat, kjer pride veliko staršev po otroke v šol, res posebej še opozarjamo: pridite

peš, poslužujte se drugih parkirišč. Upoštevajo, tako da zdaj tudi pričakujem, da tudi ko bo prvi šolski dan - samo da bo vreme, da ne bo kakšen dež - sem prepričana, da jih bo prišlo ogromno peš in da se bodo tega se držali. Ne držijo se pa po tem med letom.

Po eni strani imamo opraviti z ustaljenimi navadami glede uporabe osebnega avtomobila in tudi z razlogi, s katerimi sogovorniki »upravičijo« svoje mobilne prakse; po drugi strani pa poudarjajo (že prej omenjeni) problem varnosti, ki deluje kot pomemben kriterij pri izbiri med različnimi oblikami prevoza - zlasti pri odločitvi za prevoz z osebnim avtomobilom. Vprašanje varnosti deluje tudi kot vrednota oz. norma, ki jo je treba uresničiti ne samo v turistični sezoni povečanega prometa - takrat določeni sistemski problemi postanejo še očitnejši - temveč skoz vse leto. Zagotavljanje varnosti v prometu, posebej za pešce in kolesarje, je (na določenih mestih neuresničen) pogoj za spodbujanje alternativne oblike mobilnosti, in to ne samo med obiskovalci, marveč tudi med prebivalci. Sogovorniki so identificirali pomanjkanje varnosti na določenih točkah oz. v določenih okoliščinah kot problem pri prometni ureditvi v Bohinju ter tudi v povečanem sezonskem prometu.

Opažamo določene stvari, da mogoče zaradi tega - ker pa še vseeno niso stvari povsod po vasi urejene za kolesarje, da bi bile varne in da bi se kolesarji varno počutili. Če povem primer, tukaj ob Savski je pločnik - na tem pločniku boste videli vse - in pešce in kolesarje. Tudi sama priznam, da kdaj kršim pravilo - predvsem takrat, ko vidim, da ni pešcev na pločniku, če ne grem peš - da se peljem po pločniku, ker je ta Savska cesta tako hudo prometna, da se čutiš nevarnega.

V drugih, že navedenih odlomkih so sogovorniki omenili problem varnosti ob povečanem prometu v zvezi z kolesarjenjem po glavnih prometnicah do jezera (cesta z Bleda do Bohinja, cesta po spodnji dolini) ter pomen kolesarske steze za varnost, tako kolesarjev kakor pešcev. Razpravljali so tudi o pomanjkanju pločnikov po vaseh v spodnji in zgornji dolini in kako to vpliva na varnosti pešcev in na varen dostop do avtobusnih postaj. Čeprav je varnost pomembna za vse udeležence v prometu, so nekateri sogovorniki opozorili na določene skupine obiskovalcev kot prav posebej nevarne: to so motoristi.

Samo promet je tako gost, da poleti pa da je vroče, skozi sotesko ko pelješ, ne smeš prehitevati, ne smeš, pa če gre eden pred tabo 50, 30, ga leze... Tudi otrokom sem rekel, ne prehitevajte zaradi tega, ker ne veš, kdaj te bo prišel z motorjem, mu ne boš ušel. On polaga ovinek, je prehiter, ti greš prehitevati na ravnini, saj ni važen, da je ravnina. On pa z motorjem je tako hiter, da mu ne boš ušel in je karambol,... ker ga ne vidiš.

Merilo varnosti je eden od skupnih imenovalcev v pogovorih z domačini, ki so večinoma (morda iz različnih razlogov) opisali trenutno stanje prometa v visoki sezoni kot nevzdržno. Pri predlaganih rešitvah ni bilo kakšnega jasnega skupnega imenovalca, razen skrbi za čim manjše posege v prostor. Sogovorniki so zagovarjali čim manj agresivne rešitve prav zaradi sezonske narave prometne problematike in razmeroma kratkega obdobja visoke sezone. Število enodnevnih obiskovalcev, vsaj slovenskih, in »hudih« vikendov je v precejšnji meri odvisno tudi od vremena. Vsi intervjuvanci so soglašali, da zunaj poletne sezone ni hudih prometnih težav (razen omenjenih infrastrukturnih). Zaradi tega je bilo veliko intervjuvancev, ki niso bili navdušeni nad velikimi investicijami oz. velikimi objekti:

Kaj naj rečem, zdaj gradnja neke infrastrukture, nekaj garažnih hiš, se mi zdi nesmiselna, ker je teh, teh potreb zelo omejene skozi leto, samo parkrat. Zdaj vlagati nekaj v to se ne zdi smiselno, bolj se mi zdi smiselno tako, kot se občina oz. LTO pa Klemen pa ekipa že lotevajo, da se zagotavljajo parkirišča izven pa se po tem uvajajo te avtobusi pa prevozi, ne. Se mi zdi boljše, da se prej travnik pokosi, da se tam parkira poleti, ne da se tam gradi parkirna hiša, ker to nima smisla. Take alternativne, mehke rešitve, ki niso drage, ampak zahtevajo pa pač neko organizacijo pa tega. Am... Seveda, je pa res, do smo ljudje komod, in da se vsak hoče pripeljati čisto do jezera, po drugi strani pa če ga prisiliš, da nekje parkira, moraš pač neko frekvenco prevozov omogočiti...

Uvedba »mehkejših« rešitev je tudi prevladujoče mnenje tistih državnih akterjev, ki imajo pristojnost v Bohinju in ki gledajo na problematiko prometna predvsem s stališča načela vzdržnosti, zlasti v zvezi z ohranjanjem narave.

In če mi hočemo to, bom rekel, center sprostiti, moramo na enak princip iti. Jasno, tukaj pa so nekaj stroški, ampak če jih primerjamo s koristmi, ki jih ni možno ovrednotiti, pol je to to. Mislim, kaj moti tiste, ki pridejo. Jaz sem par takih pritožb dobil. Super, promovirate neokrnjeno naravo, a pridemo: džumbus, avtomobili povsod. A veste, ta podoba, ki je na fotografijah, v poletnih mesecih ni enaka, je precej drugačna. In tisti, ki pridejo v Bohinj, pridejo zakaj: ker bi radi mir, ker bi radi naravo neokrnjeno gledati, bi se radi spočili - ampak mi imamo kopališče takrat. Zdaj jaz ne pravim, da je treba domačine ali te dnevne obiskovalce, da niso zaželjani,... ampak to je dejstvo. Predvsem teh vozil se je treba pa znebiti: na eni strani z organiziranim prevozom, s transferji pa tja na, ne vem...In to mora biti cilj.

Intervjuvanec je v tem odlomku povezal pomen ohranjanja narave s turistično podobo neokrnjene narave, ki se promovira po svetu. Ta podoba je predmet pogostih pogovorov med domačini, ki na ta način opozarjajo na nevzdržnost določenih turis-

tičnih praks oz. praks določene skupine obiskovalcev (predvsem dnevnih obiskovalcev). Tudi prebivalci so izrazili skrb o posledicah takšnega obiska na samo naravo:

Ko je gužva, je gužva za vse, a ne, problem parkiranja za vse. Samo je pa težko, čeprav se trudijo. Turizem Bohinj pa sama občina se trudijo. Jaz mislim, da se kar dobro trudijo s tem, z urejanjem prometa, ampak ko je polno, je polno, se ne da veliko narediti, čeprav moramo ljudje do tega priti. Zdaj v poletnem času vozi avtobus na Pokljuko, to je ta Hop-on Hop-off avtobus. Saj nekaj ljudje se pelje, ampak, saj pravim, še vedno je naša miselnost taka da: avto, v prtljažnik stvari, pa če rečem do jezera ali skoraj do vode, zato da ne bo otrok predaleč hodil, zato da ne bom tisto hladilno torbo predaleč nosil, ne. Tako je, ne, ampak če hočemo še kakšno naravo ali karkoli ohraniti, skozi manj bi moral tega biti.

Eden izmed sogovornikov (ki ni želel, da se najin pogovor snema), je zagovarjal staljšče, da pri vprašanju dostopnosti ne gre samo za rabo prevoznih sredstev in poti do znamenitosti kraja, temveč za dostopnost do samega Bohinja in njegovih naravnih in kulturnih znamenitosti, ki so v poletnih mesecih dobesedno oblegane. Kritiziral je trenutno držo turistične dejavnosti, da vabi čim več ljudi, ne da bi postavili jasnejša pravila za dostopnost do narave - do jezera, do gozdov, planin in do gora, in to v duhu spoštljivejšega odnos do narave in tudi do zasebne lastnine prebivalcev Bohinja.

Vzdržnost takšnega turizma med visoko sezono je ena izmed skrbi, ki povezuje lokalne prebivalce Bohinja z intervjuvanci, ki zastopajo različne državne organe, odgovorne za ohranjanje narave v Bohinju. Ta skupina je govorila o vzdržnosti trenutne situacije v Bohinju kot delu zaščitenega območja Triglavskega narodnega parka, kjer naj bi veljali strožja pravila glede odnosa do narave. V naslednjem odlomku zastopnik enega izmed državnih organov opisuje njihovo delovno načelo:

Naše osnovno izhodišče je zagotavljanje miru v naravnem prostoru, ob tem da seveda zraven upoštevamo potrebe lokalnega prebivalstva za opravljanje njihovih primarnih in sekundarnih dejavnosti. Torej ni nam absolutna prioriteta mir v naravnem prostoru, da bi na tem vztrajali za vsako ceno, zakon TNP govori tudi o razvoju in o tem, o človeškem vidiku in ne samo. /.../ moramo v okviru tega tudi gledati na razvoj, in ne samo v okviru zakona TNPja. /.../ v okviru tega vprašanja zagotavljanje miru iščemo kompromise, skušamo razumeti naravo, koliko lahko tolerira, ker je vendarle nemir v naravnem okolju eden od prvih dveh, treh ključnih dejavnikov, ki slabša stanje populaciji...

Zastopniki teh ustanov so - vsak s svojega zornega kota - opisali vpliv prometa na naravo ter zagovarjali, kako je pomembna vzdržnost prometa - za živali, za gozdove, planine, za določene rastline, ko gre za nadzor na zaščitenem območju. Ko pa gre za izdajanje soglasja lastnikom za določene posege v naravo, pa je eden izmed sogovornikov omenil merila, ki jih skušajo upoštevati v svojih odločitvah, pri čemer ima turistični promet pomembno vlogo:

Pa zdaj sam pogled dostopnost do planin iz vidika lastnika, uporabnika planin v razmerju do varstvo narave. Potem je pa tako: osnoven problem pri dostopnosti planin vendarle ni ta vidik, ni lastnik; osnoven problem je tisto, kar ta dostop po tem s sabo pripelje v drugi fazi, to pa so obiskovalci. Tukaj v naši državi imamo največ težav, ker vendarle izjemno hitro narašča obiskovanje narave, ker je drugače pozitivno in primerno - kadar je to na pravi način in kadar to ne povzroča res že prevelikih težav v enem okolju.

Pri tem je pomembno, da ne gre toliko za število obiskovalcev, temveč za vrsto obiskov in odnos obiskovalcev do naravnih vrednot in narave nasploh. Do konfliktov večkrat pride med lastnikom in državnimi organi, ki so pristojni za ohranjanje narave, čeprav niso lastniki tisti, ki nimajo spoštljivega odnosa do narave. Osrednji problem je drugje, v odnosu do narave, ki ga obiskovalci pokažejo ob obisku Bohinja v svojih prometnih in rekreativnih praksah.

Večkrat je bila omenjena misel, da slovenski obiskovalci čutijo, da sta Bohinj in park njihova in da je dostopnost nekaj samoumevnega. Dejstvo, da je Bohinj kot del Triglavskega narodnega parka tudi del nacionalne dediščine, ni uzaveščeno. Ljudje to razumejo predvsem v smislu osebnih pravic:

Tako kot je bilo na začetku v Bohinju, ko so začel zaračunavati parkirnino - dostop do jezera - pa to je ljudsko, to je vse naše in tako naprej. Nič ni tvoje, tvoje ni, je pa skupno, to pa res.

### 2.3.3. Izzivi in vprašanja za naprej

Med izzivi, ki so jih poudarili sogovorniki v zvezi s projektom, so:

1. **Mobilnost prebivalcev:** Kakor je razvidno iz navedenih pogovorov, je eden od problemov, ki jih sogovorniki omenjajo, vprašanje, kako povečan promet vpliva na njihovo mobilnost. To obsega dostopnost do določenih lokacij med visoko sezono oz. ob koncih tedna, fizično dostopnost do lastnih parcel in gozdov zaradi zaparkiranih cest ter težave zaradi gostote prometa po določenih cestah ob določenih urah.

2. **Izvedljivost projekta:** Čeprav je večina sogovornikov menila, da je treba ukrepati glede urejanja prometa v poletnih mesecih, niso bili vsi prepričani, da bodo načrtovani ukrepi učinkoviti oz. da bodo zaživel v praksi. Poudarili so, na primer, konkretna vprašanja: kako določiti, kdo lahko gre naprej do jezera in kdo ne, so to domačini, lastniki vikendov?

3. **Ali je projekt priložnost ali ovira za domačine:** Razmeroma redki so spraševali, kako bi ukrepi projekta vplivali na domačine; večina izmed sogovornikov se namreč ukvarja s turizmom, zato jih je treba obravnavati posebej.

4. **Turistični delavci:** Njihova skrb se je izrazila v vprašanju, kako bodo ukrepi vplivali na turistično dejavnost oz. ponudbo v Bohinju. Omenili so vpliv na število gostov: ali ljudje ne bodo več prihajali v Bohinj, če bi spremenili prometni in parkirni režim? To je povezano z vprašanjem, kako bodo ti ukrepi vplivali na stacionarne goste, ki so med obiskovalci najbolj cenjeni. Kako bi ukrepi vplivali na njihovo mobilnost? Dodatno vprašanje je bilo bolj logistične narave: kako usmerjati/omejiti promet/parkiranje ob jezeru v praksi, ali je sploh izvedljivo? Na posvetu, ki smo ga organizirali spomladi 2015, so kot alternativo oz. podporo ukrepom projekta predlagali tudi prilagojeno cenovno politiko. Zadnje vprašanje se nanaša na vpliv projekta na trenutno turistično ponudbo v Bohinju, zlasti tisto, ki spodbuja mehke oblike mobilnosti (npr. sposoja koles). Ali so projektni predlogi konkurenca trenutnim ponudnikom?



Na koncu opozarjam na zanimive razlike med anketami in kvalitativno raziskavo: intervjuvanci med enodnevnimi obiskovalci omenjajo Slovence, ankete pa kažejo, da pomemben delež med enodnevnimi gosti predstavljajo tujci. Ali je to sprememba v turističnih praksah (da tudi tujci pridejo v Bohinj za vse krajši čas) in kako to vpliva na našo opredelitev ciljnih skupin? V vsakem primeru je treba kategorijo enodnevnih obiskovalcev dodatno analizirati in tudi misliti na pogovore s prebivalci Bohinja o enodnevnih obiskovalcih: kdo so ti obiskovalci, kaj prinesejo v Bohinj, kako se jim želijo Bohinjci predstaviti? To je osrednja kategorija v komunikacijskem načrtu.

### 3. OSNUTEK KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA

#### 3.1 OPREDELITEV CILJNIH SKUPIN

Na podlagi raziskave zbranega gradiva je bilo mogoče opredeliti ciljne skupine, ki bi jih skušamo nagovoriti v predloženem komunikacijskem načrtu. Do neke mere smo že v zasnovi raziskave opredelili dve glavni skupini: prebivalci (domačini) in obiskovalci. Na podlagi analize anket in intervjujev smo lahko ti skupini natančneje razčlenili, identificirali smo določene podskupine ljudi, ki jih je nujno vključiti v komunikacijske aktivnosti. Med njimi poudarjamo tuje enodnevnne turiste; to je skupina, ki je prej sploh nismo predvideli v analitičnem okviru, ker takrat še nismo vedeli, da so tuji enodnevni obiskovalci pomembna skupina turistov v Bohinju. Poleg tega so prebivalci Bohinja menili, da so enodnevni obiskovalci predvsem Slovenci.

Ob analizi intervjujev lahko spoznamo različne vrste mobilnosti, ki so pomembne za vsakdanje življenje kraja in ki jih mora projekt čim manj ovirati. Pri tem mislimo na oblike dostopnosti in mobilnosti po Bohinju, ki so povezane s primarnimi dejavnostmi v kraju: vsakdanja mobilnost prebivalcev (ob upoštevanju, da je ob glavnih turističnih znamenitostih promet vedno nekoliko zgoščenejši); dostopnost za kmete in lastnike gozdov do svojih parcel (tudi v hribovitem, strožje zaščitenem območju Triglavskega narodnega parka); mobilnost, potrebna za delovanje glavnih podjetij v Bohinju (Lesnina itn.). Poleg stalnih prebivalcev je treba upoštevati še vmesno skupino, tj. lastnike vikendov, ki imajo pravico do dostopa do svojih parcel/zemljišča, in skupino dnevnih migrantov, ki se iz Bohinja dnevno odpeljejo v kraj zaposlitve.

Čeprav je cilj urejanje prometnih razmer in tokov v visoki poletni sezoni, ki naj bi izboljšalo razmere tudi za lokalno mobilnost prebivalcev, mora spodbujanje trajnostnih oblik mobilnosti vključiti tudi določene ukrepe, ki bodo ponudili (ali vsaj postavili osnovo) za alternativne oblike mobilnosti, ki ne temeljijo na vožnji z osebnim avtomobilom. Širjenje programa javnega prevoza oz. uskladitev različnih vrst javnega prevoza, mora veljati tudi zunaj visoke sezone.

Obiskovalce lahko delimo na več skupin: eden od dejavnikov je narodnost oz. dežela, od koder prihajajo; to je namreč lahko povezano z dolžino obiska v Bohinju. To seveda ne pomeni, da Slovenci ne prihajajo v Bohinj za več dni, vendar smo na začetku predpostavljali, da so večina enodnevnih obiskovalcev Slovenci, ki jim je lažje priti v Bohinj le za en dan. Na drugi strani pa je zelo zanimivo, da je bilo med anketiranimi enodnevnimi obisko-

valci več tujcev kakor Slovencev, kar je lahko indikator novih turističnih praks: tu mislimo na posebno skupino tujih obiskovalcev, ki med svojim bivanjem v Sloveniji obiše več različnih turističnih krajev. Komunikacijski načrt mora zajeti tudi to pomembno skupino obiskovalcev, saj večinoma potujejo z lastnim ali najetim avtomobilom.

Komunikacijski načrt kakor tudi razvoj različnih oblik mehke mobilnosti mora torej upoštevati oz. nagovoriti različne skupine, njihove specifičnosti ter tudi njihove potrebe z vidika mobilnosti. Zaradi tega smo dodatno obdelali in analizirali ankete dnevnih obiskovalcev in v njej ločeno obravnavali slovenske in tuje dnevne obiskovalce.

### 3.1.1 Enodnevni obiskovalci - slovenski - tuji

SLOVENSKI 16

TUJI 23

#### I. PODATKI

##### 1. SPOL

	SLO	TUJ
m	5	7
ž	11	15
ni podatka	1	1

Sestava skupine anketirancev je dokaj podobna: med moškimi je bilo 31,2 % slovenskih anketirancev in 30,4 % tujih, med ženskami 68,7 % Slovenk in 65,2 % tujk.

##### 2. STAROST

	SLO (m)	SLO (ž)	TUJ (m)	TUJ (ž)	n. p.
do 18	1			1	
18 - 30	1	3	3	7	1
31 - 50	1	5	2	5	
51 - 70	2	2	2	2	
70+	1				

Slovenskih anketiranci so bili po starostnih kategorijah bolj razpršeni, medtem ko je bila večina (tj. 47,8 %) tujih anketirancev stara med 18 in 30 let, 30,4 % pa med 31 in 50 let.

### 3. NARODNOST

	m	ž	n. p.
Slovenija	5	11	
Nemčija	2	1	1
Francija	1	2	
Nizozemska		3	
Izrael	2	1	
Belgija		2	
Italija	1	1	
Španija		1	
Luksemburg		1	
Avstrija		1	
Anglija	1	1	

Sestava po nacionalnosti kaže 41 % Slovencev, 10,2 % Nemcev, 10,2 % Francozov, 7,6 % Nizozemcev, 7,6 % Izraelcev in po 5,1 % Belgijcev, Italijanov in Angležev.

#### 4. DRŽAVA, IZ KATERE PRIHAJATE

	m	ž	n. p.
Slovenija	5	11	
Nemčija	2	2	1
Francija	1	2	
Nizozemska		3	
Izrael	2	1	
Belgija		2	
Italija	1	1	
Španija		1	
Avstrija		1	
Anglija	1	1	

Edina razlika med tretjim in četrtem vprašanjem je, da jih je 12,8 % (namesto 10,2 %) prišlo iz Nemčij; dodatna oseba iz Nemčije ima luksemburško državljanstvo.

## 5. KJE STE PRIDOBILI INFORMACIJE?

	SLO (m)	SLO (ž)	TUJ (m)	TUJ (ž)	n. p.
a. TIC				2	
b. turistični sejem					
c. prospekti, vodniki			1	2	1
d. internet	1	3	1	2	
e. prijatelji, sorodniki	2		1	2	
f. združenja, društva					
g. drugo		3		1	
ni podatka	1				
c + d + e		1			
d + e	1	1			
c + d + e		1	2	4	
c + e		2		1	
a + d			1		
a + c + d			1	1	

Večina Slovencev najde informacije v različnih virih, od katerih je najpopularnejši internet (9 ali 36 %). Pri tujcih so najpopularnejši internet (11 ali 47,8 %), kombinirano tudi z drugimi viri, nato prospekt in vodniki (7 ali 30,4 %), kombinacija vodniki in internet (6 ali 26 %). Pri drugih virih (možnost g) je ena izmed slovenskih anketirank omenila tradicijo, ena tujka pa je nadzornika.

## 6. OD KOD STE PRIPOTOVALI V BOHINJ?

	SLO (m)	SLO (ž)	TUJ (m)	TUJ (ž)	n. p.
od doma	5	10			
drugi kraji, kateri			7	15	1
Bled			6	7	1
Lesce				1	
Radovljica				1	
Bled-Bovec			1	1	
Bovec				1	
Dolomiti				1	
Otočec				1	
Španija, Hrvaška, Slovenija				1	
ni podatka				1	

Vsi slovenski enodnevni obiskovalci so prišli od doma, velika večina tujcev pa iz bližnjih krajev – največ z Bleda (60,8 %), kar je izjemno pomemben podatek. Najštevilnejši tuji enodnevni obiskovalci so turisti, ki so nastanjeni v sosednjih oz. bližnjih turističnih krajih. Vprašamo se lahko, ali je to znak neke nove razvijajoče se turistične prakse, namreč, da pridejo ljudje v Slovenijo ali na Gorenjsko in obišejo več bližnjih krajev? Pri tem ni nujno, da so tuji gostje nastanjeni v Bohinju. Zato je tudi zelo pomembno, da morebitne goste nagovorimo tudi v drugih turističnih krajih, npr. na Bledu, kar v teh krajih zahteva dobro sodelovanje med turističnimi ustanovami (LTO, TIC), tako tudi v Triglavskem narodnem parku in drugod v Julijskih Alpah. Upoštevanje te prakse in tudi razloge za obisk Bohinja (14) bi bila to pomembna strategija.



## 7. V BOHINJ SEM PRIŠEL/PRIŠLA

	SLO (m)	SLO (ž)	TUJ (m)	TUJ (ž)	n. p.
sam/a					
s partnerjem/ko	3	3	3	5	1
z družino	2	6	4	9	
s prijatelji	2	2		1	
s sodelavci					

Razmeroma več slovenskih obiskovalcev pride v Bohinj s prijatelji (12,5 %, tujcev 4,3 %), razmeroma več tujcev pa z družino (56,5 %, Slovencev 50 %). S tega vidika med slovenskimi in tujimi anketiranci ni bilo bistvenih razlik: večina jih torej pride z družinami, s partnerjem/ko, s prijatelji. Ne pridejo pa niti sami niti s sodelavci.

## 8. ORGANIZACIJA POTOVANJA

	SLO	TUJ
individualna	16	23
turistična agencija		
avtobusni prevoznik		

Pri dnevnih obiskovalcev ni bilo nobenih posrednikov oz. organizatorjev potovanja, vsaj ne do Bohinja. V tem pogledu ni treba upoštevati takšnih posrednikov.

### III RAZLOG PRIHODA V BOHINJ

#### 13. V KATERIH LETNIH ČASIH OBISČETE BOHINJ

	SLO (m)	SLO (ž)	TUJ (m)	TUJ (ž)	n. p.
a. spomladi					
b. poleti	1		6	11	1
c. jeseni					
d. pozimi					
a + b + c		2			
b + d		1			
ni podatka	4	8	1	4	

Tuji obiskovalci pridejo predvsem poleti, večina Slovencev pride v več letnih časih, a vendar največ poleti (25 %). Zelo veliko anketirancev ni odgovorilo na to vprašanje; za tujce morda ni bilo relevantno (če gre, npr., za prvi obisk Bohinja), veliko slovenskih anketirancev je preskočilo to vprašanje.

## 14. RAZLOG ZA OBISK BOHINJA - SLO<sup>2</sup>

Jezero in pokrajina so med najpogosteje navedenimi razlogi, sledijo Julijske Alpe, naravna dediščina, pohodništvo, mir/počitek. Večina razlogov je torej povezana z naravo oz. aktivnostmi v naravi.

	glavni razlog	zelo pomemben	pomemben	nepomemben
TNP	1	1	1	
Julijske Alpe	2	1	1	
jezero	3	1	1	
naravna dediščina	2		2	
kulturna dediščina		1		1
pohodništvo	2	1		
pokrajina	3	1		
vodne aktivnosti		1	2	
kolesarjenje		2		1
druge športne aktivnosti	1	1	1	
ribolov		1	1	
mir, počitek	2	2		
poslovno			1	
drugo			1	

<sup>2</sup> Na to vprašanje so bile izpolnjene samo štiri ankete.

## 14. RAZLOG ZA OBISK BOHINJA - TUJ

	glavni razlog	zelo pomemben	pomembne n	nepomemben	ni razlog
TNP	6	9	2		
Julijske Alpe	4	7	5		2
jezero	6	6	4	1	
naravna dediščina	4	7	4	1	
kulturna dediščina	1	4	4	4	
pohodništvo	10	6	2		
pokrajina	7	5	1	1	
vodne aktivnosti	2	2	4		4
kolesarjenje	2		3	1	7
druge športne aktivnosti	1	1	2	3	6
ribolov	1				12
mir, počitek	3	5	6		3
poslovno					12
drugo					9
ni podatka (3)					

Zanimivo je, da so tuji anketiranci bistveno izčrpnjeje odgovorili na to vprašanje in izpolnili vsa polja. Slovenci so odgovorili bolj na hitro. Najpogostejši glavni razlog je pohodništvo, za tem pokrajina, sledita TNP in Alpe. Če pa seštejemo vse pomembne razloge, je največkrat omenjen TNP (19x), nato pohodništvo (18x), Julijske Alpe in jezero (vsakič po 16x), jezero (15x) in mir/počitek (14x)

## 15. JE TO VAŠ PRVI OBISK V BOHINJ?

	SLO	TUJ
da	1	21
ne	7	3
ni podatka	8	2

Na to vprašanje veliko Slovencev ni odgovorilo, skoraj vsi tujci pa so bili v Bohinju prvič (91,3 %).

## ČE JE ODGOVOR NE, KOLIKOKRAT STE OBISKALI BOHINJ V ZADNJIH LETIH?

	SLO
6x	1
10x	3
ni podatka	3

## ČE JE ODGOVOR NE, KOLIKOKRAT NA LETO PRIDETE V BOHINJ?

	SLO
1x	2
2x	1
1-2x	1
3x	1

SLO	
5x	1
ni podatka	1

#### IV. PREVOZ

##### 16. KATERE OBLIKE PREVOZA STE UPORABILI ZA PRIHOD V BOHINJ?

	SLO	TUJ
a. vlak		
b. letalo		
c. avtobus		2
d. avto	14	15
e. avto (najet)		4
f. motorno kolo		
g. kolo		
h. hoja		
i. avtodom		
j. drugo		
d + g	1	
n. p.	1	2

Zanimivo je, da je razmeroma več Slovencev uporabilo izključno avtomobilski prevoz (87,5 %), tujcev pa 82,6 % (upoštevamo tudi najete avtomobile). Preveriti bi bilo treba, od kod so prišli tujci, ki so uporabili alternativne oblike prevoza. Hkrati pa je treba tudi upoštevati, da je odstotek tujcev, ki so prišli z avtomobilom, nižji, ker dve osebi na vprašanje nista odgovorili.

## 17. KATERE OBLIKE PREVOZA UPORABLJATE MED VAŠIM BIVANJEM V BOHINJU?

	SLO	TUJ
a. kolo	1	
b. taksi		
c. avtobus	1	1
d. ladjo ali čoln	1	
e. gondolo		
f. avto	5	14
g. drugo (peš)	1	1
f + g (peš)	1	1
d + f	1	1
a + f		2
a + g (vlak)		1
ni podatka	1	2

Tu opazamo, da je v primerjavi s Slovenci bistveno več tujcev med bivanjem v Bohinju uporabljalo samo avto med bivanjem v Bohinju (opozarjamo na vprašanje, kako enodnevni obiskovalci razumejo zvezo »med bivanjem«). Zelo pomembno bi bilo tujcem predstaviti in ponuditi različne možnosti za prevoza po Bohinju.

**18. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJO MEHKE MOBILNOSTI DOSTOPA DO BOHINJA, NPR. AVTOBUS, VLAK, KOLO, ČE BI OBSTAJALA POVEZAVA DO KONČNEGA CILJA BIVANJA/ATRAKCIJE V BOHINJU?**

	SLO	TUJ
da	10	10
ne	2	6
ne vem	3	5
ni podatka	1	2

Bistveno oz. proporcionalno več Slovencev je odgovorilo pritrdilno (62,5 % vs. 43,4 % tujcev). Eden od razlogov je lahko pomanjkanje informacije: 21,7 % tujcev je odgovorilo »ne vem« vs. 18,7 % Slovencev; je pa proporcionalno več tujcev odgovorilo »ne« (26 % vs. 12,5 % Slovencev). So morda Slovenci odprtejši za različne možnosti? Upoštevamo, da k temu lahko prispeva poznavanje kraja, poti ipd.

**20. STE ZAZNALI PRIZADEVANJA IN POBUDE ZA TRAJNOST V DESTINACIJI BOHINJ?**

	SLO	TUJ
da	10	2
ne	2	16
ne vem	3	5
ni podatka	1	



Ta prizadevanja je zaznalo proporcionalno zaznalo bistveno več Slovencev (62,5 % vs. 8,6 % tujcev), kar ni presenetljivo, ker so Bohinj že obiskali.

**21. ČE JE ODGOVOR DA, PROSIM OZNAČITE PODROČJA, NA KATERIH STE ZAZNALI PRIZADEVANJA**

	SLO	TUJ
promet	3	1
gradnja	1	
energetika	1	
upravljanja z odpadki	4	2
upravljanja z odpadnimi vodami		
ekološka čistila		
vključenost lokalne skupnosti	1	
ekološka prehrana	1	
ponudba lokalnih ponudnikov	4	2
ni podatka	1	

Poleg upravljanja z odpadki in ponudbe lokalnih ponudnikov (vsakič po 25 %) so Slovenci poudarili tudi prizadevanje na urejanje prometa (18,7 %)

## 21. ALI STE SEZNANJENI Z NASLEDNJO PONUDBO V BOHINJU?

### A. KARTICA GOST BOHINJA: ALI STE SEZNANJENI?

	SLO	TUJ
da	2	1
ne	13	22
ne vem		
ni podatka	1	

### ALI STE JO KUPILI/UPORABILI?

	SLO	TUJ
da		1
ne	15	22
ne vem		
ni podatka	1	1

### ČE NE, ALI BI JO KUPILI/UPORABILI?

	SLO	TUJ
da	2	1
ne	6	7
ne vem	7	14
ni podatka	1	1

Tujci so bistveno manj odločni, ali bi jo uporabili ali ne (60,8 % vs. 43,7 % Slovencev), so pa tudi vsi neinformirani o njej.

## B. HOP - ON HOP - OFF AVTOBUS IZ BOHINJA NA POKLJUKO: ALI STE SEZNANJENI?

	SLO	TUJ
da	2	4
ne	13	19
ne vem		
ni podatka	1	

### ALI STE GA UPORABILI?

	SLO	TUJ
da		
ne	15	21
ne vem		
ni podatka	1	2

### ČE NE, ALI BI GA UPORABILI?

	SLO	TUJ
da	5	3
ne	4	6
ne vem	6	13
ni podatka	1	1

Tujci so bolj seznanjeni z avtobusom kot s Kartico Gost Bohinja. Več anketirancev iz obeh skupin je odgovorilo, da bi uporabili avtobus, pri tem več Slovencev kakor tujcev.

### C. TURISTIČNI PAKETI BOHINJ: ALI STE SEZNANJENI?

	SLO	TUJ
da	1	1
ne	14	21
ne vem		
ni podatka	1	1

### ALI STE GA UPORABILI?

	SLO	TUJ
da		
ne	15	22
ne vem		
ni podatka	1	1

## ČE NE, ALI BI GA UPORABILI?

	SLO	TUJ
da	5	2
ne	2	6
ne vem	8	14
ni podatka	1	1

Kakor pri obeh prejšnjih vprašanjih, gre za nepoznavanje omenjene ponudbe. Skoraj nobeden ni seznanjen s paketi. Je pa seveda tudi vprašanje, ali so takšna vprašanja sploh primerna za enodnevne turiste. Izziv je v ponudbi, ki bi bila »uporabna« za dnevne turiste, in načinu seznanjanja z njo.

## 22. ALI POZNATE KOLEKTIVNO TRŽNO ZNAMKO BOHINJSKO?

	SLO	TUJ
da	7	
ne	8	23
ne vem		
ni podatka	1	

## KJE STE JO ZAZNALI?

	SLO	TUJ
v trgovini	3	
vrečke	1	
Bohinj, Srednja vas	1	
internet	1	1
TV	1	

## ALI STE KUPILI KAKŠEN IZDELEK?

	SLO	TUJ
da	5	
ne	9	15
ne vem	1	5
ni podatka	1	3

## KAKOVOST IZDELKOV

	SLO	TUJ
v redu	2	
dobro/good	1	1
OK	1	
ni podatka	1	

Odgovori kažejo na veliko razliko v seznanjenosti anketirancev s tržno znamko Bohinjsko: poznalo jo je 43 % slovenskih obiskovalcev in noben tujec, kar ni presenetljivo, če so bili prvič v Bohinju. Največ je bilo tistih, ki so znamko zaznali v trgovinah; 31,2 % je nekaj kupilo, skoraj vsi so razmeroma pozitivno ocenili kakovost izdelkov.

## V. PONUDBA V BOHINJU

### 23. OCENA ATRAKCIJ OZ. AKTIVNOSTI - SLO

	veliko boljše od pričakovanega	boljše od pričakovanega	kot pričakovano	slabše od pričakovano
doživetja naravne in kulturne dediščine	3	4	8	
doživetja rekreacije v naravi	3	4	8	
nastanitev		3	2	1*
prehrana		4	6	1
prireditve		5	3	

\*Odgovori o nastanitvi so zanimivi, ker gre za enodnevne obiskovalce.

Če seštejemo kategorije boljše od »kot pričakovano«, so slovenski obiskovalci najboljše ocenili doživetja naravne in kulturne dediščine kakor tudi doživetja v naravi (vsak po 43,7%). Enako velja za kategorijo "kot pričakovano" (vsak po 50 %).

### 23. OCENA ATRAKCIJ OZ. AKTIVNOSTI - TUJ\*

	veliko boljše od pričakovanega	boljše od pričakovanega	kot pričakovano	slabše od pričakovano
doživetja naravne in kulturne dediščine	1	6	8	
doživetja rekreacije v naravi	2	7	7	
nastanitev		3	6	
prehrana		4	7	
prirejitve		1	3	

\*ni podatka: 5

Najpozitivneje so bila ocenjena doživetja rekreacije v naravi (39,1 %), nato doživetja naravne in kulturne dediščine (30,4 %), kar se nekoliko razlikuje od slovenskih obiskovalcev, vendar je še vedno osredinjeno na naravo. V obeh primerih (pri Slovencih in tujcih), ni veliko odgovorov »veliko boljše od pričakovanega« v primerjavi s številom odgovorov »boljše od pričakovanega«.



## 24. KOLIKO DENARJA PORABITE NA OSEBO NA DAN MED VAŠIM BIVANJEM?

(vključno z nastanitvijo, če ste prenočili, prevozom, hrano in pijačo, nakupovanjem in stroški)

	SLO	%	TUJ	%
< 25 EUR	8	50 %	8 %	34,7 %
25–50 EUR	6	46,1 %	11	47,8 %
50–100 EUR			1	12,3 %
100–200 EUR				
> 200 EUR				
ni podatka	2	12,5 %	3	13 %

Razlika med slovenskimi in tujimi obiskovalci je v tem, da slednji porabijo več denarja.

## VI. RAZNO

### 25. KATERE DOGODKE IN TURISTIČNE PRODUKTE POZNATE?

	SLO	TUJ
svetovni pokal v biatlonu	7	1
festival alpskega cvetja	4	
novoletne prireditve	2	
glasbeno poletje	2	
tradicionalne poletne prireditve	2	

	SLO	TUJ
dnevi pohodništva	2	
Zeleni vikend	1	
ribiški festival	1	
ni podatka	6	22

Samo en tuj obiskovalec je poznal eno prireditev, tj. svetovni pokal v biatloni, ki je tudi najbolj znana prireditev med slovenskimi anketiranci (43,7 %). Sledi Mednarodni festival alpskega cvetja (24 %), pa novoletne prireditve, glasbeno poletje in tradicionalne poletne prireditve (vsaka po 12,5 %).

## 26. PROSIMO, IZRAZITE VAŠE STRINJANJE S PODANO TRDITVIJO: NA SPLOŠNO SEM ZADOVOLJEN/A S SVOJIM OBISKOM

	SLO	TUJ
zelo se strinjam	6	5
strinjam se	9	13
sem neopredeljen/a		1
ne strinjam se		
sploh se ne strinjam		
ni podatka	1	3
ni podatka (don't know yet)		1

S trditvijo se je strinjalo 93,7% vseh slovenskih anketirancev in 78,2 % vseh tujih anketirancev. Manj je bilo tujih anketirancev, ki so se zelo strinjali s trditvijo (21,7 % vs. 37,5 %

Slovencev). Trije tuji anketiranci niso odgovorili na vprašanje, en tujec je odgovoril »ne vem«, kar pomeni da 17,3 % ni odgovorilo na vprašanje.

## 27. KAJ VAM JE V BOHINJU POSEBEJ VŠEČ?

	SLO	TUJ
narava (splošno)	13	4
pohodniške/kolesarske poti	1	1
ljudje	1	1
urejenost	1	
voda	1	
ladja	1	
jezero/lake		3
pokrajina/scenery		2
pohodništvo		4
Info point Bohinj		1
Mostnica (gorge, river)		3
very beautiful		1
ni podatka		9 (1x: we only got to slap; 2x: we just got here)

Anketiranci so lahko izbrali več odgovorov. Ker nas zanima, kako ljudje vrednotijo naravo, sem vsak odgovor obravnavala posebej. Za 81,2 % vseh slovenskih anketirancev je naravo tisto, kar jim je v Bohinju posebej všeč. Tuji anketiranci so omenili naravo (17,3 %) in tudi posamične naravne vrednote: jezero (13 %) in pokrajina (8,6 %) in Mostnica (13 %), skupaj 52,1 %. Tuji anketiranci so poudarili tudi aktivnosti v naravi: pohodništvo (17,4 %) in pohod-

niške/kolesarske poti (4,3 %). Zelo veliko tujih anketirancev (39,1 %) ni odgovorilo na vprašanje - morda zaradi tega, ker so bili v Bohinju prvič.

## 28. KAJ VAS MOTI V BOHINJU?

	SLO	TUJ
nič		5
ne vem še		1
cene parkirišč	3	
preveč turistov/prometa	1	1
premalo javnih stranišč	1	
cene (splošno)	2	2
dež/rain		2
ni podatka	9	12

Za slovenske anketirancev (31,2 %) so bile najbolj moteče cene, 18,7 % je omenilo cene parkirišč. Cene so bile moteče za 8,6 % tujih anketirancev. Velik del anketirancev (56,2 % Slovencev in 52,1 % tujcev) sploh ni odgovoril na vprašanje. Poleg tega pa je 21,7 % vseh tujih anketirancev odgovorilo »nič« in 4,3 % »ne vem še«. Zanimivo je, da je bil promet omenjen kot moteč faktor, vendar le 4,3 % tujih in 6,3 % slovenskih anketirancev.

## 29. BOSTE ŠE PRIŠLI V BOHINJ?

	SLO	TUJ
da	14	10
ne		1
ne vem	1	11
ni podatka	1	1

Razliko med slovenskimi in tujimi anketiranci lahko pojasnimo tako, da se slovenski anketiranci se že vnaprej identificirajo kot stalni oz. povratni obiskovalci, večina tujih anketirancev pa je bila v Bohinju prvič.

## 30. BOSTE PRIPOROČILI BOHINJ SVOJIM PRIJATELJEM?

	SLO	%	TUJ	%
da	14	35,9 %	18	46,15 %
ne			1	2,6 %
ne vem	1	2,6 %	3	7,7 %
ni podatka	1	2,6 %	1	2,6 %

### 31. MOREBITNI PREDLOGI - SLO

	število
na poteh Korite Mostnice ni smetnjakov	1
parkiranje je malo predrago	1
včasih je parkirišče na Planini Blato prepolno	1
ni podatka	15

### 31. MOREBITNI PREDLOGI - TUJ

	število
more path signs	1
more info on trails, huts, paths	1
ni podatka	21

Velika večina vseh anketirancev ni odgovorila na vprašanje (več kot 90 % pri vsaki skupini.)

### **3.2. DODATNA ANALIZA GRADIVA OPREDELITEV IN PRIMERJAVA RAZLIČNIH CILJNIH SKUPIN: OBISKOVALCI/ANKETIRANCI**

V tem delu smo obdelali oz. primerjali gradivo, ki smo ga dobili za vse anketirance skupaj (ločeni slovenski in tuji) in za enodnevne obiskovalce, da bi ugotovili razlike med skupinami obiskovalci (enodnevnimi in drugimi). Primerjali smo analizo, ki jo je pripravil projektni partner Turizem Bohinj na podlagi zbranega gradiva in analize enodnevnih obiskovalcev. Turizem Bohinj je pripravil vse tabele v tem poglavju.

Posebej bomo obravnavali samo izbrana anketna vprašanja, tj. tista, ki nam lahko pomagajo pri spoznavanju značilnosti ciljnih skupin, pri opredelitvi morebitnih načinov diseminacije za vsako skupino in pripravi glavnih sporočil za različne ciljne skupine na podlagi pomembnih razlik med njimi.

### **5. KJE STE PRIDOBILI INFORMACIJE O BOHINJU?**

Enodnevni anketiranci (37,5% slovenski, 39,1% tuji) največkrat uporabljajo kombinacijo različnih virov. Za slovenske enodnevnne anketirance je med posamičnimi viri najpopularnejši internet (9 oz. 56 %, tudi v kombinaciji z drugimi viri), za tujce so najpopularnejši internet (11 oz. 47,8 %, tudi v kombinaciji z drugimi viri), prospekti in vodniki (7 oz. 30,4 %) in kombinacija vodniki + internet (6 oz. 26 %).

		TIC	sejem	prospekti, vodniki	internet	prijatelji, sorodniki	združenja, društva	druugo	kombinacija (vodniki, prospekti, internet, sorodniki)	ni podatka	skupaj
<b>domači</b>	<b>število</b>	2	0	5	14	20	0	14	29	4	88
	<b>%</b>	2,3	0,0	5,7	15,9	22,7	0,0	15,9	33,0	4,5	100,0
<b>tuji</b>	<b>število</b>	7	5	23	56	30	0	16	81	0	218
	<b>%</b>	3,2	2,3	10,6	25,7	13,8	0,0	7,3	37,2	0,0	100,0
<b>skupaj</b>		9	5	28	70	50	0	30	110	4	306
<b>skupaj %</b>		2,9	1,6	9,2	22,9	16,3	0,0	9,8	35,9	1,3	100,0

Če primerjamo enodnevne in vse anketirance, pri uporabi kombinacije virov ni opaznejših razlik; opazen je višji odstotek enodnevnih anketirancev, ki uporabljajo kombinacijo virov (slovenski enodnevni 37,5 %, Slovenci skupaj 33 %; tuji enodnevni 39,1 %, tujci skupaj 37,2 %, vsi skupaj 35,9 %). Zanimivo je, da je nekaj razlik pri uporabi interneta kot edinega vira informacij: 25 % slovenskih enodnevnih obiskovalcev vs. 15,9 % vseh Slovencev; pri tujih anketirancih pa je bilo nasprotno - 13 % enodnevnih tujih anketirancev je uporabilo samo internet v primerjavi s 25,7 % vseh tujih anketirancev.



## 6. OD KOD STE PRIPOTOVALI V BOHINJ?

		od doma	z druge destinacije	ni podatka	skupaj
<b>domači</b>	<b>število</b>	<b>82</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>88</b>
	<b>%</b>	<b>93,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0</b>
<b>tuji</b>	<b>število</b>	<b>90</b>	<b>126</b>	<b>2</b>	<b>218</b>
	<b>%</b>	<b>41,3</b>	<b>57,8</b>	<b>0,9</b>	<b>100,0</b>
<b>skupaj</b>		<b>172</b>	<b>129</b>	<b>5</b>	<b>306</b>
<b>skupaj %</b>		<b>56,2</b>	<b>42,2</b>	<b>1,6</b>	<b>100,0</b>

Vsi slovenski »dnevni« anketiranci so prišli od doma; ta odstotek je nekoliko višji kakor pri vseh slovenskih anketirancih (93,2 % jih je prišlo od doma). Skoraj vsi enodnevni tuji obiskovalci, tj. 95,7 % so prišli iz bližnjih krajev, z izjemo ene osebe, ki je prišla s Hrvaške. Ta podatek je opazno drugačen od deleža vseh tujih anketirancev, ki pridejo v Bohinj iz drugega kraja, tj. 57,8 %.

## KRAJI, OD KODER TUJI GOSTJE PRIDEJO V BOHINJ NAJPOGOSTEJE

Slovenske destinacije	št. gostov	%
Bled	41	32,5
Ljubljana	15	11,9
drugo	26	20,6
<b>Skupaj</b>	<b>82</b>	<b>65,1</b>

Tuji gostje prihajajo v Bohinj iz več različnih krajev po Sloveniji, najpogosteje z Bleda (32,5 %), kar se precej razlikuje od podatka o tujih dnevnih anketirancih, od katerih jih je 60,8 % prišlo z Bleda. Vendar je za obe skupini Bled najpogostejši slovenski kraj, od koder pridejo v Bohinj. V primeru vseh tujih anketirancev je naslednji najpogostejši kraj prihoda Ljubljana (11,9 %), pri enodnevnih tujih anketirancih odpade 73,9 % na Bled, Radovljico in Lesce, preostali delež pa kaže na prihode, enakomerno iz različnih krajev, med katerimi pa ni Ljubljane.

### 13. V KATERIH LETNIH ČASIH OBISČETE BOHINJ?

		spomladi	poleti	jeseni	pozimi	večkrat na leto	ni podatka	skupaj
<b>domači</b>	<b>število</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>88</b>
	<b>%</b>	0,0	59,1	0,0	0,0	22,7	18,2	<b>100,0</b>
<b>tuji</b>	<b>število</b>	<b>2</b>	<b>199</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>218</b>
	<b>%</b>	0,9	91,3	0,9	0,0	3,2	3,7	<b>100,0</b>
<b>skupaj</b>		<b>2</b>	<b>251</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>306</b>
<b>skupaj %</b>		<b>0,7</b>	<b>82,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>	<b>8,8</b>	<b>7,8</b>	<b>100,0</b>

Tuji enodnevni obiskovalci pridejo predvsem poleti (78,2 %), če pa upoštevamo vse tuje obiskovalce, je ta delež še višji (91,3 %). Majhna skupina tujih anketirancev (3,2 %) pride v Bohinj večkrat na leto; med tujimi enodnevnimi anketiranci ni primerljive skupine. Odstotek slovenskih anketirancev, ki pride zgolj poleti, je znatno nižji (59,1 %), vendar nimamo primerljivih podatkov za enodnevne slovenske goste, ker je 75 % enodnevnih slovenskih anketirancev preskočilo to vprašanje. Za to vprašanje v bistvu nimamo zanesljivih podatkov za slovenske enodnevne obiskovalce.

#### **14. RAZLOG ZA OBISK BOHINJA - SLO**

Jezero, pokrajina in mir/počitek so najpogosteje navedeni glavni oz. zelo pomembni razlogi (25 %), sledijo Julijske Alpe, naravna dediščina in pohodništvo (18,75 %). Večina teh razlogov je povezana z naravo oz. z aktivnostmi v naravi. Žal pa ti podatki niso preveč zanesljivi, ker je na vprašanje odgovorilo samo 25 % slovenskih enodnevnih anketirancev. Če upoštevamo vse slovenske anketirancev, je za 30–40 % domačih gostov glavni ali zelo pomemben razlog za obisk Bohinja pohodništvo, pokrajina, mir, počitek in sprostitvev ter jezero. Triglavski narodni park in Julijske Alpe nista tako zelo pomembna razloga, so pa Julijske Alpe med pogostejšimi razlogi pri enodnevnih gostih (18,75 %).

#### **14. RAZLOG ZA OBISK BOHINJA - TUJ**

Med tujimi enodnevnimi obiskovalci je najpogosteje naveden glavni razlog oz. zelo pomemben razlog pohodništvo, sledijo TNP, jezero, naravna dediščina in Julijske Alpe. Med vsemi tujimi gosti so glavni razlogi oz. zelo pomembnimi za obisk Bohinja prav tako pohodništvo, pokrajina in jezero kakor tudi Triglavski narodni park in Julijske Alpe. To je pomembna razlika med slovenskimi in tujim obiskovalci: slednji poznajo TNP, tudi kot razlog za obisk, čeprav so številni tuji anketiranci prvič v Bohinju. Naše vprašanje je, ali gre pri TNP za pozornost na specifičen park ali za nacionalni park kot splošnejšo vrednoto.

#### IV. PREVOZ

##### 16. KATERE OBLIKE PREVOZA STE UPORABILI ZA PRIHOD V BOHINJ?

		vlak	letal o	avto bus	last en avto	naje t avto	kolo	avto dom	hoja	kom bina cija	skupaj
do- mači	števil o	2	0	3	73	0	1	1	0	8	88
	%	2,3	0,0	3,4	83,0	0,0	1,1	1,1	0,0	9,1	100,0
tuj	števil o	2	5	11	138	21	2	7	3	29	218
	%	0,9	2,3	5,0	63,3	9,6	0,9	3,2	1,4	13,3	100,0
skupaj		4	5	14	211	21	3	8	3	37	306
skupaj %		1,3	1,6	4,6	69,0	6,9	1,0	2,6	1,0	12,1	100,0

Odstotek anketirancev, ki pride v Bohinj s svojim ali najetim avtomobilom, je približno enak pri vseh skupinah, le pri pregledu vseh tujih anketirancev je številka nekoliko nižja, tj. 72,6 % (nekoliko se poveča, če dodamo še prevoz z avtodomi); sicer je ta delež nad 80 %. Med tujimi in slovenskimi obiskovalci skupaj je v primerjavi z enodnevnimi obiskovalci opazno višji odstotek tistih, ki kombinirajo različne oblike prevoze, kar lahko pojasnimo z dolžino obiska. Za enodnevne obiskovalce bi morale biti kakršne koli ponujene variante, zlasti v zvezi z javnim prevozom, časovno racionalne.

## 17. KATERE OBLIKE PREVOZA UPORABLJATE MED VAŠIM BIVANJEM V BOHINJU?

		kolo	taksi	avtobus	ladja	gon dola	zasebni avto	peš	dru go	kom bina cija	ni pod atka	sku paj
<b>do- mači</b>	<b>število</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>88</b>
	<b>%</b>	9,1	0,0	1,1	0,0	2,3	35,2	6,8	0,0	40,9	4,5	<b>100,0</b>
<b>tuji</b>	<b>število</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>98</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>74</b>	<b>3</b>	<b>218</b>
	<b>%</b>	5,5	0,9	5,0	1,8	1,8	45,0	3,2	1,4	33,9	1,4	<b>100,0</b>
<b>skupaj</b>		<b>20</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>129</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>110</b>	<b>7</b>	<b>306</b>
<b>skupaj %</b>		<b>6,5</b>	<b>0,7</b>	<b>3,9</b>	<b>1,3</b>	<b>2,0</b>	<b>42,2</b>	<b>4,2</b>	<b>1,0</b>	<b>35,9</b>	<b>2,3</b>	<b>100,0</b>

Če obravnavamo tuje obiskovalce kot skupino, vidimo, da se ponavlja vzorec tujih enodnevnih obiskovalcev: tujci so med obiskom v Bohinju bolj odvisni od svojih avtomobilov, vendar je ta delež še višji pri enodnevnih gostih (60,8 % vs. 45 %). Pri slovenskih obiskovalcih ni bistvenih razlik pri uporabi avtomobila, le da enodnevni obiskovalci nekoliko manj kombinirajo različna prevozna sredstva (37,5 %) kot vsi slovenski obiskovalci skupaj (40,9 %).

Zelo pomembno bi bilo tujce nagovoriti oz. jim predstaviti različne možnosti prevoza po Bohinju, da bi bili z njimi seznanjeni, še preden se odpravijo na pot.

## 18. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJO MEHKE MOBILNOSTI DOSTOPA DO BOHINJA, NPR. AVTOBUS, VLAK, KOLO, ČE BI OBSTAJALA POVEZAVA DO KONČNEGA CILJA BIVANJA/ATRAKCIJE V BOHINJU?

Podatki za vse anketirance skupaj se ujema z obdelanimi podatki o enodnevnih turistih. Če upoštevamo vse anketirance, ugotovimo, da je višji odstotek slovenskih anketirancev

odgovoril pritrdilno (59,1 %, pri slovenskih enodnevnih je delež 62,5 %). Tuji anketiranci so odgovorili pritrdilno v 37,6 % vseh primerov, pri enodnevnih tujih turistih je ta delež 43,4 %. Eden od razlogov je pri obeh skupinah tujih obiskovalcev lahko pomanjkanje informacij (namreč, 21,7 % enodnevnih tujih turistov je odgovorilo »ne vem« in 25,7 % vseh tujih turistov). Ta deleža sta višja kakor pri slovenskih turistih.

		da	ne	ne vem	ni podatka	skupaj
<b>domači</b>	<b>število</b>	<b>52</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>88</b>
	%	59,1	21,6	13,6	5,7	100,0
<b>tuji</b>	<b>število</b>	<b>82</b>	<b>72</b>	<b>56</b>	<b>8</b>	<b>218</b>
	%	37,6	33,0	25,7	3,7	100,0
<b>skupaj</b>		<b>134</b>	<b>91</b>	<b>68</b>	<b>13</b>	<b>306</b>
<b>skupaj %</b>		<b>43,8</b>	<b>29,7</b>	<b>22,2</b>	<b>4,2</b>	<b>100,0</b>

## V. PONUDBA V BOHINJU

### 23. OCENA ATRAKCIJ OZ. AKTIVNOSTI - SLO

Poudariti moramo, da 31,2 % vprašanih med enodnevnimi obiskovalci ni odgovorila na vprašanje. Enodnevni obiskovalci so najpozitivneje ocenili doživetje narave in kulturne dediščine kakor tudi rekreacijo v naravi, sledila je prehrana. Če upoštevamo vse slovenske obiskovalce, so podatki dokaj podobni, le da je doživljanje narave in kulturne dediščine ocenjeno nekoliko višje od rekreacije v naravi, sledi nastanitev v Bohinju in nato prehrana.

Aktivnosti /Kriterij	Veliko boljše od pričakovane	Boljše od pričakovane	Kot pričakovano	Slabše od pričakovane	Veliko slabše od pričakovane
Doživetja narave in kulturne dediščine	19	27	34	0	0
Doživetja rekreacije v naravi	17	26	32	0	0
Nastanitev v Bohinju	12	21	34	4	1
Prehrana v Bohinju	7	18	40	3	2
Prireditve v Bohinju	5	13	42	2	1

## 23. OCENA ATRAKCIJ OZ. AKTIVNOSTI - TUJ

Aktivnosti /Kriterij	Veliko boljše od pričakovane	Boljše od pričakovane	Kot pričakovano	Slabše od pričakovane	Veliko slabše od pričakovane
Doživetja narave in kulturne dediščine	42	81	76	0	0
Doživetja rekreacije v naravi	43	83	68	2	0
Nastanitev v Bohinju	15	46	105	17	0
Prehrana v Bohinju	5	38	107	19	3
Prireditve v Bohinju	7	20	94	9	0

Med enodnevnimi tujimi obiskovalci je bilo najpozitivneje ocenjeno doživetje rekreacije v naravi (39,1 %), za tem doživetja narave in kulturne dediščine (30,4 %), kar se nekoliko razlikuje od slovenskih obiskovalcev, vendar se ujema s podatki, ki veljajo za vse tuje anketirance – razlika med njimi in enodnevnimi tujimi turisti je v tem, da za tem uvrščajo nastanitev, enodnevni pa prehrano.

## VI. RAZNO

### 26. PROSIMO, IZRAZITE VAŠE STRINJANJE S PODANO TRDITVIJO: NA SPLOŠNO SEM ZADOVOLJEN/A S SVOJIM OBISKOM

92% vseh slovenskih anketirancev se je strinjalo ali zelo strinjalo s trditvijo, kar je le nekoliko manj kakor pri slovenskih enodnevnih anketirancih (93,7 %). 90,8 % vseh tujih anketirancev se je strinjalo ali zelo strinjalo s trditvijo, kar je opazno več kakor pri tujih enod-



nevnih anketirancih (78,2 %). Pomembno je dodati, da trije tuji enodnevni obiskovalci niso odgovorili na vprašanje in da je eden odgovoril z »ne vem«, kar pomeni, da na vprašanje ni odgovorilo 17,3 % anketiranih.

		zelo se strinjam	strinjam se	sem neodločen/a	ne strinjam se	sploh se ne strinjam	ni podatka	SKUPAJ
<b>domači</b>	<b>število</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>88</b>
	<b>%</b>	46,6	45,5	2,3	0,0	0,0	5,7	100,0
<b>tuji</b>	<b>število</b>	<b>109</b>	<b>89</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>218</b>
	<b>%</b>	50,0	40,8	4,1	0,9	0,0	4,1	100,0
<b>skupaj</b>		<b>150</b>	<b>129</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>306</b>
<b>skupaj %</b>		<b>49,0</b>	<b>42,2</b>	<b>3,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>	<b>4,6</b>	<b>100,0</b>

## 27. KAJ VAM JE V BOHINJU POSEBEJ VŠEČ?

Pri tem vprašanju so ljudje lahko podali več odgovorov, tako da bomo v primerjavi govorili predvsem o pogostosti oz. številu podobnih izjav. Če obravnavamo vse slovenske anketirance skupaj, ugotovimo, da se 33 od 80 izjav nanaša na neokrnjeno naravo (tj. 41,2 %). Poleg tega se 28 dodatnih izjav (35 %) izjav nanaša na naravo, bodisi na določeno naravno znamenitost (jezero, gore) ali v kombinaciji z drugimi znamenitostmi (narava, ljudje). Skupaj 76,2 % vseh izjav omenja naravo oz. bohinjske naravne znamenitosti. 81,2 % vseh slovenskih enodnevnih anketirancev je omenili naravo kot tisto, kar jim je v Bohinju posebej všeč .

Narava je najbolj všeč tudi tujim obiskovalcem: 30 % ali 49 izjav je poudarilo samo naravo. Če pa, kakor pri slovenskih anketirancih, obravnavamo še izjave, ki se nanašajo na naravo oz. naravne znamenitosti, je to 86 izjav ali 57,7 %, skupaj pa 82,8 % ali 135 izjav. Enodnevni

tuji anketiranci so omenili naravo (17,3 %) kakor tudi posamične naravne vrednote, npr. jezero (13 %), pokrajino (8,6 %) in Mostnico (13 %), skupaj 52,1 %, kar je manj kakor v skupini vseh tujih anketirancev.

## 28. KAJ VAS MOTI V BOHINJU?

Če obravnavamo vse slovenske anketirance, ugotovimo, da je med njihovimi izjavami manj negativnih kakor pozitivnih izjav: negativnih je 65, vendar je od teh 36 odgovorilo »nič«, kar pomeni, da je čisto negativnih izjav 29. Med temi se jih veliko nanaša na promet in gnečo: kar 10 (15,4 %) jih je navedlo poletno gnečo/promet, osem (12,3 %) visoko ceno ali sploh plačilo parkirnine, sledijo visoke cene (nasploh) in neurejeno parkiranje (vsakič po pet izjav oz. 7,7 %). Če seštejemo izjave o motečih cenah in dragi parkirnini, je izjav o motečih cenah 13 oz. 20 %. Cene so bile na prvem mestu pri enodnevnih slovenskih anketirancih (31,2 %), 18,7% jih je omenilo prav cene za parkiranje, samo za 6,3 % je bil moteč promet.

Če upoštevamo anketne odgovore vseh tujih obiskovalcev (162), je bilo 111 (68,5 %) pozitivnih, pri tem so všteti tisti, ki so napisali »nič«. Od drugih 51 jih je 15 navedlo različne težave z zvezi z prometom in gnečo, po osem visoko parkirnino in visoke cene. Cene so bile moteče za 8,6 % enodnevnih tujih anketirancev, promet pa samo pri 4,3 % enodnevnih tujih obiskovalcev.

## 5. NAPOTKI ZA KOMUNIKACIJSKI NAČRT

Glede na opravljene analize si prizadevamo komunikacijski načrt sestaviti tako, da bodo upoštewane glavne značilnosti ciljnih skupin, ki smo jih identificirali, in da bodo upoštewane pomembne razlike med slovenskimi in tujimi obiskovalci kakor tudi posebnosti enodnevnih obiskovalcev (domačih in tujih), zaradi katerih je posebej ob koncih tedna med visoko poletno sezono avtomobilski promet zelo povečan.

### 5.1. POSREDOVANJE INFORMACIJ O BOHINJU

Če sledimo analizi pridobljenega gradiva, ugotovimo, da anketiranci najraje iščejo informacije o Bohinju v več medijih. To pomeni, da je treba posredovati informacije o mobilnosti in parkiranju v Bohinju v več različnih medijih: med njimi so najpomembnejši internet, prospekti/vodniki in informacije prijateljev in sorodnikov. Zelo malo ljudi je omenilo kot pomembne vire v samem kraju, pomeni, da večina ljudi izve več o Bohinju pred samo potjo oz. pred prihodom v Bohinj. Razlike med ciljnimi skupinami najdemo v kombinaciji virov oz. v večjem poudarku katerega od virov: npr. višji odstotek tujih obiskovalcev uporablja internet in prospekte, višji odstotek slovenskih obiskovalcev omenja prijatelje/sorodnike kot vir informacij.

Zaradi tega je treba razviti večplastno strategijo za posredovanje informacij z uporabo več različnih medijev.

Ena izmed pomembnih ugotovitev je, da zelo veliko tujih obiskovalcev (zlasti enodnevnih) pride v Bohinj iz drugega kraja v Sloveniji. Zaradi tega je treba v strategijo vključiti ukrepe za posredovanje informacij o Bohinju o različnih oblikah prevoza do Bohinja in mobilnosti v Bohinju v pomembnih turističnih krajih po Sloveniji (predvsem na Bledu, morda tudi Ljubljani, v različnih krajih TNP).

Omenjeno se nanaša predvsem na obiskovalce Bohinja, vendar je treba ob njih upoštevati tudi druge ciljne skupine, tj. različne lokalne skupine (občane, kmete, turistične akterje, podjetnike, lastnike gozdov/parcel v 1. coni oz. ob bolj obiskanih NV). Zaradi njih se je treba tudi odločiti za najučinkovitejše oblike komunikacije, npr. okrogle mize, članke v lokalnem glasilu, sestanke po krajevnih skupnosti, na občinski ravni. Pri tem imajo pomembno vlogo tudi zastopniki odgovornih organov/ustanov v Bohinju – od naravovarstvenih do redarskih.

## 5.2. RAZLOGI ZA OBISK BOHINJA

Večina razlogov za obisk Bohinja je povezana z naravo (jezero, pokrajina, naravna dediščina) ali z aktivnostmi oz. sprostitev v naravi. (Odgovori na vprašanja o tem, kaj je obiskovalcem posebej všeč v Bohinju, se ujemajo z odgovori o razlogih za obisk. V Bohinju je anketirancem na splošno posebej všeč narava.)

Glavno razliko med skupinami lahko vidimo v tem, da tuji obiskovalci Bohinj povezujejo z Julijskimi Alpami in TNP; oboje so tuji anketiranci opredelili kot naravno vrednoto in razlog za obisk Bohinja. Ob tem je treba upoštevati, da so določene aktivnosti v naravi, posebej pohodništvo, pomembnejši razlog kakor sama narava. Sodeč po odgovorih tuji obiskovalci identificirajo oz. povezujejo Bohinj s konceptom naravnih vrednot oz. dediščine. To zelo veliko pove o načinu razmišljanja o naravi in o odnosih do nje in na tem je mogoče graditi komunikacijo s to ciljno skupino: lahko se sklicujemo na koncept naravne dediščine kot izhodišča za oblikovanje določene mobilne strategije za prevoze do Bohinja in po Bohinju.

Slovenski anketiranci v svojih odgovorih izražajo, da v Bohinju cenijo naravo, ki je med pomembnejšimi motivi za obisk Bohinja, vendar narave v Bohinju ne povezujejo z naravno dediščino, ki jo je vredno varovati in ohranjati. Zdi se nam pomembno, da v komunikacijskem načrtu poudarimo vprašanje naravnih vrednot Bohinja kot pomemben del naravne dediščine Slovenije in Slovencev, kar posledično lahko vpliva na odnos do narave in do slovenskih naravnih vrednot. Pojem dediščine in TNP je treba vključiti v komunikacijo o naravi, o odnosu do narave ter povezati načrtovanje mobilnosti in mobilnih praks z ohranjanjem dediščine.

Poudarek na dediščini v komunikaciji o naravi v Bohinju pomeni, da poudarimo pozitivne aktivnosti v naravi, ki so vedno sprejete boljše kakor seznam prepovedi, in pokažemo, kako so tudi alternativne mobilne prakse lahko skladne z odnosom obiskovalcev do narave.

Velika večina vseh obiskovalcev je navedla aktivnosti v naravi (zlasti pohodništvo) kot enega izmed zelo pomembnih in/ali celo najpomembnejših razlogov za obisk Bohinja. Na podlagi tega lahko tudi sklepamo, da se odnos anketirancev (zlasti tujih) do narave v turističnem kraju izraža tudi v kontekstu aktivnosti v naravi. Ko govorimo o naravi in o odnosu do narave, se lahko opremo tudi na to dejstvo in ga eksplicitno ne povežemo samo z rekreacijskimi praksami (nekatero so naravi prijaznejše od drugih), temveč tudi z drugimi, tudi mobilnimi praksami. (Na primer, veliko ljudi se že zaveda, da naše ravnanje z odpadki izraza naš odnos do okolja; odnos do okolja se tako razširi in zajame tudi naše mobilne prakse.)

### 5.3. OBLIKE PREVOZA PO BOHINJU

Čeprav je velika večina vseh anketirancev (številke so podobne za vse skupine anketirancev) prišla v Bohinju z lastnim ali najetim avtom, jih je samo polovica navedla avto kot prevozno sredstvo po Bohinju. Podatki so nekoliko višji pri tujih obiskovalcih, kar je lahko tudi izraz pomanjkljivih informacij o možnosti prevoza po Bohinju, zlasti med tistimi, ki v Bohinju pridejo prvič. Menimo, da je to izhodišče za obveščanje tujih obiskovalcev in poudarjanje oblike mehke mobilnosti po Bohinju kot sestavini turistične ponudbe v Bohinju.

Eden mojih sogovornikov je menil, da Kartica Gost Bohinja s svojo ponudbo za brezplačno celodnevno parkiranje ob jezeru v bistvu podpira in spodbuja parkiranje ob jezeru, namesto da bi preusmerila promet od jezera. Čeprav menimo, da je kartica pomembna pri zagotavljanju urejenega prometnega režima (namesto parkiranja na črno, itn.), je res, da bi lahko še bolje poudarili in razvijali možnosti, ki jih Kartica Gost Bohinja ponuja v zvezi z mehko mobilnostjo.

V bistvu gre za razvoj usklajene komunikacijske strategije, ki poudarja mehko mobilnost na več ravneh in v več različnih kontekstih, vključno s trenutnimi prizadevanji, kakršna je Kartica Gost Bohinja.

### 5.4. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJO MEHKE MOBILNOSTI - DOSTOPA DO BOHINJA?

Večina slovenskih anketirancev je bila naklonjena možnostim takšnih kombinacij, pri tujcih pa je bilo pozitivnih odgovorov manj, kar je lahko povezano tudi z njihovo kompleksnejšo prevozno logistiko in slabo obveščenostjo o razpoložljivih možnostih. Analiza odgovorov na to vprašanje poudarja pomen oz. potrebo po obveščanju, kakšne so razvijajoče se kombinacije mehke mobilnosti, ne samo za slovenske anketirance, temveč tudi za tuje enodnevne obiskovalce, ki pridejo v Bohinju iz drugih slovenskih turističnih krajev in nimajo potrebnih informacij.

Odgovori anketirancev o avtobusu Hop-on Hop-off, ki je namenjen vsem skupinam obiskovalcev, kažejo, da jim nekateri nasprotujejo (čeprav niti morda ne vedo preveč o njem) - takšnih je bilo 25 % Slovencev in 26 % tujcev. Odgovori so pokazali na razmeroma veliko skupino ljudi, veliko še neodločenih, ki bi lahko postali njegovi uporabniki.

Poudariti oz. pokazati bi morali, kako je Bohinj vpleten v trenutne regionalne, nacionalne in transnacionalne transportne mreže. Tako bi bilo razvidnejše, da imajo obiskovalci različne možnosti dostopa do Bohinja in premikanja po njem.

Enodnevnne obiskovalce od drugih loči časovna dimenzija: mehke oz. javne oblike transporta morajo biti usklajene tako, da turisti lahko dejansko pridejo Bohinj za en dan, ne da bi bili odvisni zgolj od avtomobila, tj., da odločitev za drugačen prevoz ne omejuje enodnevnega obiska. Obiskovalce je smiselno nagovoriti v duhu, da so brez avtomobila tudi brez skrbi.

## **5.5. KAJ VAS MOTI V BOHINJU?**

Najprej je treba omeniti, da večina anketirancev ni imela negativnega mnenja o Bohinju: odgovorili so »nič« ali sploh ne. Slovenski obiskovalci so največkrat omenjali težave s prometom ali gnečo in cene parkiranja v Bohinju. Enodnevnni obiskovalcev so poudarili ceno parkirnine, drugi pa promet in gnečo.

To pomeni, da je cena parkirin občutljiva tema, saj so vsaj ti anketiranci reagirali nanjo. Vendar pa ne moremo pa predvideti, kakšen bo odziv, če se bo cenovna politika parkiranja spremenila.

Tudi tuji obiskovalci so največkrat omenili težave s prometom in gnečo, sledila pa so negativna mnenja o visokih parkirninah in nasploh visokih cenah.

Če povzamemo: med težavami so anketiranci največkrat omenili promet in gnečo.

## **5.6. BOHINJCI KOT LASTNIKI/GOSPODARJI KULTURNE/NARAVNE KRAJINE**

Pomembna razsežnost oz. značilnosti Bohinja je, da je velik del Bohinja, ki spada v TNP in v zavarovano območje, v zasebni lasti. Velik del naravne pokrajine, ki ga obiščejo turisti - domači ali tuji - je v zasebni lasti Bohinjcev, ki v večji meri niso v ospredju podobe Bohinja kot turističnega kraja kakor tudi podobe Bohinja kot območja neokrnjene narave. V predstavitvi Bohinja in pokrajine kot pomembnega dela nacionalne dediščine bi bilo primerno vključiti Bohinjce, saj ima Bohinj tudi svojega lastnika/gospodarja, zlasti v primeru Mostnice. Gre namreč za pomembno kombinacijo skupne dediščine, pokrajine in njenih ljudi, ki z območjem gospodarijo. Kaj to pomeni za odnos do te narave/pokrajine?

Kaj je zasebno, kaj je »naše«, skupno, v zvezi s zasebno lastnino, zavarovanim območjem, dediščino in naravnimi vrednotami?

## 6. SMERNICE IN PRIPOROČILA ZA NADALJNJE RAZISKAVE

Ta raziskava je obravnavala razmere oz. razumevanje prometa v Bohinju v času visoke poletne sezone 2015, v času, ko so bili izvedeni le določeni ukrepi, povezani z mehko mobilnostjo. Raziskava se je tako osredinila predvsem na razumevanje trenutnih prometnih razmer pred načrtovanimi posegi, zlasti večjimi. Namen je bil preučiti razmere na terenu v Bohinju kot turističnem cilju, in sicer iz vidika različnih skupin oz. udeležencev, da bi ugotovili, kako te skupine (turisti, prebivalci idr.) dojemajo promet v Bohinju, kaj jim je všeč, kaj jih moti pri prometu in kako to vpliva na njihove vsakdanje izkušnje v Bohinju. Opredeliti smo morali tudi koncepte in merila, ki so jih uporabili v svojih izjavah oz. stališčih o prometu in o Bohinju; tudi te bi morali do neke mere uporabiti pri načrtovanju komunikacijskih strategij, ki naj bodo prilagojene različnim skupinam.

Infrastrukturni del projekta obsega niz ukrepov oz. projektov, ki so namenjeni spodbujanju mehke mobilnosti. Priporočamo, da se izvede vsaj še ena dodatna raziskava, in sicer takrat, ko bodo uresničeni vsi ti ukrepi in objekti, od manjših do večjih. To je pomembno, da pridobimo povratne informacije o tem, kako udeleženci sprejemajo te spremembe in kako vplivajo na njihove izkušnje v Bohinju. (Anketa, izvedena avgusta 2016 za novi avtobus Hop-on Hop-off, je primer takšne raziskave, s katero pridobimo povratne informacije).

Zavedamo se, da ti ukrepi predstavljajo poseg v trenutno stanje. Predvidevamo, da bodo nekatere skupine sprejele te posege bolje kakor druge, pričakujemo lahko tudi negotovnosti, tudi med tistimi, ki so bili kritični do prometnih razmer v Bohinju. Ukrepi imajo lahko tudi povsem nepričakovane učinke, učinki oz. posledice pa se lahko čez čas spremenijo. V vsakem primeru bi bilo pomembno pripraviti raziskavo tako, da bi ugotovili, kako se prometne razmere spreminjajo po uvedbi novih mehanizmov mobilnosti, in da bi lahko preučili, kako izvedeni ukrepi vplivajo na tiste težave, ki so jih sogovorniki najbolj poudarili v svojih odgovorih.

Raziskava naj bi bila kvantitativna in kvalitativna - oba pristopa se dopolnjujeta in prispevata k natančnejši podobi na terenu o vseh ciljnih skupinah. Povratne informacije so uporabne za rešitev morebitnih težav in za opredelitev dolgotrajne strategije trajnostne mobilnosti, ki zahteva sodelovanje obiskovalcev in prebivalcev.

Ob ocenjevanju poteka raziskave in analize je mogoče naslednjo fazo tudi prilagoditi oz. izboljšati glede na natančnejše določene prioritete in cilje raziskave. V tej fazi lahko predložimo nekaj mogočih izboljšav oz. popravkov, ki izvirajo iz izkušenj ob izvedbi anket in intervjujev in ob preučitvi nastalega gradiva.

1. Določena vprašanja so lahko v anketi postavljena nekoliko drugače, bolj odprto. Tako lahko sogovornika v odgovorih zaprosimo za več podatkov, posebej o razlogih za njihove odločitve pri izbiri prevoznih sredstev.
2. Izbor anketirancev bi lahko prostorsko enakomerneje razširili; tokrat je večina anketirancev anketo izpolnila ob Koritu Mostnice.
3. Smiselno bi bilo drugače sestaviti vzorec intervjuvancev, in sicer tako, da bi zajeli še prebivalce drugih naselij (Ukanc, Stara Fužina, Češnjica), ki niso bila vključena v prejšnjo raziskavo.
4. Vprašalnik bi morali sestaviti tako, da bi razlikovali med različnimi vrstami prometa (turistični/rekreativni, tovorni, lokalni).
5. Anketna raziskava naj bo sestavljena tako, da bo zajela uporabnike vseh ponujenih oblik mehke mobilnosti (avtobus Hop-on Hop-off, kolesa na železniški postaji, sistem ITS, na novo urejena parkirišča itn.)

Povratne informacije ne bi bile uporabne samo za prilagajanje mehanizmov mehke mobilnosti in komunikacijske strategije različnim ciljnim skupinam, temveč tudi za vir premislekov o naslednjih ukrepih za trajnostno in varno mobilnosti v kraju, tako za občane kakor tudi za obiskovalce, skratka, za celostno strategijo mobilnosti v kraju.

Sogovorniki so predložili naslednje dodatne ukrepe:

1. varne pešpoti v naseljih in med naselji v Bohinju (spodbujanje hoje),
2. povezovalne poti po Bohinju za mehke oblike mobilnosti (ureditev kolesarske poti spodbuja kolesarjenje),
3. povezovalne poti za mehke oblike mobilnosti med Bohinjem in Bledom (ureditev kolesarske poti spodbuja kolesarjenje),
4. boljša povezanost Bohinja z mrežo javnega prometa,
5. uskladitev urnikov javnega prometa (to je potekajoči projekt regionalnega oz. državnega formata, ki je v teku).



Predvidene ugotovitve druge faze raziskave bi bile odličen indikator za učinke mehanizmov mobilnosti med ljudmi (prebivalci, obiskovalci). Zelo pomemben kazalnik učinkovitosti teh mehanizmov pa bi bil monitoring avtomobilskega prometa v Bohinju skozi vse leto in iz leta v leto; to je navsezadnje tudi ena od zahtev projekta: doseči zmanjšanje števila avtomobilov v Bohinju, pri čemer število obiskov ne bi bilo manjše. Čeprav so bile v Bohinju raziskave o prometu izvedene že pred tem projektom, dozdaj še ni bil izveden sistematični monitoring avtomobilskega prometa v Bohinju. Zaradi tega tudi razsežnosti problematike (v smislu konkretnega števila avtomobilov) še niso povsem jasne. Z monitoringom bi lahko »problem prometa« in tudi cilje ukrepov pretvorili v konkretno število avtomobilov, kar je lahko tudi koristen podatek za komunikacijske strategije. Včasih so številke prepričljivejši dokaz od fotografij, ki pokažejo razmere v enem samem trenutku.

# PRILOGA 1: ANKETNA LISTINA (TURIZEM BOHINJ)



**BOHINJ  
SLOVENIA**

TUDI Z VAŠO POMOČJO ŽELIMO IZBOLJŠATI BOHINJSKO TURISTIČNO PONUDBO, ZATO VAS PROSIMO, DA IZPOLNITE VPRAŠALNIK / WITH YOUR HELP WE WOULD LIKE TO IMPROVE BOHINJ TOURISM. CAN YOU THEREFORE PLEASE COMPLETE THIS QUESTIONNAIRE?

## I. PODATKI / GENERAL INFORMATION

1. SPOL / SEX
  - a. moški / male
  - b. ženski / female
2. STAROST / AGE
  - a. do 18 let / up to 18 years
  - b. 18 - 30 let / years
  - c. 31 - 50 let / years
  - d. 51 - 70 let / years
  - e. nad 70 let / over 70 years
3. NARODNOST / NATIONALITY \_\_\_\_\_
4. NAVEDITE DRŽAVO IZ KATERE PRIHAJATE IN MESTO TER POŠTNO ŠTEVILKO VAŠEGA PREBIVALIŠČA / PLEASE LIST YOUR COUNTRY OF ORIGIN AND THE POSTAL CODE OF YOUR RESIDENCE  
  
Država / Country: \_\_\_\_\_  
Poštna številka in mesto / Postal code and city of residence: \_\_\_\_\_
5. KJE STE PRIDOBILI INFORMACIJE / WHERE DID YOU GET INFORMATION ABOUT BOHINJ?
  - a. TIC - turistično informativni center / tourist information centre
  - b. turistični sejmi / tourist fairs
  - c. prospekti, vodniki / guides, brochures - najbolj koristni / the most useful
  - d. internet
  - e. prijatelji, sorodniki / friends, relatives
  - f. posebna združenja, društva / special interest groups (katera / which) \_\_\_\_\_
  - g. drugo/ other \_\_\_\_\_
6. OD KOD STE PRIPOTOVALI V BOHINJ / FROM WHERE DID YOU TRAVEL TO BOHINJ?
  - a. od doma / travelled directly from home
  - b. z druge destinacije, iz katere / from another destination, please list: \_\_\_\_\_
7. V BOHINJ SEM PRIŠEL / PRIŠLA / I CAME TO BOHINJ
  - a. sam-a / alone
  - b. s partnerjem, partnerko / with partner
  - c. z družino / with family
  - d. s prijatelji / with friends
  - e. s sodelavci / with co-workers
8. ORGANIZACIJA POTOVANJA / I ORGANISED THE VISIT
  - a. individualna / on my own
  - b. turistična agencija / with tourist operator or tourist agency
  - c. avtobusni prevoznik / bus company

## II. NASTANITEV / ACCOMMODATION

9. KOLIKO DNI BOSTE PREŽIVELI V BOHINJU / HOW LONG WILL YOU STAY IN BOHINJ?
  - a. sem dnevni obiskovalec / daily visitor \*
  - b. 1-2 dni / days
  - c. 3-5 dni / days
  - d. 5-7 dni / days
  - e. več kot 7 dni / more than 7 days

\* Če ste dnevni obiskovalec, nadaljujte pri točki 13!  
If you are a daily visitor, please move on to question 13!

10. REZERVACIJO SEM OPRAVIL-A PREKO / HOW DID YOU MAKE YOUR BOOKING?
- elektronski rezervacijski sistem / electronic reservation system
  - internet
  - telefonsko / telephone
  - e-mail, fax / e-mail, fax
  - preko turistične agencije / tourist agency-operator
  - drugače / other

11. PRENOČUJEM / ACCOMMODATION Zvezdice / grade
- v hotelu / hotel 2 3 4 4 SUP
  - v penzionu / pension (boarding house) 2 3 4
  - v apartmaju / apartment 2 3 4
  - na turistični kmetiji / tourist farm 2 3
  - v kampu / camp site 2 3
  - v zasebni sobi / private room 1 2 3 4
  - v hostlu / hostel
  - pri prijateljih / with friends, relatives
  - ne prenočujem v Bohinju / outside Bohinj

12. ALI BIVATE V SLOVENIJI SAMO V ENEM KRAJU ALI V OKVIRU DOPUSTA BIVATE V VEČ KRAJIH IN KJE / WILL YOU STAY OVERNIGHT ONLY IN ONE PLACE DURING YOUR VACATION IN SLOVENIA OR WILL YOU STAY AT NUMEROUS PLACES?
- prenočujem na enem mestu / just in one place
  - prenočujem v več krajih Julijskih Alp / numerous places in the Julian Alps
  - prenočujem tudi drugje po Sloveniji / numerous places in Slovenia

### III. RAZLOG PRIHODA V BOHINJ / VISITING BOHINJ

13. V KATERIH LETNIH ČASIH OBIŠČETE BOHINJ / DURING WHICH SEASONS DO YOU VISIT BOHINJ?
- spomladi / spring
  - poleti / summer
  - jeseni / fall
  - pozimi / winter

14. RAZLOG ZA OBISK BOHINJA – PRIČAKOVANJA / REASON(S) FOR VISITING BOHINJ - EXPECTATIONS

	Glavni razlog / main reason	Zelo pomemben / very important	Pomemben / important	Nepomemben / not important	Ni razlog za obisk /not the reason
TNP / Triglav National Park					
Julijske Alpe / Julian Alps					
jezero / lake					
naravna dediščina / natural heritage					
kulturna dediščina / cultural heritage					
pohodništvo / hiking, walking					
pokrajina / landscape, scenery					
vodne aktivnosti / water activities					
kolesarjenje / cycling					
druge športne aktivnosti / other outdoor sports					
ribolov / fishing					
mir, počitek, sprostitvev / relaxation, peace					
poslovno / business					
drugo / other					

15. JE TO VAŠ PRVI OBISK DESTINACIJE BOHINJ? / IS THIS YOUR FIRST TRIP TO BOHINJ?  
a. da / yes  
b. ne / no

ČE JE ODGOVOR NE, KOLIKOKRAT STE OBISKALI BOHINJ V PRETEKLIH LETIH /  
IF NOT, HOW MANY TIMES HAVE YOU VISITED BOHINJ IN THE LAST FEW YEARS? \_\_\_\_\_

ČE JE ODGOVOR NE, KOLIKRAT NA LETO PRIDETE V BOHINJ /  
IF NOT, HOW MANY TIMES A YEAR DO YOU VISIT BOHINJ? \_\_\_\_\_

#### IV. PREVOZ / MOBILITY AND SUSTAINABILITY

16. KATERE OBLIKE PREVOZA STE UPORABILI ZA PRIHOD V BOHINJ? / WHAT FORMS OF TRANSPORTATION DID YOU USE TO GET TO BOHINJ?  
a. vlak / train  
b. letalo / airplane  
c. avtobus / bus  
d. avtomobil (lasten, od podjetja, od prijatelja) / car (personal/private, company's, friend's)  
e. avtomobil (najet) / rental car  
f. motorno kolo / motorcycle, motorbike  
g. kolo / bicycle  
h. hoja / on foot  
i. avtodom / RV  
j. drugo, prosimo navedite / other, please specify: \_\_\_\_\_

17. KATERE OBLIKE PREVOZA UPORABLJATE MED VAŠIM BIVANJEM V BOHINJU? /  
WHAT FORMS OF TRANSPORTATION DO YOU USE DURING YOUR STAY IN BOHINJ?  
a. kolo / bicycle  
b. taksi / taxi  
c. avtobus / bus  
d. ladjo ali čoln / boat  
e. gondolo / cable car  
f. zasebni avtomobil / private car  
g. drugo, prosim navedite podrobnosti / other, please specify: \_\_\_\_\_

18. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJO MEHKE MOBILNOSTI DOSTOPA DO BOHINJA, NPR. AVTOBUS, VLAKE, KOLO,  
ČE BI OBSTAJALA POVEZAVA DO KONČNEGA CILJA BIVANJA/ATRAKCIJE V BOHINJU /  
WOULD YOU DECIDE IN FAVOR OF ALTERNATIVE FORMS OF TRANSPORT TO BOHINJ SUCH AS BUS, TRAIN  
OR BICYCLE IF THERE WAS A CONNECTION TO YOUR FINAL DESTINATION IN BOHINJ?  
a. da / yes  
b. ne / no  
c. ne vem / I don't know

19. STE VI ALI KDO, KI POTUJE Z VAMI, INVALID OZIROMA IMATE VI ALI KDO, KI POTUJE Z VAMI, ZMANJŠANO  
MOBILNOST ALI DRUGE OBLIKE POSEBNIH POTREB? /  
DO YOU OR SOMEONE YOU ARE TRAVELLING WITH HAVE INVALID STATUS, LIMITED MOBILITY  
OR ANY OTHER FORM OF SPECIAL NEEDS?  
a. da / yes  
b. ne / no

Če je odgovor da, prosimo, izrazite vaše strinjanje s podano trditvijo: /

If the answer is yes, please rate whether or not you agree with the following statement:

Destinacija Bohinj upošteva zahteve obiskovalcev s posebnimi potrebami (npr. gibalna oviranost, prehranska  
oviranost, senzorna oviranost (slepi in gluhi) idr.) /

Bohinj as a tourist destination accounts for the needs of visitors with special needs (limited mobility, nutritional  
special needs, sensory limitations - visually impaired, auditory impaired)

- a. zelo se strinjam / I strongly agree  
b. strinjam se / I agree  
c. sem neopredeljen/a / I am indifferent  
d. ne strinjam se / I disagree  
e. sploh se ne strinjam / I strongly disagree

Če je odgovor da, prosimo označite področja, kjer ste zaznali posebna prizadevanja za omenjeno ciljno skupino turistov /  
if the answer is yes, please mark area in which you observed the measures taken for this particular category of tourist:

- a. nastanitev / accommodation  
b. prehrana / food  
c. javni prevoz / public transportation  
d. turistične atrakcije / tourist attractions  
e. TIC-i / Tourist information centres

Prosimo zapišite vaš komentar / Additional comments:

\_\_\_\_\_

20. STE ZAZNALI PRIZADEVANJA IN POBUDE ZA TRAJNOST V DESTINACIJI BOHINJ? /  
HAVE YOU OBSERVED OR COME INTO CONTACT WITH BOHINJ'S MEASURES AND INITIATIVES AIMED AT SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT?
- da / yes
  - ne / no
  - ne vem / I don't know

Če je odgovor, da, prosimo označite področja, na katerih ste zaznali prizadevanja /

If the answer is yes, please mark the area that best describes the measures or initiatives that you observed.

- promet / traffic or mobility
- gradnja / construction
- energetika / energy
- upravljanje z odpadki / waste management
- upravljanje z odpadnimi vodami / wastewater management
- ekološka čistila / ecological cleaning products
- ekološka prehrana / organic food
- vključenost lokalne skupnosti / community involvement
- ponudba lokalnih ponudnikov / the sale of local products

Prosimo zapišite vaš komentar: / Please write your comments:

---

21. ALI STE SEZNANJENI Z NASLEDNJO PONUDBO V BOHINJU: /  
ARE YOU ACQUAINTED WITH THE FOLLOWING OFFERS IN BOHINJ?

- A. Kartica gost Bohinja (brezplačna parkirišča in avtobusni prevozi,  
številni popusti) / Bohinj Guest Card (free parking and bus rides, discounts)

Ali ste seznanjeni s ponudbo kartice / Are you acquainted with the card?

- da / yes
- ne / no

Ali ste kupili / uporabili kartico / Have you purchased or used the card?

- da / yes
- ne / no

Če ne, ali bi jo kupili/uporabili / If not, would you purchase it?

- da / yes
- ne / no
- ne vem / I don't know

- B. Hop-on Hop-off avtobus iz Bohinja na Pokljuko / Hop-on Hop-off bus from Bohinj to Pokljuka

Ali ste seznanjeni s ponudbo avtobusnega prevoza / Are you acquainted with Hop-on Hop-off bus?

- da / yes
- ne / no

Ali ste ga uporabili / Have you used it?

- da / yes
- ne / no

Če ne, ali bi ga uporabili / If not, would you use it?

- da / yes
- ne / no
- ne vem / I don't know

- C. Turistični paketi Bohinj / Bohinj Tourist Packages (Mega, Standard, Mini, Aqua)

Ali ste seznanjeni s ponudbo paketov / Are you acquainted with these packages?

- da / yes
- ne / no

Ali ste kupili/uporabili katerega od paketov / Have you purchased any of these packages?

- da / yes
- ne / no

Če ne, ali bi ga kupili/uporabili / Would you use them?

- da / yes
- ne / no
- ne vem / I don't know



22. ALI POZNATE KOLEKTIVNO TRŽNO ZNAMKO BOHINJSKO? /  
ARE YOU ACQUAINTED WITH THE BOHINJSKO / FROM BOHINJ BRAND?  
a. da / yes  
b. ne / no

KJE STE JO ZAZNALI? / WHERE HAVE YOU COME ACROSS IT? \_\_\_\_\_

- ALI STE KUPILI KAKŠEN IZDELEK OZ. STORITEV ALI TURISTIČNI PAKET POD TO ZNAMKO? /  
HAVE YOU PURCHASED A PRODUCT, SERVICE OR TOURIST PACKAGE WITH THIS BRAND?  
a. da / yes  
b. ne / no  
c. ne vem / I don't know

ČE STE, PROSIM OCENITE KAKOVOST IZDELKOV OZ. STORITEV POD TO ZNAMKO /  
HOW WOULD YOU EVALUATE THE QUALITY OF THE PRODUCTS OR SERVICES WITH THIS BRAND?  
\_\_\_\_\_

#### V. PONUDBA V BOHINJU / VTISI O BOHINJU / EXPERIENCING BOHINJ / IMPRESSIONS OF BOHINJ

23. OCENA atrakcij oz. aktivnosti / PLEASE MARK

Aktivnosti / Activities	Kriterij / Criteria	Veliko boljše od pričakovanega / much better than expected	Boljše od pričakovanega / better than expected	Kot pričakovano / as expected	Slabše od pričakovanega / not good as expected	Veliko slabše od pričakovanega / much worse as expected
Doživetja narave in kulturne dediščine / Experiencing natural and cultural heritage						
Doživetja rekreacije v naravi / Experiencing of recreation in nature						
Nastanitev v Bohinju / Accommodation in Bohinj						
Prehrana v Bohinju / Culinary offer in Bohinj						
Prireditve v Bohinju / Events in Bohinj						

24. KOLIKO DENARJA PORABITE NA OSEBO NA DAN MED VAŠIM BIVANJEM? (vključno z nastanitvijo, če ste prenočili, prevozom znotraj destinacije, hrano in pijačo, nakupovanjem in stroški zabave) /  
HOW MUCH MONEY DO YOU SPEND PER PERSON PER DAY DURING YOUR STAY IN BOHINJ? (including accommodation, transport around Bohinj, food, drink, shopping, and recreational costs)  
a. < 25 €  
b. 25 - 50 €  
c. 50 - 100 €  
d. 100 - 200 €  
e. > 200 €

#### VI. RAZNO / OTHER QUESTIONS

25. KATERE DOGODKE IN TURISTIČNE PRODUKTE V BOHINJU POZNATE? / ARE YOU FAMILIAR WITH ANY OF THE FOLLOWING BOHINJ EVENTS?  
a. Novoletne prireditve / New Year's Events  
b. Zeleni vikend / Green Weekend  
c. Mednarodni festival alpskega cvetja / International Wild Flower Festival  
d. Glasbeno poletje / Bohinj Musical Summer  
e. Tradicionalne poletne prireditve / Traditional Summer Events  
f. Dnevi pohodništva / Hiking Festival  
g. Ribiški festival / Fishing Festival  
h. Svetovni pokal v biatlonu / Biathlon World Cup

26. PROSIMO, IZRAZITE VAŠE STRINJAJNE S PODANO TRDITVIJO:  
NA SPLOŠNO SEM ZADOVOLJEN/A S SVOJIM OBISKOM DESTINACIJE /  
PLEASE EVALUATE YOUR RESPONSE TO THE STATEMENT: I AM SATISFIED WITH MY STAY IN BOHINJ.
- a. zelo se strinjam / I strongly agree
  - b. strinjam se / I agree
  - c. sem neopredeljen/a / I am indifferent
  - d. ne strinjam se / I disagree
  - e. sploh se ne strinjam / I strongly disagree

27. KAJ VAM JE V BOHINJU ŠE POSEBEJ VŠEČ / WHAT DID YOU PARTICULARLY LIKE DURING YOUR VISIT?
- 

28. KAJ VAS MOTI V BOHINJU / WAS ANYTHING WRONG WITH YOUR VISIT?
- 

29. BOSTE ŠE PRIŠLI V BOHINJ / WILL YOU COME AGAIN?
- a. da / yes
  - b. ne / no
  - c. ne vem / I don't know

30. BOSTE PRIPOROČILI BOHINJ SVOJIM PRIJATELJEM / WILL YOU RECOMMEND BOHINJ TO YOUR FRIENDS?
- a. da / yes
  - b. ne / no
  - c. ne vem / I don't know

31. MOREBITNI PREDLOGI / YOUR SUGGESTIONS TO IMPROVE BOHINJ AS A TOURIST DESTINATION:
- 
- 

HVALA ZA VAŠ TRUD IN LEP POZDRAV / THANK YOU FOR YOUR TIME AND BEST REGARDS!

GRADIMO PRIHODNOST ZA LJUDI IN NARAVO / BUILDING A SUSTAINABLE FUTURE FOR PEOPLE AND NATURE

XXXXXXXXXX

**TURIZEM BOHINJ** | Triglavska cesta 30 | SI-4264 Bohinjska Bistrica  
t: +386 (0)4 57 47 590 | f: +386 (0)4 57 47 591 | e: info@bohinj.si | ID: SI84521147 | TRR: 01204-6030215665  
www.bohinj.si

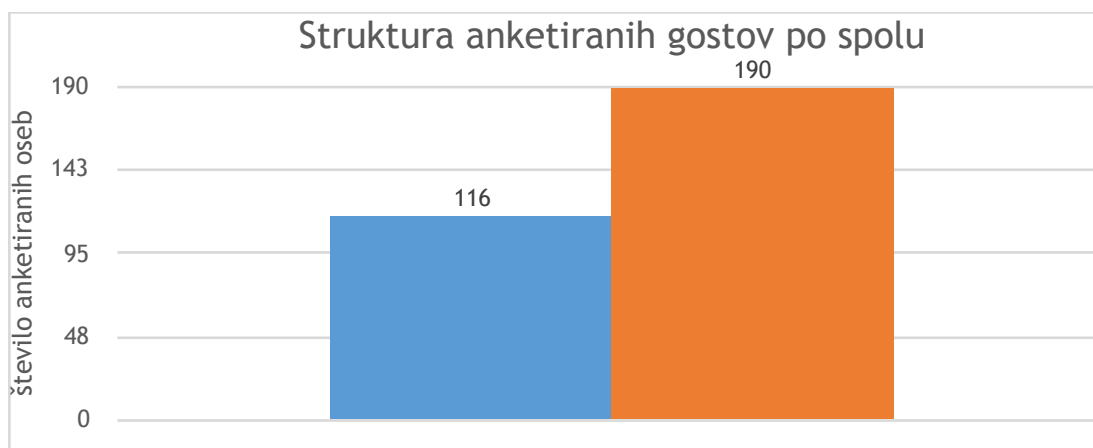
**PRILOGA 2: ANALIZA ANKETNE LISTINE (TURIZEM BOHINJ)**

**Analiza ankete opravljene med obiskovalci in gosti Bohinja  
2015**

Anketa je bila opravljena v mesecu avgustu 2015. Izvajali smo jo na različnih točkah Bohinja (okolica Bohinjskega jezera, Korita Mostnice, slap Savica, Vogel, hoteli, kampi, Pokljuka). Anketiranih je bilo 306 oseb.

**I. PODATKI**

**1. STRUKTURA ANKETIRANIH PO SPOLU**



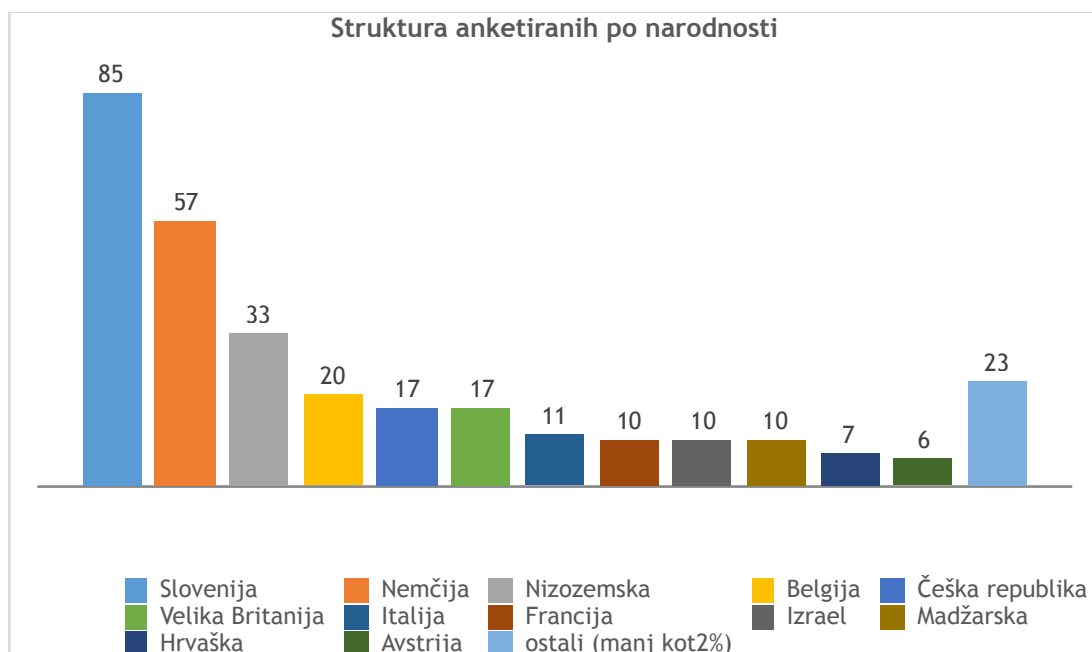


## 2. STRUKTURA ANKETIRANIH PO STAROSTNIH SKUPINAH

		do 18 let	18 - 30 let	31 - 50 let	51 - 70 let	nad 70 let	skupaj	%	%
ženske	skupaj	11	54	87	32	6	190	100,0	62,1
	domače	5	9	22	14	5	55	28,9	18,0
	tuje	6	45	65	18	1	135	71,1	44,1
moški	skupaj	3	29	54	28	2	116	100,0	37,9
	domači	1	4	16	7	2	30	25,9	9,8
	tuji	2	25	38	21	0	86	74,1	28,1
skupaj		14	83	141	60	8	306		100,0
skupaj %		4,6	27,1	46,1	19,6	2,6	100,0		



### 3. STRUKTURA ANKETIRANIH PO NARODNOSTI



Struktura anketiranih oseb odraža prav podobno sliko kot sicer statistični podatki nočitev v Bohinju.

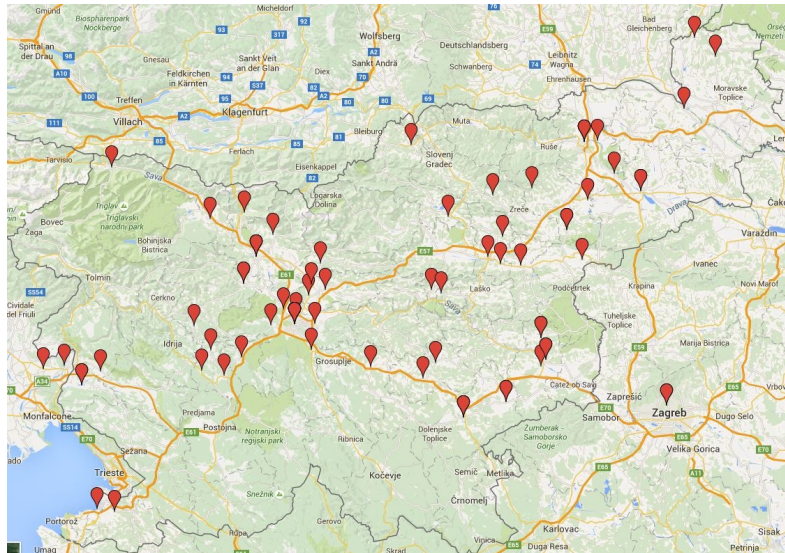
	delež anketiranih v %	delež nočitev v %*
Slovenija	27,8%	30,5%
Nemčija	18,6%	14,5%
Nizozemska	10,8%	6,1%
Belgija	6,5%	4,3%
Češka Republika	5,6%	6,6%
Velika Britanija	5,6%	4,4%
Italija	3,6%	6,1%
Francija	3,3%	4,9%
Izrael	3,3%	4,6%
Madžarska	3,3%	3,2%
Hrvaška	2,3%	1,7%

\* podatki o nočitvah za mesec avgust 2015

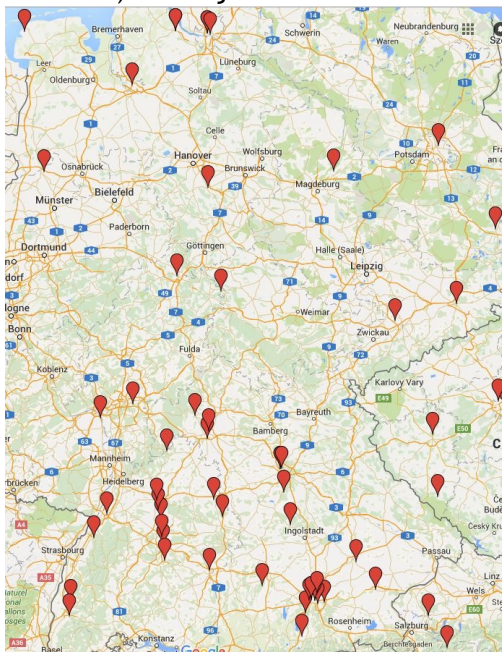
#### 4. ZEMLJEVID Z OZNAČENIMI KRAJI STALNEGA BIVALIŠČA ANKETIRANIH

##### a) Slovenija

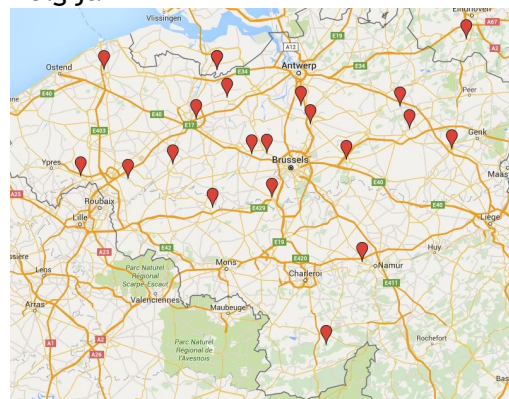
zanimivo, da med anketiranimi ni oseb z južne Slovenije



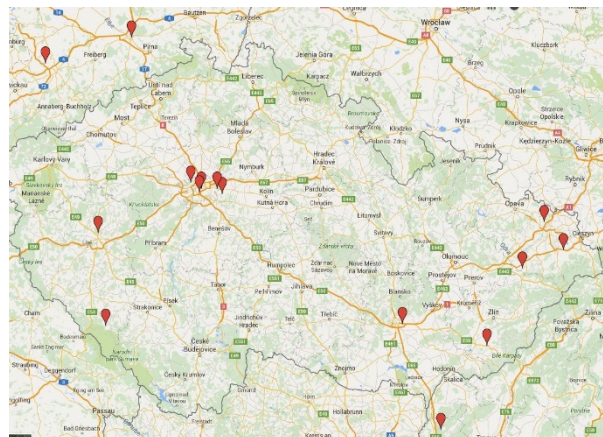
##### b) Nemčija



##### c) Belgija



e) Češka



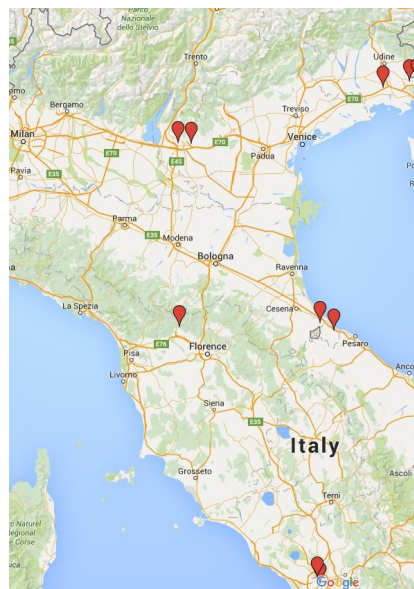
d) Velika Britanija



f) Nizozemska

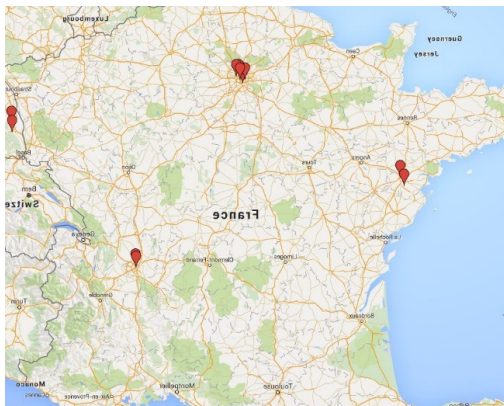


g) Italija





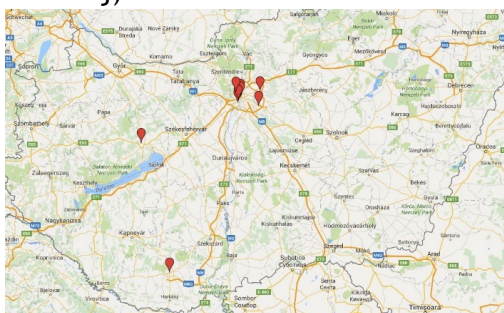
h) Francija



i) Izrael



j) Madžarska

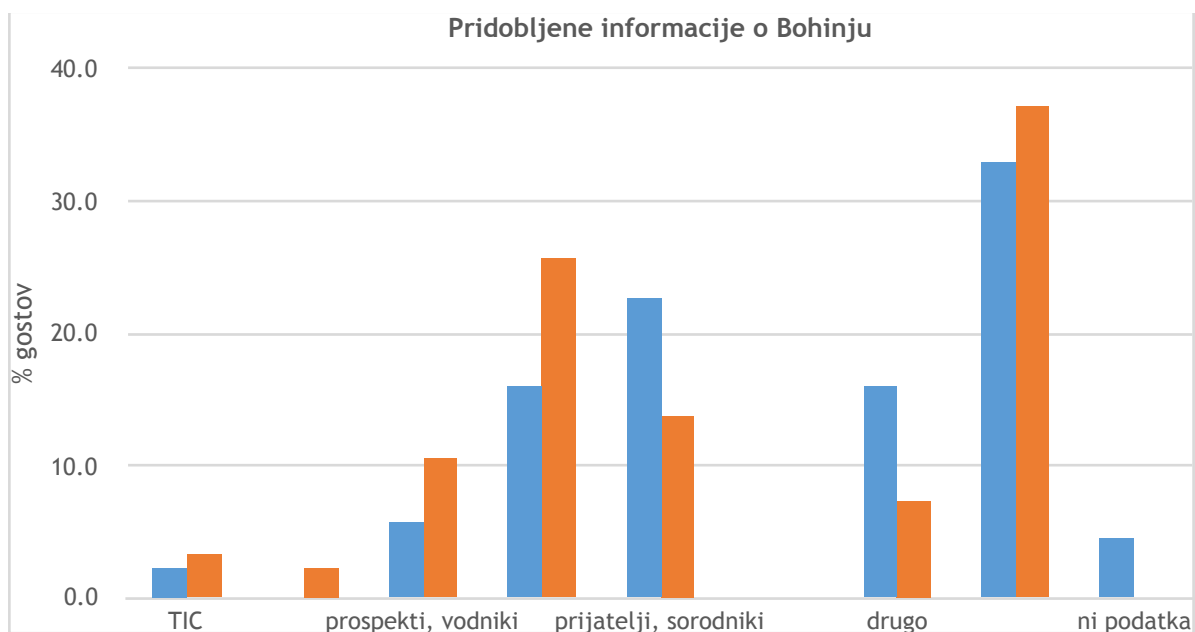


Celotni zemljevid z označenimi bivališči vseh anketirancev je dostopen na Googlovi povezavi:

[https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zXtaZQjCi1ac.kWjAbV74\\_gdM](https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zXtaZQjCi1ac.kWjAbV74_gdM)

## 5. PRIDOBIVANJE INFORMACIJ O NAŠI DESTINACIJI

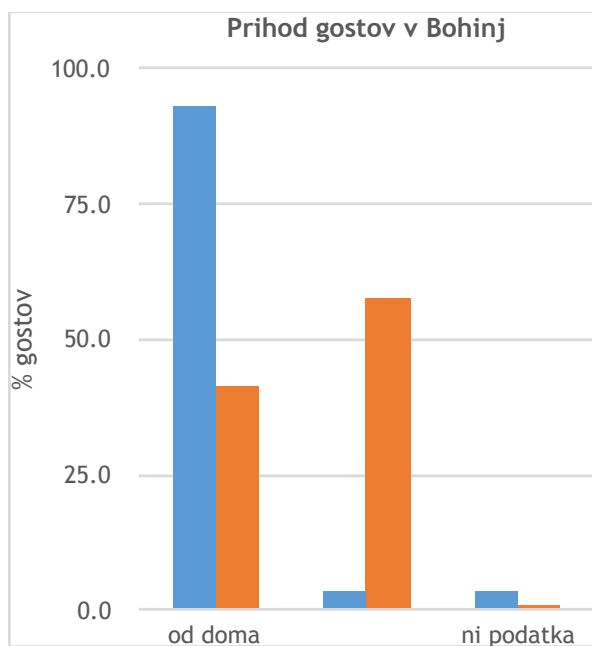
		TIC	sejem	prospekti, vodniki	internet	prijatelji, sorodniki	združenja, društva	drugo	kombinacija (vodniki, prospekti, tic, internet, sorodniki)	ni podatka	skupaj
domači	število	2	0	5	14	20	0	14	29	4	88
	%	2,3	0,0	5,7	15,9	22,7	0,0	15,9	33,0	4,5	100,0
tuji	število	7	5	23	56	30	0	16	81	0	218
	%	3,2	2,3	10,6	25,7	13,8	0,0	7,3	37,2	0,0	100,0
skupaj		9	5	28	70	50	0	30	110	4	306
skupaj %		2,9	1,6	9,2	22,9	16,3	0,0	9,8	35,9	1,3	100,0



Očitno je, da gostje preverjajo oz. iščejo informacije o destinaciji v več medijih (največkrat kombinacija interneta, vodnikov in prospektov), pa tudi priporočila prijateljev in sorodnikov so v veliki meri razlog za obisk destinacije.

## 6. GOSTJE PRIPOTUJEJO V BOHINJ IZ RAZLIČNIH DESTINACIJ

		od doma	z druge destinacije	ni podatka	skupaj
domači	število	82	3	3	88
	%	93,2	3,4	3,4	100,0
tujci	število	90	126	2	218
	%	41,3	57,8	0,9	100,0
skupaj		172	129	5	306
skupaj %		56,2	42,2	1,6	100,0



**Najpogostejše destinacije od koder prihajajo tuji gostje v Bohinj**

Slovenske destinacije	št. gostov	%
Bled	41	32,5
Ljubljana	15	11,9
ostale dest.	26	20,6
<b>Skupaj</b>	<b>82</b>	<b>65,1</b>
Tuje destinacije	št. gostov	%
Hrvaška	15	11,9
Avstrija	11	8,7
Italija	5	4,0
Nemčija	3	2,4
VB	1	0,8
Madžarska	1	0,8
Slovaška	1	0,8
ostalo	7	5,6
<b>Skupaj</b>	<b>44</b>	<b>34,9</b>

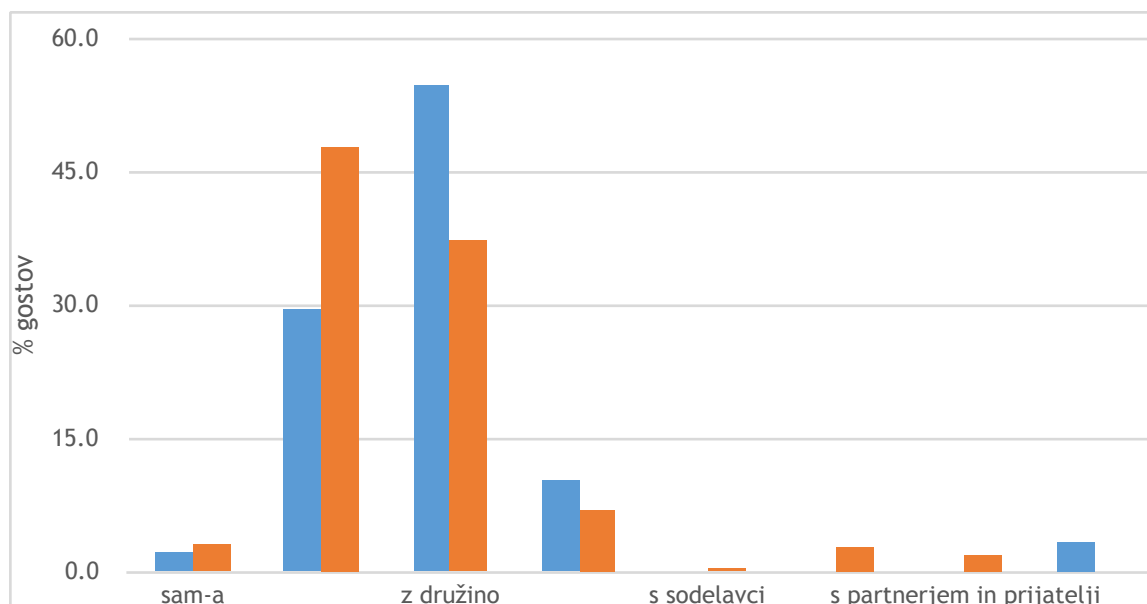
Skoraj 94% domačih gostov prihaja v Bohinj od doma, medtem, ko več kot polovico tujih gostov prihaja z drugih destinacij, od tega več kot polovica z ene od slovenskih turističnih destinacij.

Med tujimi gosti z drugih destinacij prihaja največ, kar 70% Izraelskih gostov, sledijo Nemci 65%, Italijani 63%, Nizozemci in Belgijci 55% in Britanci s 53%.



## 7. V SPREMSTVU KOGA GOSTJE OBIŠČEJO BOHINJ

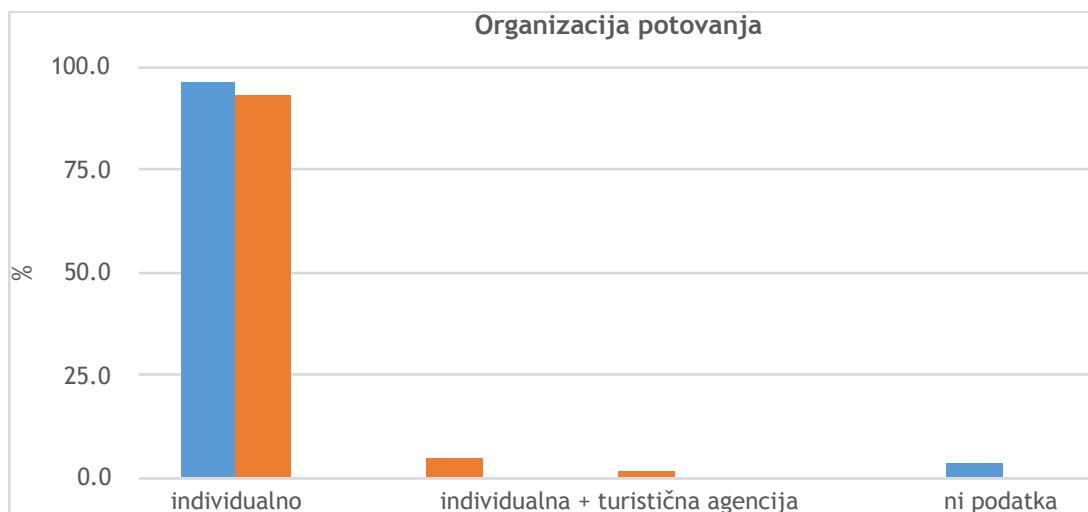
		sami	s partnerjem, partnerko	z družino	s prijatelji	s sodelavci	z družino in prijatelji	s partnerjem in prijatelji	ni podatka	skupaj
domači	število	2	26	48	9	0	0	0	3	88
	%	2,3	29,5	54,5	10,2	0,0	0,0	0,0	3,4	100,0
tujji	število	7	104	81	15	1	6	4	0	218
	%	3,2	47,7	37,2	6,9	0,5	2,8	1,8	0,0	100,0
skupaj		9	130	129	24	1	6	4	3	306
skupaj %		2,9	42,5	42,2	7,8	0,3	2,0	1,3	1,0	100,0



Več kot polovica domačih gostov obišče Bohinj z družino, medtem, ko med tujimi gosti beležimo največ parov. Največ družinskih obiskov beležimo pri Izraelcih, kjer jih je kar 8 od 10, sledita Belgija in Avstrija, največ parov pa prihaja iz Nemčije, Nizozemske in Italije.

## 8. ORGANIZACIJA POTOVANJA

		individ ualno	turistič na agencij a	indivi dualna + turisti čna agenci ja	avtob usni prevo znik	ni poda tka	sku- paj
do- mači	število	85	0	0	0	3	88
	%	96,6	0,0	0,0	0,0	3,4	100,0
tuji	število	203	11	3	0	1	218
	%	93,1	5,0	1,4	0,0	0,5	100,0
skupaj		288	11	3	0	4	306
skupaj %		94,1	3,6	1,0	0,0	1,3	100,0

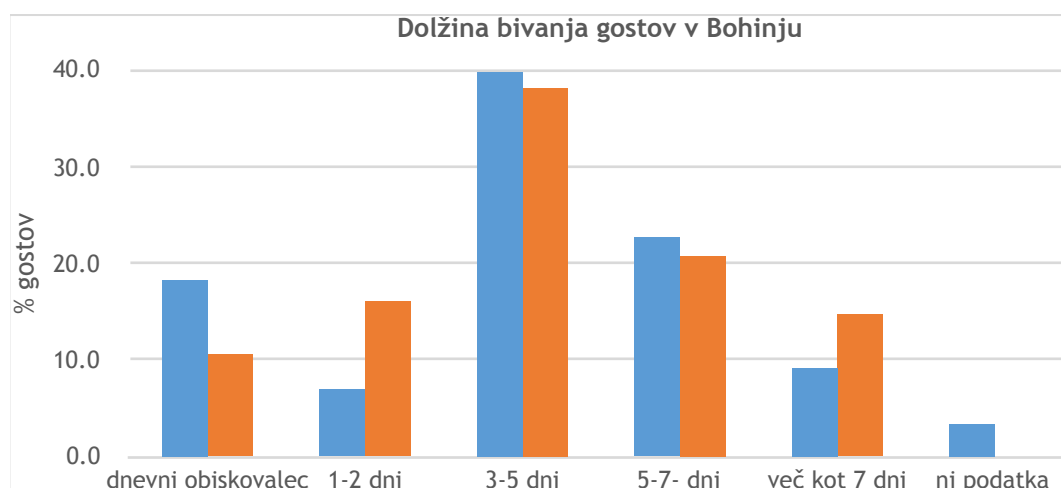


Več kot 94% gostov je organiziralo potovanje individualno. Od tujih gostov so preko turistične agencije rezervirali le Britanci, Belgijci, Nemci in Avstrijci.

## g) NASTANITEV

### 9. DOLŽINA BIVANJA

		dnevni obiskovalec	1-2 dni	3-5 dni	5-7 dni	več kot 7 dni	ni podatka	skupaj
domači	število	16	6	35	20	8	3	88
	%	18,2	6,8	39,8	22,7	9,1	3,4	100,0
tujji	število	23	35	83	45	32	0	218
	%	10,6	16,1	38,1	20,6	14,7	0,0	100,0
skupaj		39	41	118	65	40	3	306
skupaj %		12,7	13,4	38,6	21,2	13,1	1,0	100,0
skupaj % stacion.			15,4	44,2	24,3	15,0	1,1	100,0



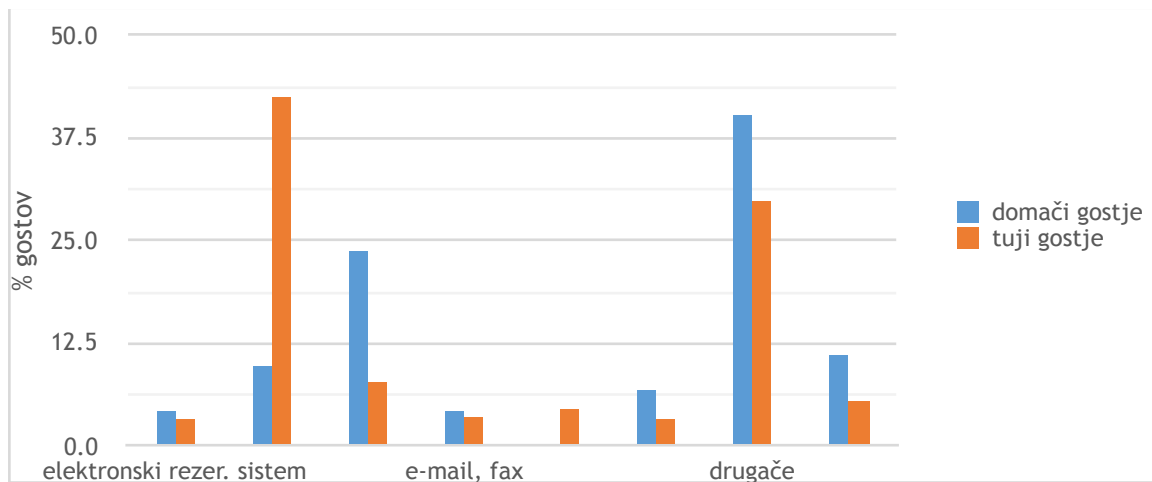
Dobrih 18% domačih gostov in dobrih 10% tujih gostov je bilo dnevnih obiskovalcev, od stacionarnih, pa jih največ ostane v Bohinju od 3 do 5 noči. Delež stacionarnih, ki ostanejo med 3 in 5 noči je kar 44,2%. Presenetljiv je tudi podatek,

da je število tistih, ki ostanejo med 5 in 7 dni, precej večje kot tistih za eno ali dve noči.

Najdaljšo dobo bivanja v Bohinju imajo Nizozemci, Belgijci, Izraelci in Nemci. Dokaz, da ankete kažejo pravo sliko, so destinacijski statistični podatki za mesec avgust, po katerih Nizozemci bivajo v povprečju 4,3 dni, Belgijci celo 4,8 dni, Izraelci 3,9 dni in Nemci 3,4 dni. Povprečna doba bivanja gostov v mesecu avgustu 2015 (brez planinskih domov) je 3,19 dni, od tega domači 3,03 dni in tuji 3,34 dni.

## 10. REZERVACIJE

		ele ktr ons ki rez. er. sist em	inte rne t	tele fon sko	e- mai l, fax	kom bi- naci ja in- ter- net, e- mail , tele fon	pre ko TA	dru gač e	ni pod atk a	sku paj
do- mači	število	3	7	17	3	0	5	29	8	72
	%	4,2	9,7	23,6	4,2	0,0	6,9	40,3	11,1	100,0
tujci	število	6	83	15	7	9	6	58	11	195
	%	3,1	42,6	7,7	3,6	4,6	3,1	29,7	5,6	100,0
skupaj		9	90	32	10	9	11	87	19	267
skupaj %		3,4	33,7	12,0	3,7	3,4	4,1	32,6	7,1	100,0



Pri domačih gostih kar preseneča število oz. delež gostov, ki opravijo rezervacijo telefonsko in pa delež gostov, ki so navedli »drugače«. V tej kategoriji je po predvidevanjih večina gostov, ki (tudi v najhujšem vrhuncu sezone) obiščejo Bohinj brez rezervacije.

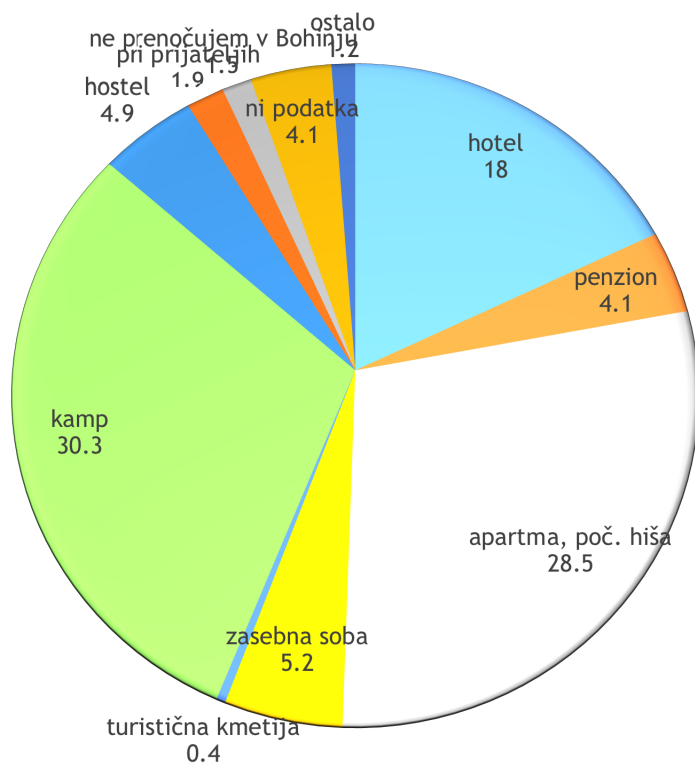
Pri tujih gostih je delež rezervacij preko interneta daleč največji. Po tej poti je opravilo rezervacijo največ gostov iz Velike Britanije, Francije, Nemčije, Češke in Španije.

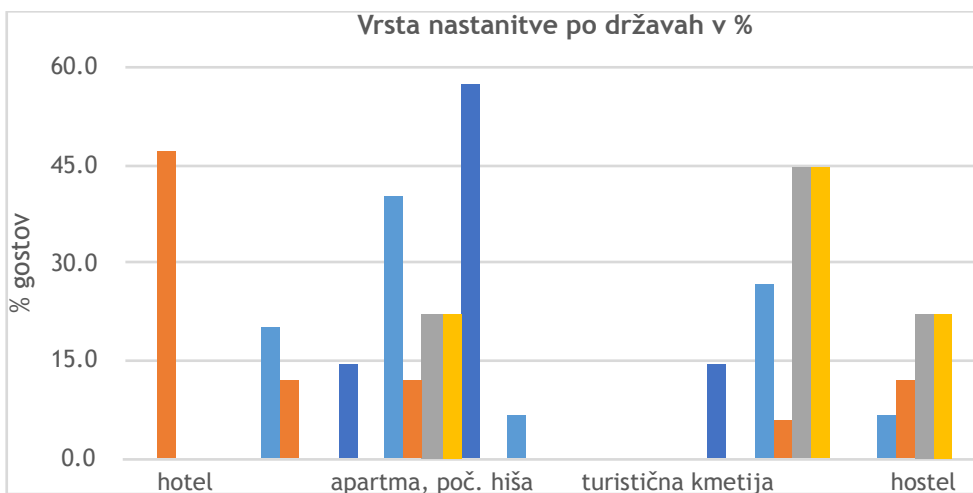
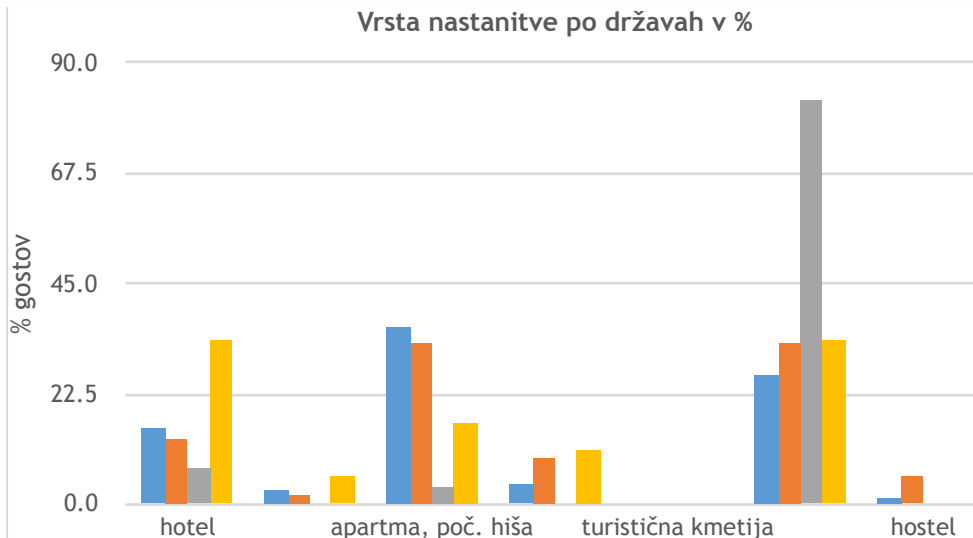
## 11. NASTANITEV

	hot el	pen zion	apa rtm a, poč · hiša	zas ebn a sob a	turi stič na kme tija	kam p	host el	v hot elu + apa rtm aju	apa rtm aju + kam pu	v kam pu + host lu	pri rij atel jih	ne pre noč uje m v Boh inju	ni pod atka	sku paj
<b>DOMAČI</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>72</b>
%	15,3	2,8	36,1	4,2	0,0	26,4	1,4	0,0	0,0	0,0	5,6	4,2	4,2	100,0
<b>TUJI</b>	<b>37</b>	<b>9</b>	<b>50</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>62</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>195</b>
%	19,0	4,6	25,6	5,6	0,5	31,8	6,2	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	4,1	100,0
Nemčija	7	1	17	5		17	3						2	52
Nizozemska	2		1			23							2	28
Belgija	6	1	3	2		6								18
Češka Republika		3	6	1		4	1							15
Velika Britanija	8	2	2			1	2	1			1			17
Italija			2			4	2						1	9
Francija	1		1			3	1							6
Izrael		1	4		1								1	7
Madžarska			5	2						1			2	10
Hrvaška	4		1											5
Avstrija	4		1			1								6
Avstralija	1		3											4
Španija			1				1		1			1		4
Danska				1		1								2
Irska	2													2
Slovaška			1				1							2
Poljska						2								2
Švedska			1				1							2
Japonska		1												1
ZDA	1		1											2
ni podatka	1													1
<b>SKUPAJ</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>76</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>81</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>267</b>

%	18,0	4,1	28,5	5,2	0,4	30,3	4,9	0,4	0,4	0,4	1,9	1,5	4,1	100,0
---	------	-----	------	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------

### Nastanitev gostov po kategorijah nastanitev v %



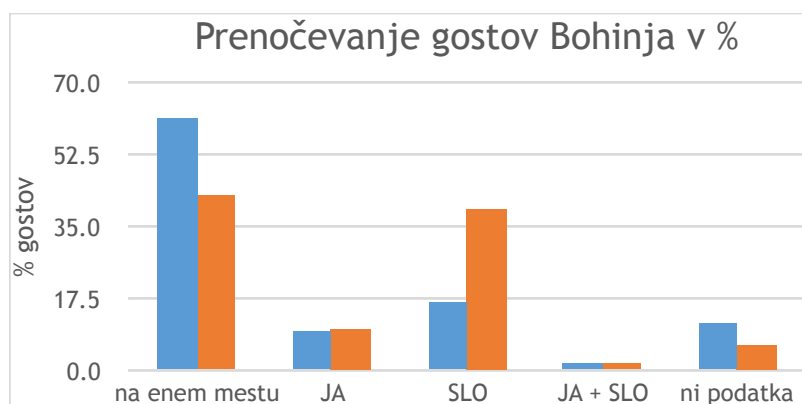


V anketo smo sicer vključili tudi kategorije posameznih nastanitvev, vendar se je izkazalo, da gostje slabo poznajo kategorijo nastanitve (predvsem v zasebni nastanitvi), zato smo tovrstno analizo opustili.



## 12. KRAJI BIVANJA V OKVIRU DOPUSTA

		prenoč ujem na enem mestu	prenoč ujem v več krajih JA	prenoč ujem tudi drugje po SLO	prenoč ujem tudi v JA in drugod po SLO	ni poda tka	skup aj
domači	število	44	7	12	1	8	72
	%	61,1	9,7	16,7	1,4	11,1	100,0
tujci	število	83	20	77	3	12	195
	%	42,6	10,3	39,5	1,5	6,2	100,0
skupaj		127	27	89	4	20	267
skupaj %		47,6	10,1	33,3	1,5	7,5	100,0



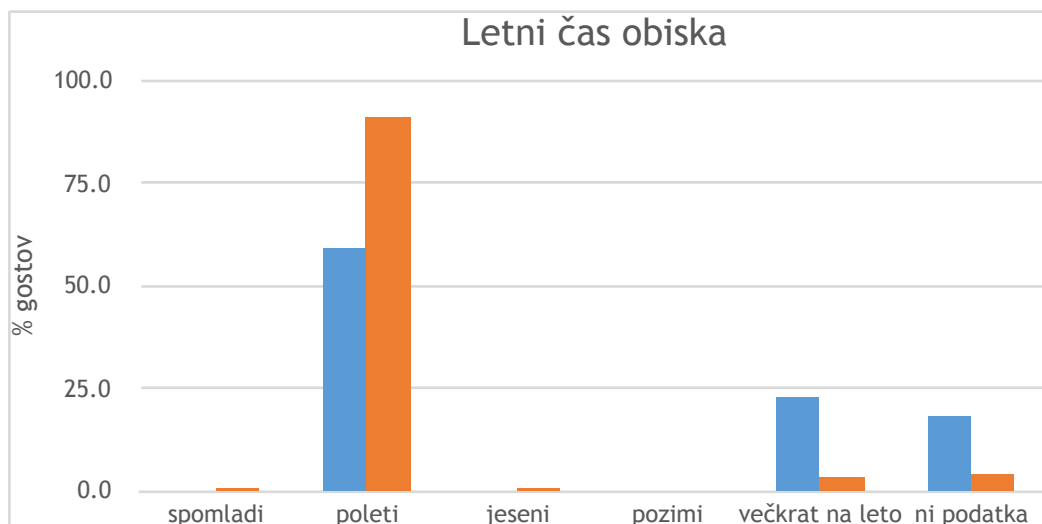
Večino domačih gostov dopustuje samo na enem kraju, pri tujih pa sta deleža gostov, ki dopustujejo na enem kraju in delež tistih, ki dopustujejo tudi drugod po Sloveniji približno enaka.

Največji delež gostov, ki dopustujejo tudi drugod po Sloveniji prihaja iz Francije, Velike Britanije, Nemčije, Nizozemske in Belgije.

## h) RAZLOG ZA OBISK BOHINJA

### 13. LETNI ČAS OBISKA

		spomlad i	poleti	jeseni	pozimi	večkrat na leto	ni podatka	skupaj
do- mači	število	0	52	0	0	20	16	88
	%	0,0	59,1	0,0	0,0	22,7	18,2	100,0
tujji	število	2	199	2	0	7	8	218
	%	0,9	91,3	0,9	0,0	3,2	3,7	100,0
skupaj		2	251	2	0	27	24	306
skupaj %		0,7	82,0	0,7	0,0	8,8	7,8	100,0

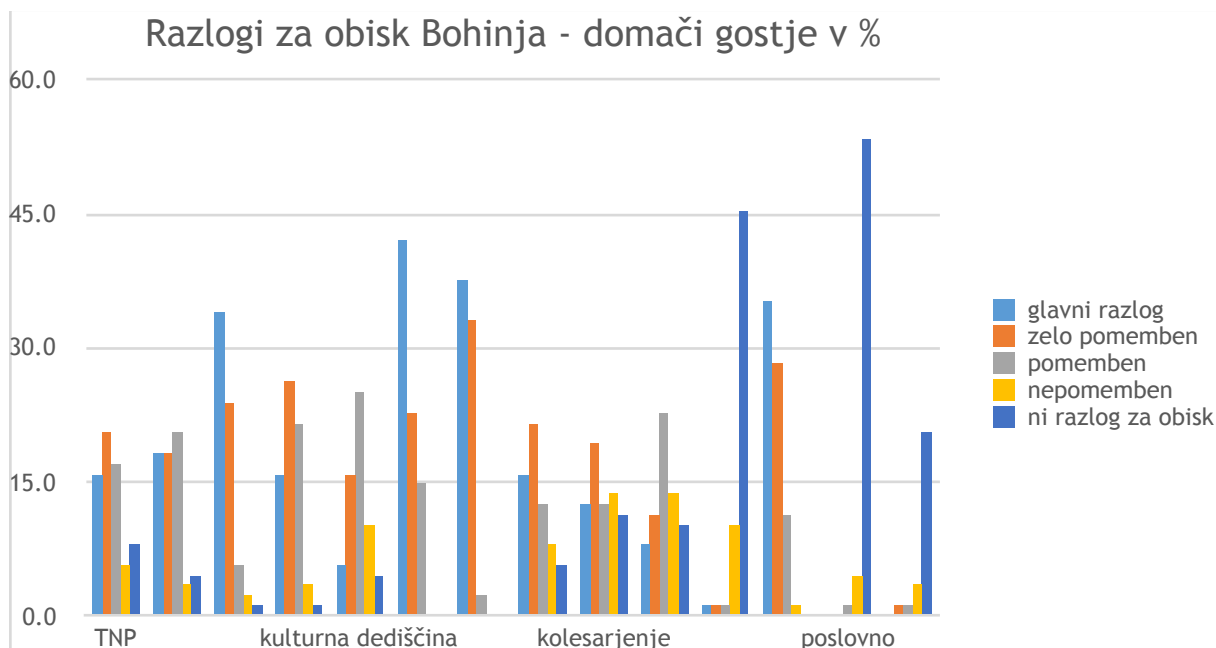


Kar 82% anketiranih gostov obišče Bohinj samo poleti. Glede na statistične podatke ti ni presenetljiv podatek, saj v juliju in avgustu v Bohinju beležimo skoraj 50% vseh nočitev na letni ravni.

Dobrih 22% slovenskih gostov pride v Bohinj večkrat: 10% dvakrat na leto, 6% trikrat letno, 7% pa ga obiskuje v vseh letnih časih. Pri tujih gostih smo zabeležili le 3% gostov, ki obiščejo Bohinj vsaj dvakrat letno ali več.

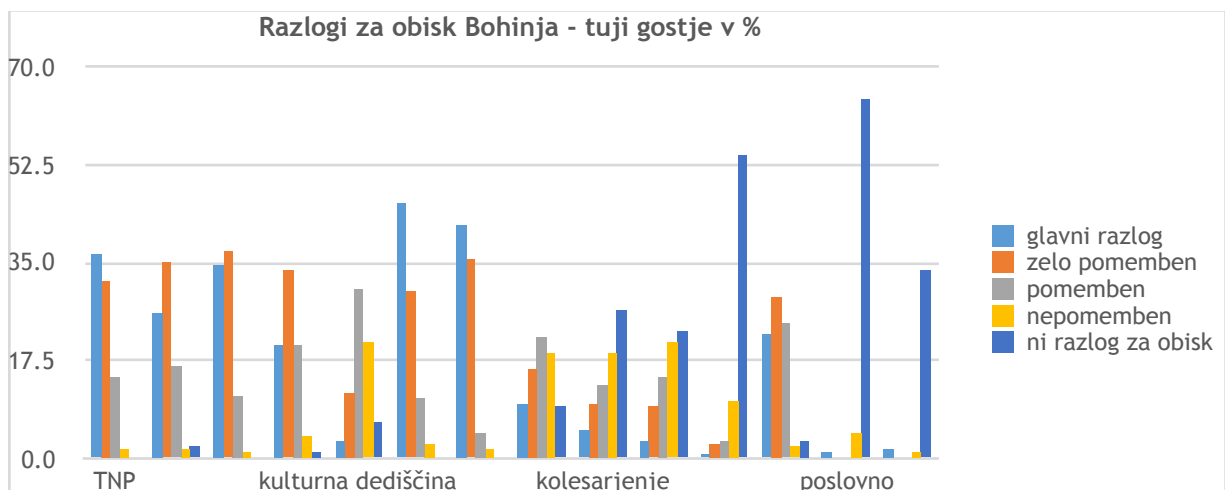
#### 14. RAZLOG ZA OBISK BOHINJA - PRIČAKOVANJA

DOMAČI GOSTI	glavni razlog	zelo pomemben	pomemben	nepomemben	ni razlog za obisk
TNP	14	18	15	5	7
Julijske Alpe	16	16	18	3	4
jezero	30	21	5	2	1
naravna dediščina	14	23	19	3	1
kulturna dediščina	5	14	22	9	4
pohodništvo	37	20	13		
pokrajina	33	29	2		
vodne aktivnosti	14	19	11	7	5
kolesarjenje	11	17	11	12	10
druge športne aktivnosti	7	10	20	12	9
ribolov	1	1	1	9	40
mir, počitek, sprostitvev	31	25	10	1	
poslovno			1	4	47
drugo		1	1	3	18



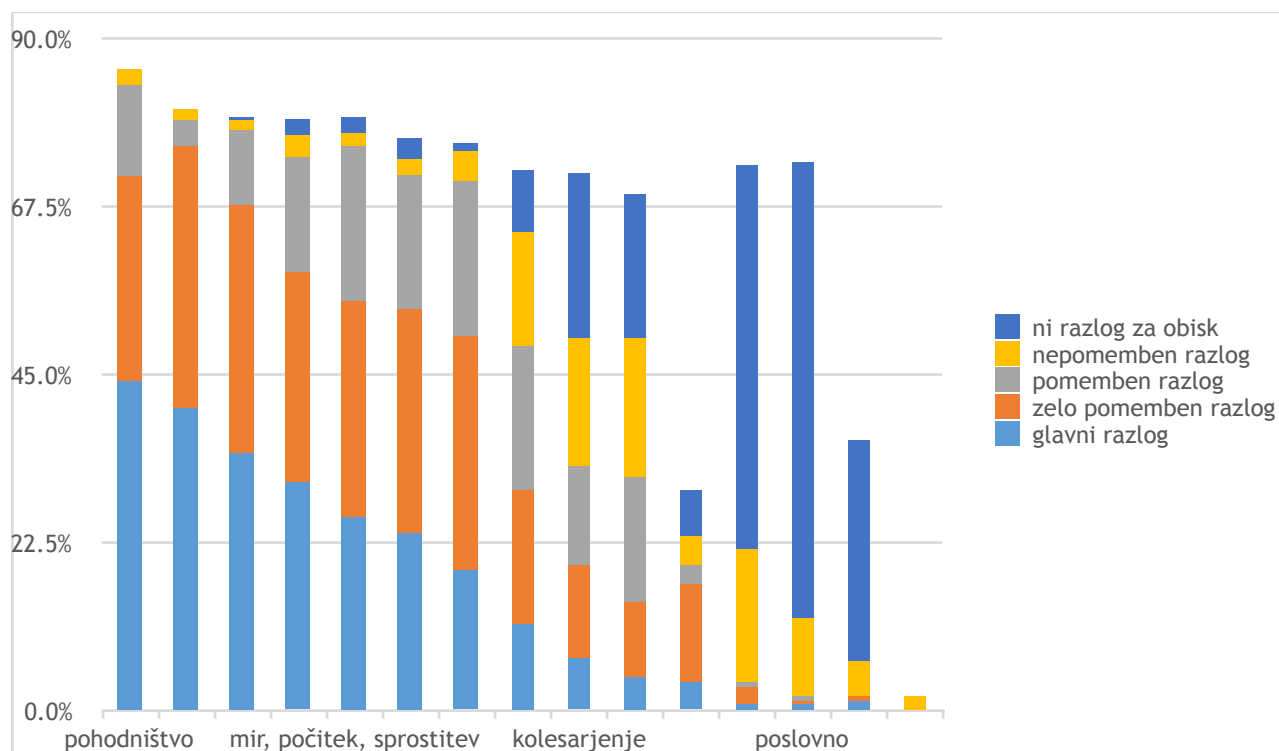
Med 30 in 40% domačih gostov je kot glavni ali zelo pomemben razlog za obisk Bohinja navedlo pohodništvo, pokrajino, mir počitek in sprostitev ter jezero. Triglavski narodni park in Julijske Alpe domačim gostom nista tako zelo pomembna razloga.

TUJI GOSTI	glavni razlog	zelo pomemben	pomemben	nepomemben	ni razlog za obisk
TNP	80	69	32	4	
Julijske Alpe	57	77	36	4	5
jezero	76	81	25	3	
naravna dediščina	44	73	44	9	3
kulturna dediščina	7	26	66	45	14
pohodništvo	99	65	24	6	
pokrajina	91	78	10	4	
vodne aktivnosti	22	35	48	41	20
kolesarjenje	11	21	29	41	58
druge športne aktivnosti	7	20	32	45	50
ribolov	2	6	7	23	118
mir, počitek, sprostitvev	49	63	53	5	7
poslovno	3	1	1	10	140
drugo	4	1	1	3	73



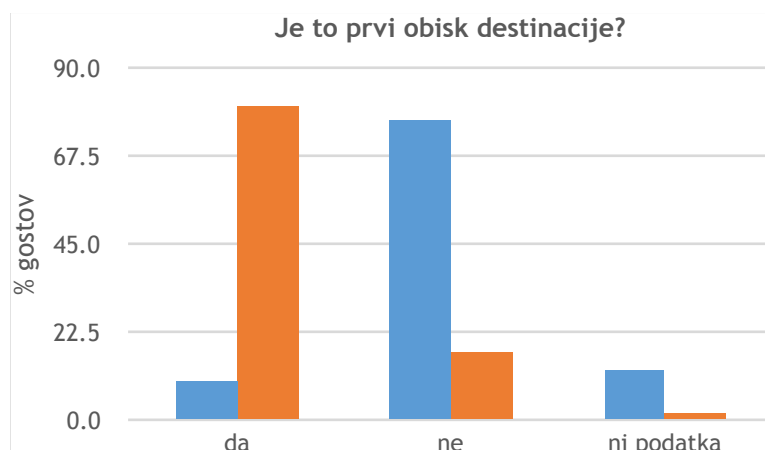
Med tujimi gosti so glavni razlogi za obisk Bohinja prav tako pohodništvo, pokrajina in jezero, precej več gostov pa je kot glavni razlog navedlo tudi Triglavski narodni park in Julijske Alpe

## Razlogi za obisk Bohinja



## 15. JE TO PRVI OBISK DESTINACIJE BOHINJ?

		da	ne	ni podatka	skupaj
domači	število	9	68	11	88
	%	10,2	77,3	12,5	100,0
tujci	število	176	38	4	218
	%	80,7	17,4	1,8	100,0
skupaj		185	106	15	306
skupaj %		60,5	34,6	4,9	100,0



Skoraj 80% domačih gostov je že bilo v Bohinju, medtem, ko je pri tujih gostih slika ravno obratna. Od tujih gostov je že večkrat obiskalo Bohinj največ Italijanov, nekaj več kot 37%, sledijo Čehi 36%, Nemci 21%, Britanci 18%.

Na vprašanje kolikokrat so v preteklih letih že obiskali Bohinj in kolikokrat na leto ga obiščejo, so anketiranci odgovorili takole:

**Število obiskov Bohinja - domači:**

-vsako leto od 6 meseca dalje

- vsako leto 1
- 22 let 1
- 1-krat 2
- 1 do 2-krat 1
- 2-krat 4
- 3-krat 5
- 4-krat 6
- 5-krat 9
- 6-krat 3

- 7-krat 1
- 8-krat 3
- 10-krat 10
- 15-krat 1
- 20-krat 3
- 40-krat 2
- 50-krat 1
- vsaj 75-krat 1
- stalno 1
- ni podatka 13

**Število obiskov na leto - tuji:**

- večkrat letno, tu ostanejo 5 mesecev

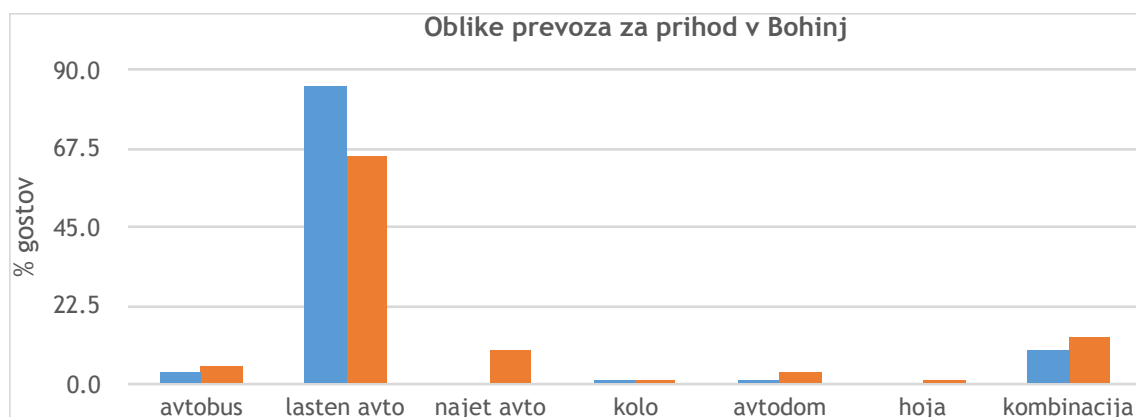
- 1-krat 21
- 1 do 2-krat 4
- 2-krat 6
- 2 do 3-krat 2
- 3-krat 3

- 4-krat 1
- 5-krat 3
- 10-krat 2
- 15 let 1
- 20-krat 1
- na 5 let 2
- ni podatka 23

## i) PREVOZ

### 16. OBLIKE PREVOZA ZA PRIHOD V BOHINJ

		vlak	letalo	avtobus	lasten avto	najet avto	kolo	avtodom	hoja	kombinacija	skupaj
domači	število	2	0	3	73	0	1	1	0	8	88
	%	2,3	0,0	3,4	83,0	0,0	1,1	1,1	0,0	9,1	100,0
tuji	število	2	5	11	138	21	2	7	3	29	218
	%	0,9	2,3	5,0	63,3	9,6	0,9	3,2	1,4	13,3	100,0
skupaj		4	5	14	211	21	3	8	3	37	306
skupaj %		1,3	1,6	4,6	69,0	6,9	1,0	2,6	1,0	12,1	100,0



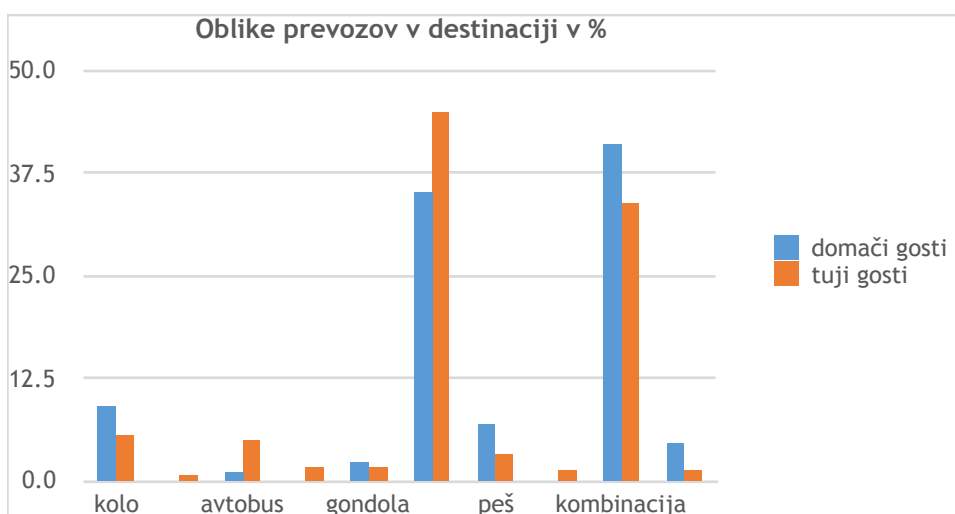
Kar 83% domačih gostov in dobrih 63% tujih gostov za prihod v destinacijo uporablja lasten avto, še dodatnih 9,6% tujih pa najetega. Tudi med 13,3% tujih gostov, ki uporabljajo kombinacijo različnih prevozov (vlak, letalo, avtobus, avto,...), kombinacijo z avtom uporablja še dodatnih 1,3%. Domači gostje v kombinaciji uporabljajo predvsem avto in kolo.

Če upoštevamo še avtodome, potem jih je brez avtomobila v Bohinj prišlo samo 13%.



## 17. OBLIKE PREVOZA V DESTINACIJI

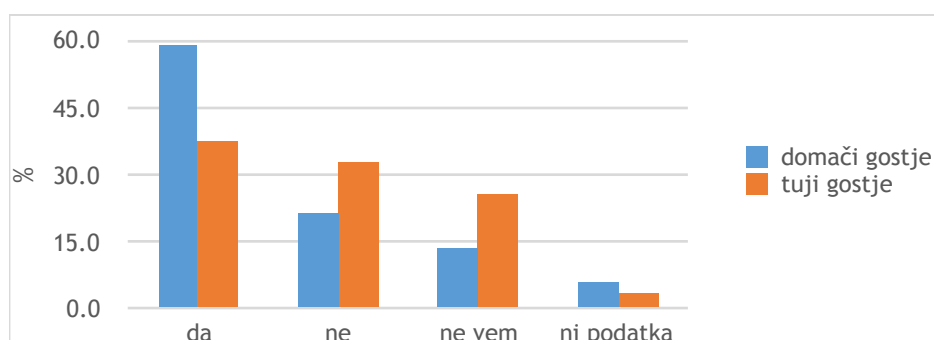
		kolo	taksi	avtobus	ladja	gondola	zasebni avto	peš	drugo	kombinacija	ni podatka	skupaj
domači	število	8	0	1	0	2	31	6	0	36	4	88
	%	9,1	0,0	1,1	0,0	2,3	35,2	6,8	0,0	40,9	4,5	100,0
tuji	število	12	2	11	4	4	98	7	3	74	3	218
	%	5,5	0,9	5,0	1,8	1,8	45,0	3,2	1,4	33,9	1,4	100,0
skupaj		20	2	12	4	6	129	13	3	110	7	306
skupaj %		6,5	0,7	3,9	1,3	2,0	42,2	4,2	1,0	35,9	2,3	100,0



Več kot 42% gostov za prevoze po destinaciji še vedno uporablja svoj avtomobil, jih je pa veliko navedlo, da kombinirajo vrste prevoza. Med kombinacijami še dodatnih 16% tujih gostov uporablja tudi avtomobil, med domačimi pa še 25%. Poleg tistih, ki so navedli avtobusni prevoz kot edino prevozno sredstvo, ki ga uporabljajo v destinaciji, jih samo 5% domačih in 16% tujih še kombinira avtobusne prevoze z drugimi prevoznimi sredstvi. Samo kolo uporablja 9,1% domačih gostov in 5,5% tujih gostov, v kombinaciji z drugimi prevoznimi sredstvi pa še 10% tujih gostov in 24% domačih.

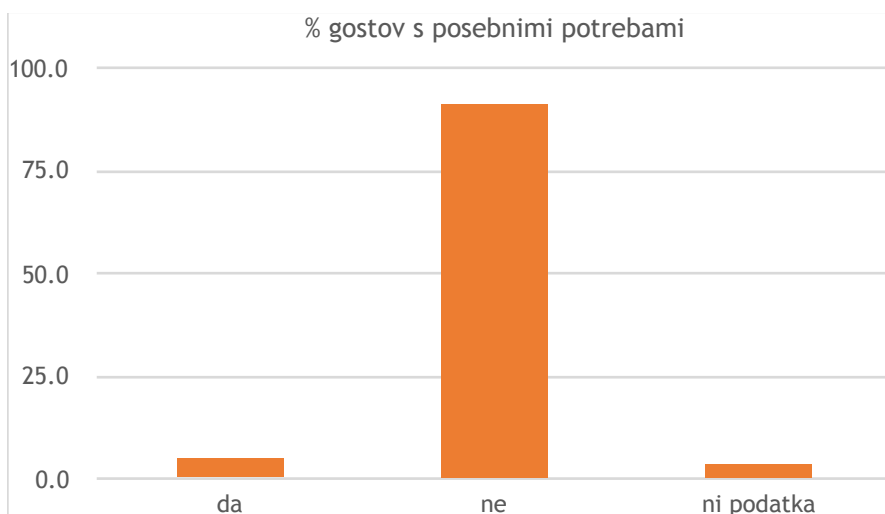
**18. BI SE ODLOČILI ZA KOMBINACIJO MEHKE MOBILNOSTI DOSTOPA DO BOHINJA, NPR. AVTOBUS, VLAK, KOLO, ČE BI OBSTAJALA POVEZAVA DO KONČNEGA CILJA BIVANJA/ ATRAKCIJE V BOHINJU**

		da	ne	ne vem	ni podatka	skupaj
domači	število	52	19	12	5	88
	%	59,1	21,6	13,6	5,7	100,0
tuji	število	82	72	56	8	218
	%	37,6	33,0	25,7	3,7	100,0
skupaj		134	91	68	13	306
skupaj %		43,8	29,7	22,2	4,2	100,0



**19. ZMANJŠANA MOBILNOST ALI DRUGE OBLIKE POSEBNIH POTREB GOSTOV**

		da	ne	ni podatka	skupaj
domači	število	4	78	6	88
	%	4,5	88,6	6,8	100,0
tuji	število	11	202	5	218
	%	5,0	92,7	2,3	100,0
skupaj		15	280	11	306
skupaj %		4,9	91,5	3,6	100,0

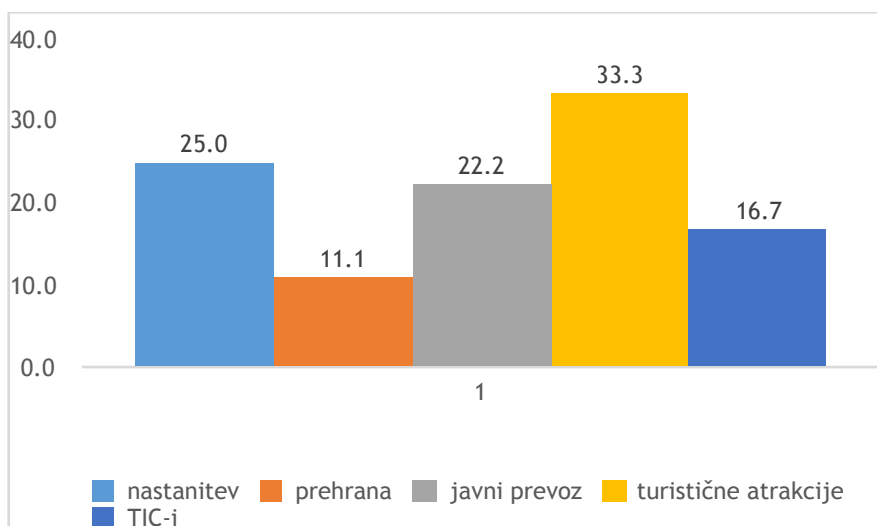


Ali drži trditev, da destinacija Bohinj upošteva zahteve obiskovalcev s posebnimi potrebami (npr. gibalna oviranost, prehranska oviranost, senzorna oviranost - slepi in gluhi,...)

		zelo se strinjam	strinjam se	neopredeljen	ne strinjam se	sploh se ne strinjam	skupaj
domači	število	1	7	0	1		9
	%	11,1	77,8	0,0	11,1	0,0	100,0
tuji	število	8	17	15	1	2	41
	%	19,5	41,5	36,6	2,4	4,9	100,0
skupaj		9	24	15	2	2	50
skupaj %		18,0	48,0	30,0	4,0	4,0	100,0

Področja, kjer so gostje zaznali posebna prizadevanja za omenjeno ciljno skupino turistov

		nastanitev	prehrana	javni prevoz	turistične atrakcije	TIC-i	skupaj
domači	število	9	4	8	12	6	39
	%	23,1	10,3	20,5	30,8	15,4	100,0
tuji	število	9	4	8	12	6	33
	%	27,3	12,1	24,2	36,4	18,2	100,0
skupaj		18	8	16	24	12	72
skupaj %		25,0	11,1	22,2	33,3	16,7	100,0

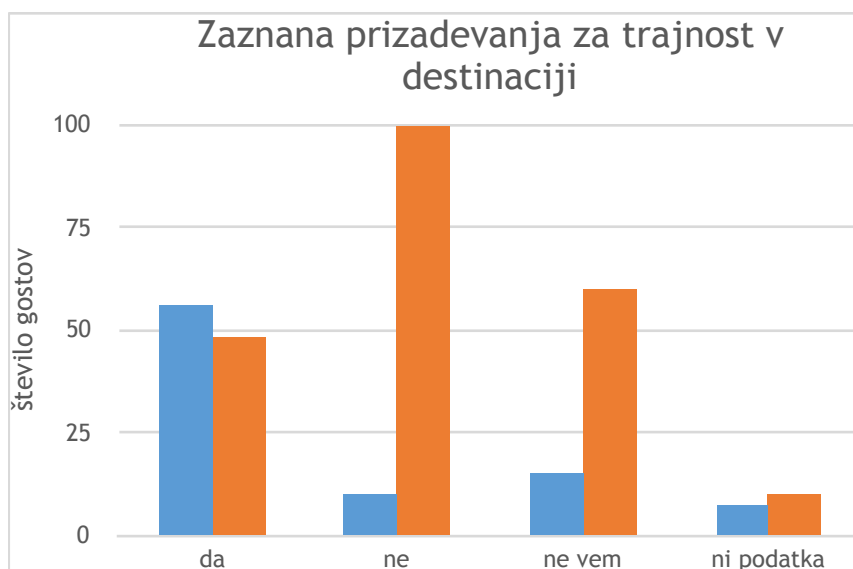


Tako domači kot tudi tuji gostje so največkrat opazili posebna prizadevanja za osebe z gibalnimi ovirami ali drugimi posebnimi potrebami pri obisku turističnih atrakcij, še najmanj pa pri ponudbi hrane.

**20. ALI SO GOSTI ZAZNALI PRIZADEVANJA IN POBUDE ZA TRAJNOST V DESTINACIJI BOHINJ?**

		da	ne	ne vem	ni podatka	skupaj
domači	število	56	10	15	7	88
	%	63,6	11,4	17,0	8,0	100,0
tujci	število	48	100	60	10	218
	%	22,0	45,9	27,5	4,6	100,0
skupaj		104	110	75	17	306
skupaj %		34,0	35,9	24,5	5,6	100,0

Največ negativnih odgovor je bilo podanih s strani nemških in nizozemskih turistov (več kot 60%), največ pozitivnih pa s strani domačih gostov.



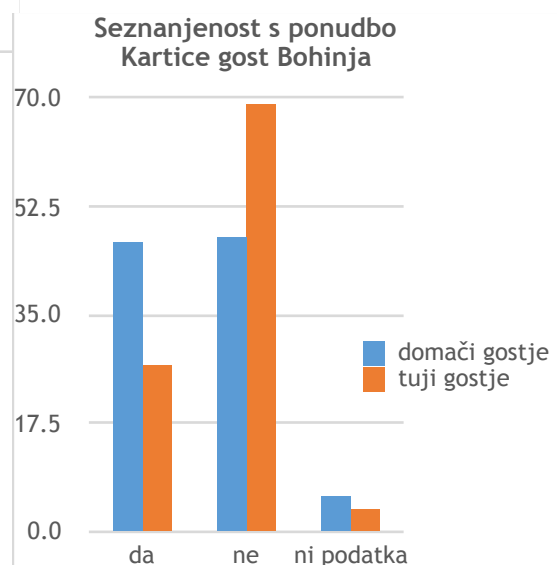
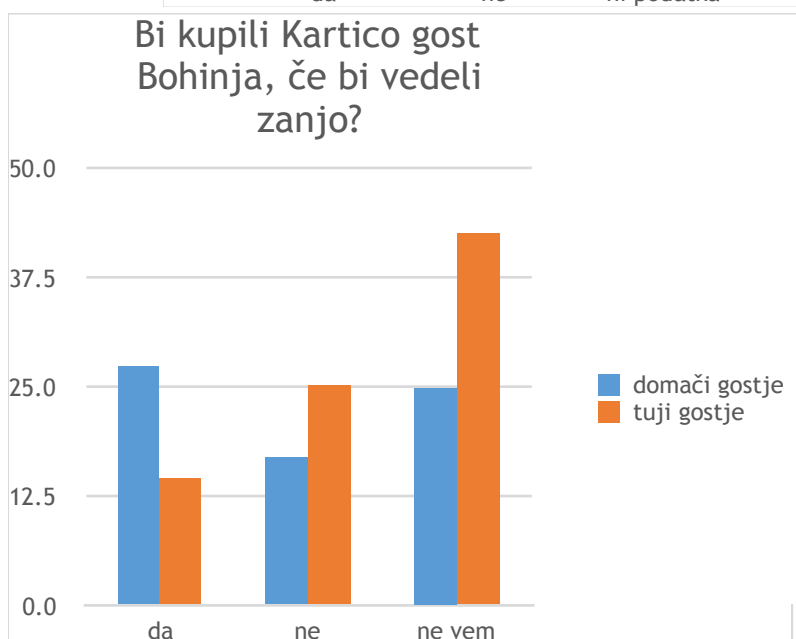
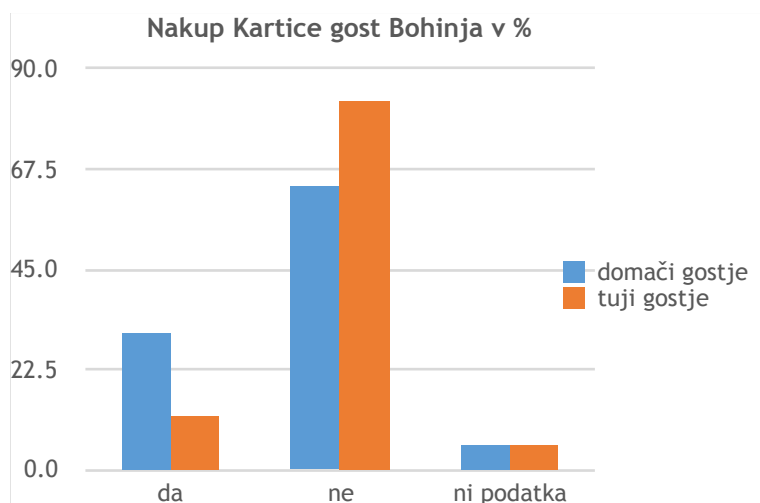
Področja, na katerih so gostje opazili prizadevanja za trajnost v destinaciji

	število oseb			
	domači	tuji	skupaj	%
<i>promet</i>	27	13	40	13,1
<i>gradnja</i>	8	5	13	4,2
<i>energetika</i>	5	12	17	5,6
<i>upravljanje z odpadki</i>	24	27	51	16,7
<i>upravljanje z odpadnimi vodami</i>	10	4	14	4,6
<i>ekološka čistila</i>	5	3	8	2,6
<i>ekološka prehrana</i>	11	8	19	6,2
<i>vključenost lokalne skupnosti</i>	17	5	22	7,2
<i>ponudba lokalnih ponudnikov</i>	29	20	49	16,0

21. SEZNANJENOST GOSTOV S PONUDBO V BOHINJU

A. Kartica gost Bohinja (brezplačna parkirišča in avtobusni prevozi, številni popusti)

		ste seznanjeni s ponudbo KGB			ste jo kupili / uporabili			če ne, ali bi jo kupili		
		da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
<b>domači</b>	<b>število</b>	41	42	5	27	56	5	24	15	22
	<b>%</b>	46,6	47,7	5,7	30,7	63,6	5,7	27,3	17,0	25,0
<b>tuji</b>	<b>število</b>	58	151	8	26	180	12	32	55	93
	<b>%</b>	26,6	69,3	3,7	11,9	82,6	5,5	14,7	25,2	42,7
<b>skupaj</b>		<b>99</b>	<b>193</b>	<b>13</b>	<b>53</b>	<b>236</b>	<b>17</b>	<b>56</b>	<b>70</b>	<b>115</b>
<b>skupaj %</b>		<b>32,4</b>	<b>63,1</b>	<b>4,2</b>	<b>17,3</b>	<b>77,1</b>	<b>5,6</b>	<b>18,3</b>	<b>22,9</b>	<b>37,6</b>



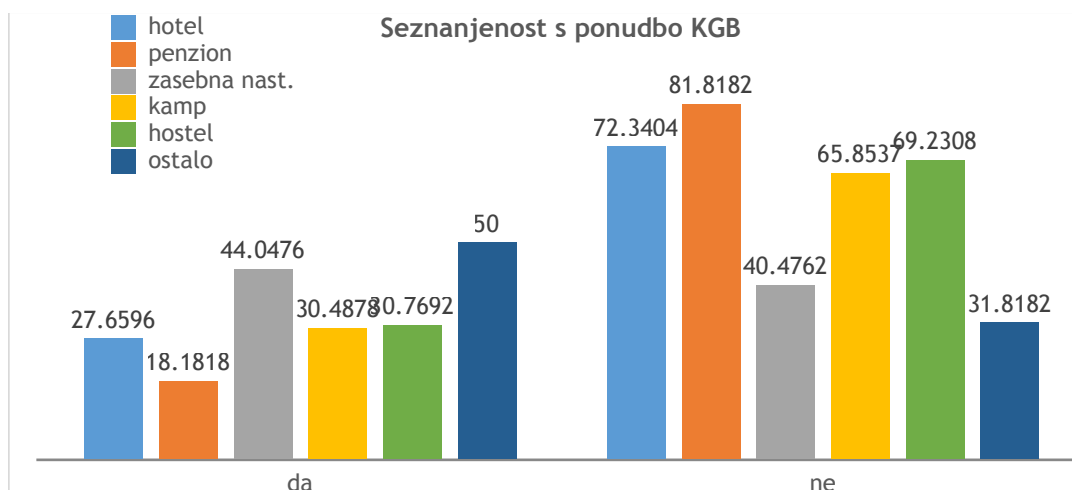
Presenetljiv je podatek, da kar 63 % ne pozna kartice gost Bohinja. Kartico je kupilo samo 17,3% gostov, domačih gostov dobrih 30%, tujih pa samo 12%.

### Seznanjenost s ponudbo Kartice gost Bohinja glede na tip nastanitve

		ste seznanjeni s ponudbo KGB			ste jo kupili / uporabili			če ne, ali bi jo kupili		
tip nastanitve	število gostov / %	da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
hotel	47	13	34	0	9	38	0	10	11	17
	%	27,7	72,3	0,0	19,1	80,9	0,0	21,3	23,4	36,2
penzion	11	2	9	0	1	10	0	2	2	6
	%	18,2	81,8	0,0	9,1	90,9	0,0	18,2	18,2	54,5
apartma, soba	84	37	34	2	26	56	2	16	14	28
	%	44,0	40,5	2,4	31,0	66,7	2,4	19,0	16,7	33,3
kamp	82	25	54	3	9	68	5	19	24	25
	%	30,5	65,9	3,7	11,0	82,9	6,1	23,2	29,3	30,5
tur. kmetija	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
	%	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
hostel	13	4	9	0	0	12	1	2	1	9
	%	30,8	69,2	0,0	0,0	92,3	7,7	15,4	7,7	69,2
ostalo	22	11	7	4	8	10	4	3	5	2
	%	50,0	31,8	18,2	36,4	45,5	18,2	13,6	22,7	9,1
SKUPAJ	260	92	148	9	53	195	12	52	57	88
	%	35,4	56,9	3,5	20,4	75,0	4,6	20,0	21,9	33,8

Od skupno 92 gostov, ki so vedeli za ponudbo kartice gost Bohinja, se je za nakup odločilo le 53 gostov (58%). Od skupno 159 gostov, ki za Kartico niso vedeli, bi jo kupilo le 52 gostov (32%), 57 gostov pa je ne bi kupilo.



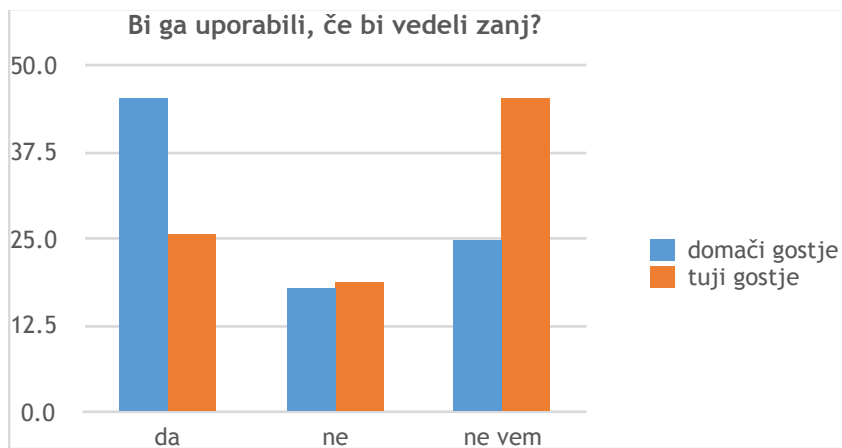
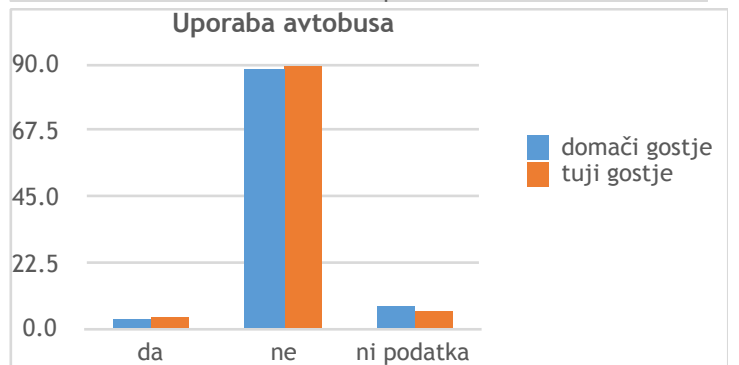
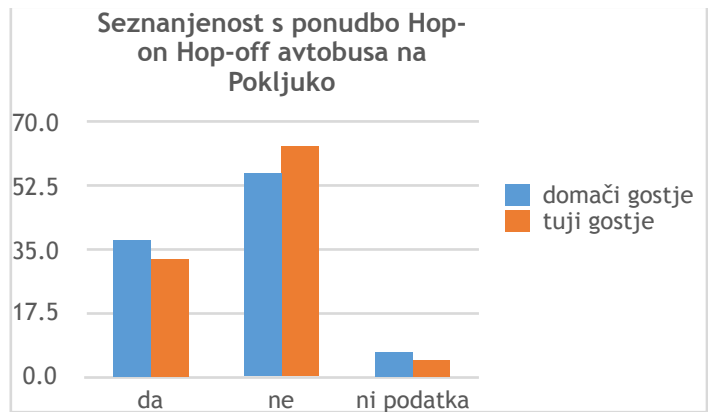


### Seznanjenost s ponudbo Kartice gost Bohinja med dnevnimi obiskovalci

		ste seznanjeni s ponudbo KGB		
število gostov/%		da	ne	ni podatka
Dnevni obiskovalci	43	7	35	1
	%	16,3	81,4	2,3

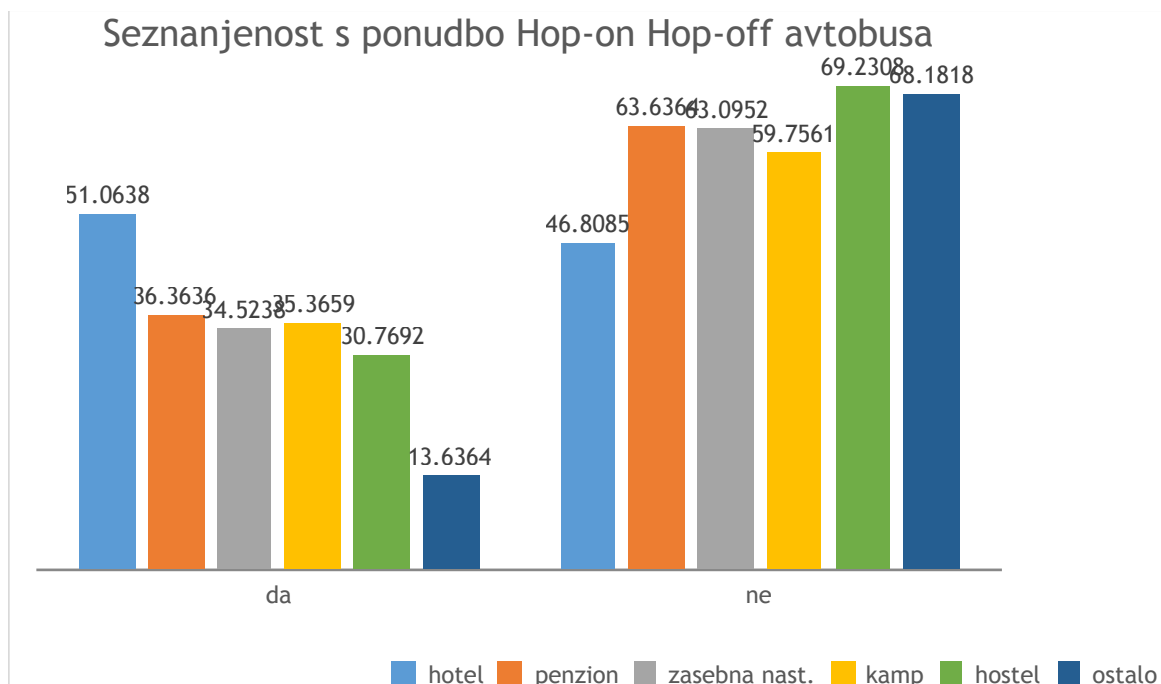
### B. Hop-on hop-off avtobus iz Bohinja na Pokljuko

		Ste seznanjeni s ponudbo Hop-on Hop-off?			Ste ga uporabili?			Če ne, ali bi ga uporabili?		
		da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
domači	število	33	49	6	3	78	7	40	16	22
	%	37,5	55,7	6,8	3,4	88,6	8,0	45,5	18,2	25,0
tuji	število	71	138	9	9	196	13	56	41	99
	%	32,6	63,3	4,1	4,1	89,9	6,0	25,7	18,8	45,4
skupaj		104	187	15	12	274	20	96	57	121
skupaj %		34,0	61,1	4,9	3,9	89,5	6,5	31,4	18,6	39,5



**Seznanjenost s ponudbo Hop-on Hop-off avtobusa na Pokljuka glede na tip nastanitve**

		ste seznanjeni s ponudbo Hop-on Hop-off avtobusa			ste ga uporabili			če ne, ali bi ga uporabili		
tip nastanitve	število gostov v/%	da	ne	ni pod.	da	ne	ne vem	da	ne	ne vem
hotel	47	24	22	1	1	45	1	26	8	9
	%	51,1	46,8	2,1	2,1	95,7	2,1	55,3	17,0	19,1
penzion	11	4	7	0	1	10	0	2	2	6
	%	36,4	63,6	0,0	9,1	90,9	0,0	18,2	18,2	54,5
apartma, soba	84	29	53	2	2	78	4	24	15	39
	%	34,5	63,1	2,4	2,4	92,9	4,8	28,6	17,9	46,4
kamp	82	29	49	4	4	73	5	27	18	27
	%	35,4	59,8	4,9	4,9	89,0	6,1	32,9	22,0	32,9
tur. kmetija	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
	%	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
hostel	13	4	9	0	1	12	0	2	1	9
	%	30,8	69,2	0,0	7,7	92,3	0,0	15,4	7,7	69,2
ostalo	22	3	15	4	0	18	4	7	3	8
	%	13,6	68,2	18,2	0,0	81,8	18,2	31,8	13,6	36,4
<b>SKUPAJ</b>	<b>260</b>	<b>93</b>	<b>156</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>237</b>	<b>14</b>	<b>88</b>	<b>47</b>	<b>99</b>
	<b>%</b>	<b>35,8</b>	<b>60,0</b>	<b>4,2</b>	<b>3,5</b>	<b>91,2</b>	<b>5,4</b>	<b>33,8</b>	<b>18,1</b>	<b>38,1</b>

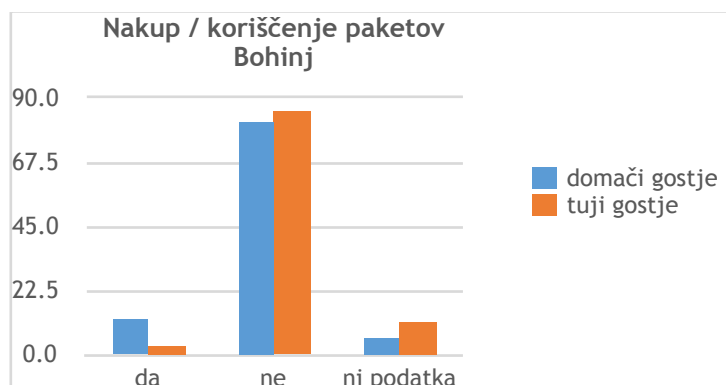
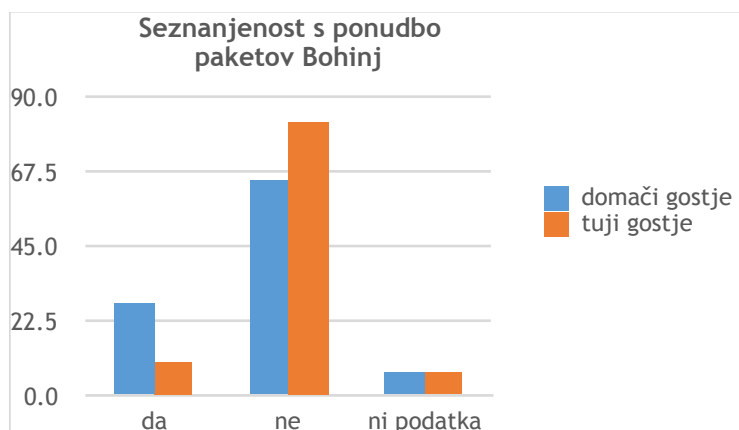


#### Seznanjenost s ponudbo Hop-on Hop-off avtobusa na Pokljuka med dnevnimi obiskovalci

		ste seznanjeni s ponudbo Hop-on Hop-off avtobusa			ste ga uporabili			če ne, ali bi ga uporabili		
		da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
število gostov/%	43	8	34	1	3	37	3	9	11	17
Dnevni obiskovalci	%	18,6	79,1	2,3	7,0	86,0	7,0	20,9	25,6	39,5

## Turistični paketi Bohinj (Mega, Standard, Mini, Aqua)

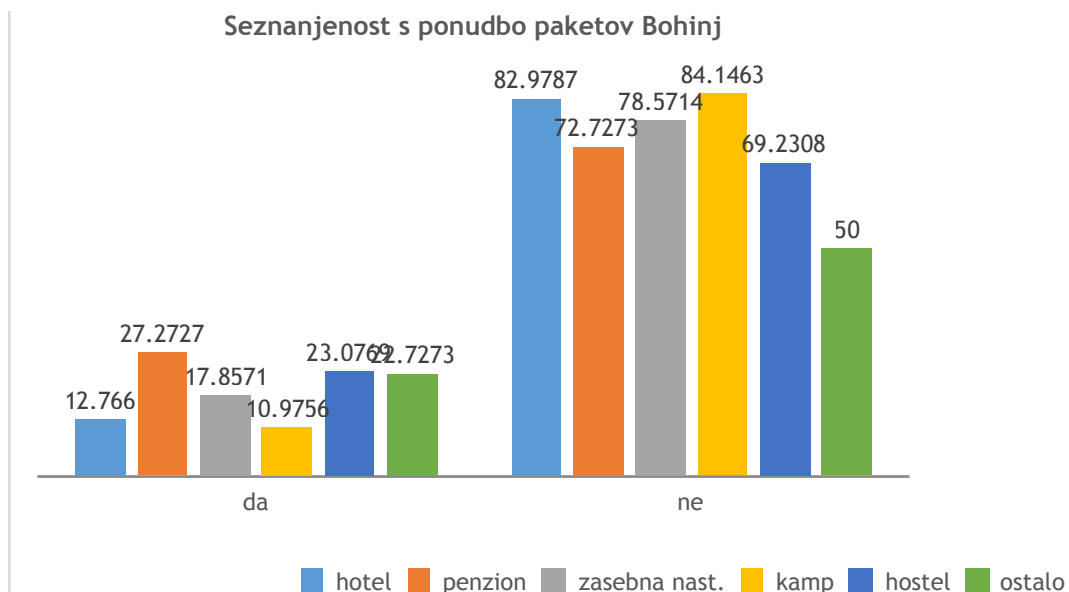
		Ste seznanjeni s ponudbo paketov?			Ste kupili / uporabili katerega?			Če ne, ali bi ga kupili / uporabili?		
		da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
domači	število	25	57	6	11	72	5	24	13	40
	%	28,4	64,8	6,8	12,5	81,8	5,7	27,3	14,8	45,5
tuji	število	23	180	15	7	187	24	28	45	124
	%	10,6	82,6	6,9	3,2	85,8	11,0	12,8	20,6	56,9
skupaj		48	237	21	18	259	29	52	58	164
skupaj %		15,7	77,5	6,9	5,9	84,6	9,5	17,0	19,0	53,6





### Seznanjenost s ponudbo turističnih paketov Bohinj glede na tip nastanitve

tip nastanitve	število gostov	ste seznanjeni s ponudbo turističnih paketov Bohinj			ste katerega kupili / uporabili			če ne, ali bi ga kupili		
		da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
hotel	47	6	39	2	2	42	3	11	8	23
	%	12,8	83,0	4,3	4,3	89,4	6,4	23,4	17,0	48,9
penzion	11	3	8	0	1	10	0	1	0	9
	%	27,3	72,7	0,0	9,1	90,9	0,0	9,1	0,0	81,8
apartma, soba	84	15	66	3	5	73	6	15	17	41
	%	17,9	78,6	3,6	6,0	86,9	7,1	17,9	20,2	48,8
kamp	82	9	69	4	2	73	7	11	21	41
	%	11,0	84,1	4,9	2,4	89,0	8,5	13,4	25,6	50,0
tur. kmetija	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1
	%	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
hostel	13	3	9	1	1	10	2	2	1	7
	%	23,1	69,2	7,7	7,7	76,9	15,4	15,4	7,7	53,8
ostalo	22	5	11	6	4	12	6	4	4	4
	%	22,7	50,0	27,3	18,2	54,5	27,3	18,2	18,2	18,2
<b>SKUPAJ</b>	<b>260</b>	<b>42</b>	<b>202</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>221</b>	<b>24</b>	<b>44</b>	<b>51</b>	<b>126</b>
	<b>%</b>	<b>16,2</b>	<b>77,7</b>	<b>6,2</b>	<b>5,8</b>	<b>85,0</b>	<b>9,2</b>	<b>16,9</b>	<b>19,6</b>	<b>48,5</b>

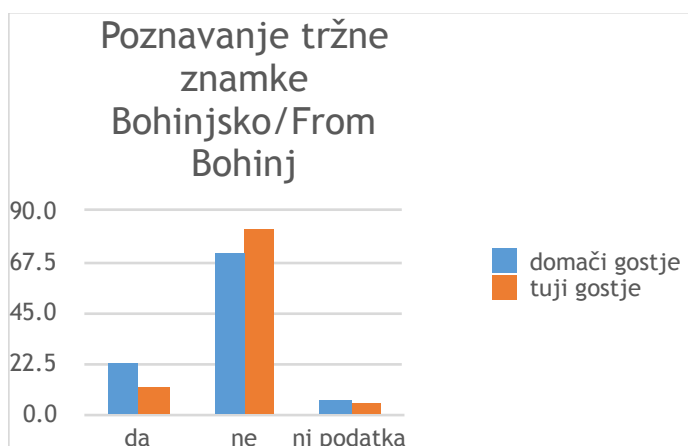


**Seznanjenost s ponudbo turističnih paketov Bohinj med dnevnimi obiskovalci**

		ste seznanjeni s ponudbo turističnih paketov Bohinj			ste katerega kupili / uporabili			če ne, ali bi ga kupili		
		da	ne	ni podatka	da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem
število gostov/%										
Dnevni obiskovalci	43	5	36	2	3	38	2	7	8	23
	%	11,6	83,7	4,7	7,0	88,4	4,7	16,3	18,6	53,5

## 22. Kolektivna tržna znamka Bohinjsko / From Bohinj

		Poznavanje znamke Bohinjsko			Ste kupili kakšen izdelek, storitev pod to znamko?			
		da	ne	ni podatka	da	ne	ne vem	ni podatka
do- mači	število	20	63	5	20	53	9	6
	%	22,7	71,6	5,7	22,7	60,2	10,2	6,8
tuji	število	27	179	12	13	139	44	22
	%	12,4	82,1	5,5	6,0	63,8		10,1
skupaj		47	242	17	33	192	53	28
skupaj %		15,4	79,1	5,6	10,8	62,7	17,3	9,2





### Kje so gostje zaznali znamko Bohinjsko /From Bohinj

DOMAČI GOSTJE		TUJI GOSTJE	
v trgovini	5	brošura	5
Bohinjski sir (Zajavornik)	2	internet	2
prireditve	2	TIC	2
na izdelkih	1	v hostlu	1
Uskovnica	1	camp	1
med, mlečne stvari	1	trgovina Mercator	1
vrečke	1	TIC, Slap Savica, Mercator	1
Gorjuše, planine	1	LD Turizem	1
Bohinj, Srednja Vas	1	na različnih mestih	1
internet	1	v Bohinju	1
TV	1	turistične atrakcije	1
ni podatka	3	Mercator, souvenir	1
		mlečni proizvodi v trg.	1
		ni podatka	7

### Ocene kupljenih izdelov in storitev znamke Bohinsko / From Bohinj

DOMAČI GOSTJE		TUJI GOSTJE	
odlično	6	v redu	4
v redu	4	zelo dobra čokolada	1
sir je odličen	2	okusno	1
dobro	1	dober sir	1
izvrstno	1	dobro	1
lepi, domiselni	1	zelo okusno	1
izredna dobra kakovost	1	ni podatka	3
ni podatka	4		

j) PONUDBA V BOHINJU - VTISI

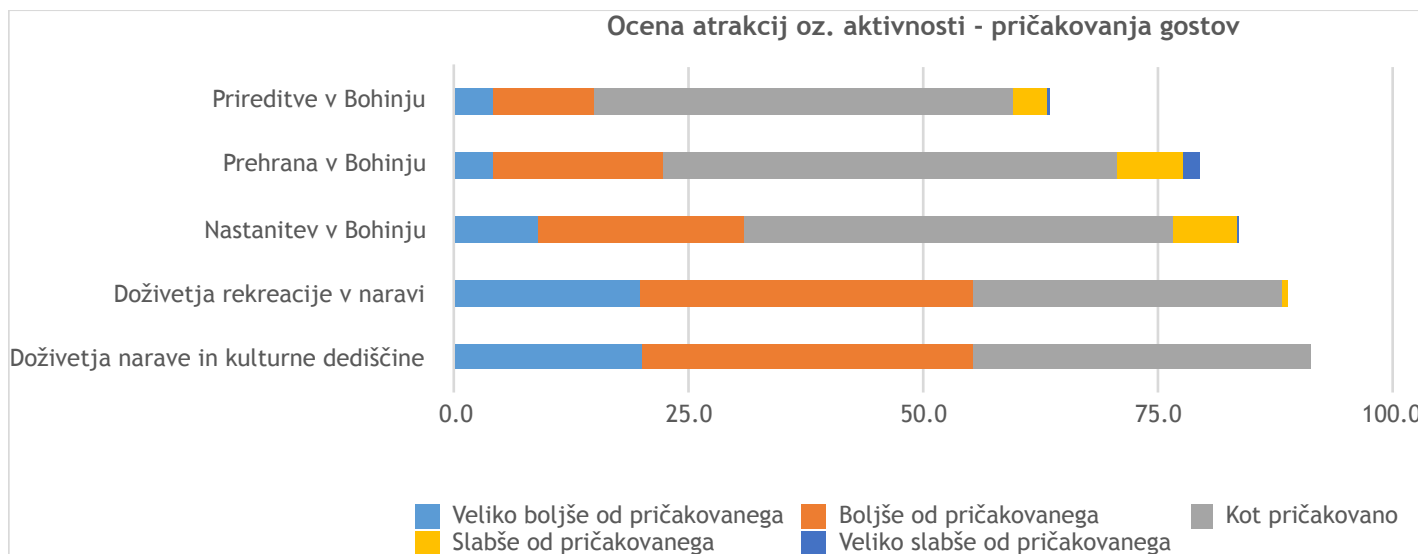
23. OCENA ATRAKCIJ OZ. AKTIVNOSTI

Domači gostje:

Aktivnosti /Kriterij	Veli ko bolj še od prič ako van ega	Bolj še od prič ako van ega	Kot prič akov ano	Slab še od prič ako van ega	Veli ko slab še od prič ako van ega
Doživetja narave in kulturne dediščine	19	27	34	0	0
Doživetja rekreacije v naravi	17	26	32	0	0
Nastanitev v Bohinju	12	21	34	4	1
Prehrana v Bohinju	7	18	40	3	2
Prireditve v Bohinju	5	13	42	2	1

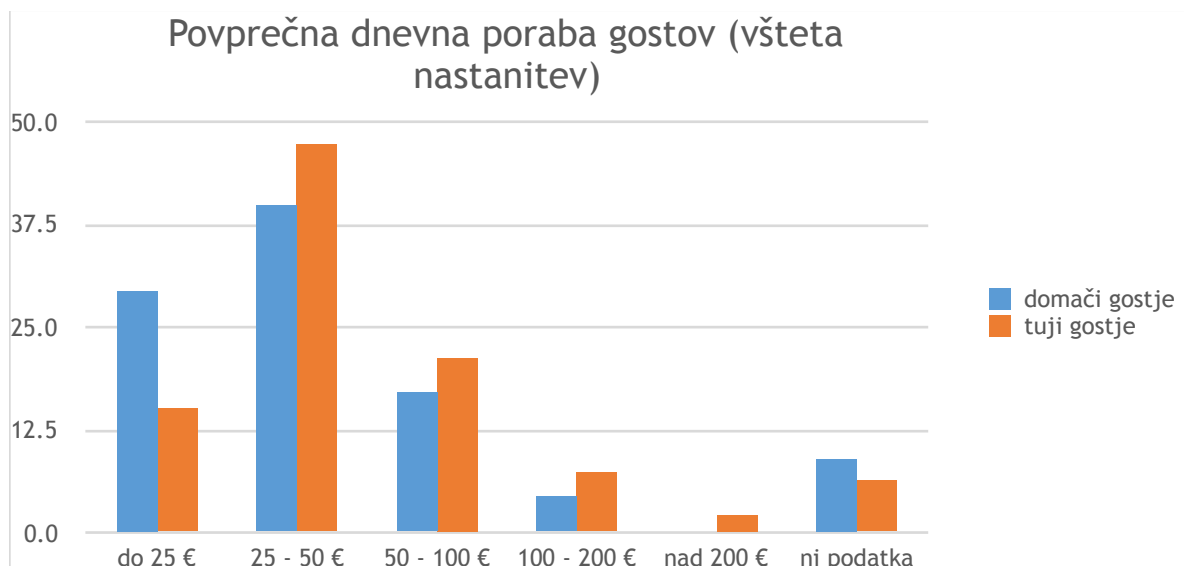
Tuji gostje

Aktivnosti /Kriterij	Veli ko bolj še od prič ako van ega	Bolj še od prič ako van ega	Kot prič akov ano	Slab še od prič ako van ega	Veli ko slab še od prič ako van ega
Doživetja narave in kulturne dediščine	42	81	76	0	0
Doživetja rekreacije v naravi	43	83	68	2	0
Nastanitev v Bohinju	15	46	105	17	0
Prehrana v Bohinju	5	38	107	19	3
Prireditve v Bohinju	7	20	94	9	0



#### 24. DNEVNA PORABA NA OSEBO

		do 25 €	25 - 50 €	50 - 100 €	100 - 200 €	nad 200 €	ni podatka	SKUPAJ
do- mači	število	26	35	15	4	0	8	88
	%	29,5	39,8	17,0	4,5	0,0	9,1	100,0
tuji	število	33	103	47	16	5	14	218
	%	15,1	47,2	21,6	7,3	2,3	6,4	100,0
skupaj		59	138	62	20	5	22	306
skupaj %		19,3	45,1	20,3	6,5	1,6	7,2	100,0



Med tujimi gosti, ki dnevno porabijo med 100 in 200 EUR so Američani, Avstralci, Belgijci, Nizozemci, Danci in Francozi. Gostje, ki potrošijo več kot 200 Eur prihajajo in Slovaške, Nemčije, Amerike in Velike Britanije.

Med vprašanimi pa najmanj potrošijo Madžari, Izraelci in Poljaki (v povprečju okrog 25 EUR dnevno).

k) RAZNO

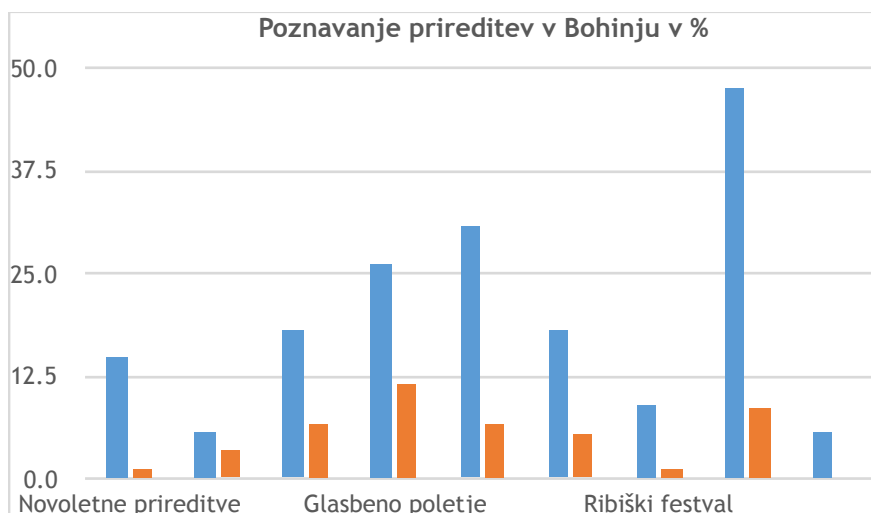
25. POZNAVANJE DOGODKOV IN TURISTIČNIH PRODUKTOV

Domači gostje:

<i>Priveditev</i>	število gostov
<i>Novoletne prireditve</i>	13
<i>Zeleni vikend</i>	5
<i>Mednarodni festival alpskega cvetja</i>	16
<i>Glasbeno poletje</i>	23
<i>Tradicionalne poletne prireditve</i>	27
<i>Dnevi pohodništva</i>	16
<i>Ribiški festival</i>	8
<i>Svetovni pokal v biatlonu</i>	42
<i>Kravji bal</i>	5

Tuji gostje:

<i>Priveditev</i>	število gostov
<i>Novoletne prireditve</i>	3
<i>Zeleni vikend</i>	8
<i>Mednarodni festival alpskega cvetja</i>	15
<i>Glasbeno poletje</i>	25
<i>Tradicionalne poletne prireditve</i>	15
<i>Dnevi pohodništva</i>	12
<i>Ribiški festival</i>	3
<i>Svetovni pokal v biatlonu</i>	19



Poznavanje prireditev med tujimi gosti je izjemno slabo.

**26. STRINJANJE GOSTOV S PODANO TRDITVIJO:  
NA SPLOŠNO SEM ZADOVOLJEN/A S SVOJIM OBISKOM  
DESTINACIJE**

		zel o se strinjam	stri nja m se	sem neop rede ljen/ a	ne strin jam se	splo h se ne strin jam	ni pod atka	SKU PAJ
do- mači	števi lo	41	40	2	0	0	5	88
	%	46,6	45,5	2,3	0,0	0,0	5,7	100,0
tuji	števi lo	109	89	9	2	0	9	218
	%	50,0	40,8	4,1	0,9	0,0	4,1	100,0
skupaj		150	129	11	2	0	14	306
skupaj %		49,0	42,2	3,6	0,7	0,0	4,6	100,0



Odgovor Zelo se strinjam so največkrat označili gostje iz Nemčije, Velike Britanije in Češke. Negativni odgovor smo prejeli samo s strani enega nizozemskega in enega nemškega gosta.

## 27. KAJ JE GOSTOM V BOHINJU ŠE POSEBEJ VŠEČ?

Domači gostje:

<i>Izjave</i>	Število oseb
<i>neokrnjena narava</i>	33
<i>narava, jezero</i>	4
<i>pokrajina</i>	3
<i>jezero</i>	3
<i>naravne znamenitosti</i>	2
<i>narava, zrak, mir</i>	2
<i>narava, vode, mir</i>	2
<i>narava, možnost rekreacije</i>	2
<i>mir</i>	1
<i>ladja, jezero</i>	1
<i>narava, gore</i>	1
<i>narava, ljudje</i>	1
<i>narava, podnebje</i>	1
<i>narava, ljudje, mir</i>	1
<i>narava, pohodniške - kolesarske poti</i>	1
<i>narava, kolesarske steze</i>	1
<i>narava, prijazni gostinci, čistoča</i>	1
<i>lepota zjutraj</i>	1
<i>sladoled</i>	1
<i>jezero, zrak</i>	1
<i>jezero, prireditve</i>	1
<i>jezero, pohodništvo</i>	1
<i>dobri in iskreni ljudje</i>	1
<i>možnosti za izlete v hribe</i>	1
<i>Aqua park, jezero, hribi, drsališče, smučanje</i>	1
<i>-otok ?</i>	1
<i>kolesarska pot od B.B. do jezera</i>	1



<i>vreme, usluge</i>	1
<i>urejenost</i>	1
<i>večina</i>	1
<i>svežina</i>	1
<i>mir, užitek, blizu voda, osvežitev</i>	1
<i>mir, kopanje, pohodništvo</i>	1
<i>gneča</i>	1
<i>ranč Mrcina, kolesarska pot</i>	1
<i>domačnost, enostavnost, mir</i>	1
<i>okolje, prijazni ljudje, ponudba</i>	1

Tuji gostje:

**Izjava**

	<b>Število gostov</b>
<i>narava</i>	49
<i>pohodništvo</i>	10
<i>narava, pokrajina, pohodništvo</i>	9
<i>jezero, gore</i>	9
<i>narava, čista voda v jezeru, reke</i>	7
<i>narava, čisto jezero, prijazni ljudje</i>	6
<i>narava, mir</i>	4
<i>narava, vasi, prijazni ljudje</i>	4
<i>jezero</i>	4
<i>narava, razgledi</i>	3
<i>narava, prijazni ljudje</i>	3
<i>vse</i>	3
<i>gore</i>	2
<i>jezero, korita</i>	2
<i>mir, TNP, jezero, pohodništvo, pokrajina, naravna in kult. dediščina</i>	2
<i>narava, pohodi, ljudje</i>	2
<i>čisto okolje</i>	2

<i>narava, pohodništvo, kultura, hrana</i>	2
<i>naravna dediščina</i>	2
<i>gore, narava</i>	1
<i>narava, pohodništvo, TNP</i>	1
<i>narava, kolesarske poti</i>	1
<i>narava, mir, tradicionalno življenje</i>	1
<i>narava, gore, reke</i>	1
<i>narava, prijazni ljudje, cene</i>	1
<i>narava, jezero, sprehodi</i>	1
<i>narava, mir, športna ponudba</i>	1
<i>narava, sprehodi, jame</i>	1
<i>narava, hrana</i>	1
<i>pokrajina, dobro vreme</i>	1
<i>pokrajina, jezero</i>	1
<i>jezero, slapovi</i>	1
<i>jezero (brez zgradb okoli njega)</i>	1
<i>jezero, gozdovi</i>	1
<i>jezero, razgled</i>	1
<i>jezero, mir, ni gneče, reke</i>	1
<i>jezero, sprehodi, Mostnica</i>	1
<i>sprostitev ob jezeru, mir, vljudni ljudje</i>	1
<i>plavanje v jezeru in pohodništvo na Voglu</i>	1
<i>mirno in tiho vzdušje</i>	1
<i>mir v kampu, čista reka</i>	1
<i>hribi in mirno življenje</i>	1
<i>pohodništvo, pokrajina, prijazni gostitelj</i>	1
<i>pohodniške poti, prijazni ljudje, ni gneče</i>	1
<i>sprehodi, peljati se z avtobusom</i>	1
<i>sprehodi</i>	1
<i>canyoning, pohodništvo</i>	1
<i>Slap Savica, Pravljična dežela</i>	1
<i>slap Savica</i>	1
<i>Mostnica</i>	1

<i>Mostnica, Info točka Bohinj</i>	1
<i>kolesarske poti, gondola</i>	1
<i>vreme</i>	1
<i>ljudje</i>	1
<i>gore, Aqua park, hrana</i>	1
<i>zastarelost</i>	1
<i>fant jo je tukaj zaprosil za roko</i>	1

## 28. KAJ GOSTE V BOHINJU MOTI?

Domači gostje:

<i>Izjava</i>	<b>Število gostov</b>
<i>nič</i>	36
<i>draga parkirnina</i>	4
<i>veliko turizma, gneča na cesti</i>	3
<i>poletna gneča</i>	2
<i>plačljiva parkirišča</i>	2
<i>parkiranje</i>	2
<i>več sanitarij v kampu Danica</i>	1
<i>gobarji (nekulturni odnos do narave)</i>	1
<i>TNP</i>	1
<i>preveč ljudi, slaba založenost trgovine v B.B. - eko ponudba</i>	1
<i>postaja preveč podoben Bledu</i>	1
<i>pomankanje tabel, kje ni dovoljeno parkiranje</i>	1
<i>nepremišljeni turisti</i>	1
<i>sirarna v Srednji vasi - popoldan zaprta</i>	1
<i>ose, nekulturni ljudje - nekateri, promet</i>	1
<i>ose, promet nevarnost ob cestah</i>	1
<i>da se ne razvija kot bi se turistično lahko</i>	1
<i>vsaka storitev se zaračunava</i>	1

<i>promet ob jezeru</i>	1
<i>vstopnine</i>	1
<i>ni prostorov za parkiranje</i>	1
<i>ni javnih stranišč oz. premalo</i>	1
<i>propadanje hotelov</i>	1
<i>odsotnost klopc - ob vsaj gl. poteh - Pokljuka</i>	1
<i>povečan promet, zaprta Kobla pozimi</i>	1
<i>vse stane: parkirnine, prevozi - ladja = drago</i>	1
<i>plačevanje na vsakem koraku</i>	1
<i>cene</i>	1
<i>posebej parkirnina, posebej karta</i>	1
<i>ni košev - kontejnerjev za smeti - za ločevanje odpadkov</i>	1
<i>parkirišča za avtodome</i>	1
<i>neurejenost cest, odpiralni čas trgovin</i>	1

#### Tuji gostje:

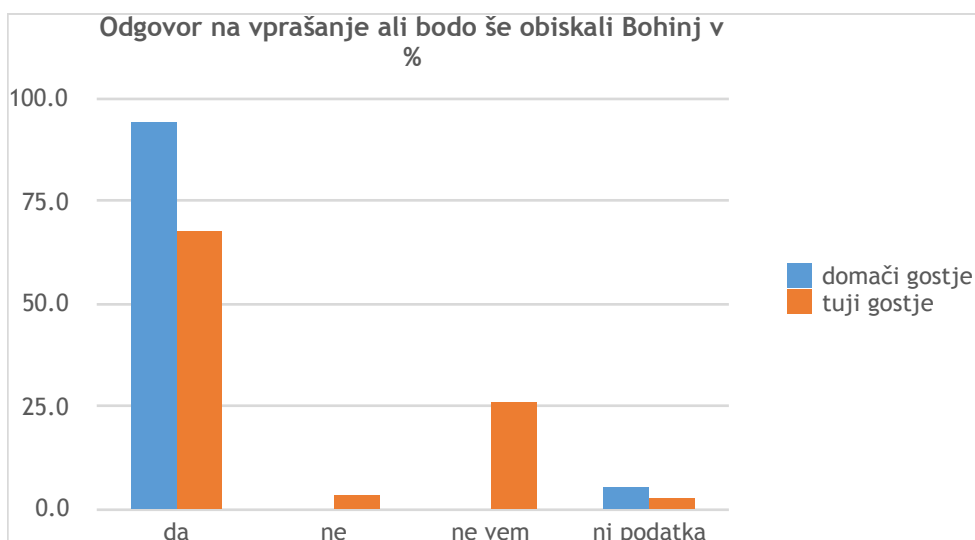
##### *Izjava*

<i>Izjava</i>	<b>Število gostov</b>
<i>nič</i>	111
<i>predrago, vse zaračunate</i>	4
<i>nič informacij</i>	3
<i>dež</i>	3
<i>vreme</i>	3
<i>kampi so bili polni</i>	3
<i>ni dovolj kampov (vsi so bili zasedeni)</i>	3
<i>draga parkirnina</i>	3
<i>parkirnine</i>	3
<i>plačati za parkiranje, plačati za ceste, plačati za slap</i>	2
<i>promet</i>	2

<i>ose in čebele</i>	2
<i>vstopnina za Mostnico</i>	1
<i>preveč avtomobilov pri jezeru</i>	1
<i>neprijazna ženska v trgovini</i>	1
<i>več pohodniških tur</i>	1
<i>jota</i>	1
<i>prehrupni motorji</i>	1
<i>zelo hrupen disko (do 3 zjutraj)</i>	1
<i>mrzla voda v kampu</i>	1
<i>kampi - čiščenje stranišč je treba izboljšati, kabine so majhne</i>	1
<i>kamp</i>	1
<i>nismo dosegli vrh Triglava</i>	1
<i>prometni znaki v tujih jezikih</i>	1
<i>gneča na kolesarski poti, premalo kolesarskih poti</i>	1
<i>dostop do pralnega stroja, zemljevid cest v kraju in gostilni</i>	1
<i>ponudba je naravnana le na potrošnjo denarja, ne pa da bi gostje uživali in raziskovali in s tem prav tako trošili denar.</i>	1
<i>malce več miru</i>	1
<i>preveč turistov</i>	1
<i>nekaj več znakov za planinske poti</i>	1
<i>znaki za turiste</i>	1
<i>hrana ( ni vegetarijanske možnosti)</i>	1

## 29. BOSTE ŠE OBISKALI BOHINJ?

		da	ne	ne vem	ni podatka	skupaj
domači	število	83	0	0	5	88
	%	94,3	0,0	0,0	5,7	100,0
tujji	število	148	7	57	6	218
	%	67,9	3,2	26,1	2,8	100,0
skupaj		231	7	57	11	306
skupaj %		75,5	2,3	18,6	3,6	100,0



Kar 94,6% domačih gostov se bo v Bohinj še vrnilo in med vprašanji ni bilo niti enega, ki bi na vprašanje odgovoril negativno. Med vsemi tujimi 218 vprašanji se samo 7 oseb ne bo več vrnilo v Bohinj. Med sedmimi nezadovoljnimi gosti so trije gostje iz Češke, eden iz Nemčije, eden iz Španije, eden iz Izraela in eden iz Madžarske.

### 30. BOSTE PRIPOROČILI BOHINJ SVOJIM PRIJATELJEM?

		da	ne	ne vem	ni podatka	skupaj
domači	število	81	0	2	5	88
	%	92,0	0,0	2,3	5,7	100,0
tuji	število	207	2	5	4	218
	%	95,0	0,9	2,3	1,8	100,0
skupaj		288	2	7	9	306
skupaj %		94,1	0,7	2,3	2,9	100,0



Kar 94 % gostov bo obisk Bohinja priporočilo svojim prijateljem.

### 31. MOREBITNI PREDLOGI

#### Domači gostje:

##### Izjave:

- parkirnina
- plačujejo in ne dobijo več za to
- plačujemo brez veze in denar ne gre nikamor
- prihaja iz TD (nekje na Štajerskem) in tam ne pobirajo nobenih vstopnin, ker vse plačajo sponzorji
- zelo slaba infrastruktura - hoteli (Zlatorog, ..)
- plačevanje vstopnine
- predlog za zaščito žgancev, tako kot je prekmurska gibanica
- ohranjanje naravnih vrednot še v prihodnosti
- posebej parkirnina, posebej karta - mogoče skupaj
- kaj bi lahko ponudili tudi brezplačno - naravne znamenitosti
- več parkirišč, nižje cene
- Vogel ohranjati kot je, izboljšati Koblo
- urejena večerna druženja ob glasbi, večerni plesi
- urediti Koblo
- prostor
- še naprej se trudite za svoje goste
- postavitev klopc na nekaj poteh - Pokljuka
- posodobitev cest
- promet
- kolesarska pot iz Danice do Ukanca in kolesarska pot do Bleda
- čuvajte in negujte naprej biser, ki ga imate
- infrastruktura je v redu
- pohodniška/kolesarska mobilna aplikacija z zemljevidi
- na poteh Korita Mostnice ni smetnjakov
- parkiranje je malo predrago
- včasih je parkirišče na planini Blato prepolno
- poskusite omejiti promet
- morda več ponudb za otroke (animacije ob jezeru, v kampih)



- več bankomatov
- stranišča imamo z razlogom, zato drugi ne rabijo urinirat pred prikolico/šotorom
- narava
- prireditve
- sinhronizacija okusov
- združitev paketov Bohinj in KGB ter vozni redov Hop-on Hop-off
- naj ostane vsaj tako kot je
- trgovina v Boh. Bistrici naj bo tudi v nedeljo odprta cel dan
- ulični umetniki
- hudo pritoževanje nad plačilom v Mostnici (grožnje z tržno inšpekcijo,..)
- Oplenova hiša - že pred 3 tedni napisala mail na občino Bohinj - neurejeno!
- bolj pestra ponudba hrane (brez glutena, laktoze)

#### **Tuji gostje:**

##### **Izjave:**

- *a little more path's signs*
- *access to washing machine*
- *accommodation of better quality is too expensive*
- *better camp sites*
- *better restaurants*
- *better sanitary at the campsite*
- *better signs*
- *better tourist (hiking) maps*
- *Bohinj trail to Bled*
- *cheaper paragliding*
- *clear hiking maps*
- *dark beer on top*
- *different signs for different destinations at the hiking tours*

- don't overload the park with tourist offers - more individual tourism
  - easlier/ clearer bus
  - encourage the tourists to take their waste with themselves and not to throw it in the nature
  - English on the signs
  - find a solution for the moments in august for the parking at lake Bohinj
  - find a solution for the moments in august on camping sites
  - food offer is over range in quality
  - free parking to sleep in our car
  - get more internet exposure
  - get some airline to plan on a direct fly from Dublin to Ljubljana
  - go on as doing now
  - gratis parkiranje
  - guided mountain tours
  - I missed a signature how long it last to reach the destination
  - improve the infrastructure
  - improve the signs for walking
  - It must all pay (pay for parking, pay for road, pay for waterfall, ...)
  - it's fine that this place is not overcrowded
  - izboljšati dostop do Bohinja z vlakom iz Nove Gorice
  - kamp malo razmetan, stranišča umazana
  - keep it as is
  - Keep it the same! Don't develop like Bled!
  - less parking costs
  - make fishing permits in the river (for kids) less expensive
  - make the Guest card cheaper
  - mark hiking trails/directions - a litte better
  - maybe a few more campsite. It's very crowded in Boh. Bistrica
  - maybe more public transport to lake and to Triglav park . less fuell waste
- 
- more campings

- more capacity/ spaces campsites/better sanitary
- more information in English (signs)
- more information about events
- more local light food to buy in restaurants
- more parking places
- more possibilities to take the bus
- more route signage (especially around cross - roads)
- more service in restaurants. Like, more attention to wards customers. For example when out of a drink, ask if you would like another drink
- more signs (hiking)
- more small campsites, with good clean toilet buildings
- more vegetarian food
- nature
- ne dovolite hotelom, da bi bili preslabo opremljeni
- next time without family but with friends to go to Triglav
- ni našla veliko INFO v LJ in je določene stvari težko našla
- not to pay money for tourist attractions (nature should be free of charge)
- obdržite to kar imate in pojdite v tej smeri
- offer one entrance fee for all
- one more campsite (they were full)
- plastic waste
- razpored avtobusov bolj obširen in ne samo preko vikenda
- reduce parking fee for whole days
- reduce the number of cars in the area
- roadsigns in foreign languages
- should stay as it is
- shuttle bus Ukanc/Ribčev laz/ Stara Fužina
- signpost, detail on maps with distance (each way)
- signs walking, easy access to the villages, lake
- small camping
- small trekking to make with children
- stay natural

- the fishing cheaper
  - the most important is not to deteriorate it by commercialization
  - to have the skiing resorts join together
  - touristic marking on hiking trails
  - traffic
  - vse je v redu
  - we didn't get the discount on the bus, when we went to Ljubljana on Saturday at 7:00
  - you need to give information about trails & huts & mountain paths
  - you need to pay for entrance for special parts of the park - example the waterfall
  - touristic marking on hiking trails
  - cheaper paragliding
- 
- better tourist (hiking) maps
  - more possibilities to take the bus
  - one more campsite (they were full)
  - keep it as is
  - less parking costs
  - should stay as it is
  - guided mountain tours
  - offer one entrance fee for all
  - traffic
  - plastic waste
  - better restaurants
  - cheaper fishing
  - dark beer on top
  - easlier/ clearer bus
  - small camping
  - go on as doing now
  - better camp sites
  - more campings
  - roadsigns in foreign languages

- *more information in English (signs)*
- *get more internet exposure*
- *better sanitary at the campsite*
- *make the Guest card cheaper*
- *more information about events*
- *improve the signs for walking*
- *Bohinj trail to Bled*
- *more vegetarian food*
- *access to washing machine*
- *small trekking to make with children*
- *free parking to sleep in our car*
- *vse je v redu*
- *a little more path's signs*
- *reduce parking fee for whole days*
- *gratis parkiranje*
- *nature*
- *better signs*
- *English on the signs*
- *more signs (hiking)*
- *stay natural*
- *more parking places*
- *improve the infrastructure*
- *clear hiking maps*
- *food offer is over range in quality*