

DIVERZIFIKACIJA MORSKEGA RIBIŠTVA V TURISTIČNO DEJAVNOST NA SLOVENSKI OBALI

Tanja MIHALIČ

Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Kardeljeva ploščad 17, 1000 Ljubljana
e-mail: tanja.mihalic@ef.uni-lj.si

Gorazd SEDMAK

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije - Turistica, Obala 11a, 6320 Portorož
e-mail: gorazd.sedmak@turistica.si

Saša PLANINC

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije - Turistica, Obala 11a, 6320 Portorož
e-mail: sasa.planinc@turistica.si

Janez BOGATAJ

e-mail: janez.bogataj@telemach.net

Matic JELOČNIK PELICON

e-mail: m.jelocnik@me.com

IZVLEČEK

Namen članka je proučiti možnosti diverzifikacije morskega gospodarskega ribištva v turistične dejavnosti v slovenskem prostoru z namenom, da se zagotovi trajnostni razvoj dejavnosti in primerne poslovne priložnosti, ki bi omogočale preživetje ribiškega sektorja in višjo kakovost življenja ljudi, ki so z ribištvo povezani. Metodologija je vključevala analizo sekundarnih virov, opazovanje na terenu in strukturirane globinske intervjuje, v katerih so kot informatorji sodelovali ključni deležniki ribištva in turizma na Obali. Rezultati intervjujev so nakazali, da interes po razvoju ribiškega turizma obstaja, vendar so zaradi različnosti nosilcev in njihove različne komercialne in podjetniške pozicije sinergije slabe. Zato ne prihaja do razvoja proizvodov ribiškega turizma kot bi za obmorsko destinacijo pričakovali. Ključne ovire, ki bi jih bilo treba odpraviti so pomanjkanje podjetnosti in podjetniških znanj na strani ribičev, pomanjkanje kapitala in percepcija rigorozne in ribiškem turizmu nenaklonjene zakonodaje.

Ključne besede: turizem, ribištvo, diverzifikacija dejavnosti, Obala

DIVERSIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI PESCA COMMERCIALE MARINA IN ATTIVITÀ DEL SETTORE TURISTICO NELL'AREA SLOVENA

SINTESI

Il presente articolo si propone di esaminare la possibilità della diversificazione delle attività di pesca commerciale marina in attività del settore turistico nell'area slovena con l'obiettivo di garantire così lo sviluppo sostenibile dell'attività e anche opportunità commerciali che renderebbero possibile la sopravvivenza del settore della pesca e una qualità di vita più alta della popolazione che è legata alla pesca. La metodologia usata comprende l'analisi di fonti secondarie, osservazioni su campo e interviste strutturate in profondità nelle quali hanno collaborato come informatori i rappresentanti delle principali parti interessate del settore della pesca e del settore del turismo del Litorale. I risultati delle interviste suggeriscono l'esistenza dell'interesse per lo sviluppo del pescaturismo, ma che, date le differenze tra i protagonisti e le loro divergenze a livello commerciale e imprenditoriale, la sinergia è scarsa.

Per questi motivi non c'è lo sviluppo dei prodotti del pescaturismo che ci si aspetterebbe da una destinazione costiera. Gli ostacoli principali che andrebbero sormontati sono la mancanza di imprenditorialità e delle conoscenze imprenditoriali da parte dei pescatori, la mancanza di capitale e la percezione della legislazione che è rigorosa e sfavorevole al pescaturismo.

Parole chiave: turismo, pesca, diversificazione delle attività, Litorale

UVOD

Povezovanje ribištva in turizma na slovenski obali je aktualna razvojna tema območja, ki ga kratko imenujemo Obala ali Slovenska Istra. Morsko ribištvo je sestavni del življenja obalnega prebivalstva že stoletja. Dana geografska lokacija je nudila ugodne pogoje za razvoj morskega ribištva, predvsem ker je bila obala dostopna in je omogočala razvoj pristanišč. Ribištvo je del zgodovine in identitete tega področja. Ohranjanje ribištva in tradicije je zato smiselno, tako zaradi ohranjanja delovnih mest, kot tudi zaradi njegove dediščinske in kulturne vrednosti.

Po drugi strani pa je Obala ena izmed vodilnih turističnih regij Slovenije. Pričetki razvoja sodobnega turizma na tem območju segajo vse tja do Avstro-Ogrske monarhije in danes je to področje močno odvisno od turistične dejavnosti. Govorimo lahko o visoko razvitem obalnem turizmu, ki na eni strani temelji na namensko izgrajeni turistični infrastrukturi in superstrukturi, na drugi strani pa na dejavnostih in značilnostih prostora, kot so solinarstvo in solinarski proizvodi, ugodna klima, ribištvo, beneška arhitektura itd., ki so omogočile razvoj turizma in pravzaprav tudi zagotavljajo njegov obstoj. Tako imenovani »novi turisti« (Poon, 1998) so vedno bolj dovzetni za pristne naravne in kulturne značilnosti okolja, ki ga obiskujejo, in iščejo avtentičnost in originalnost turističnih destinacij.

Posledično na eni strani slabo razvita ribiška dejavnost, ki predstavlja del avtentičnih značilnosti prostora in na drugi strani visoko razvita turistična dejavnost, ki potrebuje avtentičnost in lokalne posebnosti za oblikovanje uspešnih turističnih proizvodov, predstavljata odlične pogoje za povezovanje. Turistični obiskovalci predstavljajo tako dodaten argument kot tudi možnost za ohranjanje ribiške dejavnosti in z njo povezane tradicije na tem področju. Z vzajemnim sodelovanjem in povezovanjem bi obe dejavnosti vsekakor lahko utrdili svoj položaj.

Na ravni slovenskega gospodarstva je prispevek dodane vrednosti sektorja ribištva, predvsem na račun majhnosti ribolovnega območja, zanemarljiv. V obdobju med letoma 1998 in 2003 je ribištvo predstavljalo 0,16 % slovenskega BDP-ja (MKGP, 2007, 7). Podoben je delež zaposlenih v ribištvu in gojenju vodnih organizmov, ki je v letu 2011 predstavljal 0,26 % vseh zaposlenih v Republiki Sloveniji (SURs, 2012a, 225). Glede na sprejeti Nacionalni strateški načrt za razvoj ribištva

v Republiki Sloveniji 2007-2013 (MKGP, 2007) pa ribogojstvo, predelava in trženje lahko zagotovi nekaj delovnih mest. Ne gre pa tudi zanemariti prispevka z ribištvom povezanih dejavnosti (predelovalna industrija, trgovina, turizem, gostinstvo, transport...).

Precejšen del ribiškega ladjevja in ribičev je zaradi prekomernega izlova morskih organizmov in povečane ponudbe iz tujine soočen z vse manjšim ulovom, naraščajočimi poslovnimi stroški in z izgubami. Vse to postavlja ribiško dejavnost v izredno slab položaj. Nujno je torej prestrukturiranje oz. diverzifikacija dejavnosti. Da bi povečali ekonomski in kulturno-družbeni ter tudi sonaravni razvojni potencial dejavnosti, je potrebno najti moderne, tržno prodorne načine, ki bodo omogočali valorizacijo z ribištvom povezanih virov in povečanje dodane vrednosti dejavnosti. Povezovanje ribištva in turizma je v navedenem, turistično razvitem okolju izredna razvojna in komercialna priložnost. S pomočjo ribištva in njegove kulturne dediščine je moč izboljšati turistično ponudbo in privlačnost okolja za turizem (ustvarjanje turistične privlačnosti na kopnem, na primer ribiški muzeji, ladje - muzeji, ribiška mesta, trgovine z ribiški izdelki, turistični ogledi popravila plovil in ribolovnega orodja, prikaz tehnik ribolova, kulinarika in povezavi z ribištvom, proizvodi v povezavi z ribiško floto, ribiška doživetja za obiskovalce ipd.). S pomočjo turističnega interesa se odpirajo možnosti za diverzifikacijo ribiške dejavnosti in izboljšanje njenega ekonomskega in družbenega položaja, ob upoštevanem manjšem izlovu.

Na področju morja, ribištva in turizma v slovenskem prostoru ni študije, ki bi celovito obravnavala turistično valorizacijo ribiških virov v priobalnem pasu oziroma na morju (stanje leta 2010 v sistemu SICRIS). Nacionalni strateški načrt za razvoj ribištva (MKGP, 2007) pa na več mestih navaja priložnosti, ki lahko nastanejo s povezovanjem med obema dejavnostima, zlasti na področju doseganja trajnosti, promocije ribiških proizvodov in diverzifikacije dejavnosti. Z izjemo vključevanja v kulinariko ponudbo praktično tudi ni turističnih proizvodov, ki bi v večji meri povezovali morsko ribištvo in turizem.

Namen članka je proučiti možnosti diverzifikacije morskega gospodarskega ribištva v slovenskem prostoru z namenom, da se zagotovijo trajnostni razvoj dejavnosti in primerne poslovne priložnosti, ki bi omogočale preživetje ribiškega sektorja in višjo kakovost življenja ljudi, ki so z ribištvom povezani. Najprej je prikazana zgodovina ribištva in turizma na Obali, sledi pa kvaliteta

tivna raziskava, s katero poskušamo odgovoriti na vprašanja katere so obstoječe oblike povezovanja ribištva in turizma, katere bi bile možne oblike, kdo so nosilci povezovanja ribištva in turizma in kakšni so, na področju diverzifikacije ribištva skozi turizem, izgledi za prihodnost. Odgovore na vprašanja smo zbrali s strukturiranimi globinskimi intervjuji, v katerih so kot informatorji sodelovali ključni deležniki ribištva in turizma na Obali. Informacije smo pridobivali in preverjali tudi z opazovanjem na terenu. Za globinske intervjuje in opazovanje smo se odločili na podlagi pregleda literature, kjer so se raziskovalci v primeru podobnih tem večinoma prav tako odločili za ta pristop (Chen, 2010; Delaney & Zbicinski, 2010; Di Domenico & Miller, 2012; Henichart, Lesueur, Fontenelle & Boude, 2010; Lowitt, 2011; Rogelja, 2006). Ta pristop svetujeta tudi Haugenova in Vik (2008), ki navajata, da je bil med uporabljenimi metodami dosedanjih primerljivih raziskav, predvsem zaradi slabe raziskanosti področja, kompleksnosti problematike, relativno majhnega števila deležnikov in specifik območij, kjer so raziskave potekale, poleg opazovanja najpogosteje uporabljen prav poglobljen intervju. Na osnovi analize globinskih intervjujev in opazovanja so v zaključku podani tudi nekateri konkretni predlogi diverzifikacije morskega gospodarskega ribištva v turistično dejavnost.

PROBLEMATIKA DIVERZIFIKACIJE MORSKEGA GOSPODARSKEGA RIBIŠTVA

Problematika diverzifikacije ribištva in povezovanja ribištva s turizmom je, kljub nedvomni aktualnosti in geografski razširjenosti, v znanstveno-raziskovalnemu smislu bila doslej dokaj zapostavljena. Kauppila in Karjalainen (2012) ugotavljata, da nimamo niti modela, s katerim bi lahko ovrednotili ekonomske vplive (npr. športnega) ribištva. Sharpley in Vass (2006) pa menita, da je predvsem razumevanje odnosa nosilcev aktivnosti (kmetov in ribičev) do diverzifikacije v turizmu zelo pomembno in zahteva nadaljnje poglobljene raziskave. Za področje slovenske Obale je bila problematika povezovanja ribištva in turizma poglobljeno obravnavana v raziskavi Rogelje (2006), vendar le z vidika ribičev, niso pa bili obravnavani drugi deležniki - zasebni turistični sektor, javni in civilni sektor.

Ellis (2000) za primer malih ribičev definira diverzifikacijo kot proces, v katerem gospodinjstvo poveča število svojih dejavnosti z namenom pridobitve dodatnih dohodkov in zmanjšanja odvisnosti od enega vira. Zaznani potencial diverzifikacije ribištva je botroval nekaj praviloma eksploratornim raziskavam na različnih delih sveta. Delaneyeva in Zbicinski (2010) sta proučevala možnosti diverzifikacije in učinkovitejše valorizacije ribištva v severni Nemčiji, Steadova (2005) je na primeru Škotske proučevala možnosti in ovire preusmeritve tradicionalnih ribiških področij v druge dejavnosti, vključno s turizmom, Henichartova s soavtorji (2010) so

oblikovali klasifikacijo različnih možnih oblik diverzifikacije ribištva v Bretaniji, med katerimi ima pomembno vlogo turizem, Chenova (2010) je na Tajskem raziskovala možnosti vključevanja ribičev v turistično ponudbo, predvsem z nudenjem svojih bivaljšč za turistično nastanitev, Lowittova (2011) je v Novi Fundlandiji proučevala sinergijske učinke povezovanja ribištva in turizma, Claesson, Robertson in Hall-Arberjeva (2005) so analizirali pomen in vplive prireditev vezanih na ribiško dediščino v Kanadi, Cortés Rodríguez, Jiménez Toribio, García del Hoyo in Castilla Espino (2011) pa so za primer profesionalnih ribičev v ZDA identificirali vrsto obstoječih oblik diverzifikacije njihove dejavnosti.

Poleg nudenja nastanitvenih kapacitet in vključevanja v gastronomsko ponudbo, se ribiči preusmerjajo in vključujejo v tehnološko predelavo in pakiranje rib, neposredno prodajo preko spleta, različna izobraževanja (npr. o ribolovu in ribogojstvu), v katerih aktivno sodelujejo, športno-ribiški turizem in vodene turistične ogledje (npr. kitov). Boude s soavtorji (2010) navedenim oblikam dodajajo možnosti komercialnega okoljevarstvenega delovanja (nadzor, zbiranje morskih odpadkov) in dajanja plovil v najem. Holmefjordova (2000) pa v povezavah med ribištvom in turizmom vidi predvsem potencial sinergij za (mednarodno) trženje, saj gre v obeh dejavnostih za valorizacijo lokalnih virov, ki so tipični in avtentični določenemu okolju, ki mora postati mednarodno prepoznavno. Na drugi strani Sharpley in Vass (2006) opozarjata, da lahko nekritično kopiranje rešitev in diverzifikacija "na silo" privede do resnih humanitarnih težav, kar so občutili predvsem ponekod v tretjem svetu (Brugère, Holvoet & Allison, 2008; Cinner & Bodin, 2010). Wendejeva in Gothallova (2008) na primeru Islandije ugotavljata celo, da sta si osnovni dejavnosti ribičev - kitolov in vodenje turističnih ogledov kitov v neposrednem konfliktu in (so)ustvarjata nekonsistenten imidž destinacije.

Nekaj več raziskav vezanih na diverzifikacijo je bilo opravljenih za klasično kmetijstvo (poljedelstvo in živinorejo), npr. Ilbery (1991) in McNally (2001), kjer pa so težave, ki narekujejo nujnost sprememb, pravzaprav zelo podobne tistim, s katerimi se srečujejo ribiči. Te izvirajo predvsem iz upadanja prihodkov zaradi nezmožnosti konkuriranja velikim (tujim) pridelovalcem, ki z ekonomijo obsega dosegajo bistveno nižje lastne cene, neprilučnosti dejavnosti za mlade, velikih nihanj v cenah in visokih stroškov, predvsem zaradi cene goriva (Chen, 2010; Delaney & Zbicinski, 2010; Di Domenico & Miller, 2012). Pri kmetijstvu igra pomembno vlogo tudi proces emancipacije žensk na kmetijah, do katere je prišlo v zadnjih desetletjih (Nilsson, 2002), v ribištvu pa je v primerjavi s kmetijstvom težavna tudi naključnost ulova, ki ne omogoča konstantne ponudbe, kar predstavlja za gostince veliko oviro (Lowitt, 2011), in prekomerni izlov v določenih morskih področjih (Chen, 2011; Claesson et al., 2005; Muallil et al., 2011). Loureirova in Jervell Moxnesova (2004) sta na primeru Norveške analizirala

dejavnike, ki vplivajo na pripravljenost diverzifikacije v turizmu. Ugotovila sta, da igrajo pri tem ključno vlogo socio-demografski podatki nosilcev aktivnosti.

V splošnem so si avtorji enotni, da ima ohranjanje tradicionalnega ribištva in kmetijstva, temelječega na manjših podjetjih oz. družinski tradiciji, izredno pozitivne učinke na lokalno skupnost, trajnostni razvoj regij in nenazadnje kakovost živil in življenja ljudi (Henichart et al., 2010). Delaneyeva in Zbicinski (2010) ter Lowittova (2011) izrecno poudarjajo kulturni pomen ohranjanja ribiške dediščine, ki je, poleg tega, da ima vlogo ključnega gradnika identitete lokalnega prebivalstva, lahko osnova za razvoj doživljajskega turizma. Tudi sami ribiči se pogosto zavedajo, da je potencial dediščine lahko celo večji od ulova samega (Claesson et al., 2005). Marsikje so zato nacionalne (in nadnacionalne) vlade sprejele strategije za diverzifikacijo ribištva v turizem in sorodne dejavnosti (Brugère et al., 2008; Chen, 2010).

Sta pa intenzivni razvoj turizma in popolna preusmeritev ribičev v turistične dejavnosti ponekod tudi prispevala k razkroju ribiške identitete lokalnega prebivalstva (Logar, 2010). Vsekakor predstavlja kultura ribištva in kmetovanja pri diverzifikaciji v turistično ponudbo tako velik potencial, ki izhaja iz avtentičnosti ponudbe, kot tudi oviro, saj sta miselnost in način dela, ki ju ne moremo spremeniti čez noč, v storitvenih dejavnostih bistveno drugačna kot v primarnem sektorju (Busby & Rendle, 2000; Di Domenico & Miller, 2012). Claesson s soavtorji (2005) tako ugotavljajo, da imajo ribiči pogosto nekakšen odpor in strah pred aktivno udeležbo na različnih "ribiških prireditvah". Hjalagerjeva (1996) vidi težavo tudi v dejstvu, da je predvsem v primerih, ko je osnovna dejavnost relativno industrializirana, kombiniranje s turistično dejavnostjo zaradi različnih narav dela otežkočeno.

SLOVENSKO MORSKO GOSPODARSKO RIBIŠTVO

Zgodovina in kulturna dediščina slovenskega ribištva

Kulturna dediščina morskega ribištva v slovenskem morju oz. ob slovenski obali Jadranskega morja je za potrebe njene aplikacije v turistično ponudbo ter oblikovanje novih turističnih proizvodov razmeroma skromno raziskana. Posamezna pričevanja niso tako strnjeno predstavljena, tako kot je to značilno za slovensko ribištvo v Tržaškem zalivu, nekdanjo značilno gospodarsko panogo slovenskega prebivalstva, ki še danes pomeni eno njihovih temeljnih zgodovinskih identifikacij. Tudi če primerjamo faktografske opise in poznejše raziskave sladkovodnega in morskega ribištva, ugotovimo, da je prvo veliko bolje zastopano oz. obdelano.

Pregled literature pokaže, da morsko ribištvo v Tržaškem zalivu celovito prikazuje delo Bruna Volpija Lisjaka (1995) z naslovom Slovensko pomorsko ribištvo skozi stoletja od Trsta do Timave. Avtor je sicer pisec številnih

prispevkov s področja ribištva v Tržaškem zalivu. O ribištvu na tem delu Jadrana so pisali tudi Rado Lenček (1947), Zorko Jelinčič (1967) idr. Za ribištvo ob slovenski obali je nekaj študij, ki prinašajo spoznanja npr. o življenju ribičev v Izoli (Kramar, 1987), esejistično navajajo zgodovinski razvoj ribištva (Gaberc, 1996), strokovno navajajo temelje zgodovinskega razvoja (Umek, 1970) ali z etnografsko-antropološkim pristopom analizirajo ekonomske, ekološke in simbolno-ideološke vidike ribiškega življenja na severno-istrski obali (Rogelja, 2006). Kulturna dediščina morskega ribištva v slovenskem morju ni tematsko muzeološko predstavljena tako, kot je to načrtovano v Križu pri Trstu, torej kot samostojna zbirka ali muzej, se pa s to tematiko ukvarjata tako Pomorski muzej v Piranu in Pokrajinski muzej v Kopru.

Ribiško kulturno dediščino predstavljajo gospodarske in družbene dejavnosti, od ribolova, prodaje in uporabe, tudi predelave rib, do ribiških združenj. Pojem sestavljajo tudi vsa dela in opravila, orodja, naprave in pripomočki. Pomembno sestavino predstavlja nesnovna kulturna dediščina morskega ribištva, ki jo predstavljajo znanja in vedenja o morju, življenju v njem, tudi znanja, povezana z ribolovnimi načini, tehnikami, izdelovanjem ribolovnih orodij, naprav idr.

Kulturna dediščina morskega ribištva v tem delu Jadranskega morja pokaže, da je bil ribolov slovenskega prebivalstva razvit predvsem ob obali med Trstom in Timavo, kjer je dosegel vrhunec na začetku 20. stoletja (Križ, Nabrežina), ko je sestavljalo njegovo ladjevje približno 400 plovil. Značilna vrsta ribolova je bil tunolov (Volpi Lisjak, 1995). Na današnji Obali je bilo stoletja vodilno ribiško mesto Izola. V istrskih mestih (Koper, Izola, Piran) je bilo ribištvo dejavnost pretežno italijanskih ribičev. To se odraža v ribiški terminologiji, tudi v tehnikah ribolova, vrsti in poimenovanju plovil. Značilna vrsta ribolova je bil lov na ciplje. Lov je bil izrazito množičnega značaja in je potekal med januarjem in marcem, tudi v Piranskem zalivu in že takrat turističnem Portorožu. Prvi pisni viri o lovu na ciplje so že iz 13. stoletja. Ulov cipljev ni bilo le delovno opravilo ampak tudi "ritual" in lokalni praznik, znano pa je, da so že v preteklosti ciplje po ulovu prodajali na portoroškem glavnem pomolu, kar je bila vselej svojevrstna atrakcija (Gaberc, 1994; Kramar, 1987).

Pogled v zgodovinski razvoj morskega ribištva pokaže, da je bila ribolovna pravica vsaj do 9. stoletja popolnoma prosta. Z uvajanjem fevdalizma v Istri in s priključitvijo frankovski državi pa so si pravico do ribolova začela prisvajati cerkvena in posvetna gospoda. Od 10. stoletja je tako vladar podeljeval ribolovne pravice cerkveni in posvetni gospodi. Ribolovna pravica je bila v lasti zemljiških gospodov le za skrajni severni del Tržaškega zaliva. Ribolovno področje ob istrski obali pa je bilo v upravi primorskih mest od Milj do Pulja. Kljub beneški oblasti, so mestne skupnosti Kopa, Izole in Pirana tudi v fevdalni dobi ohranile pravico in dohodek od ribolova. Pravice do ribolova in trgovanje z ribami so

urejali normativni viri, od mestnih statutov do predpisov beneških oblastnikov in v 18. stoletju predpisov predsednikov tržaškega gubernija. Ribolov so najpogosteje odajali v zakup na dražbah, zakupnik pa je za izvajanje ribolova najemal ribiče. V Piranu so vodili tudi register ribolovnih območij.

Beneška republika je propadla 1797 in po prihodu Francozov je bila uvedena svoboda ribolova. Vendar so z letom 1913 spet Avstrijci uvedli prvotno stanje. V 30. letih 20. stoletja je bil ribolov v svobodni domeni lokalnega prebivalstva, vendar le 1 miljo od obale, morje pa je bilo izrazito svobodno. V tridesetih letih 19. stoletja je morje postalo svobodno s posebnim predpisom, le 1 miljo od obale je bil ribolov namenjen obalnemu prebivalstvu, ki je ribarilo v občinskih mejah (Gaberc, 1994; Kramar, 1987).

Leta 1954 so bila mesta Koper, Izola in Piran priključena k Jugoslaviji in od 1950 je veljal nov Splošni zakon o morskem ribolovu, ki ga je dopolnil leta 1965 Temeljni zakon o morskem ribištvi. Na podlagi slednjega je Slovenija sprejela leta 1967 svoj zakon in ga leta 1976 nadomestila z novim. V celotnem zgodovinskem razvoju so veljale razne omejitve ribolova, ki so se v glavnem nanašale na lovne pripomočke in čas ulova.

Pri razvoju ribištva je imelo pomembno vlogo tudi povezovanje in združevanje ribičev. Leta 1888 so v Trstu ustanovili Avstrijsko ribolovno in ribogojско društvo, ki naj bi skrbelo za izboljšanje položaja ribičev. Društvo je delovalo od Devina do Dalmacije. Poleg tega je pomorska oblast v Trstu pospeševala tudi ustanavljanje ribiških zadrug. Leta 1908 je bila ustanovljena zadruga slovenskih ribičev v Križu pri Trstu. V Piranu so ribiči ustanovili zadrugo 1933 in so imeli pravico do ulova cipljev v Piranskem zalivu. Zadrugi sta delovali tudi v Izoli in Kopru. Po drugi svetovni vojni so leta 1949 ustanovili še drugo zadrugo, obe pa sta se 1955 pridružili novemu državnemu podjetju Ribič. Po drugi svetovni vojni se je močnejše razvil tudi industrijski ribolov na temeljih iz konca 19. stoletja, ko je v Izoli že delovalo več tovarn za predelavo rib. Več manjših podjetij se je v sedemdesetih letih 20. stoletja združilo v kombinat konzervne industrije Delamaris, ki je posodobil floto in načine ribolova ter začel loviti ribe tudi na odprtem morju (Umek, 1970).

Po drugi svetovni vojni se je močno spremenila tudi narodnostna sestava ribičev, saj so italijanski emigrirali v Italijo, priseljevati pa so se začeli ribiči iz Dalmacije. Za izobraževanje novih ribičev so ustanovili leta 1951 v Piranu ribiško šolo, ki je imela tudi svojo lastno šolsko ribiško ladjo Soča. Večina dijakov se je zaposlovala v ribolovnih podjetjih v Izoli in Piranu. Šola je prenehala delovati leta 1986.

Nekatere najbolj značilne ribe in drugi morski organizmi, ki so jih na tem področju tradicionalno lovili, so bili (Pahor, 1982; Volpi Lisjak, 2007):

- ribe kostnice: ugor (Conger conger), mali gavun - angodela (*Atherina boyeri*), veliki gavun - agon (*Athe-*

rina hepsetus), sardela (*Sardina pilchardus*), sardon (*Engraulis encrasicolus*), mol (*Merlangius merlangus*), cipelj oz. ševol (*Mugil spp.*), šur (*Trachurus spp.*), menola (*Spicara smaris*), brancin (*Dicentrarchus labrax*), trlja (*Mullus barbatus*), lokarda (*Scomber japonicus*), skuša oz. škomber (*Scomber scombrus*), špar (*Diplodus annularis*), pic (*Diplodus puntazzo*), šarg (*Diplodus sargus*), ovčica - mormora (*Lithognathus mormyrus*), salpa (*Sarpa salpa*), orada (*Sparus aurata*), morska plošča oz. pase-
ra (*Pleuronectes platessa*), romb (*Psetta maxima*), morski list (*Solea solea*), škarpna (*Scorpaena spp.*);

- ribe hrustančnice: morski pes (*Mustelus spp.*), morski golob (*Myliobatis aquila*);

- glavonožci: ligenj oz. kalamar (*Loligo spp.*), hobotnica oz. folpo (*Octopus spp.*), sipa (*Sepia officinalis*);

- raki: morska bogomolka oz. kanoča (*Squilla mantis*), jastog (*Homarus gammarus*).

Veliko vrst rib je postopoma izginjalo, kar je še vedno ena od značilnosti sodobnega ribolova ob slovenski obali. RIBE so imele izjemen pomen za prehrano vseh slojev prebivalstva v mestih in tudi v vaseh. RIBE niso bile pomembne le za prehrano prebivalcev obalnih mest in vasi ampak tudi za celotno Istro, Kras, Brda in Vipavsko dolino, Kraški rob, Brkine, del Soške doline in Notranjskega. V preteklosti so se ribiči bolj ali manj ukvarjali še s kmetijstvom. To pomeni, da jim ribištvo ni bila glavna gospodarska panoga. Ulovljene ribe so jim bile pomembno dopolnilo v prehrani in vsekakor tudi pomemben vir prodaje in zaslužka.

Slovensko morsko gospodarsko ribištvo danes

Po letu 1991 se je število ribičev začelo zmanjševati, z njimi pa tudi ulov. Po uradni statistiki je bilo na področju ribištva leta 2009 zaposlenih 117 delovno aktivnih oseb (velika večina moških), od tega 53 zaposlenih in 64 samozaposlenih in/ali neposredno plačanih. Polni delovni čas naj bi delalo 92 oseb, s skrajšanim delovnim časom, kot priložnostno delo, pa 25 oseb. Delo ribiča in školjarja v ribištvi naj bi opravljalo 98 oseb, ostalih 19 pa druga dela (SURS, 2009a).

Dejanski podatki so precej drugačni, saj naj bi od približno 140 ribičev na Obali, bilo le približno 60 polno-aktivnih ribičev. Imamo tipično sezonski ribolov s koncentracijo zaslužka na 4 mesece. ZMR-2 (Zakon o morskem ribištvi) omogoča možnost opravljanja dejavnosti kot fizične osebe, večina ribičev pa je registriranih kot samostojni podjetnik. Danes je tako registriranih 50 manjših ribiških podjetij (pretežno s.p.) od teh jih je največ v Kopru (14), sledijo Izola (13), Piran (12), Portorož (6), Ankarani (2) in po eno v Škofijah, Dekanih in Črnem Kalu (Levstik, 2007).

Globalna ribiška dejavnost se je po letu 1970 intenzivno industrializirala. Hitri ekspanziji dejavnosti so sledili marsikateri nezaželeni vplivi, ki sprva niso bili popolnoma prepoznani. Šele v zadnjih dveh desetletjih se je počasi začelo ugotavljati, da prekomeren razvoj

posledično prekomerno obremenjuje naravne vire in z njimi povezane ekosisteme. Danes se tako na ravni Evropske unije (EU) ocenjuje, da je ribiška flota EU dvakrat večja kot bi morala biti, če bi želeli trajnostno izkoriščati razpoložljive staleže rib (Evropska komisija, 2009, 4). Cilj novejših pravnih norm, ki urejajo ribištvo, je zmanjšati ribiško floto in obenem poskrbeti za to, da samo prestrukturiranje ribištva ne bo prevelik udarec za gospodarsko dejavnost, ki je na evropski ravni vendarle pomemben soustvarjalec bruto domačega proizvoda in delovnih mest.

Med pomembnejše pravne norme na evropski ravni sodi leta 2002 sprejeta Uredba Sveta št. 2371/2002 o ohranjanju in trajnostnem izkoriščanju ribolovnih virov v okviru skupne ribiške politike, ki je postavila nove temelje za skupno ribiško politiko in razširila njeno vsebino. Pravila skupne ribiške politike skušajo doseči trajnostno ribištvo in vzdrževanje morskih ekosistemov. Evropska unija je prav tako razvila več programov, imenovanih "strukturni skladi", katerih cilj je spodbujati razvoj zaostalih regij in podpirati posodobitev gospodarskih sektorjev. Evropski sklad za ribištvo sodi pod strukturne sklade in v njem je za obdobje 2007-2013 na voljo 4,3 milijarde evrov sredstev, ki se lahko porabijo za vse segmente ribiške industrije. Projekti se financirajo na podlagi nacionalnih strateških načrtov in operativnih programov, ki jih oblikujejo države članice. Eden od takih projektov je Nacionalni strateški načrt za razvoj ribištva v Republiki Sloveniji 2007-2013 (MKGP, 2007), ki obsega pregled stanja v ribiškem sektorju, SWOT analizo ribiške industrije, oceno razpoložljivih finančnih virov za ribiško dejavnost, njegov najpomembnejši del pa je opredelitev ciljev in prednostnih nalog Slovenije pri izvajanju ukrepov v okviru uredbe o Evropskem skladu za ribištvo. Poleg tega določa tudi ukrepe, ki so del Strategije razvoja ribištva v Sloveniji do leta 2013. V delu Strategije za ribištvo, ki se nanaša na izvajanja strukturnih ukrepov skupne ribiške politike, si je Slovenija zastavila tudi cilj pospešiti razvoj obalnih ribiških območji in doseči dolgoročno blaginjo z diverzifikacijo dejavnosti in povezovanjem ribištva in z njim povezane dediščine s turizmom.

Z vidika povezovanja ribištva in turizma je pomemben predvsem zadnji cilj, ki je osredotočen na pospeševanje razvoja obalnih ribiških območij in sodi pod četrto prednostno os skupne ribiške politike, ki skuša doseči trajnosti razvoj ribiških območij. Izvedbeni dokument Nacionalnega strateškega načrta za razvoj ribištva v Republiki Sloveniji 2007-2013 je Operativni program za razvoj ribištva v Republiki Sloveniji 2007-2012 (MKGP, 2009) za katerega je pristojno Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.

TURIZEM NA SLOVENSKE OBALI

Obala je zaradi bogate naravne in kulturne dediščine, ugodne geografske lege, lahke dostopnosti, pe-

stre eno-gastronomске ponudbe med najbolj turistično obiskanimi destinacijami v Sloveniji. Turizem predstavlja za Obalne občine pomemben vir zaposlitev in prihodkov in v zadnjih 50-ih letih je postal ena najpomembnejših gospodarskih panog. Destinacija je znana predvsem po kopališkem turizmu, obiskovalci pa jo obiskujejo predvsem z namenom oddiha in rekreacije. V zadnjih desetletjih se je veliko naredilo tudi na področju kongresnega, wellness, zdraviliškega in igralniškega turizma, s čemer se je nekoliko omililo sezonska nihanja. Turistična infrastruktura je v priobalnem delu dobro razvita, v zaledju pa je skromnejša. V zadnjem času je opazen porast individualnih turistov, predvsem eko-turistov, avanturistov in kulturnih turistov, ki iščejo drugačnost, izzive in avtentičnost (Brezovec, Sedmak & Vodeb, 2007; Jurinčič, Planinc & Luk, 2011).

Zgodovina Obalnega turizma

Začetki sodobnega turizma na Obali segajo v začetek 19. stoletja, ko se je v Portorožu začel razvijati kopališki turizem. V tem času je bilo izgrajenih več vil, kar se je nadaljevalo še tudi v 2. polovici 19. stoletja. Konec 19. stoletja je tako Portorož postal že uveljavljeno kopališče in klimatsko zdravilišče z več vilami, penzoni in hoteli; leta 1897 pa so ga tudi uradno razglasili za zdraviliški kraj. Leta 1910 je začel goste sprejemati zdraviliški Hotel Palace Portorož, ki je bil namenjen najzahtevnejšim gostom, predvsem iz Avstro-Ogrske monarhije. Slovel je kot eden največjih in luksuznih na Jadranu, kopališki Portorož pa je z njim pridobil igralnico. Temu je sledilo še dodatno povečanje nastanitvenih kapacitet in števila prireditev, v začetku 20. stoletja pa je bila skozi Portorož speljana še ozkotirna železnica Porečanka, ki je povezovala Trst s Porečem, postajališče pa je bilo tudi v Luciji. Portorož je v tem času štel tudi do 8.000 obiskovalcev letno (Brezovec, 2006).

Prva svetovna vojna je nato močno zavrla razvoj turizma. Po vojni se je začel širiti kopališki turizem tudi v drugih krajih (Koper, Izola, Ankarani), elitne goste pa so zamenjali dnevni obiskovalci iz bližnjih krajev. Tudi 2. sv. vojna je imela negativen vpliv na razvoj turizma, po njej pa se je začel razvijati masovni turizem. Sprva je bil izrazitejši domači turizem, po veliki obnovi v 2. polovici 20. stoletja, ko so se razvila tudi nova turistična naselja (Bernardin, Strunjan, Belveder, Simonov zaliv in Žusterna), pa so postali pomembnejši tuji turisti. Vrhnec je masovni turizem doživel v 80-tih letih 20. stoletja, ko je Obalo obiskalo že prek 400.000 turistov letno. Konec 20. stoletja so vojni nemiri na Balkanu znova zavrli turistični obisk, po tem pa je masovni turizem znova začel izpodrivati individualni turizem (Brezovec, 2006; Pucer, 1985).

Turizem danes

Ponudba in povpraševanje z medsebojnim prilagaja-

Tabela 1: Prenočitvene zmogljivosti po občinah in skupinah nastanitvenih objektov za leto 2011

Občine Zmogljivosti		Izola	Koper	Piran	Skupaj
Sobe	Nastanitveni objekti skupaj	1.460	1.617	5.866	8.943
	- hoteli in podobni nastanitveni objekti	627	653	3.000	4.280
	- kampi	315	451	1.188	1.954
	- ostali nastanitveni objekti	518	513	1.678	2.709
Ležišča	Nastanitveni objekti skupaj	4.351	4.927	15.253	24.531
	- hoteli in podobni nastanitveni objekti	1.682	1.561	6.836	10.079
	- kampi	840	1.353	2.742	4.935
	- ostali nastanitveni objekti	1.829	2.013	5.675	9.517

Vir: SURS, 2011a

njem, globalizacija in splošni trendi v svetu so privedli do tega, da je sedaj na Obali veliko turističnih ponudnikov, ki imajo prepogosto povsem globalno ponudbo, ki ne izpostavlja specifične identitete območja. V vseh treh občinah prevladujejo manjši poslovni subjekti s prehrabeno gostinsko dejavnostjo (okoli 400), med njimi restavracije in podobni obrati ter obrati za strežbo pijač, ki so večinoma registrirani kot samostojni podjetniki. Največ jih je lociranih v Kopru, nekaj manj v Piranu in še manj v Izoli. Bistveno manj je hotelov in podobnih obratov (okoli 30), ki pa zaposlujejo večje število ljudi. Teh je največ v občini Piran, posebej v Portorožu (AJPES, 2010). Kljub dejstvu, da so skoncentrirani na približno 2% površine Slovenije, predstavljajo skoraj četrtino celotnih nastanitvenih kapacitet v Sloveniji. Skupno je namreč v vseh treh občinah okrog 9.000 sob, ležišč v njih pa je okrog 25.000 (SURS, 2011a). Vpogled v prenočitvene zmogljivosti Obale nam nudi tabela 1.

V treh obmorskih občinah so v letu 2011 zabeležili preko 600.000 prihodov turistov in preko 2 milijona prenočitev (SURS, 2011b). Med tujimi gosti je daleč največ italijanskih gostov, sledijo pa avstrijski in nemški (SURS, 2012b). Iz ankete, ki jo med tujimi turisti izvaja Statistični urad Republike Slovenije, lahko povzamemo še, da je skoraj polovica takih gostov, ki v kraju letujejo prvič, zadržijo pa se cel teden (SURS, 2009b).

Zanimiv je še vpogled v percepcijo Istre kot turistične destinacije v očeh njenih obiskovalcev. Zaznani elementi turistične privlačnosti Istre so v največji meri morje, zrak, plaže, obmorska letovišča, kulinarika, narava, stara mestna jedra in arhitektura. Nesnovna kulturna dediščina je relativno slabo prepoznavna in predstavlja neizkoriščen potencial destinacije (Brezovec *et al.*, 2007).

Potovalnih agencij in organizatorjev potovanj je nekaj manj kot 50, od ostalih dejavnosti, pa gre kot pomembnejše delodajalce izpostaviti še organizatorje dogodkov, igralnice in marine (AJPES, 2010). Vse tri slovenske marine (za plovila s privezom v morju ali na kopnem) imajo skupno nad 1.400 privezov (brez komunalnih) in skupno površino akvatorija slabih 200.000

m². Skupno je bilo leta 2010 v njih preko 6.700 plovil (SURS, 2010). Prevladujejo slovenska in italijanska plovila (vsakih je približno četrtnina), sledijo pa nemška in avstrijska (vsakih je približno desetina).

Turistično ponudbo dopolnjujejo tudi številne prireditve, med katerimi so pomembnejše navtični in drugi sejmi, glasbeni festivali in eno-gastronomske prireditve, kot so Ribiški praznik, Dnevi oljk, vina in rib, Od vinarja do oljkarja, Praznik Refoška, Sladka Istra, idr. (Jurinčič *et al.*, 2011).

MOŽNOSTI POVEZOVANJA IN DIVERZIFIKACIJE RIBIŠTVA V TURISTIČNO DEJAVNOST

Metodologija

V sklopu raziskave je bil najprej opravljen pregled sekundarnih virov, tj. dostopne literature in virov. Poseben poudarek je bil na analizi primerov dobrih praks v tujini. Primarna raziskava pa je temeljila na globinskih intervjujih deležnikov na področju ribištva in gostinstva. Uporabljena metodologija temelji na konstruktivistični paradigmi. V kontekstu različnih deležnikov oziroma informatorjev je svet viden v različnih perspektivah in obstajajo multiple realnosti. Strukturiran globinski intervju, ki je bil uporabljen kot raziskovalna metoda, raziskovalcu omogoča, da zajame različne perspektive. Tako informatorji z izjavami in odgovori na strukturirana raziskovalna vprašanja pomagajo raziskovalcu, sestaviti realnost. Kot navajajo Saunders, Lewis in Thornhill (2007, 315), nudi uporaba delno strukturiranih intervjujev raziskovalcem možnost, da v primeru nejasnih odgovorov zastavijo respondentom dodatna vprašanja, s pomočjo katerih se lažje analizira zadevno tematiko.

Z namenom odgovoriti na zastavljena raziskovalna vprašanja, smo ustrezno prilagodili strukturo vprašalnika. Obsegal je štiri sklope, ki se nanašajo na obstoječe stanje, možne oblike povezovanja, možne nosilce povezovanja ter vizijo prihodnosti na področju sinergij med ribištvo in turizmom (Tabela 2).

Tabela 2: Tematski sklopi in vprašanja za izvedbo strukturiranega intervjuja o povezovanju turizma in ribištva na Obali

Tematski sklopi raziskave	Strukturirani intervju - podlage
Obstoječe povezovanja ribištva in turizma	Ali bi lahko na kratko našli turistične proizvode, ki temeljijo na naravnih in kulturnih virih ribištva na Obali? Katere izmed navedenih turističnih proizvodov tržite svojim gostom? Ali lahko navedete kateri segmenti gostov so zainteresirani za posamezni turistični proizvod (kvalitativni opis segmenta: država porekla, starost, način potovanja, preference, poraba, ipd.)? Ali so obstoječi turistični proizvodi, ki temeljijo na kulturnih in naravnih danosti ribištva, konkurenčni?
Možne oblike povezovanja ribištva in turizma	Glede na vaše izkušnje in na trenutno turistično povpraševanje, katere turistične proizvode bi lahko razvili na podlagi naravnih in kulturnih virov ribištva na Obali? Ali poznate kakšen primer dobre prakse povezovanja naravnih in kulturnih virov ribištva s turizmom (oblikovanje turističnega proizvoda) v tujini (Italiji, na Hrvaškem, ipd.)? Prosimo, da jih na kratko opišete ter ocenite ali je smiselna in možna njihova implementacija v Sloveniji? Prosimo vas, da ocenite za katere segmente gostov bi predlagani turistični proizvodi bili ustrezni?
Identifikacija nosilcev povezovanja ribištva in turizma	Kdo bi po vašem mnenju moral sodelovati pri oblikovanju tovrstnih turističnih proizvodov (kdo bi morali biti nosilci)? Ali lahko ocenite, kakšno je trenutno sodelovanje in komunikacija med ponudniki ribištva in turizma na Obali? Kje so po vaši oceni priložnosti za povezovanje? Kdo so akterji, ki bi se mogli povezovati in oblikovati turistične proizvode, ki bi temeljili na danostih ribištva?
Načrti za prihodnost	Kaj lahko naredimo v prihodnje, da trenutno stanje izboljšamo? Kakšni so strateški načrti bodočega razvoja turizma in ribištva in kako se lahko sinergije izkoriščajo v prihodnje?

Za potrebe pričujoče študije je uporabno Freemanovo (1984, 46) razumevanje deležnika, ki ga opredeljuje kot "katerokoli skupino ali osebo, ki lahko vpliva ali pa je deležna vpliva, za doseganje ciljev gospodarskega interesa". To definicijo, ki izvira iz teorije organizacije in managementa, Sheehan in Ritchie (2005) preslikata tudi na področje turizma in v tem kontekstu opredeljujeta deležnika kot katerokoli interesno skupino, ki vpliva ali pa je deležna vpliva v območju, kjer se izvaja turistična dejavnost.

Pri identifikaciji deležnikov povezovanja ribištva in turizma na Obali, smo poleg zgoraj navedenih teoretičnih opredelitev, uporabili tudi zemljevid deležnikov turizma (Sautter & Leisen, 1999). Ta avtorja predlagata, da bi v procesu razvijanja novih ribiško - turističnih vsebin morali računati na sodelovanje oziroma upoštevati interese tako na strani ponudbe (države, lokalne skupnosti, zasebnega sektorja ter interesnih združenj in lokalne skupnosti), kot tudi na strani povpraševanja (interes turistov). Turistov v primarni raziskavi nismo zajeli, ker smo se oprli na že obstoječe raziskave o turistih in turističnem povpraševanju (Brezovec et al., 2007; Sedmak & Mihalič, 2008). Te kažejo na velik pomen in potencial avtentičnosti in kulturne dediščine v turistični ponudbi. Za področje piranske občine oz. celotne Obale je bilo v omenjenih raziskavah ugotovljeno, da imata tako tipična kulinarika Istre kot njena etnološka dediščina izredno velik in relativno slabo izkoriščen potencial. V splošnem

turisti slabo poznajo kulturno dediščino (vključno s kulinariko) področja, obenem pa izražajo velik interes zanj. Poleg tega socio-demografski in drugi trendi napovedujejo, da bo v bodoče zanimanje turistov za tipične, avtentične vsebine destinacije še naraščalo (Sedmak & Mihalič, 2008).

Na strani ponudbe smo v raziskavi identificirali vrsto deležnikov, ki so relevantni za proučevanje možnosti združevanja ribištva in turizma. Potencialne deležnike smo uporabili za informatorje v kvalitativni raziskavi. Tabela 3 prikazuje porazdelitev informatorjev glede na sektor in vrsto deležnika. Med informatorji sta bili dve osebi ženskega spola in osem oseb moškega spola.

Intervjuje smo izvedli v prvem in drugem mesecu leta 2012. Opazovanje terena je potekalo v letih 2011 in 2012. Respondente smo kontaktirali preko telefona oz. elektronske pošte, in tako določili tudi čas intervjuja. Intervjuji so bili izvedeni na različnih lokacijah na Obali. Podlago za razgovor so predstavlja vnaprej pripravljena vprašanja (Tabela 2), pri čemer je bila njihova konkretna izvedba prilagojena situaciji in toku pogovora ter vrsti dejavnosti, v kateri posameznik deluje. Rezultati izvedenih intervjujev so bili v prvi fazi zapisani v obliki transkripta. Druga faza je zahtevala analizo dobljenih rezultatov, kjer smo združevali izjave na podlagi opredeljenih tematskih sklopov ter delali povzetke. Konstrukt realnosti na osnovi proučevanih sklopov je predstavljen v nadaljevanju.

Tabela 3: Informatorji po sektorju

Sektor	Informator
Ribištvo	I1: ribič I2: ribič in prevoznik I3: ribogojec I4: predstavnik ribiškega društva
Turizem	I5: hotelir I6: predstavnik turistične agencije I7: predstavnik turističnega združenja I8: predstavnik turističnega združenja I9: predstavnik turističnega združenja
Lokalna skupnost	I10: predstavnik lokalne skupnosti

Obstoječe povezovanje ribištva in turizma

Zagotovo bi za primer obmorske turistične destinacije, kot je Obala pričakovali, da bodo intervjuvanci našli vrsto obstoječih ribiško obarvanih turističnih proizvodov in aktivnosti. Ravno nasprotno pričakovanjem, pa sta informatorja iz turističnega sektorja opredelila dejansko stanje takole:

“O nekem turističnem produktu, ki vključuje ribištvo na slovenski obali in da je ta splošno dostopen turistu bi težko govoril. Po mojem znanju nimam podatka, da bi kakšen tak produkt obstajal” (I5) in “Na slovenski obali je trenutno še zelo malo narejeno na področju ribištva” (I3).

Edini, ki je izpostavil konkreten proizvod, je bil predstavnik turističnega združenja. Informator (I7) je menil, da *“... če povzamem vse skupaj, gre pri turističnih proizvodih predvsem za gastronomijo”*. Iz nadaljevanja razgovora je bilo razvidno, da se ribje specialitete, predvsem v povezavi z blagovno znamko Piranski brancin uporabljajo kot promocijsko sredstvo za predstavitev slovenskega turizma v tujini. Piranski brancin pa je sicer kot *“à la carte”* jed naprodaj v nekaterih obalnih gostinskih lokalih ter tudi v notranjosti Slovenije in postaja eden prepoznavnejših kulinaričnih proizvodov.

Intervjuvanci so posebej opozorili na akvarij, ki sicer sodi na področje izobraževanja, a ima turistični potencial (I3). Vzporedno pa obstajajo tudi, po mnenju enega izmed informatorjev (I5), tako imenovane *“fluidne oblike”* ali *“ad hoc”* oblike povezovanja, ki se našajo na občasne izlete, *“... ko se gre s kakšnimi ribiči na ribičijo”*, nekatere občasne vsebine, ko turistično gospodarstvo bolj za VIP goste vključi dogovorjen ribolov, ogled ribogojnice ali kulinarično izkušnjo. Po podatkih I8 obstaja sicer možnost, da se gost dogovori za ribolov s praviimi ribiči, vendar se proizvod ne trži. Po besedah informatorja iz hotelirstva (I5) ponudba za skupine gostov, ki želijo izkusiti lovljenje rib s praviimi ribiči sicer obstaja, *“... a v zadnjih letih te ponudbe ni izkoristil nihče”*. Razen ogledov ribogojnice, ki so v porastu pa so

ostale oblike v upadanju. Med relativno nestalne oblike bi lahko šteli tudi obstoječe ribiške *“fešte”* na obali. Tudi lov cipljev je izkoriščen bolj v medijske (promocijske) namene, manj pa kot turistični proizvod. Problem je predvsem v nepredvidljivosti časa ulova in v sezonski kratkočasni prisotnosti večjega števila cipljev ter posledično pri pretvarjanju v turistični proizvod.

Na vprašanje ali obstajajo turistični proizvodi, ki vključujejo elemente ribištva in turizma, so torej odgovori prvenstveno kazali v smer enega ponudnika, to je na ribogojnico in blagovno znamko Piranski brancin. V ribogojnici poleg direktne prodaje na debelo in drobno, nudijo tudi možnost ogleda ribogojnice po dogovoru. Obiskovalcem, ki prihajajo pretežno iz Slovenije in tudi Italije in Avstrije, predstavijo piranskega brancina kot tudi ribištvo, kar nadgradijo s kulinarično ponudbo. Moč je reči, da je to edini pravi turistični proizvod, ki zajema tako elemente ribištva kot tudi turizma. Žal pa so resursi podjetja za nudenje tega proizvoda na turističnem trgu v večjem obsegu preskromni in omejeni in zato tudi ta proizvod širšim turističnim množicam v resnici (še) ni dostopen.

Tudi ostali odgovori so potrjevali, da proizvod, ki bi bil na voljo neprestano, in obsegal tako ribištvo in turizem, na Obali praktično ne obstaja. Najbližje temu so proizvodi, kot so denimo teden cipljev, dnevi pedočev, ribiška fešta v Izoli, itd. Vsi ti proizvodi imajo izredno veliko sezonsko komponento, kar pomeni, da se na trgu pojavijo, ko se pojavi glavni input te ponudbe, torej ribe. Ko le-teh ni več na trgu, se ponudba ustavi, zato govorimo o t. i. *“ad hoc”* proizvodih. Podoben proizvod je bil tudi ogled kita, ki je priplaval v Piranski zaliv leta 2009. Ribiško društvo pa je v letu 2011 organiziralo poletno šolo, ki je otrokom približala ribolov in ribištvo. Povpraševanje po poletni šoli je bilo veliko in razmišljajo, da bi jo ponovili (I4).

Nekateri ribiči v poletnih mesecih zaradi slabšega ulova dopolnijo svojo dejavnost s prevozi turistov ob slovenski obali (I2). Takšne panoramske prevoze nudijo tudi v povezavi z lovom in piknikom. Tudi tukaj kljub združevanju obeh dejavnosti, torej ribištva in turizma, še vedno govorimo o *“ad hoc”* proizvodu, ki se ne ponuja tekom celotnega leta, ampak je odvisen od povpraševanja na eni strani, in naravnih danosti na drugi. Tudi zakonodajna ureditev opravljanja te dejavnosti še ni dorečena in ponudniki pogosto izgubijo motivacijo, ker se srečajo s standardi s področja nujenja gostinskih storitev, ki jih težko zagotovijo. Tudi gostinska ponudba, ki se nudi na nekaterih barkah je pretežno ne-regulirana, občasna in nestalna, odvisna od ulova, vremena in tudi volje ponudnikov, da storitve ponudijo. Izjema so ladje, predelane v zasidrane gostinske lokale v Kopru in Portorožu, ki pa z ribiško tradicijo na Obali nimajo dosti skupnega. Takšen primer je na primer angleški vlačilec, ki je predeljen v gostinski obrat na vodi. Tudi nekatera podjetja, ki ponujajo izlete z ladjico, hrano in ogled morskega dna, nimajo z ribiči in ribištvom nobene povezave.

Tabela 4: Povezovanje ribištva in turizma: Primeri dobrih praks (Mihalič et al., 2012)

Obalni tematski park	Notranji tematski park, ki se navezuje na naravne pojave povezane z obalo in morjem (veter, voda ipd.) ter predstavitev življenja v morski vodi in aktivnosti povezanih z ribištvom.
Akcije za desezonalizacijo turizma	Adaptacija ribiških plovil z namenom izvajanja rekreacijskega ribolova tudi v zimski sezoni (gretje na plovilih, pokriti prostori ipd.)
Prenova in oživitev "hotdog carts" v pristaniščih	Hotdog carts so tradicionalni prostori na Danskem, namenjeni srečanju in druženju ribičev z domačini in turisti.
Rekonstrukcija ribiške kmetije	Rekonstrukcija stare ribiške kmetije in aktivnosti (lov rib, priprava rib, izobraževanje o vrstah rib, nudenje ribjih jedi, aktivno vključevanje v pripravo jedi, predstavitev kulturne in naravne značilnosti regije).
Plaža celo leto	Cilj projekta je ohranjanje privlačnosti plaž skozi celo leto. Postavijo se učne poti oziroma turistične table z informacijami o živalskih vrstah in lokalni kulturi. Namen je izobraževanje turistov in prebivalcev.
"Marine square "	Postavitev akvarija v pristanišču, kjer se predstavijo ribe iz regije.
Rekonstrukcija stare ribiške ladje	Ribiška ladje se prenove in postane turistična privlačnost. Poveže se ribištvo, zgodovina in turizem.
Rekonstrukcija tradicionalne ribiške hiše	Stara ribiška hiša je pomemben del lokalne pristaniške arhitekture. Predstavlja tudi kulturno zgodovinsko vrednost. Poleg turistične valorizacije, lahko predstavlja tudi prostor za srečanje lokalnih prebivalcev in shrambo za ribiče.
Rekonstrukcija transportne železnice in železniške postaje	Rekonstrukcija železnice, ki je pomembna povezava med skladiščem in pristaniščem.
Odkritja pod vodo - podvodna pot okoli pristanišča	Konstrukcija podvodne poti ima namen odpreti naravno podvodno okolje turistom in prebivalcem. Podvodna pot je trajnostna rešitev saj poleg turističnih in izobraževalnih namenov, projekt vključuje tudi oblikovanje grebena, ki je pomemben za preživetje rib in manjših prebivalcev morja.
Kot riba v vodi	Dijaki obišejo lokalne ribiče v okviru šolske ekskurzije.
Prireditve v pristanišču	Združenje ribičev organizira dvodnevni dogodek v ribiškem pristanišču. Obiskovalci imajo spoznajo različne vrste rib, različne ribje jedi, tehnike čiščenja in rezanja rib.
Gurmanski Baltic	Združenje ribičev organizira tekmovanje v najboljšem kulinaricnem dosežku iz rib v okviru poletnega festivala.

Zaradi redkosti ribiških turističnih proizvodov, je bilo informacije o njihovi konkurenčnosti težko zbrati. Ker pa je rib v naravi vedno manj in se ribiči vračajo v pristanišča z nepolnimi mrežami, je ponudba rib na krožniku tudi zanje vedno bolj privlačna možnost. Tako se dodatno ovrednoti ulov, hkrati pa se valorizira tudi vrednost ribiškega poklica. Grosistično se npr. klapavice prodajajo po 0,5 evra/kg, na krožniku pa po 6 evrov za porcijo. Pri ribah je "... razmerje tako veliko, da je skoraj *nemerljivo*" (I3). V kilogramu rib so približno tri porcije, ki se na krožniku v boljšem lokalno lahko prodajo tudi po do 15 evrov, torej do 45 evrov za kilogram (I3). Ribič, ki ulov prodaja v svoji kantini, večino dohodkov (80 odstotkov) realizira na račun gostinske dejavnosti (I1). Ribič, ki je svojo dejavnost nadgradil s prevozništvom, je s tem svoje prihodke povečal za dvakrat in danes z ribištvom zasluži le eno tretjino prihodkov. (I2).

Možne oblike povezovanja ribištva in turizma

Naslednji sklop vprašanj je zadeval analizo možnih oblik povezovanja ribištva in turizma na Obali. Študija primerov v svetu, ki je bila izpeljana kot preliminarna faza raziskave, je pokazala, da poleg ribje kulinarike in prevoznitva z ribiškimi ladjami obstaja cela vrsta inovativnih proizvodov in projektov, ki valorizirajo ribiško dediščino in ribiške vsebine v povezavi z turizmom. Omenili smo že, da je s pomočjo ribištva moč izboljšati turistično ponudbo in privlačnost na različne načine, kot so na primer ribiški muzeji, ladje - muzeji, ribiške vasi, trgovine z ribiškimi izdelki, turistični ogledi popravila plovil in ribolovnega orodja, prikazovanje tehnik ribolova, kulinarike v povezavi z ribištvom, proizvodi v povezavi z ribiško floto, ribiška doživetja za obiskovalce ipd. Povezovanje ribištva in turizma je možno na

osnovi podjetniške iniciative posameznikov, ki ponujajo tudi turistično zanimive ribiško obarvane proizvode. Hkrati pa je možno tudi kompleksnejše projektno povezovanje, kjer se v okviru projekta ustvari komercialni prostor za vrsto posameznih podjetniških iniciativ. Na primer, ribič-prevoznik sodi v prvo skupino, prenove ribiških prostorov, ladij, muzeji, akvariji pa v skupino širših projektov v okolju.

Takšni projekti so namenjeni tudi lokalnim prebivalcem, ker dvigujejo njihovo kakovost življenja in povečujejo zavest in samozavest lokalnega okolja o pomenu ribištva. Ribištvo se na ta način lahko intenzivneje vključi v gospodarske tokove hkrati pa se poveča njegova prepoznavnost med turisti in med lokalnim prebivalstvom. Evropska Unija v okviru projektov četrte prednostne osi Evropskega Ribiškega Sklada (European Fisheries Fund) spodbuja trajnostni razvoj ribištva. Program ima za končen cilj izboljšanje kakovosti življenja lokalnih prebivalcev posebej v regijah v katerih v opažen upad ribiške dejavnosti in pomaga financirati različne ribiške obarvane projekte. Nekateri od teh projektov kot primere dobrih praks prikazujemo v tabeli 4.

Na primeru Obale informatorji niso posedovali konkretnih idej za nove oblike turistične ponudbe, ki bi obsegala elemente ribištva oz. ribiške dediščine. Izjema je bil predstavnik lokalne skupnosti I10, ki je predstavil razvito idejo za organizacijo ribiškega dogodka (npr. teden pedočev), ki bi ga tržili in oglaševali. Ko bi se sezona pedočev pričela, bi školjke ponujali gostom, v zato pripravljenih objektih. Sicer pa je bilo opaziti izredno malo idej za oblikovanje ponudbe turističnih proizvodov, ki bi obsegali tudi elemente ribištva. Naklonjenost za tako ponudbo je velika, a pravih podjetniških ali komercialnih idej za trajne proizvode nismo zaznali. Prav tako nismo zaznali idej, ki bi lahko črpale iz primerov dobrih praks v tujini. V okviru opazovanja terena v času projekta smo sicer zaznali, da obstaja interes za postavitev ribiškega muzeja, vendar slednjega informatorji niso izpostavili.

Identifikacija nosilcev povezovanja ribištva in turizma

Iz samega namena proučevanja sinergij med ribištvom in turizmom, z namenom izboljšati položaj ribištva, izhaja, da bi motivacija za nove ribiške obarvane proizvode morala priti iz ribiškega sektorja. Turistični komercialni sektor je sicer zainteresiran za vsakršne atraktivne dodatne proizvode, ki so lahko tudi ribiški. Na splošno pa oblikovanje ali pospeševanje ribiških vsebin trenutno ni na listi prioritet turističnega sektorja:

“... nimamo virov, da bi bili nosilci razvoja tega produkta, z veseljem bomo pa sprejeli in vključili ta produkt v našo ponudbo. Potrebujemo nosilca, ki bo projekt ustvaril” (I5).

Informator iz zasebnega sektorja je izrazil visok interes, da bi takšne proizvode vključili, če bi obstajali in bi

bila zagotovljena njihova standardna kakovost. Informator z izkušnjami s področja turističnega posredovanja (I6) je iz preteklih izkušenj opisal številne probleme, ko so razvijali ribarjenje z ribiči in izlete z ribiči, a naleteli na zakonske, varnostne, higienske ovire in zato preprosto prenehali tržiti takšne proizvode.

Vendar smo zaznali jasno izražen interes, da se takšni proizvodi oblikujejo. Četudi je prevladovalo mnenje, da bi moral biti zasebni interes gonilna sila, so tako predstavniki zasebnega kot tudi javnega sektorja močno naklonjeni oblikovanju gospodarsko-interesnega združenja, ki bi povezovalo vse ključne deležnike ribiškega turizma in bi skrbelo za oblikovanje, promocijo in razvoj proizvodov ribiškega turizma. Pot razvoja bi bila lahko podobna kot pot razvoja kolesarskega proizvoda, kot navaja informator iz hotelirstva:

“Za lažjo predstavo pa lahko samo omenim kolesarstvo, saj bi bila podobna zgodba tudi z ribištvom. Namreč lani smo razvili kolesarski produkt, za katerega smo mi (opomba: hotelsko podjetje) dali pobudo na turistično združenje s katerim smo tudi potem šli skupaj na sejme...” (I5).

Pri uvajanju ribiških proizvodov bi prav gotovo potrebovali sodelovanje javnega sektorja, da bi podjetnikom olajšali prodor na trg in zmanjšali stroške prilaganja zakonodaji na področju izvajanja nove dejavnosti.

Načrti za prihodnost in ovire

Analiza vizije prihodnjega povezovanja ribištva in turizma na Obali je razkrila voljo po razvijanju in trženju ribiških vsebin znotraj interesnega turističnega združenja. V turističnem združenju se zelo zavedajo pomena avtentičnih značilnosti, vključno ribiških za turizem na Obali. Vendar v obstoječih razmerah računajo predvsem na promocijsko vrednost ribiških vsebin:

“Naši načrti vključujejo predvsem promocijo in v zvezi s tem bomo imeli promocijske dogodke... Ne glede ali bo do produkta prišlo ali ne, bomo mi zagotovo nekaj delali (opomba: sodelovali z ribogojnico in ribiči v promocijske namene)” (I7).

Zasebni turistični sektor je za nove ribiške proizvode zainteresiran, vendar pri tem ne načrtuje aktivne vloge. V projekte se bodo vključili, ko bodo komercialno dozoreli:

“Mi rabimo vsak proizvod, ki pritegne dodatne goste v to destinacijo, tako da takšen proizvod z veseljem pozdravljam in zagotavljam, da bi ga pomagali tržiti po naših kanalih. Ampak žal pa nismo v takšni situaciji, da bi lahko sami razvijali takšen produkt. Lahko sodelujemo, ne moremo pa biti nosilci razvoja tega produkta” (I5).

Ribiči imajo voljo, da bi dopolnili svojo osnovno dejavnost ribolova z drugimi dejavnostmi. V to jih silijo razmere, manj pa v tem sami vidijo dejansko poslovno priložnost:

“Akvatorij je omejen, cena rib pada, cena gorivu raste, preveč ribičev je na morju in potrebno je zmanjšati ribolovni napor, EU to tudi zahteva, dopolnitev osnovne dejavnosti ribolova z drugimi dejavnostmi je edina možnost. Ribiči bi se lotili dodatnega dela, a ne vedo kaj in kako” (I2).

Iz razgovorov je razvidno, da je problem “kaj” lažje rešljiv. Obstajajo ideje od peke rib na ribjih “feštah”, na pomolih, v lokalih in na barkah do kompleksnejših aktivnih ribiških počitnic, ko bi ribič sprejel goste na svojo barko in z njimi podoživljal od ribolova do čiščenja rib, zgodb, peke rib na barki ali na obali itd. Informator (I1) meni, da je povpraševanje po takšnih proizvodih veliko, vendar obstajajo zakonske ovire pri zagotavljanju zahtevanih standardov, da bi se združilo izpolnjevanje pogojev tako za ribolov kot tudi za “turistični” del dejavnosti v enem. Zakonodajne težave je omenjalo več informatorjev, vendar je očitno, da so se v preteklosti reševale od primera do primera in zato sistematičnih rešitev nismo zaznali. Zagotovo pa bo to področje potrebno sistematično in sistemsko urediti in potencialnim interesentom za opravljanje teh dejavnosti pomagati.

Ravno v času te raziskave se je pričel uresničevati ukrep zmanjševanja ribolovnega napora. Dvanajst lastnikov slovenskih ribiških ladij se je odločilo, da ladje razrežejo za staro železo, v zameno za 2,2 milijona evrov iz naslova evropskega ukrepa “Trajna ukinitvev ribolovnih dejavnosti”. Tudi največji slovenski ribiški barki Riba 1 in Riba 2, ki sta včasih nalovili več kot 1500 ton rib na leto, sta namenjeni za razrez (Šuligoj, 2012). To pomeni dokončno uničenje teh virov za morebitne bodoče projekte povezovanja ribiške zgodovine in tradicije in turizma in še dodatno zmanjšanje manevrskega prostora, v katerem bi si ribiči odgovorili na vprašanje “kaj in kako” razviti, da bi ostali aktivni v ribištvu in razvili dodatne dejavnosti, ki bi jim to omogočale.

RAZPRAVA IN ZAKLJUČEK

V primeru razvoja ribiškega turizma je na podlagi izvedenih intervjujev moč povzeti, da med deležniki ne obstaja zadosten vzajemni kooperativni in podjetniški odnos, ki je potreben za pričetek intenzivnega povezovanja turizma in ribištvu. To je eden izmed razlogov, da se ribiške vsebine relativno malo ali občasno in premalo organizirano vključujejo v podobo in komercialno ponudbo Obale. Predstavniki ribičev, turističnih združenj, turističnih agencij, hotelov in občine so nakazali, da je za oživitvev ribiškega turizma potrebno sprva povezati vse deležnike. Pri tem dejanski interes za aktivno sodelovanje lahko razdelimo v dve skupini.

Prva skupina so tisti turistični podjetniki, ki čakajo, če se bo ribiški turistični proizvod razvil in ga bodo v ponudbo vključili. V trenutnih razmerah pa se niso pripravljene angažirati, da bi se takšen proizvod razvil. Hotelirji so usmerjeni pretežno v svojo osnovno dejavnost, želijo pa ugoditi zahtevam in željam svojih gostov in če slednji izkažejo interes po storitvah ribiškega turizma, v sodelovanju z izvajalci storitev, pripravijo ponudbo. Torej interes na strani hotelirjev tudi obstaja. Domnevamo tudi, da bi v primeru, če bi se ustvarila zadostna kritična masa interesa in pojavile prepričljive poslovne podjetniške ideje, bili pripravljene aktivneje sodelovati. Na to nakazuje tudi dejstvo, da je sodelovanje s podjetniško najbolj profiliranim ribiškim partnerjem - ribogojnico bistveno intenzivnejše kot sodelovanje z drugimi potencialnimi akterji ribiškega turizma in v porastu.

Prav tako obstaja interes na strani turističnih agencij, ki so po naravi svoje dejavnosti zainteresirane za posredovanje in prodajo ribiških proizvodov. Takšne proizvode so v preteklosti že posredovali in oblikovali, a so zamrli zaradi zakonodajnih in praktičnih problemov, katerih reševanja se ni nihče resneje lotil. Prav tako so v primeru podjetniškega premika na strani ribiške ponudbe pripravljene sodelovati.

Imajo pa turistična združenja in društva ter lokalna skupnost jasno izraženo voljo, ne pa konkretnih primerljivih projektov. Infrastrukturni projekti, kot npr. prenova pristanišč, ki sicer so v teku, pa nimajo vsebin, ki bi jih povezale z ribiči in slednjim odprle prostor za dodatno komercialno dejavnost.

Druga skupina so tisti akterji razvoja turizma, ki so odgovorni za oblikovanje destinacijskega proizvoda in za trženje destinacije in v razvijanju novih proizvodov vidijo tudi svojo priložnost. Ti bi se bili pripravljene aktivno vključiti tudi v oblikovanje novih proizvodov, vendar v okviru nekega projekta, ki bi za to zagotovil sredstva. Nihče od anketiranih ni izrazil dvoma v smiselnost turističnega proizvoda, ki bi se navezoval na ribiške vsebine ali ribiče. Po besedah večine respondentov je oblikovanje gospodarskega interesnega združenja potrebna rešitev in prvi korak, za oživitvev ribiškega turizma.

Rezultati intervjujev so nakazali, da nekateri ribiči že kombinirajo prihodke iz naslova ribištvu s prihodki, ki jih realizirajo na turističnem trgu, zlasti na področju prevoznitva in nudenja rib s pomočjo ribiških piknikov, kantin ali ribiških prireditvev. Izkazalo se je, da slednji dosegajo večje prihodke iz naslova turizma kot pa iz naslova ribištvu, zato imajo resen poslovni interes za razvoj še novih proizvodov. Tisti deležniki, ki so že krepko posegli na področje turističnega trga, so kljub morebiti družinski usmerjenosti svoje dejavnosti nakazali interes po dodatnem povezovanju, s pomočjo katerega bi seveda razširili dejavnost in trg.

Torej interes po razvoju ribiškega turizma obstaja, vendar so zaradi različnih nosilcev in njihove različne komercialne in podjetniške pozicije sinergije slabe. Zato ne prihaja do razvoja proizvodov ribiškega turizma kot



Koprčanke šivajo ribiško mrežo (Starec, Coprire per mostrare, Trst, 2002).

bi za obmorsko destinacijo pričakovali. V komercialnem in podjetniškem smislu je zagotovo močnejša stran turizem oz. turistična podjetja, ki od ribiških partnerjev pričakuje profesionalizem in podjetnost. Zato bi na strani ribičev veljalo oceniti njihov podjetniški potencial. Premajhna naravnost v podjetništvo, pomanjkanje znanja, informacij ter ustreznih veščin, strah pred predpisi in njihovo nepoznavanje so lahko pomemben zaviralni dejavnik. Podobni poizkusi prestrukturiranja v turizem na primeru tradicionalnih dejavnosti kot npr. iz premogovništva ali železarske industrije so sicer pokazali, da prehod iz primarnih v storitveno dejavnost za delovno silo ni enostaven in da takšna delovna sila težko sprejme zakonitosti in zahteve storitvene dejavnosti. To je lahko dodatni zaviralni dejavnik.

Domnevamo tudi, da se na osnovi preteklih izkušenj predvideva, da so ovire za komercialno pripravo proizvodov (pre)visoke, interesi pa razdrobljeni. Te ovire se nanašajo predvsem na preprečevanje morebitnih nesreč in zagotavljanje varnosti, zagotavljanje higienskih standardov in stalne kakovosti proizvodov, zagotavljanje standardov za opravljanje določene dejavnosti, bodisi prevoznitva ali ladijske kantine ali peke rib na pomolu. Dodatno je ovira za komercializacijo tudi relativno nizka zmogljivost slovenskega ribiškega sektorja, saj ima sektor po zadnjih podatkih samo okrog 60 oseb v tej dejavnosti, registriranih sicer približno še enkrat toliko (Mihalič *et al.*, 2012).

Na področju interesa ribičev za razvoj ribiškega turizma kaže navesti, da je morebiti ta interes nezadostno določen z vidika "kaj in kako" bi posamezniki diverzificirali dejavnost. Pričakovali bi bolj jasno izražene podjetniške ideje, ki bi bile zadosti močne, da bi se bilo vredno soočiti in spopasti z ovirami pri njihovem uresničevanju. Pomanjkanje kapitala in percepcija rigorozne in ribiškega turizmu nenaklonjene zakonodaje sta tista dejavnika, ki zavirata podjetniški interes ribičev po razvoju ribiškega turizma. Jasnih odgovorov, ki bi nakazali kaj na področju zakonodaje nepremagljivo zavira ribiški turizem ni bilo moč slišati. Informatorji pa so navedli vrsto turistično-ribiških dogodkov, ki so v preteklosti naleteli na številne administrativne ovire, a jih občasno uspejo tudi premagati. Morebiti gre zgolj

za nepogojeno in nesistematično spopadanje z administrativnimi zahtevami za razvoj nove dejavnosti, ki je posledica tega, da deležniki niso primerno organizirani ali imajo pomanjkljive in nezadostne informacije in znanje. Temu bi lahko pripomogle tudi občine, ki bi z dodatnimi olajšavami (npr. privezi) in podjetniškim svetovanjem, izdajo dovoljenj lahko okrepile interes ribičev za ribiški turizem.

V celoti pa smo najmanj zaznali neko obsežnejšo projektno vizijo povezovanja ribištva in turizma v smislu projektov, ki so jih na Danskem ali Finskem razvili v okviru četrte osi. Gre za projekte, ki ohranjajo ribištvo in povezujejo ribiško tradicijo in ribiče z lokalnim prebivalstvom in obiskovalci ter hkrati ustvarjajo možnost za dodatne zasluge. S tega vidika je zgolj razmišljanje, kako in s čim naj posamezni ribiči na Obali sami izboljšajo svoj gospodarski in socialni položaj relevantno, vendar preozko. Za izboljšanje "ribiške" identitete in prepričljivosti obalnega turističnega proizvoda bo potrebno razmišljati širše in poglobljeno z vidika zagotavljanja trajnostnega razvoja ribištva, turizma in celotne destinacije. S tega vidika so relevantni projekti, ki bodo koristili tako ribištvu in ribičem, kot turizmu in obiskovalcem ter tudi lokalni skupnosti v najširšem pomenu.

Menimo, da je bil namen naše raziskave - proučiti možnosti diverzifikacije morskega gospodarskega ribištva v slovenskem prostoru z namenom identifikacije poslovnih priložnosti pa tudi ovir za trajnostno usmerjeno povezovanje sektorjev ribištva in turizma - dosežen. Tovrstno povezovanje je možno in koristno, tako z ekonomskega vidika, saj lahko zagotovi ribičem alternativni ali dodatni zaslužek, turističnim podjetjem in destinaciji pa vzvod diferenciacije in vsebine novih oblik ponudbe, kot tudi z vidika ohranjanja kulturne dediščine in s tem dela identitete lokalnega prebivalstva. Za dejansko implementacijo predlaganih rešitev so zdaj vrsti konkretni operativni koraki - v prvi vrsti sistematično informiranje vseh deležnikov o možnostih in koristih povezovanja in t. i. interni marketing, saj kaže, da je ravno komunikacijska ločenost obeh strani in pomanjkanje zavedanja o obsegu neizkoriščenih potencialov prva in največja ovira za začetek intenzivnejšega povezovanja.

THE DIVERSIFICATION OF THE SEA FISHING ON THE SLOVENE COAST
INTO TOURISM*Tanja MIHALIČ*University of Ljubljana, Faculty of economics, Kardeljeva ploščad 17, 1000 Ljubljana
e-mail: tanja.mihalic@ef.uni-lj.si*Gorazd SEDMAK*University of Primorska, Faculty of Tourism Studies - Turistica, Obala 11a, 6320 Portorož
e-mail: gorazd.sedmak@turistica.si*Saša PLANINC*University of Primorska, Faculty of Tourism Studies - Turistica, Obala 11a, 6320 Portorož
e-mail: sasa.planinc@turistica.si*Janez BOGATAJ*

e-mail: janez.bogataj@telemach.net

Matic JELOČNIK PELICON

e-mail: m.jelocnik@me.com

SUMMARY

For centuries, fishing has been an important part of seaside people's history and identity. The geographic features of this area and accessibility created favourable conditions for harbour development. Preserving fishing traditions is important not only in terms of jobs creation for local people but also for their heritage and cultural value. The aim of this paper is to explore the potentials for diversifying sea fishing by connecting it with tourism activities. The ultimate purpose of our study is to find ways to keep local fishing traditions alive in a sustainable manner and to enhance the fishermen's quality of live. The methodology was based on a state-of-art review of research and in-depth interviews with all crucial stakeholders connected to fishing on the Slovene coast. The results show that potentials for fishing tourism development do exist, however, due to differences between stakeholders in terms of their commercial and entrepreneurial strength/competencies at the moment synergies are very weak. Furthermore, there is a lack of will for cooperation among the stakeholders, which is the first precondition for any action. Thus, fishing traditions are currently included in tourism-related activities only sporadically and to a small extent. Representatives of fishermen, tourism associations, hotels and local municipalities indicated that the first necessary step would be to connect all the stakeholders. Presently, the main hindrances seem to be: lack of entrepreneurship and related knowledge, lack of capital, and negative perceptions of the legislation regulating fishing tourism. Possibly, the real, underlying problem regarding the latter is the unsuitable, non-systematic approach to administrative procedures. Namely, stakeholders have insufficient information and knowledge; besides, they are not organized properly. We believe municipalities could play an important role - through tax reliefs, entrepreneurship consultations and permissions issues which would foster fishermen's interests in tourism activities. Finally, perhaps the main overall problem is the lack of vision and strategy how to valorise fishing in tourism. Many good examples can be found in Denmark and Finland, where programs were developed within the fourth axis. These programs managed to preserve fishing, link fishing traditions to tourism and local community and opened additional options of income. Ad hoc and independent actions cannot lead to considerable improvement of the »fishing identity« and a breakthrough in tourism product development. What is needed is a wide perspective and a vision of sustainable fishing, tourism and the whole destination.

Key words: tourism, fishing, industry diversification, Slovene seaside

VIRI IN LITERATURA

VIRI

AJPES (2010): Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. Finančni podatki. [Http://www.ajpes.si/fipo/dejavnosti.asp](http://www.ajpes.si/fipo/dejavnosti.asp) (18.10.2010).

Brezovec, T. (2006): Sto let turističnih prospektov slovenskih obmorskih krajev (katalog razstave). Portorož, Turistum.

Evropska komisija (2009): Evropska komisija. Urad za uradne publikacije Evropskih skupnosti. Skupna ribiška politika - Priročnik za uporabnike. [Http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/publications/pcp2008_sl.pdf](http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/publications/pcp2008_sl.pdf) (11. 2. 2013).

Gaberc, S. (1996): Ribiške štorije in baldorije skozi čas: Zgodovinski razvoj ribištva na severnem Jadranu. Delo, 17. 2. 1996.

Lenček, R. (1947): Ob Jadranu: Etnografski zapiski in študije. Trst, [s. n.].

Levstik, S. (2007): Ribišstvo. In: KGZ-NG (Kmetijsko gozdarski zavod Nova Gorica). [Http://www.kgz-ng.si/panoge/ribistvo](http://www.kgz-ng.si/panoge/ribistvo) (10. 1. 2011).

Mihalič, T., Kuščer, K., Gregorinčič, Ž., Planinc, S., Sedmak, G., Knežević Cvelbar, L., Pohar, J., et al. (2012): Proučevanje sinergijskih učinkov ribištva in turizma: Končno poročilo o delu na projektu. Ljubljana, Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in ribištvo.

MKGP (2007): Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. Nacionalni strateški načrt za razvoj ribištva v Republiki Sloveniji 2007-2013. [Http://www.mko.gov.si/fileadmin/mko.gov.si/pageuploads/podrocja/Ribistvo/nacionalni_strateski_nacrt_ribistvo_2007_2013.pdf](http://www.mko.gov.si/fileadmin/mko.gov.si/pageuploads/podrocja/Ribistvo/nacionalni_strateski_nacrt_ribistvo_2007_2013.pdf) (11. 2. 2013).

MKGP (2009): Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. Operativni program za razvoj ribištva v Republiki Sloveniji 2007-2013. [Http://www.mko.gov.si/fileadmin/mko.gov.si/pageuploads/podrocja/Ribistvo/op_razvoj_ribistva_2007_2013.pdf](http://www.mko.gov.si/fileadmin/mko.gov.si/pageuploads/podrocja/Ribistvo/op_razvoj_ribistva_2007_2013.pdf) (11. 2. 2013).

Pahor, Š. (1982): Privatno ribištvo v Piranu od konca druge vojne do danes - s posebnim ozirom na današnje stanje (seminarska naloga). Piran, Univerza Edvarda Kardelja v Ljubljani, Filozofska fakulteta, FZE za etnologijo.

SURS (2009a): Statistični urad Republike Slovenije. Morsko ribištvo - delovno aktivne osebe, ribiška plovila in oprema. [Http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3143](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3143) (10. 1. 2011).

SURS (2009b): Statistični urad Republike Slovenije. Anketa o tujih turistih v Republiki Sloveniji. [Http://www.stat.si/tema_ekonomsko_turizem_anketa_2009.asp](http://www.stat.si/tema_ekonomsko_turizem_anketa_2009.asp) (11. 2. 2013).

SURS (2010): Statistični urad Republike Slovenije. Navtični turizem. [Http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3867](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3867) (11. 2. 2013).

SURS (2011a): Statistični urad Republike Slovenije. SI-Stat podatkovni portal. Prenositevne zmogljivosti

po skupinah nastanitvenih objektov po občinah. [Http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp) (11. 2. 2013).

SURS (2011b): Statistični urad Republike Slovenije. SI-Stat podatkovni portal. Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah ter občinah. [Http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp) (11. 2. 2013).

SURS (2012a): Statistični urad Republike Slovenije. Statistični letopis Republike Slovenije. Aktivno prebivalstvo. [Http://www.stat.si/letopis/2012/12-12.pdf](http://www.stat.si/letopis/2012/12-12.pdf) (11. 2. 2013).

SURS (2012b): Statistični urad Republike Slovenije. Statistični letopis Republike Slovenije. Turizem. [Http://www.stat.si/letopis/2012/25-12.pdf](http://www.stat.si/letopis/2012/25-12.pdf) (11. 2. 2013).

Šuligoj, B. (2012): Delo. Ponos slovenskega ribištva bodo dali v razrez: Konec največjih ribiških bark Riba 1 in Riba 2 - Kako bo evropski ribiški sklad obglavil slovensko ribištvo. [Http://www.delo.si/novice/slovenija/ponos-slovenskega-ribistva-bodo-dali-v-razrez.html](http://www.delo.si/novice/slovenija/ponos-slovenskega-ribistva-bodo-dali-v-razrez.html) (11. 2. 2013).

LITERATURA

Boude, J. P., Lesueur, M., Hénichart, L. M., Ropars, C., Roussel, F., Sérazin, T., Merrien, V., idr. (2010): Improving revenues through diversification of fisheries activities. Workshop EAFE Helsinki. In: Agrocampus Ouest. [Http://halieutique.agrocampus-ouest.fr/pdf/636.pdf](http://halieutique.agrocampus-ouest.fr/pdf/636.pdf) (11. 2. 2013).

Brezovec, A., Sedmak, G. & Vodeb, K. (2007): Srce Istre: Kulturna dediščina skozi oči turistične javnosti. Knjižnica Annales. Koper, Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Zgodovinsko društvo za južno Primorsko, Založba Annales.

Brugère, C., Holvoet, K. & Allison, E. H. (2008): Livelihood diversification in coastal and inland fishing communities: Misconceptions, evidence and implications for fisheries management. Working paper. Sustainable Fisheries Livelihoods Programme. In: FAO/DFID. [Ftp://ftp.fao.org/FI/DOCUMENT/sflp/wp/diversification_june2008.pdf](ftp://ftp.fao.org/FI/DOCUMENT/sflp/wp/diversification_june2008.pdf) (11. 2. 2013).

Busby, G. & Rendle, S. (2000): The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21, 6, 635-642.

Chen, C. L. (2010): Diversifying fisheries into tourism in Taiwan: Experiences and prospects. *Ocean and Coastal Management*, 53, 8, 487-492.

Chen, C. L. (2011): From catching to watching: Moving towards quality assurance of whale/dolphin watching tourism in Taiwan. *Marine Policy*, 35, 1, 10-17.

Cinner, J. E. & Bodin, Ö. (2010): Livelihood diversification in tropical coastal communities: A network-based approach to analyzing 'livelihood landscapes'. In: PLoS ONE. [Http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0011999](http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0011999) (11. 2. 2013).

Claesson, S., Robertson, R. A. & Hall-Arber, M. (2005): Fishing heritage festivals, tourism, and commu-

nity development in the Gulf of Maine. In: Peden, J. G. & Schuster, R. M.: Proceedings of the 2005 northeastern recreation research symposium Gen. Tech. Rep. NE-341. New York, U.S. Forest Service, Northeastern Research Station, Bolton Landing, 420-428. <http://nsgl.gso.uri.edu/mit/mitr05010.pdf> (11. 2. 2013).

Cortés Rodríguez, C., Jiménez Toribio, R., García del Hoyo, J. J. & Castilla Espino, D. (2011): Diversification strategies in the USA fishing sector. UHU Report of Project PRESPO. In: Universidad de Huelva. <http://www.cripsul.ipimar.pt/PRESPO/images/documento/13214032996718.pdf> (11. 2. 2013).

Delaney, A. & Zbiciński, M. (2010): Assessment of the status, development and diversification of fisheries-dependent communities: Rügen Island Case Study Report. In: European Commission, MRAG Consortium. http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/studies/regional_social_economic_impacts/rugen_en.pdf (11. 2. 2013).

Di Domenico, M. L. & Miller, G. (2012): Farming and tourism enterprise: Experiential authenticity in the diversification of independent small-scale family farming. *Tourism Management*, 33, 2, 285-294.

Ellis, F. (2000): The Determinants of Rural Livelihood Diversification in Developing Countries. *Journal of Agricultural Economics*, 51, 2, 289-302.

Freeman, E. R. (1984): Strategic management: A stakeholder approach. Boston, Pitman.

Gaberc, S. (1994): Ribiška preteklost Izole. *Ljubljana, Gea*, 4, 10, 42-43.

Haugen, M. S. & Vik, J. (2008): Farmers as entrepreneurs: the case of farm-based tourism. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6, 3, 321-336.

Henichart, L.-M., Lesueur, M., Fontenelle, G. & Boude, J. P. (2010): Diversification of fisheries activities and construction of sustainability. IIFET 2010 Montpellier Proceedings. In: Agrocampus Ouest. <http://halieutique.agrocampus-ouest.fr/pdf/323.pdf> (11. 2. 2013).

Hjalager, A. M. (1996): Agricultural diversification into tourism: Evidence of a European Community development programme. *Tourism Management*, 17, 2, 103-111.

Holmefjord, K. (2000): Linking products, industries and place: Synergy effects from the interaction of tourism and other local industries in Lofoten and Hardanger. Working paper No. 85/00. In: Foundation for research in economics and business administration. http://brage.bibsys.no/nhh/bitstream/URN:NBN:no-bibsys-brage_22777/1/A85_00.pdf (11. 2. 2013).

Ilbery, B. W. (1991): Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the West Midlands. *Journal of Rural Studies*, 7, 3, 207-218.

Jelinčič, Z. (1967): Razvoj slovenskega ribištva ob tržaški obali (ponatis iz Primorskega dnevnika). Trst, Založništvo tržaškega tiska.

Jurinčič, I., Planinc, S. & Luk, N. (2011): Istra - avtentična destinacija dobrega počutja. Portorož, Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije.

Kaupilla, P. & Karjalainen, T. P. (2012): A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, 2012, 127-128, 88-97.

Kramar, J. (1987): Izola - mesto ribičev in delavcev. Koper, Lipa.

Logar, I. (2010): Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments. *Tourism Management*, 31, 1, 125-135.

Loureiro, M. L. & Jervell Moxnes, A. (2004): Analyzing farms' participation decisions in agro-tourism activities in Norway: Some welfare implications. In: American Agricultural Economics Association Annual Meetings. Denver, American Agricultural Economics Association. <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/19959/1/sp04lo02.pdf> (11. 2. 2013).

Lowitt, K. (2011): Examining the foundation for stronger fisheries-tourism synergies and increased local seafood consumption in the Bonne Bay region of Newfoundland. St. John's, The Community University Research for Recovery Alliance, Memorial University of Newfoundland. http://www.curra.ca/documents/CURRA_Fisheries-Tourism_Full_Report_Nov_2011_Final.pdf (11. 2. 2013).

McNally, S. (2001): Farm diversification in England and Wales - what can we learn from the farm business survey? *Journal of Rural Studies*, 17, 2, 247-257.

Muallil, R. N., Geronimo, R. C., Cleland, D., Cabral, R. B., Doctor, M. V., Cruz Trinidad, A. & Aliño, P. M. (2011): Willingness to exit the artisanal fishery as a response to scenarios of declining catch or increasing monetary incentives. *Fisheries Research*, 111, 1-2, 74-81.

Nilsson, P. Å. (2002): Staying on farms: An ideological background. *Annals of Tourism Research*, 29, 1, 7-24.

Poon, A. (1998): Tourism, technology and competitive strategies. Oxon, New York, CAB international.

Pucer, A. (1985): Sprehod skozi čas - Portorož: 100 let organiziranega turizma. Ljubljana, Pak.

Rogelja, N. (2006): Ribiči pripovedujejo: Etnografija ribištva med Miljskim in Savudrijskim polotokom. Knjižnica Annales. Koper, Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Založba Annales, Zgodovinsko društvo za južno Primorsko.

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2007): Research methods for business students. Harlow, Pearson Education Limited.

Sautter, E. T. & Leisen, B. (1999): Managing stakeholders a tourism planning model. *Annals of Tourism Research*, 26, 2, 312-328.

Sedmak, G. & Mihalič, T. (2008): Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35, 4, 1007-1031.

Sharpley, R. & Vass, A. (2006): Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. *Tourism Management*, 27, 5, 1040-1052.

Sheehan, L. R. & Ritchie, B. J. R. (2005): Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32, 3, 711-734.

Stead, S. M. (2005): Changes in Scottish coastal fishing communities - Understanding socio-economic dynamics to aid management, planning and policy. *Ocean & Coastal Management*, 48, 9-10, 670-692.

Umek, E. (1970): Ribištvo in ribolov. In: Blaznik, P., Grafenauer, B. & Sergij V.: *Gospodarska in družbena zgodovina Slovencev* (enciklopedična obravnava po panogah), Zgodovina agrarnih panog, Agrarno gospodarstvo, zv. 1. Ljubljana, Slovenska akademija znanosti in umetnosti, Institut za zgodovino, Sekcija za občo in narodno zgodovino, Državna založba Slovenije, 495-520.

Volpi Lisjak, B. (1995): Slovensko pomorsko ribištvo skozi stoletja med Trstom in Timavo. Trst, Mladika.

Volpi Lisjak, B. (1999): Delamaris 1879 - 1999: 120 let iz morja v konzervo. Izola, Delamaris.

Volpi Lisjak, B. (2007): Tradicije dveh skupnosti v Tržaškem zalivu: Dejavnosti skozi stoletja povezane z morjem. Morje. Trst, KD Ribiški muzej Tržaškega primorja.

Volpi Lisjak, B. (2010): Tržaško morje: kraška obala, mesto in vasi: Prezrti del zgodovine Slovencev. Koper, Libris.

Wende, B. D. & Gothall, D. E. (2008): Match point: Watching versus catching the influence of whaling for the whale watching tourism industry in Iceland (master thesis). Gothenburg, Göteborg University, The School of Economics and Commercial Law. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/9617/1/2007_26.pdf (11. 2. 2013).