

Trajnostni razvoj turističnih destinacij alpsko-jadranskega prostora

Ur. Ksenija Vodeb





Založba Univerze na Primorskem

Uredniški odbor

Katarina Babnik

Štefan Bojnec

Aleksandra Brezovec

Boris Horvat

Dejan Hozjan

Alenka Janko Spreizer

Alen Ježovnik

Lenka Kavčič

Alan Orbanič

Gregor Pobežin

Andraž Teršek

Jonatan Vinkler



Trajnostni razvoj turističnih destinacij alpsko-jadranskega prostora

Ur. Ksenija Vodeb



Znanstvena monografija

Trajnostni razvoj turističnih destinacij alpsko-jadranskega prostora

Uredila dr. Ksenija Vodeb

Recenzenta

dr. Uroš Horvat

dr. Dejan Cigale

Lektura, prelom in grafična priprava: Davorin Dukič

Glavni urednik

dr. Jonatan Vinkler

Vodja založbe

Alen Ježovnik

Izdala in založila

Založba Univerze na Primorskem

Titov trg 4, SI-6000 Koper

Koper 2014

ISBN 978-961-6963-12-1 (spletna izdaja: pdf)

www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6963-12-1.pdf

ISBN 978-961-6963-13-8 (spletna izdaja: html)

<http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6963-13-8/index.html>

© 2014 Založba Univerze na Primorskem

Izid pričujoče znanstvene monografije je sofinanciran na podlagi Javnega razpisa za sofinanciranje izdajanja znanstvenih monografij v letu 2014 Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.



CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

502.131:338.48-4(0.034.2)

TRAJNOSTNI razvoj turističnih destinacij alpsko-jadranskega prostora [Elektronski vir] / ur. Ksenija Vodeb. - El. knjiga. - Koper : Založba Univerze na Primorskem, 2014

Način dostopa (URL): www.hippocampus.si/isbn/978-961-6963-12-1.pdf

Način dostopa (URL): www.hippocampus.si/isbn/978-961-6963-13-8/index.html

ISBN 978-961-6963-12-1 (pdf)

ISBN 978-961-6963-13-8 (html)

1. Vodeb, Ksenija

277168640

Kazalo

Kazalo tabel • 7

Kazalo slik • 9

Antonu Gosarju ob jubileju • 11

Uvod: Koncept trajnostnega razvoja turizma

Anton Gosar • 13

Trajnostna konkurenčnost turistične destinacije

Ksenija Vodeb • 17

Razvoj počitniških bivališč v alpsko-jadranskem prostoru Slovenije

Miha Koderman • 27

Kongresni turizem in ključni vidiki izbire kongresne destinacije

Marijana Sikošek • 43

Športni turizem in vplivi velikih športnih prireditev na lokalno skupnost

Miha Lesjak • 61

Igralniški turizem v Sloveniji

Gregor Balazič • 71

Socialni turizem v Sloveniji

Janja Gabruč • 83

**Turizem v zavarovanih območjih: Primer umestitve dejavnosti letnih term
na prostem v ponudbo Krajinskega parka Sečoveljske soline**

Andrej Sovinc • 105

Nekateri izzivi vinskega in kulinaričnega turizma – primer vinorodne

Primorske

Simon Kerma • 125

**Prostorsko načrtovanje trajnostnega turizma s pomočjo analize nosilne
zmogljivosti**

Igor Jurinčič • 139

Viri in literatura • 153

Imensko kazalo • 177

Kazalo tabel

- Tabela 1: Deleži počitniških bivališč po posameznih pokrajinskih tipih Slovenije. • 31
- Tabela 2: Deleži počitniških bivališč v stavbnem fondu Slovenije ob posameznih popisih. • 32
- Tabela 3: Občine z najvišjim deležem počitniških bivališč v letih 2002 in 2011. • 33
- Tabela 4: Število počitniških bivališč po izbranih naseljih v Občini Bohinj. • 35
- Tabela 5: Število počitniških bivališč po izbranih naseljih v Občini Piran. • 39
- Tabela 6: Faktorji in atributi izbire kongresne destinacije. • 51
- Tabela 7: Struktura faktorskih uteži. • 56
- Tabela 8: Izvleček iz Registra koncesionarjev za igralnico in igralni salon na dan 9. 4. 2014. • 75
- Tabela 9: Pregled definicij socialnega turizma po letih in avtorjih • 87
- Tabela 10: Top 10 proizvajalk vina in top 10 mednarodnih turističnih destinacij v svetu, 2011. • 130
- Tabela 11: Primorske vinske kleti in njihova ponudba po vinorodnih okoliših. • 134
- Tabela 12: Pomembnejše (tradicionalne) vinske in kulinarčne prireditve, ocena skupnega števila obiskovalcev in glavne značilnosti, po posameznih vinorodnih okoliših Primorske. • 135
- Tabela 13: Nosilna zmogljivost Slovenske Istre za turizem. • 145

Kazalo slik

- Slika 1: Število počitniških bivališč po občinah Slovenije v letu 2011. • 31
- Slika 2: Prostorska razporeditev počitniških bivališč v Občini Bohinj v letu 2012. • 35
- Slika 3: Prostorska razporeditev počitniških bivališč v Občini Piran v letu 2013. • 39
- Slika 4: Oblike poslovnega turizma. • 47
- Slika 5: Model organiziranosti kongresne destinacije in povezave med njenimi deležniki. • 48
- Slika 6: Igralnica Casino Portorož. • 73
- Slika 7: Igralnica Casino Perla v Novi Gorici. • 73
- Slika 8: Koncesije za igralnice in igralne salone v statističnih regijah Slovenije na dan 9. 4. 2014. • 79
- Slika 9: Interpretacije/modeli socialnega turizma. • 90
- Slika 10: Območje Krajinskega parka Sečoveljske soline (KPSS) z varstvenima območjema Fontanigge (na sliki desno zgoraj) in Lera (na sliki levo). • 107
- Slika 11: Lokacija letnih term na prostem v KPSS. • 108
- Slika 12: Območje, kjer so danes letne terme na prostem, pred pričetkom izvajanja del. • 112
- Slika 13: Leseni objekti v sklopu letnih term na prostem v KPSS. • 114
- Slika 14: Rezultati kartiranja gnezdečih vrst ptic v KPSS. • 115
- Slika 15: Območji, kjer sta po veljavnem občinskem prostorskem načrtu predvideni lokaciji za termalni turizem v KPSS (zeleno). • 116
- Slika 16: Kritični dejavniki uspeha vinsko-turistične destinacije po Getzu in Brownu. • 128
- Slika 17: Nosilna zmogljivost Slovenske Istre za turizem po posameznih indikatorjih. • 147

Antonu Gosarju ob jubileju

Redni profesor dr. Anton Gosar (roj. 17. 1. 1945 v Zrenjaninu) je diplomiral in doktoriral na Oddelku za geografijo Univerze v Ljubljani ter magistriral na Univerzi zvezne države Kolorado v Združenih državah Amerike. Kot učitelj in raziskovalec deluje na mladi in dinamični Univerzi na Primorskem v Kopru. Od leta 2011 je dekan Fakultete za turistične študije – Turistice v Portorožu, s katero sodeluje že od leta 1995, ko se je na njeno predhodnico, Visoko šolo za hotelistvo in turizem, vpisala prva generacija študentov. Poprej je bil zaposlen na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Prve delovne izkušnje je pridobil v turistični agenciji Kompas Jugoslavija. Več let je poučeval in raziskovalno deloval na tujih univerzah: dve leti v Münchnu v Nemčiji, štiri leta v Združenih državah Amerike (v Boulderju, CO, Portlandu, OR, in Springfieldu, MO) ter eno leto v Christchurchu na Novi Zelandiji. Bil je štipendist ameriškega Fulbrightovega sklada (dvakrat), nemške akademske izmenjave (DAAD) in novozelandske Erskinove fundacije. Raziskovalno deluje in objavlja na strokovnih področjih geografije turizma in rekreacije, politične geografije, demogeografije in socialne geografije. Pripadal je raziskovalni skupini, ki je v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja uveljavila načela socialne geografije v stroki. Preučuje prostorske pojave in probleme v jugovzhodni Evropi, v vzhodnih Alpah in vzhodnem Sredozemlju. Širši javnosti je znan po soavtorstvu knjige *Slovenija – turistični vodnik*, ki je leta 1995 prejela nagrado mednarodnega združenja založnikov za najboljši turistični vodnik. Za uveljavljanje slovenske znanosti v svetu mu je minister za znanost leta 2005 podelil naziv »Ambasador Republike Slovenije v znanosti«, leta 2010 je prejel priznanje Univerze na Primorskem, Znanstveno-raziskovalnega središča »Glasnik zna-

nosti«, leta 2013 pa je prejel »Zlato plaketo« Univerze na Primorskem. Prejel je tudi najvišja odlikovanja stroke in Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. Dalj časa je namreč deloval na vodilnih položajih v stroki in znanosti: kot predstojnik Oddelka za geografijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, kot prodekan Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani in kot dekan Univerze na Primorskem, Fakultete za humanistične študije. Bil je podpredsednik Sveta za visoko šolstvo RS (2002–2006) in UNESCO Slovenija (2004–2008). Je predsednik Komisije za politično geografijo pri IGU – Mednarodni geografski zvezi in član prestižne Mednarodne akademije za turistične študije (IAST) ter član ameriškega in slovenskega ter častni član avstrijskega geografskega društva. Je član uredniških odborov mednarodnih in domačih strokovnih revij, uredil je več strokovnih zbornikov in organiziral številne posvete z mednarodno udeležbo. Predaval je na številnih univerzah širom sveta.

12

Spoštovanemu profesorju ob življenjskem jubileju iskreno čestitamo.

Koncept trajnostnega razvoja turizma

Uvod

Anton Gosar

Svetovna in slovenska razvojna strategija turizma temelji na trajnostnem razvoju. Združeni narodi (UNESCO) v dokumentu Rio+20 (United Nations, 2012; Robertson Vernhes, 2013) trdijo, da je edina prava pot razvoja družbe tista, ki se usmerja k omilitvi revščine, teži k oblikovanju družbe socialne pravičnosti in ohranja naravne vire. Svetovna turistična organizacija v svojih dokumentih (npr. v *The Guidebook: Sustainable Tourism for Development*) načrtovalce razvojnih politik usmerja v okoljsko, družbeno in gospodarsko ter podnebno odgovorno načrtovanje/ravnanje (UNWTO, 2013). Čeprav je pojem »trajnostni turizem« pogosto različno interpretiran in je vsebinsko razvejan v smeri izpostavljanja naravne in/ali socialne/družbene vzdržnosti (sonaravni turizem, vzdržnostni turizem, ekoturizem, odgovorni turizem, zeleni turizem,...), na splošno velja, da se v okviru tako zastavljenega razvojnega koncepta družbe pričakuje vsaj tri smeri ukrepanja: a.) zmanjšanje negativnih posegov v naravno okolje, vključujoč podnebje, b.) omejevanje negativnih vplivov na kulturno dediščino ter c.) povečanje družbenih in gospodarskih koristi za lokalne skupnosti (Mihalič, 2006). Bistvo tako naravnane gospodarskega/turističnega razvoja je v tem, da bi imel le-ta v določeni turistični destinaciji minimalen vpliv na okolje, družbo in kulturo, obenem pa bi spodbujal zaposlovanje rezidenčnega prebivalstva.

Za angleški pojem »sustainable tourism« (nem.: »der nachhaltige Tourismus«) se je v slovenščini uveljavil predvsem termin »trajnostni turizem«, v okvir katerega vključujemo vse zvrsti nemnožičnega turizma, ki goje spoštovanje do narave in družbe ter njihovih kultur in stvaritev in oblikujejo s tem skladne turistične proizvode. Nekateri avtorji vzporedno

uporabljajo tudi pojma »sonaravni turizem« in »vzdržnostni turizem« oz. kombinacijo obeh izrazov za oblike trajnostnega turizma, kjer želimo izpostaviti in izraziti nujnost ohranjanja ravnovesja v naravi in družbi (Plut, 2010). Tudi termin »ekološki turizem« (tudi: ekoturizem) je razumljen kot spodbujevalec nemnožičnih potovanj v naravno občutljiva, pogosto zavarovana območja, kjer se obiskovalec ozavešča in izobrazuje ter z obiskom oblikuje finančni temelj za ohranjanje naravnega okolja in s tem neposredno pomaga lokalni skupnosti. V turistični ponudbi pa se ob izjemnih naravnih danostih kot dodana vrednost določenega območja pogosto izpostavijo tudi tamkajšnje socialne oz. kulturne vrednote. Kjer prevladuje taka, kompleksnejše zasnovana zvrst trajnostnega turizma, govorimo o »odgovornem turizmu«, saj se obiskovalci navdušujejo, vključujejo in občudujejo izvorno kulturno okolje (dediščino, stvaritve in navade) in s tem prispevajo k razvoju lokalnega gospodarstva. Turistično gospodarstvo v tem primeru oblikuje tako turistično ponudbo, ki je v sozvočju z rezidenčnim prebivalstvom in turistom omogoča, da spoznajo in bolje razumejo družbeno podstat turistične destinacije. Vzporedno s tem pa se oblikuje tudi spoštovanje med turisti – obiskovalci in gostitelji – domačini. Kot nadpomenka se za vsa naštetá poimenovanja uporablja tudi medijsko bolj priljubljen termin »zeleni turizem«, ki velja za dolgoročno strateško usmeritev tudi Slovenske turistične organizacije (oz. vladnih institucij, ki so jo nasledile).

V Strategiji razvoja slovenskega turizma 2012–2016; Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma so avtorji že uvodoma zapisali, da bo »v letu 2016 turizem v Sloveniji v celoti temeljil na trajnostnem razvoju in bo kot zelo uspešna gospodarska panoga nacionalne ekonomije ključno prispeval k družbeni blaginji in ugledu naše države v svetu... Za doseg tega splošnega cilja je potrebno: uspešno uveljaviti načela trajnostnega razvoja turizma, zagotoviti ugodno poslovno okolje, doseči višjo kakovost in vzpostaviti pogoje, ki bodo vodili v višjo konkurenčnost slovenskega turizma, načrtovati in izvajati učinkovito in inovativno trženje ter promocijo Slovenije kot atraktivne turistične destinacije« (Vlada Republike Slovenije, 2012).

Vizijo srednjeročnega razvoja slovenskega turizma do določene mere obidejo v nadaljevanju študije navedeni strateški cilji, ki na podlagi povečanja števila prenočitev predvidevajo povečanje obsega turistične dejavnosti oz. turističnega prometa in s tem prihodkov in dobička iz naslova opravljanja gostinske in turistične dejavnosti za 2 % letno (v navedenem obdobju za 10 %), števila turistov za 4 % (v navedenem obdobju za 20 %), priliva iz naslova izvoza potovanj pa za 6–8 % (v navedenem obdobju za 30–40 %) (Vlada Republike Slovenije, 2012). Ključni element razvoja trajnostne-

ga turizma temelji namreč na nosilni sposobnosti (ang.: »carrying capacity«) krajine/družbe, kjer se v razvojnih ambicijah, ki naj bi bile trajnostno naravnane, izogibamo kvantitavnemu povečevanju neke gospodarske dejavnosti in raje poudarjamo nujnost po kvalitativni naravnosti razvoja, ki posledično rezultira v enakem ali celo povečanem zaslužku (Jurinčič, 2009). V vladnem dokumentu, ki naj usmerja turizem kot gospodarsko panogo, izostaja še ena pomembna vsebina: izobraževanje za trajnostni razvoj. Namreč, v prihodnje naj postane *permanentno izobraževanje za trajnostni razvoj* sestavni del vsake, predvsem pa trajnostno naravnane turistične strategije. V izobraževanje za trajnostni turistični razvoj je potrebno vključiti rezidente turističnih destinacij in turistične delavce. Poskusi, pritegniti srednji in višji turistični management v obdobji (posvetovanja) ali permanentni izobraževalni proces, so se doslej vse prepogosto izjalovili. Kot nerazveseljivo dejstvo naj služi primer posvetov, organiziranih na temo vključevanja zavarovanih območij v turistično ponudbo, ki se jih je, navkljub stotinam vabil, udeležila le peščica turističnih delavcev (Gosar, 2004; Turistična zveza Slovenije, 2006).

V turističnem gospodarstvu in turističnih destinacijah je nujen razmislek o dejanskem in ne le verbalnem pristopu k spremembi politik razvoja. Z izobraževanjem za trajnostni razvoj vseh deležnikov v turizmu bi morali prenehati razmišljati le o empirični rasti obiskovalcev in njihovih prenočitvah – ter sosledno le o profitu kot edinem gibalbu družbenega in turistično-gospodarskega razvoja. Z ustreznim izobraževalnim kontinuumom bi lahko posledično vplivali tudi na motive obiskovalcev turističnih destinacij. (Tudi) poletni vikendaški skok desettisočev avtomobilov v koprsko primorje že vidno obremenjuje deluje na gozdne sestoje ob avtocesti, ozonska preobremenjenost pa je postala že poletna konstanta primorskih krajev (Cigale, 2009; 2013).

Študentje in učitelji, sodelavci Univerze na Primorskem, Fakultete za turistične študije – Turistice, smo pred desetletjem v različnih obmorskih turističnih središčih ob Beneškem zalivu izvedli ankete med obiskovalci teh turističnih krajev in intervjuje z upravljalci hotelskih podjetij z namenom, da ugotovimo njihovo zavedanje problematike in zavzetost za trajnostni razvoj turistične destinacije.

Povzetki teh poizvedovanj so bili naslednji:

- Upravljalci hotelskih podjetij so zainteresirani za trajnostne turistično-razvojne investicije in posledične spremembe, v kolikor bi te prinašale povečane kratkoročne ali srednjeročne finančne rezultate. Zato so se že dodobra uveljavila pravila za varčevanja z električno energijo v hotelskih sobah, poziv gostom za selekcijo brisač, ki

naj gredo dnevno v pranje in načela splošnega varčevanja z detergentski (in vodo). Čeprav jih v glavnem odobravajo, upravljavci turističnih podjetij motijo pristopi regionalnih/državnih oblasti, ki se odločajo za naravovarstvene ukrepe ali sorodno zaščito kulturnih in družbenih dobrin, ne da bi se poprej o tem posvetovali z njimi, oz. jih srednjeročno napovedali.

- Obiskovalci v načelu pozdravljajo turistični razvoj, ki sledi konceptu trajnostnega razvoja, vendar le tako dolgo, dokler sprejeti ukrepi ne posežejo v njihove denarnice, ne spreminjajo njihovih utečenih navad oz. ne posegajo v zasebnost ter ne zadevajo kvalitete obstoječe turistične ponudbe v destinaciji.
- Turisti in upravljavci turističnih podjetij menijo, da je izobraževanje za trajnostni razvoj v turistični destinaciji minornega pomena oz. je celo nezaželeno. Čeprav kar tri četrtine vseh obiskovalcev turističnih krajev meni, da so (zagreti) zagovorniki okoljsko ozaveščenih pristopov javnosti in gospodarstva, jih kar tretjina meni, da te in sorodne teme ne sodijo v turistično destinacijo. Turisti so mnenja, da ta izobraževalna vsebina sodi v rezidenčna okolja, kjer se oblikujejo motivi za izrabo prostega časa, turizem in rekreacijo, oz. naj bo na turistični destinaciji posredovana predvsem rezidenčnemu prebivalstvu in turističnim delavcem (Jurinčič in Gosar, 2002).

Pričujočo monografijo zato namenjamo razmisleku o novih poteh v načrtovanju turističnega razvoja, ki bodo prijazne do geografskega okolja in družbenih stvaritev preteklosti in sedanjosti ter do kulturnih vrednot družb v alpsko-jadranskem prostoru.

Trajnostna konkurenčnost turistične destinacije

Ksenija Vodeb

Uvod

Ekonomski rast in produktivnost sta od industrijske revolucije dalje veljali za najbolj prepričljivo zagotovilo za doseganje družbene blaginje in višje stopnje kakovosti življenja v družbi. Z naraščanjem zavedanja o pomenu trajnostnega razvoja, problemom obsega populacije v svetu ob nepravilni razdelitvi dobrin in virov med ljudmi ter številnimi negativnimi posledicami človekovega poseganja v (naravni in družbeni) prostor se v zadnjem času prepričanja o ekonomski rasti in produktivnosti ter njuno korelacijo s kakovostjo življenja korenito spreminjajo. Vse večja razslojenost družbe in brezposelnost med mladimi ter družbena neenakost v hitro rastočih gospodarstvih ob hkratnem vse večjem pritisku na naravne vire so pokazali na nove odnose med ekonomsko rastjo in okoljsko ter družbeno trajnostjo (Vodeb, 2014).

Ni dolgo tega, ko so uveljavljeni strokovnjaki (predvsem ekonomisti) trdili, da je razvoj turizma primeren in priporočljiv zlasti za nerazvite države ali države v tranziciji. Turizmu se je v preteklosti pripisovalo neverjetne sposobnosti in neskončne možnosti v razvoju nekega območja, regije ali države. S turističnim razvojem naj bi se odpirala nova delovna mesta, prav tako naj bi turizem spodbujal zaposlovanje v drugih dejavnostih (trgovina, gospodarstvo) ter omogočal visok devizni priliv in multiplikativne učinke. Predvsem na račun ekonomskih funkcij je turizem dobil precej enostransko podobo, kot da bi šlo za čisto gospodarsko dejavnost. Sodobno razumevanje turizma pa zahteva prepoznavanje njegove celovite podo-be, ki se zrcali v družbeno-kulturni, okoljski in ekonomski dimenziji. Turizem naj bi izdatno prispeval h kakovosti življenja lokalne skupnosti, vendar

le v primeru njegove celovite obravnave in razumevanja ter upoštevanja teh dejstev pri procesu načrtovanja in upravljanja.

Konkurenčnost in turizem

Konkurenčnost v turizmu je zelo priljubljena tema raziskovalcev v zadnjih dveh desetletjih (Crouch in Ritchie, 1999, Dwyer, Livaic in Mellor, 2003, Kozak, 2002, Mazanec, 1995, Cracolici, Nijkamp in Rietveld, 2008), saj je po prepričanju mnogih ena najhitreje rastočih gospodarskih panog na svetovni ravni, ker prispeva tako h gospodarstvu države kot kakovosti življenja njenih prebivalcev (Navickas in Malakauskaite, 2009). Vendar poskusi, da se turizem izenači z drugimi gospodarskimi dejavnostmi in da se konkurenčnost turizma meri na enak način, niso obrodili sadov. Poonova (1993) zgodaj opozori na specifično turizma kot storitvene dejavnosti, kjer ne veljajo enaka pravila pri ocenjevanju konkurenčne uspešnosti kot v drugih panogah. Prav tako poznavalec destinacijske konkurenčnosti Crouch (2007) poudarja, da je destinacijski proizvod po svoji naravi popolnoma drugačen od drugih konkurenčnih proizvodov na trgu. Turistični proizvod je namreč celovita turistična izkušnja, ki jo ustvarjajo številni nosilci turistične ponudbe (hotelirji, gostinci, turistični posredniki itn.), ostali nosilci ponudbe, ki se s turizmom povezujejo (kulturne ustanove, zabava, šport in rekreacija itn.), destinacijske organizacije (zasebno ali javno-zasebno partnerstvo), javni sektor (ki zagotavlja osnovno infrastrukturo, npr. ceste), lokalna skupnost in druge javnosti. Specifika turističnega proizvoda pa ni zgolj v njegovi multidimenzionalnosti z vidika večplastne sestavljenosti ponudbe, pač pa tudi z vidika subjektivne percepcije posameznega turista ali segmenta turistov. Page in Connell (2006) menita, da je turistično doživetje sestavljeno iz treh delov; eno tretjino tvorijo proizvodi, drugo storitve, tretjo pa predstavljajo odnosi, ki se v procesu oblikovanja turističnega doživetja tkejo na relaciji med turistom in turistično destinacijo.

Turistična destinacija je institucija sodobnega turizma in predstavlja heterogeno turistično ponudbo na enem mestu, kar sodobnemu turistu ponuja edinstveno celovito turistično doživetje. Heterogenost turistične ponudbe ustvarjajo številni nosilci turistične ponudbe, subjekti, ki se s turizmom povezujejo, in vsi drugi akterji, ki tvorijo destinacijo (lokalna skupnost, prebivalstvo, politična oblast ...). Turistično destinacijo lahko opredelimo na različne načine (Vodeb, 2010):

- z geografskega ali prostorskega vidika, ko je govora o geografskem prostoru, ki ga zaseda destinacija;
- z vsebinskega vidika, ko je govora o naboru turističnih vsebin in turistične ponudbe, s katero razpolaga;

- z vidika stališča turistov, ko je govora o zaznavah turistov, o tem, kaj za njih predstavlja destinacija in kako jo doživljajo;
- s poslovnega ali strateškega vidika, ko je govora o destinaciji kot o poslovnem subjektu, kjer sta pod drobnogledom njeno poslovanje in organizacija, in
- s sistemskega vidika, ko je govora o razumevanju destinacije kot skupine med seboj povezanih elementov, ki imajo jasno določene funkcije, namen in stremijo k skupnemu cilju.

Predpostavimo lahko, da je opredeljevanje destinacije glede na vidik opredelitve v povezavi z miselnostjo oz. razumevanjem destinacije glede na čas, v katerem so te opredelitve nastale. Ob uveljavljanju novega pojma, turistična destinacija, v začetku sedemdesetih let 20. stoletja, je težišče na geografskem oz. prostorskem in vsebinskem vidiku definiranja. Prevladujejo prostorski vidik in administrativne meje tega prostora ter vsebine turističnih aktivnosti, ki jih destinacija ponuja. Nadalje, z razvojem turističnih destinacij in naraščanjem zavedanja, da so stališča turistov (tudi z vidika poslovanja) najkredibilnejši indikator določanja destinacije, se uveljavlja vidik definiranja destinacije glede na stališča turistov ter njihovega zaznavanja in doživljanja destinacije (oz. njene celovitosti). Hkrati se krepi tudi potreba po skrbnem načrtovanju in upravljanju turističnih destinacij zaradi številnih negativnih vplivov, ki so jih za seboj pustili primeri množičnega turizma. Uveljavlja se namreč prepričanje, da z organizacijskega vidika na destinacijo lahko gledamo kot na poslovni sistem, ki ga je treba upravljati, načrtovati in usmerjati. Strateško načrtovanje v tem času postavi nove temelje razumevanju in upravljanju turistične destinacije, zato se destinacijo obravnava kot konkurenčno ali strateško enoto, ki jo je nujno treba tržiti ob zagotavljanju dolgoročno optimalnih rezultatov.

Sistemski vidik razumevanja destinacije je prisoten od srede devetdesetih let 20. stoletja, njegovi nosilci pa so Laws (1995), Mill, Christie in Morrison (1992) ter Leiper (2003). Sistemski ali holistični pristop v razumevanju turizma predstavlja enega izmed možnih pristopov za obvladovanje njegove kompleksnosti, izhaja pa iz identifikacije elementov, iz katerih je sistem sestavljen, razumevanja interakcije in odnosov med posameznimi elementi ter ugotavljanja interakcije z okoljem tega sistema. Tudi Lawrence (2005) meni, da sistemski pristop pomaga pri razumevanju kompleksnosti destinacije in njenih procesov, interakcij z okoljem in lokalno skupnostjo. Medsebojna odvisnost posameznih elementov v sistemu destinacije ter usklajevanje učinkov turizma za doseganje konsenza med različnimi interesnimi skupinami je osnovna vrednost uporabe sistemskega pristopa za razumevanje koncepta turistične destinacije. Tudi Walker in sodelavci (1999, 60)

pritrjujejo tej razlagi, ko pravijo, da je sistemski pristop »zmogljivo orodje za raziskovanje kompleksnosti turizma ter njegove interakcije z gospodarstvom, okoljem in lokalno skupnostjo, saj pomaga poenostaviti in pojasniti probleme, povezane s turizmom in, zagotavlja mehanizme za potencialne rešitve«.

Sodelovanje in turizem

Sedaj, ko je jasno, da konkurenčnost v turizmu na ravni turističnih destinacij ni nekaj linearnega in absolutno primerljivega z drugimi panogami, da je specifična turističnega proizvoda, ali, bolje rečeno, celovitega turističnega doživetja, ki ga ustvarja turistična destinacija, izjemno kompleksna kategorija, je obravnava tovrstne problematike zahtevna in predpostavlja interdisciplinarni pristop v raziskovanju.

20

Turistična destinacija kot celica sodobnega turizma funkcionira po principu sodelovanja med različnimi akterji (Vodeb, 2010), kljub temu dejstvu pa mora destinacija dosegati dolgoročno konkurenčnost na turističnem trgu kot celota. V preteklosti je v sodelovanje poslovne subjekte »sili-la« ekonomska korist, danes pa je zagotavljanje višje kakovosti storitev in dodane vrednosti osnovni motiv za združevanje in povezovanje različnih elementov v verigi storitev. Tudi na primeru destinacijskega proizvoda govorimo o verigi različnih elementov storitev in proizvodov, ki se nujno povezujejo v integralno turistično ponudbo zaradi heterogenega povpraševanja. Šele s sodelovanjem ali skupnim delovanjem skozi mrežna partnerstva lahko dosegamo sinergijske učinke, ki so praviloma večji od učinkov, ki jih dosegajo posamezni subjekti individualno. Povezani v mrežna partnerstva nosilci turistične ponudbe ustvarjajo dodano vrednost in skupne koristi zaradi združevanja znanja, virov in moči. Sinergija je posledica usklajenega delovanja povezanih posameznih subjektov in njihovega ustvarjalnega sodelovanja. Predstavlja ključno komunikacijsko in razvojno usmeritev, pri kateri je skupno izhodišče vrednostni sistem povezanih posameznih subjektov. Pojem sinergija ponazarja ustvarjalno sodelovanje na osnovi komuniciranja in usklajevanja motivov in interesov, kjer so skupni interesi nad osebni (Evans, Campbell in Stonehous, 2003).

Konkurenčnost turizma in trajnostni razvoj turizma

Ritchie in Crouch (2003) vidita pomembne povezave med konkurenčnostjo in trajnostnim turizmom, saj sta prepričana, da razvoj turizma lahko izjemno prispeva k družbeni blaginji. Po njunem mnenju je turistični proizvod doživetje, ki ga destinacije zagotavljajo turistom, ekonomski vi-

dik konkurenčnosti pa je le eden izmed vidikov (ostali so družbeni, kulturni, politični, tehnološki in okoljski), ker je turizem tako edinstven (Ritchie in Crouch, 2011, 327). Tudi Poonova (1993) je prepričana, da so strategije konkurenčnosti za turistične destinacije popolnoma drugačne od strategij konkurenčnosti, ki veljajo v splošnem gospodarskem sektorju (npr. Porterjeve strategije konkurenčnosti). Drugačen je sam koncept strategij konkurenčnosti kot tudi principi pri izbiri oz. izvedbi strategije (Vodab, 2014).

Koncept trajnostne konkurenčnosti ima veliko skupnega s konceptom sodelovalne konkurenčnosti. Oba sta v preteklosti pomenila nepredstavljivo stanje delovanja v družbi in gospodarstvu. Konkurenčnost naj bi izključevala sodelovanje, prav tako naj bi trajnostni koncept izključeval konkurenčnost. Na primeru turizma, ki pa v vsej svoji specifičnosti in kompleksnosti procesov, odnosov in učinkov deluje drugače od ustaljenih sektorjev, se je kolesje zakonitosti uspešnega delovanja začelo obračati v novo smer. Nastopil je čas sprememb v mentalnem svetu posameznikov in poslovnih sistemov, ko je jasno, da s sodelovanjem dosegamo prej in učinkoviteje zastavljene cilje, da je trajnostna pot edina za zagotovilo dolgoročne konkurenčnosti na katerem koli trgu, ne samo turističnem.

V turizmu brez sodelovanja in trajnostnega koncepta pravzaprav ne gre. Ne samo naravno okolje, kot esencialni element lokacijsko pogojene turistične destinacije, pač pa tudi družbeni prostor tketa osnovne pogoje za dolgoročno uspešno turistično gospodarstvo. Kljub dejstvu, da so ekonomisti in drugi strokovnjaki v 20. stoletju konkurenčnost postavili na raven naravnega zakona modernega kapitalističnega gospodarstva (Crouch, Ritchie in Elgar, 2012), se je v 21. stoletju ob vseh spremembah in novih pogojih v družbi pokazala večplastna podoba konkurenčnosti, ki se zdaj bohoti v svoji celovitosti. Ekonomska rast in produktivnost nista absolutno zagotovilo družbene blaginje in napredka, o tem pričajo aktualni dogodki v družbi (arabska pomlad, nemiri v Turčiji in Braziliji), ko se je izkazalo, da ekonomska rast lahko tudi ogroža konkurenčnost države skozi nepravilno razdelitev dobrin in virov, pomanjkanje demokracije in neenakost v družbi. Zato trajnostna konkurenčnost omogoča doseganje dolgoročne produktivnosti ob zagotavljanju družbene in okoljske trajnosti.

Ritchie in Crouch (2011, 327) celostno definirata trajnostno konkurenčnost destinacije, saj menita, da gre za »sposobnost povečanja turistične potrošnje ob zagotavljanju nepozabnega doživetja turistom na ekonomsko učinkovit način, ki zagotavlja blaginjo prebivalcem destinacije z ohranjanjem naravnega kapitala za bodoče rodove«.

Vrste trajnosti

Trajnostni koncept razvoja je sprva resda obravnaval le okoljsko področje, to pa zato, ker se je tudi pojavil kot odziv na okoljsko onesnaženost in degradacijo naravnega prostora. Negativni učinki razvoja so namreč najhitreje vidni prav na tem področju. Okolje je ranljivo kljub veliki sposobnosti samoregulacije in obnove, vendar sta človekova prisotnost in aktivnost ob neustreznem upravljanju z naravnimi viri očitno tako močno zarezala v naravni sistem, da je bila potreba po spremenjenem vedenju in človeški aktivnosti več kot očitna. Ko je ta potreba dosegla svetovne razmere, je trajnostni razvoj postal globalni politični cilj. Programi trajnostnega razvoja se odražajo v iskanju racionalnega razmerja med višjo stopnjo kakovosti življenja ljudi ob najnižji možni onesnaženosti okolja ter optimalni produktivnosti.

22

Večina avtorjev omenja tri stebre trajnostnega razvoja; družbenega, okoljskega in gospodarskega, Ritchie in Crouch (2011) pa omenjata še političnega, ki naj bi se odražal v politični spodbudi in splošni sprejetosti turizma v nekem okolju. Znano je namreč, da politična volja ali naklonjenost lokalnih oblasti turizmu predstavlja enega ključnih predpogojev za razvoj neke turistične destinacije.

Sklenemo lahko, da ima trajnost, prav tako kot konkurenčnost, več vidikov ter jo lahko sprejmemo le v vsej njeni celovitosti. Celovit koncept trajnosti tako obsega družbeno, ekonomsko in okoljsko dimenzijo trajnosti. Družbena se nanaša na spoštovanje človekovih pravic, nudenje enakih možnosti za vse ljudi brez razlik, upošteva pravično razdelitev koristi in spoštovanje različnih kultur ter spodbuja razvoj lokalne skupnosti. McKenzie (2004) definira socialno trajnost kot proces zagotavljanja izboljšanja kakovosti življenja v skupnosti. Boström (2012) problematizira družbeno trajnost kot enega izmed treh stebrov trajnosti, ki ga je najtežje opredeliti, nedvomno pa je družbena trajnost neločljiva od okoljske in ekonomske. Celovita trajnost pomeni usklajeno uglaševanje vseh treh stebrov trajnosti. Dempsey et al. (2011) opozarjajo, da družbena trajnost ni ne absolutna ne konstantna, njena dinamika je namreč edina stalnica, kar po eni strani predstavlja prednost, po drugi pa pomanjkljivost. Iz vsega izhaja, da je socialna trajnost v strukturi celovite trajnosti potrebna interdisciplinarnega pristopa v obravnavi in tolmačenju.

Ekonomska trajnost pomeni, da podjetja ali turistične destinacije dosegajo ekonomsko učinkovitost in dolgoročno uspešno poslujejo. Predvsem je pomembna stroškovna učinkovitost pri vseh poslovnih aktivnostih, zato jo je treba usmeriti v vse ravni družbe. Pri ekonomski trajnosti gre za optimalno učinkovitost pri rabi in upravljanju virov. Ta je z vidika turi-

stične destinacije vitalnega pomena za njen dolgoročni razvoj in se po nje meri konkurenčnost destinacije. Ekonomska trajnost je zanesljivo bolj merljiva od družbene, saj je indikatorje lažje kvantificirati in eksaktno izmeriti. Spangenberg (2005) meni, da je ekonomska trajnost nujno treba obravnavati kot del kompleksnega sistema, torej skupaj z ekološko in družbeno dimenzijo trajnosti. Pri tem so najpomembnejši interakcija in odnosi, ki nastajajo v relacijah med temi tremi dimenzijami. Markulev in Long (2013) definirata ekonomsko trajnost kot razporejanje sredstev (varčevanje in naložbe) v daljšem časovnem obdobju na način, ki zagotavlja najvišjo stopnjo blaginje za sedanje in prihodnje generacije.

Okoljska trajnost predstavlja skupek odgovornih odločitev za zagotavljanje zmanjšanja negativnih vplivov na okolje v dolgoročnem obdobju. Pomeni skrb za varovanje in ustrezno ravnanje z življenjsko pomembnimi omejenimi viri v naravi in ne le zmanjšanje onesnaženosti, količine odpadkov in zaščito biološke raznovrstnosti v nekem prostoru. Morelli (2011) okoljsko trajnost definira kot stanje ravnovesja in medsebojne povezanosti, ki človeški družbi omogoča zadovoljevanje potreb, pri tem pa ne presega mej zmogljivosti njenih podpornih ekosistemov in ne zmanjšuje njihove biotske raznovrstnosti. Goodland (1995) opozarja na omejenost naravnih virov in dobrin ter okoljsko trajnost naslavlja kot sposobnost vzdrževanja takih razmer, ki omogočajo ravnovesje med trajnostnim povpraševanjem in trajnostno potrošnjo. Isti avtor (Ibid.) poudarja, da je družbena trajnost pogojena z okoljsko trajnostjo in pomeni ohranjanje globalnega življenjskega sistema za nedoločen čas.

Trajnostna konkurenčnost v strateških razvojnih dokumentih

Komisija evropskih skupnosti v svojem dokumentu *Program za trajnostni in konkurenčni evropski turizem* (2007) izpostavlja, da je konkurenčnost evropskega turizma vitalno povezana s trajnostjo, kajti kakovost turističnih destinacij je pogojena z njenim naravnim in kulturnim okoljem ter integracijo lokalne skupnosti. Prav tako se v dokumentu poudarja, da je za turizem največji izziv doslej ostati konkurenčen, hkrati pa spodbujati trajnost in se zavedati, da je konkurenčnost dolgoročno odvisna od trajnosti. Pri tem je treba upoštevati tudi dejstvo, da je za vzpostavitev optimalne harmonije med potrebami okolja in razvojem ter konkurenčnostjo destinacij oz. podjetij potreben holistični pristop, pri katerem gre za uglasjevanje ciljev med posameznimi deležniki.

Evropska turistična politika (2010, 2) že uvodoma poudarja, da turizem odlično ponazarja potrebo po uravnoteženju gospodarske rasti s trajnostnim razvojem. Cilj tega dokumenta je oblikovati akcijski okvir za po-

večanje konkurenčnosti evropskega turizma in okrepitev njene sposobnosti za trajnostno rast. Navaja se tudi, da je trajnost turizma jasno umeščena v novo gospodarsko strategijo unije »Evropa 2020«. Tudi v t. i. madridski deklaraciji iz leta 2010 se poudarja potreba po okrepitvi trajnostne konkurenčnosti turizma. Evropska turistična politika v enemu od svojih ukrepov izreka podporo trajnostni konkurenčnosti, saj poudarja konkurenčnost turizma, ki je ozko vezana z njegovo trajnostjo. Pohvalna je zaveza Evropske komisije k zagotavljanju boljšega vključevanja turizma v različne druge politike in področja, da se na tak način sprostijo ves konkurenčni potencial turističnega sektorja. Pri tem lahko opazimo krepitev zavedanja o multiplikativnih učinkih turizma, ki presegajo zgolj kratkoročne ekonomske učinke. Povezovanje turizma z drugimi sektorji omogoča najboljši izkoristek razmer, dobrin in potreb sodobne družbe.

2.4

Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016 predstavlja logično nadaljevanje smernic in izhaja iz okvirjev evropske turistične politike. Tako je v zadevnem dokumentu trajnostni koncept razvoja zaslediti kot osnovno usmeritev, saj je tudi delovni naslov strategije: »Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma«. Strategija temelji na treh področjih:

1. povečanje konkurenčnosti,
2. ugodno poslovno okolje,
3. učinkovito in inovativno trženje.

Čeprav se v dokumentu še ne omenja trajnostna konkurenčnost, so ukrepi opredeljeni na način, da je zaznati približevanje temu konceptu. Kot izhaja iz zapsanega, so eden od ukrepov za učinkovito trženje Slovenije kot turistične destinacije konkurenčni, jasno pozicionirani turistični proizvodi, temelječi na načelih trajnosti. Načela trajnosti pa so podrobno predstavljena in opredeljena, pri čemer se spodbuja povezovanje turizma z drugimi sektorji, saj da velja tudi pri nas problematika slabega medsektorskega sodelovanja, ki onemogoča optimalne multiplikativne učinke in sinergijo iz naslova tovrstnih združevanj.

Najnovejša Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana (2013) prav tako temelji na splošni trajnostni usmeritvi, oz. je trajnostni razvoj destinacije sprejet kot temeljni konceptualni pristop. V dokumentu se trajnostni koncept izpostavlja kot miselni vzorec vseh deležnikov na vseh ravneh in področjih delovanja. Ne gre zgolj za omejitve in energijske prihranke, gre namreč za nove podjetniške priložnosti in nova (t. i. zelena) delovna mesta, ki jih lahko odpirajo inovativni pristopi v trajnostnem razvoju (inovativne oblike trajnostnega transporta, inovativne tehnologije v

infrastrukturi, učinkovita raba lokalnih virov, veriga lokalnih dobaviteljev ...).Tudi v tem dokumentu se izpostavlja sodelovanje med sektorji in mrežna partnerstva med deležniki na destinaciji za doseganje sinergijskih učinkov in optimalne trajnostne učinkovitosti. Prav tako je izpostavljena potreba po proaktivnem vključevanju lokalne skupnosti v proces načrtovanja turizma in odločanja. Lokalna skupnost kot pomemben deležnik na ta način lahko prispeva soustvarjanje trajnostne rasti destinacije.

Pomen trajnostne konkurenčnosti podpira tudi dejstvo, da od leta 2011 Svetovni gospodarski forum (World Economic Forum), neodvisna mednarodna organizacija iz Ženeve, v meritve indeksa konkurenčnosti za turizem TTCI (Travel and Tourism Competitive Index) vključuje področje trajnostne konkurenčnosti SCI (Sustainable Competitive Index).

Zaključki

Turizem temelji na odnosih in interakciji. Bolj ko razumemo, kako so med seboj povezani posamezni akterji in kakšne reakcije sprožajo ti odnosi, kompetentneje lahko sprejemamo poslovne odločitve v procesu načrtovanja turizma. Turistična destinacija, kot sodobna institucija turizma, v osnovi omogoča in sproža interakcijo ter odnose med lokalno skupnostjo in turisti. Zaradi njene visoke kompleksnosti ter znanstvenih potrditev, da kakovost interakcije in odnosov med turisti in domačini vpliva na trajnost in s tem posledično na njeno konkurenčnost, je turistično destinacijo potrebno upravljati. Upravljanje destinacije pa pomeni celovito obravnavo turističnih vplivov ter njihovo uravnavanje po predznaku (pozitivni in negativni vplivi) ter vrsti (socio-kulturni, ekonomski in okoljski). Medsebojna povezanost in prepletenost vrst turističnih vplivov odstira večplastnost trajnosti destinacije in omogoča celovito dojetje ter obravnavo tega fenomena, ne samo na konceptualni, pač pa tudi na operativni oz. praktični ravni.

S trajnostnim razvojem ohranjamo in krepimo konkurenčne prednosti destinacije. Poleg tega trajnostni koncept razvoja omogoča inovativne pristope za povečanje vrednosti turističnega doživetja, kar je ključni rezultat dejavnosti vsake destinacije v cilju zagotavljanja in ohranjanja njenih konkurenčnih prednosti.

Kvantitativna rast v sodobni družbi ne predstavlja več pravega izziva, saj počasi dojemamo, da je ta ideal nenehna povečevanja, rasti in visoke produktivnosti preživet koncept, ki nas spremlja od industrijske revolucije naprej. Nov izziv je v kvalitativnih presežkih, izboljšanju in ne povečevanju, kakovosti in ne količini. Ta orientacija zahteva od nas veliko inovativnosti, čutenja, razumevanja odnosov in načina, kako ti delujejo ter kakšne

reakcije sprožajo. Zlasti v turizmu so te prvine elementarne in se je z njimi treba prednostno ukvarjati, zakaj center vsega dogajanja je človek, na strani ponudbe in povpraševanja.

Razlikovalni dejavnik med številnimi sodobnimi destinacijami glede turističnih virov in privlačnosti tako postaja vprašanje »kako« in ne več »kaj«. Pomemben je način, kako je organizirana turistična destinacija, kako je sestavljena njena celovita turistična ponudba, kako doživlja celovito turistično izkušnjo sodoben turist ter kako in zakaj ravno tako doživlja turistične vplive lokalna skupnost. Rezultati tega se kažejo v konkurenčnosti turistične destinacije, zato sklepamo, da sta trajnost in konkurenčnost medsebojno pogojena.

Trajnostna konkurenčnost je proces in ne stanje, je dinamična in interdisciplinarna kategorija, ki temelji na sodelovanju vseh akterjev v destinaciji. Vključenost in proaktivno sodelovanje omogočata posameznikom in skupinam doseganje konsenza za razvojne odločitve in načrtovanje razvoja turistične destinacije v prihodnje.

Razvoj počitniških bivališč v alpsko-jadranskem prostoru Slovenije

Miha Koderman

Uvod

Pojav preživljanja (prostega) časa v počitniških bivališčih ima dolgo tradicijo, saj so tovrstne objekte uporabljali premožnejši predstavniki družbe že v času starega Egipta in rimskega imperija (Coppock 1977, 4; Holloway in Taylor, 2006, 23). V večini evropskih držav se je intenzivnejša gradnja teh objektov pričela po koncu druge svetovne vojne, ko so se pojavile tudi prve študije o tovrstni tematiki. V slovenski literaturi se za označevanje teh bivališč največkrat uporabljajo pojmi počitniško bivališče, sekundarno bivališče, sekundarno počitniško bivališče, občasno bivališče in stanovanja za počitek in rekreacijo, pogosto pa jih označujemo tudi z izrazom vikend. Slovenski raziskovalci, ki so se obravnavani tematiki najbolj posvečali, so v svojih študijah največkrat uporabljali pojem sekundarno počitniško bivališče ali počitniško bivališče, ravno slednji izraz pa je moč dandanes največkrat zaslediti v (sicer maloštevilnih) prispevkih, ki se ukvarjajo s to problematiko.

Počitniška bivališča prvenstveno služijo za zadovoljevanje rekreacijskih potreb, njihovi uporabniki pa s svojim delovanjem vplivajo na ekonomijo, družbo in pokrajino oz. okolje. Müller s sodelavci (2004, 15) ugotavlja, da so učinki na omenjene elemente podobni, kot jih imajo druge oblike turizma. Nekateri avtorji temu segmentu očitajo pomanjkanje neposrednih ekonomskih transakcij med uporabniki bivališč in ponudniki storitev v receptivnem okolju, vendar pa je več študij (med njimi Frost, 2004; Marjavaara, 2007) te očitke zavrglo. Zaradi specifičnih lastnosti (občasno bivanje ene ali več oseb v lastnem objektu na prvi pogled ne prinaša neposrednih ekonomskih učinkov na lokalno okolje) to turistično pod-

zvrst marsikdo težko prepozna kot del turistične industrije, vendar pa lahko število tako ustvarjenih nočitev pogosto dosega ali celo presega število nočitev v uradnih prenočitvenih namestitvah izbranega turističnega kraja. Ta segment lahko tako le z multiplikativnimi učinki izkazuje povsem konkretne vplive na lokalno gospodarstvo, infrastrukturo in okolje, ki se še stopnjujejo, v kolikor se, denimo, za lastnike počitniških bivališč uvede plačevanje pavšalne občinske turistične takse. Nadalje raziskovalci ugotavljajo, da se finančni kapital v okviru turizma počitniških bivališč ne pretaka zgolj znotraj posameznih storitev, značilnih za turistični sektor, temveč so ekonomski učinki vidni tudi v nepremičninskem in bančnem sektorju. Počitniška bivališča lahko na nekaterih odročnejših in manj poznanih območjih služijo tudi kot nosilci turističnega razvoja kraja in s svojo prisotnostjo povzročijo prva infrastrukturna vlaganja (npr. v izboljšanje prometne povezave, vodovod, trgovino itd.) (Pogačnik, 2008, 189).

Razvoj počitniških bivališč je vplival tudi na družbeno-kulturna razmerja v receptivnem okolju in ti vplivi so, kot navaja Marjavaara (2008, 17), zaradi različnih norm in vrednot ter načina življenja domačinov in uporabnikov počitniških bivališč lahko vir mnogih konfliktov. Nesoglasja nemalokrat izvirajo tudi iz zviševanja cen življenjskih potrebščin in nepremičnin, zaradi česar s strani stalnih prebivalcev lahko pride do preseljevanja in praznjenja posameznih območij. Hkrati nekateri avtorji (Casado Diaz, 1999, 225; Marjavaara 2008, 18) kot možni vir nasprotij omenjajo potencialno boljši družbeno-ekonomski položaj lastnikov in uporabnikov počitniških bivališč v primerjavi s stalnimi prebivalci. Vsekakor o stopnji družbene integracije v receptivno okolje odloča vsak posameznik sam, opravljene terenske ankete med lastniki počitniških bivališč na izbranih območjih Slovenije pa razkrivajo, da lastniki odnos med njimi in domačini večinoma ocenjujejo kot dober ter navajajo, da med njimi prihaja do sodelovanja, nudenja medsebojne pomoči ter drugih oblik druženja (Gosar, 1988; Bajuk Senčar, 2005; Goluža, 2013).

Počitniška bivališča puščajo svoj pečat v pokrajini, ki je že marsikje dodobra preobrazena in ki tudi zavoljo teh bivališč izgublja svojo prvotno podobo. Počitniška bivališča spreminjajo fiziognomijo in funkcijo posameznih naselij, njihov številčni porast pomeni vedno večjo obremenitev za okolje, hkrati pa se pojavlja trend zgoščevanja počitniških bivališč na najbolj privlačnih in hkrati pogosto najbolj ranljivih ekoloških območjih (Cigale 2009, 115–116). Hiltunenova (2007, 261) ugotavlja, da so številni okoljski učinki turizma počitniških bivališč v primerjavi z drugimi vrstami turizma sicer manjši, vendar ob tem opozarja, da jih ni mogoče prezreti, saj pomembno prispevajo k preobrazbi naravnega okolja. Kljub temu je pot-

rebno izpostaviti dejstvo, da počitniška bivališča za okolje ne predstavljajo le obremenitve, temveč na posameznih območjih tudi varujejo kulturno krajino, saj lastniki bivališč s svojimi prostočasnimi dejavnostmi (sadjarstvo, vinogradništvo, vrtičkarstvo) preprečujejo zaraščanje obdelovalnih površin (Stanič s sodelavci, 2000, 26).

Počitniška bivališča v Sloveniji

Počitniška bivališča so se na območju Slovenije najprej začela pojavljati na Bledu, ki se je že konec 19. stoletja začel razvijati kot pomembno turistično-zdraviliško središče in kjer, kot piše Matjaž Jeršič (1968, 54), »so si posamezni tujci v bližini Blejskega jezera pričeli graditi vile za občasno, predvsem poletno bivanje«. Poleg Bleda so si premožnejši posamezniki počitniška bivališča gradili tudi ob Bohinjskem jezeru, na preostalih območjih Slovenije pa je bila do druge svetovne vojne zastopanost tovrstnih objektov komajda omembe vredna. Jeršič ob tem sicer omenja tudi zidanice tujih, nekmečkih lastnikov v vinogradniških okoliših Slovenskih goric in Haloz. Premožnejši tujci so si namreč na teh območjih zgradili hiše, ki jih niso obiskovali samo zaradi dela, ampak je bilo bivanje v njih povezano tudi s počitkom in zabavo (1968, 54).

Tovrstna bivališča so se začela številčno krepiti v 50-ih letih 20. stoletja, ko je takšna oblika preživljanja prostega časa zajela izletniške, zdraviliške in turistične kraje (Jezerko, Trška gora, Piran, Rakitna, Gorenja vas, Kamniška Bistrica) (Gosar, 1987a, 184). Intenzivni razvoj takšnih objektov je sledil v 60-ih letih 20. stoletja, ko se je težnja po gradnji ali nakupu počitniškega bivališča iz najbolj obleganih turističnih območij razpršila tudi na podeželje, oddaljenost počitniškega bivališča od kraja stalnega prebivanja pa je bila največkrat v območju dnevne migracije. Ob koncu omenjenega obdobja je nastala tudi zgoraj omenjena Jeršičeva (1968) študija o počitniških bivališčih na območju Slovenije, ki velja za prvo izčrpnjšo študijo o tej problematiki v slovenskem prostoru. V 70-ih letih 20. stoletja se je povečalo število posameznikov, ki prostega časa niso izkoriščali le v rekreacijske namene, ampak so želeli čas, ki ga preživijo v počitniškem bivališču, izkoristiti tudi za obdelovanje vrta, vinograda ali sadovnjaka, zaradi česar se je posledično povečalo število počitniških bivališč na vinogradniških območjih panonskega in dinarskega sveta. Tekom 70-ih in 80-ih let 20. stoletja so tovrstna bivališča tako postala sestavni del slovenske kulturne pokrajine (Gosar, 1987a, 188).

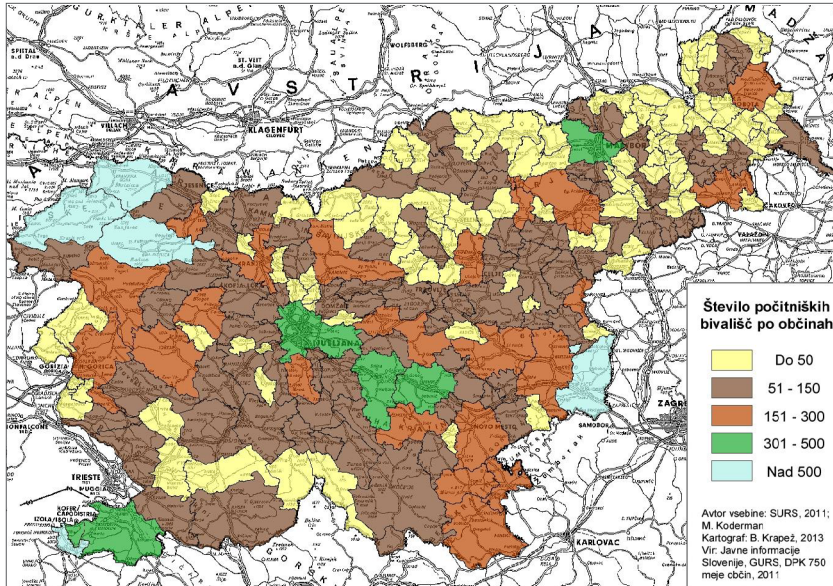
Statistični urad je v zadnjem klasičnem popisu stavb in stanovanj, opravljenem leta 2002, v Sloveniji zabeležil 31.681 počitniških bivališč, prvi popis obravnavanih bivališč pa sega v leto 1971. V letu 2011 je bil opravljen

Registrski popis, po katerem je bilo evidentiranih »le« 20.740 počitniških bivališč, glavni viri za registrski popis stanovanj pa so bili Register nepremičnin Geodetske uprave Republike Slovenije, Centralni register prebivalstva in Evidenca gospodinjstev, ki ju vodi Ministrstvo za notranje zadeve. Če podatek o številu počitniških bivališč v letu 2011 primerjamo s podatkom iz popisa v letu 2002, lahko sklepamo, da je v Registru nepremičnin tovrsten pojav številčno podcenjen. Na to opozarja tudi sam Statistični urad Republike Slovenije, ki v metodoloških pojasnilih (upoštevanih ob popisu leta 2011) med drugim navaja, da je bil za skoraj 4.000 počitniških stanovanj v Registru nepremičnin naveden podatek, da so počitniška, ker pa je bilo v Centralnem registru prebivalstva na teh naslovih prijavljeno tudi stalno bivališče, so bila takšna počitniška stanovanja šteta med običajna naseljena stanovanja (SURs, 2014). Opravljene analize statističnega urada so tudi pokazale, da se je v določenih predelih Slovenije nekaterim stanovanjem, ki so bila v popisu leta 2002 opredeljena kot počitniška, dejanska raba spremenila v zidanice (to je bilo najbolj opazno predvsem v pomurski in jugovzhodni statistični regiji). Obe zgoraj predstavljeni metodološki pojasnili sta ključni pri interpretaciji statistik o počitniških bivališčih, ki jih predstavljamo v nadaljevanju. Pokazatelji in preračuni (tabele 1, 2 in 3) so bili določeni na podlagi sorodnih študij o počitniških bivališčih v Franciji (Zaninetti, 2013) in na Finskem (Hiltunen s sodelavci, 2013).

Prostorsko razporeditev počitniških bivališč v letu 2011 prikazuje Slika 1, na kateri je mogoče opaziti manjše število počitniških bivališč v panonskem delu Slovenije, zgoščena pa so predvsem v turistično zanimivih območjih sredozemskega (Piran) in alpskega sveta (Kranjska Gora, Bohinj, Bovec). Večje število tovrstnih bivališč izkazuje tudi Občina Brežice, nasploh pa je takšna oblika bivališč pogosto prisotna na vinogradniškem območju jugovzhodne Slovenije. Z registrskim popisom leta 2011 je njihova številčna zastopanost v primerjavi s preteklimi popisi na tem območju precej upadla, vzroke za to pa lahko v veliki meri pripišemo spremembi popisne metodologije.

Zastopanost počitniških bivališč v Sloveniji lahko po vzoru Jeršiča (1968) opazujemo tudi po posameznih pokrajinskih tipih v državi, ki jih v osnovi ločimo na alpski, dinarski, panonski in sredozemski svet. Razvoj počitniških bivališč v Sloveniji je bil, sodeč po podatkih, predstavljenih v Tabeli 1, v posameznih pokrajinskih tipih Slovenije dokaj raznolik, največji delež tovrstnih stanovanj pa je mogoče najti v najboljsežnejšem pokrajinskem tipu, ki obsega 42,1 % celotne površine države – alpskem svetu. Slednji nima največjega deleža počitniških bivališč le zaradi svoje velikosti, temveč tudi spričo dejstva, da so se prva počitniška bivališča zaradi turistično-prilučnih naravnih danosti v večjem obsegu pojavila ravno v alpskem

svetu. Glede na velikost pokrajinskega tipa ima sicer visok delež takšnih bivališč tudi panonski svet, ki je skupaj z dinarskim privlačen predvsem za posameznike, ki so si poleg počitniških bivališč uredili sadovnjak ali vinograd, zaradi bližine morja in ugodnih podnebnih razmer pa konstanten delež počitniških bivališč ohranja sredozemski svet, pri katerem je zgoščenost tovrstnih bivališč omejena predvsem na obalni pas.



Slika 1: Število počitniških bivališč po občinah Slovenije v letu 2011.

Tabela 1: Deleži počitniških bivališč po posameznih pokrajinskih tipih Slovenije.

| Pokrajinski tipi | Delež posameznega tipa | Deleži počitniških bivališč* | | | | | |
|------------------|------------------------|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 1967 | 1971 | 1981 | 1991 | 2002 | 2011 |
| Alpski svet | 42,1 | 56,0 | 43,1 | 32,9 | 36,2 | 33,0 | 44,5 |
| Dinarski svet | 28,1 | 18,4 | 23,7 | 28,4 | 24,2 | 22,2 | 16,1 |
| Sredozemski svet | 8,6 | 6,7 | 14,3 | 9,7 | 8,8 | 9,2 | 13,2 |
| Panonski svet | 21,2 | 18,9 | 18,8 | 29,0 | 30,8 | 35,6 | 26,2 |
| SKUPAJ | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Vir: Perko in Orožen Adamič, 1999; Jeršič, 1968; SURS, 1971; 1981; 1991; 2002; 2011.

*Opomba: Podatki o deležu počitniških bivališč po posameznih pokrajinskih tipih temeljijo na popisih statističnega urada in makroregionalizaciji pokrajinskih tipov Slovenije (Perko in Orožen Adamič, 1999). Zaradi občin, ki ležijo na meji pokrajinskih tipov, obstaja možnost manjšega odstopanja predstavljenih deležev počitniških bivališč po pokrajinskih tipih.

Počitniška bivališča vplivajo tudi na razmerja znotraj stavbnega fonda Slovenije. Kot lahko razberemo iz Tabele 2, je bil indeks rasti stanovanj, namenjenih za zasebno počitniško rabo, v vseh popisnih letih večji od rasti stanovanj za stalno prebivanje. Največji delež so počitniška bivališča glede na celotni stavbni fond dosegla leta 2002, ko je njihov delež znašal 4,1 odstotka vseh bivališč v Sloveniji. V registrskem popisu leta 2011 je sicer mogoče opaziti upad tovrstnih bivališč, kar pa je v največji meri posledica spremenjene metodologije statističnega urada, na katero smo že opozorili.

Tabela 2: Delež počitniških bivališč v stavbnem fondu Slovenije ob posameznih popisih.

| Leto popisa | Število vseh stanovanj | Izhodiščni indeks | Št. počit. bivališč | Izhodiščni indeks | Delež počit. bivališč v stavbnem fondu | Izhodiščni indeks |
|-------------|------------------------|-------------------|---------------------|-------------------|--|-------------------|
| 1971 | 471.076 | 100,0 | 4.281 | 100,0 | 0,9 | 100,0 |
| 1981 | 585.780 | 124,3 | 18.965 | 443,0 | 3,2 | 356,3 |
| 1991 | 683.137 | 145,0 | 26.374 | 616,1 | 3,9 | 424,8 |
| 2002 | 777.772 | 165,1 | 31.681 | 740,0 | 4,1 | 448,2 |
| 2011 | 844.656 | 179,3 | 20.740 | 484,5 | 2,5 | 270,2 |

Vir: SURS, 1971; 1981; 1991; 2002; 2011.

Razmerje med stalnimi in počitniškimi bivališči v posameznih slovenskih občinah prikazujemo v Tabeli 3, kjer so zajete občine z najvišjim deležem počitniških bivališč glede na celoten stavbni fond v letih 2002 in 2011. Tudi tu so med popisnima letoma zaradi spremenjene popisne metodologije vidne precejšnje spremembe, kljub temu pa med občinami z najvišjim deležem počitniških bivališč ostajajo tiste, kjer je ta pojav številčno gledano najboljše (občine Kranjska Gora, Bohinj, Bovec). Posamezne manjše občine sicer izkazujejo precejšen delež počitniških bivališč, vendar je tu potrebno opozoriti, da so to občine, kjer je število vseh stanovanjskih enot na občinski ravni manjše od 1.000 (Kostel, Osilnica, Kobilje, Zavrč, Juršinci). Deleži počitniških bivališč v prikazanih občinah sicer ne predstavljajo prevlade te oblike poselitve, saj ostaja število stalno naseljenih stanovanj povsod precej višje, vendar pa so imela v posameznih občinah oz. njihovih naseljih počitniška bivališča tekom štirih desetletij pomemben vpliv na morfologijo in fiziognomijo določenega območja. Kot je ugotavljal že Gosar (1988, 151), »prevlada zgradb, namenjenih občasni poselitvi v obstoječih naseljih, lahko preoblikuje formo in funkcijo naselbinskega omrežja«, zaradi česar so razmerja med počitniškimi in stalnimi bivališči za razumevanje delovanja in hierarhije odnosa med vrstama bivališč izrednega pomena.

Tabela 3: Občine z najvišjim deležem počitniških bivališč v letih 2002 in 2011.

| Zap. št. | Občine (2002) | Število vseh stanovanj | Število počit. bivališč | Delež (%) | Občine (2011) | Število vseh stanovanj | Število počit. bivališč | Delež (%) |
|----------|-------------------|------------------------|-------------------------|------------|---------------------|------------------------|-------------------------|------------|
| 1 | Kostel | 575 | 211 | 36,7 | Bohinj | 3.265 | 864 | 26,5 |
| 2 | Bohinj | 2.917 | 848 | 29,1 | Kranjska Gora | 3.764 | 922 | 24,5 |
| 3 | Podlehnik | 1.055 | 297 | 28,2 | Bovec | 2.692 | 632 | 23,5 |
| 4 | Kranjska Gora | 3.023 | 788 | 26,1 | Kostel | 607 | 116 | 19,1 |
| 5 | Bovec | 1.916 | 428 | 22,3 | Jezerško | 356 | 41 | 11,5 |
| 6 | Žužemberk | 2.223 | 452 | 20,3 | Piran/Pirano | 10.678 | 1.042 | 9,8 |
| 7 | Osilnica | 219 | 44 | 20,1 | Ribnica na Pohorju | 559 | 54 | 9,7 |
| 8 | Juršinci | 976 | 187 | 19,2 | Osilnica | 256 | 24 | 9,4 |
| 9 | Trebnje | 8.169 | 1.444 | 17,7 | Šmarješke Toplice | 1.551 | 145 | 9,3 |
| 10 | Zavrč | 834 | 143 | 17,1 | Bloke | 809 | 75 | 9,3 |
| 11 | Dolenjske Toplice | 1.567 | 264 | 16,8 | Podčetrtek | 1.761 | 162 | 9,2 |
| 12 | Gorišnica | 2.657 | 446 | 16,8 | Zreče | 2.618 | 239 | 9,1 |
| 13 | Kobilje | 273 | 44 | 16,1 | Mokronog – Trebelno | 1.420 | 129 | 9,1 |
| 14 | Podčetrtek | 1.397 | 224 | 16,0 | Podlehnik | 1.105 | 96 | 8,7 |
| 15 | Videm | 2.411 | 374 | 15,5 | Semič | 1.774 | 152 | 8,6 |
| | SLOVENIJA | 777.772 | 31.681 | 4,1 | SLOVENIJA | 844.656 | 20.740 | 2,5 |

Vir: SURS, 2002; 2011.

Počitniška bivališča v alpskem svetu: primer Občine Bohinj

Počitniška bivališča pomembno zaznamujejo naselbinsko in pokrajinsko zasnovano Občine Bohinj, ki velja za eno prvih območij na ozemlju Republike Slovenije, pozidanih s tovrstnimi bivališči. Hkrati je občina zaradi naravnih danosti in delne vključenosti v Triglavski narodni park še posebej privlačno in tudi občutljivo okolje za preživljanje prostega časa. Počitniška bivališča na območju Bohinja so bila od začetka šestdesetih let 20. stoletja osrednji ali obrobni predmet proučevanja več obsežnejših geografskih (Vojvoda, 1965; Kalan, 1983; Gosar, 1988 in druge), antropoloških (Bajuk Senčar, 2005) in arhitekturnih (Urh, 2005) raziskav. Hkrati je omenjena tematika v zadnjem desetletju pogosto prisotna tudi v različnih medijih, ki opozarjajo zlasti na nedopustnost gradnje počitniških bivališč v Triglavskem narodnem parku in na problematiko njihove odstranitve.

V posameznih naseljih (današnje) Občine Bohinj so se počitniška bivališča začela intenzivneje razvijati v 60. letih 20. stoletja, njihov porast pa sovпада z obdobjem rasti teh bivališč na celotnem območju Slovenije. Zadnji statistični popis iz leta 2011 izkazuje, da je na tem območju 864 stanovanj namenjenih zasebni počitniški rabi, kar je 25,3 odstotka počitniških bivališč gorenjske statistične regije oz. 4,2 odstotka vseh počitniških bivališč v Sloveniji (SURŠ, 2011). Občina je bila tako ob tem popisu (absolutno gledano) tretja po številu teh objektov v državi (za občinama Piran in Kranjska Gora). Na njenem območju so bila v letu 2011 počitniška bivališča prisotna v 21 od skupaj 24 naselij, vendar je bila njihova številčna zastopanost med posameznimi kraji precej raznolika.

V Bohinju so bila tovrstna bivališča sprva locirana predvsem v bližini jezera in znotraj že obstoječega naselbinskega tlorisa, v petdesetih letih 20. stoletja pa se je začela gradnja zasebnih počitniških enot tudi na planinah nad Bohinjem. Preobrazbo so doživele predvsem prometno lahko dostopne (senožetne) planine (Ukanc, Goreljek, Uskovnica). Gosar (1988, 168) ob tem ugotavlja, da je bil še v začetku šestdesetih let na območju Bohinja dokaj majhen del zasebne alohtone posesti namenjen gradnji počitniških bivališč, kar pa se je spremenilo kmalu po letu 1964, ko je bila sprejeta odločitev o razvoju turizma v slovenskem alpskem prostoru, ki je med drugim postavila smernice ne samo za razvoj turizma in rekreacije, temveč tudi za gradnjo zasebnih počitniških zmogljivosti. Zato Gosar (1988, 167) obdobje po letu 1964 pojmuje kot čas »razprodaje (kmečke) posesti«, Jeršič (1974, 136) pa piše o gradbenem razcvetu počitniških bivališč, ki je zajel predvsem alpski svet in slovensko primorje, pri čemer razvojne faze gradnje oz. obnove počitniških bivališč sovpadajo s turističnim razvojem območja.

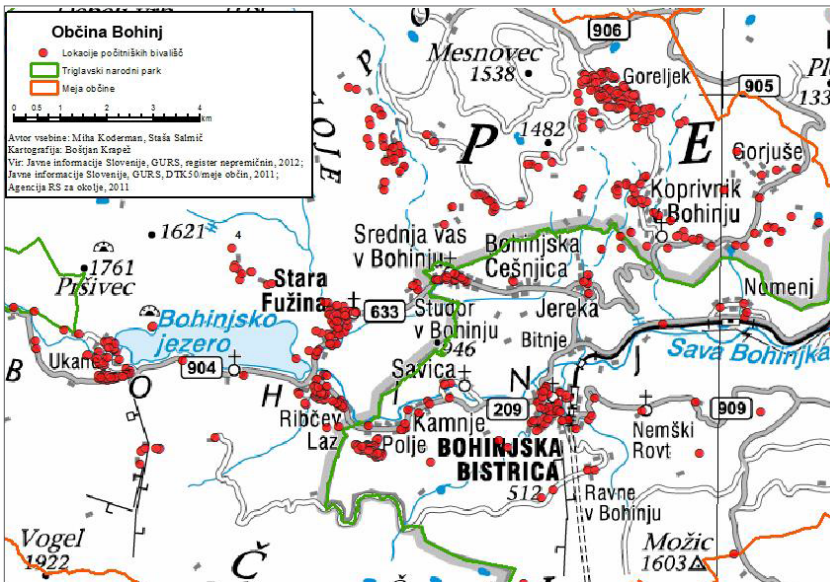
Glede na podatke statističnih letopisov (Tabela 4) je bila največja rast počitniških bivališč na območju občine zabeležena med letoma 1971 in 1981, kar izkazuje tudi indeks rasti, ki znaša 214,5 (SURŠ, 1971; 1981). Najbolj se je število počitniških bivališč povečalo v naseljih Bohinjska Bistrica, Polje, Goreljek in Koprivnik. Leta 2002, ko se je izvajal zadnji klasični popis prebivalstva, je delež počitniških bivališč v Bohinju znašal 29,1 odstotka celotnega stavbnega fonda, sodeč po registrskem popisu iz leta 2011 pa so počitniška stanovanja predstavljala dobro četrtino (26,5 odstotka) vseh stanovanjskih enot v občini (SURŠ, 2011).

Tabela 4: Število počitniških bivališč po izbranih naseljih v Občini Bohinj.

| Naselje | 1971 | Izhodiščni indeks | 1981 | Indeks 1981/1971 | 1991 | Indeks 1991/1981 | 2002 | Indeks 2002/1991 | 2011 | Indeks 2011/2002 | Indeks 2011/1971 |
|-----------------------|------------|-------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------------|
| Bohinjska Bistrica | 9 | 100,0 | 24 | 266,7 | 18 | 75,0 | 42 | 233,3 | 212 | 504,8 | 2355,6 |
| Goreljek | 36 | 100,0 | 117 | 325,0 | 140 | 119,7 | 163 | 116,4 | 158 | 96,9 | 438,9 |
| Ukanc | 51 | 100,0 | 86 | 168,6 | 99 | 115,1 | 135 | 136,4 | 97 | 71,9 | 190,2 |
| Ribčev Laz | 59 | 100,0 | 58 | 98,3 | 65 | 112,1 | 94 | 144,6 | 83 | 88,3 | 140,7 |
| Polje | 9 | 100,0 | 65 | 722,2 | 93 | 143,1 | 89 | 95,7 | 73 | 82,0 | 811,1 |
| Srednja vas v Bohinju | 26 | 100,0 | 58 | 223,1 | 62 | 106,9 | 135 | 217,7 | 60 | 44,4 | 230,8 |
| Stara Fužina | 28 | 100,0 | 44 | 157,1 | 50 | 113,6 | 48 | 96,0 | 64 | 133,3 | 228,6 |
| Koprivnik v Bohinju | 10 | 100,0 | 24 | 240,0 | 40 | 166,7 | 33 | 82,5 | 32 | 97,0 | 320,0 |
| Drugo | 21 | 100,0 | 58 | 276,2 | 74 | 127,6 | 109 | 147,3 | 85 | 78,0 | 404,8 |
| SKUPAJ | 249 | 100,0 | 534 | 214,5 | 641 | 120,0 | 848 | 132,3 | 864 | 101,9 | 347,0 |

Vir: SURS, 1971; 1981; 1991; 2002; 2011.

Splošni prikaz prostorske razporeditve počitniških bivališč iz leta 2012 (Slika 2) je bil oblikovan na podlagi podatkov Registra nepremičnin, katerega upravlja in ažurno posodablja Geodetska uprava Republike Slovenije (bil je tudi osnova za Registrski popis statističnega urada v letu 2011).



Slika 2: Prostorska razporeditev počitniških bivališč v Občini Bohinj v letu 2012.

Kot lahko razberemo iz Slike 2, so v večini primerov počitniška bivališča zgoščena v naseljih in se jih le manjše število pojavlja zunaj naselij stalne poselitve. Takšni primeri so prisotni zlasti na območju naselij Goreljek in Ukanc, kjer so počitniška bivališča ustvarila samostojne zaokrožene zaselke. Omenjeni naselji se od leta 1981 nahajata v območju Triglavskega narodnega parka. Njegove meje (na Sliki 2 označene z zeleno črto) je leta 1981 opredelil Zakon o Triglavskem narodnem parku, s katerim so med drugim v parku prepovedali gradnjo novih oz. povečavo obstoječih počitniških objektov in spremembo namembnosti obstoječih objektov v počitniška bivališča (Zakon o Triglavskem narodnem parku, 1981). V letu 2010 je bil sprejet nov Zakon o Triglavskem narodnem parku, ki ohranja stroge prepovedi in omejitve glede počitniških bivališč (Zakon o Triglavskem narodnem parku, 2010). Iz opravljene analize podatkov Registra nepremičnin lahko ugotovimo, da zakon iz leta 1981 nadaljnje gradnje na tem območju sicer ni preprečil, saj se je število počitniških bivališč večalo tudi po njegovi uveljavitvi (tako je bilo denimo na območju Goreljka po letu 1981 zgrajenih 19 novih stavb, v katerih se nahaja počitniško bivališče, najnovejša stavba pa je bila zgrajena leta 2007, pri čemer gre za večstanovanjski objekt, v katerem je šest počitniških bivališč (GURS, 2012)), vendar lahko le ugibamo, kakšno porast bi naselja znotraj narodnega parka doživela brez sprejetja gradbenih prepovedi.

Po podatkih Registra nepremičnin (GURS, 2012) je bilo največ počitniških bivališč v občini evidentiranih v jugovzhodnem delu naselja Bohinjska Bistrica, v apartmajskem kompleksu na Letoviški ulici. Kompleks, imenovan Zoisova plana, obsega pet večstanovanjskih objektov (Encijan, Jeglič, Murka, Planika in Resa), ki so bili zgrajeni med letoma 1986 in 1988. Apartmaji skupaj obsegajo 287 sob in 2.289 ležišč in so (bili) v lasti različnih slovenskih podjetij in organizacij, v zadnjem desetletju pa se jih je veliko prodalo tudi zasebnikom (Zakrajšek, 2008, 76). S pozidavo Zoisove plane so počitniška bivališča v Bohinjski Bistrici razširila tloris naselja, saj se je tam izoblikovala »četrto počitniških bivališč«, še vedno pa v naselju ostaja tudi precejšen delež teh bivališč, ki dopolnjujejo naselbinsko jedro in bistveno ne posegajo v naselbinsko omrežje naselja.

Občina Bohinj je postala, vsaj glede na statistične podatke, eno najprivlačnejših okolij v Sloveniji za preživljanje prostega časa, temu pa pritrjujejo tudi podatki o številu počitniških bivališč. Motivi, ki so vodili in še vodijo stanovanjsko gradnjo na tem območju, so sila različni, vendar pa lahko kot skupni imenovalec navedemo željo po rekreaciji in preživljanju prostega časa v pokrajinsko razgibanem in atraktivnem naravnem okolju.

Počitniška bivališča v sredozemskem svetu: primer Občine Piran

Sredozemski pokrajinski tip je zaradi ugodnih podnebnih razmer, bližine Jadranskega morja ter ohranjene kulturne pokrajine tradicionalno privlačno območje za lastnike počitniških bivališč. Zato ne preseneča podatek, da je bilo ob popisu leta 2011 v Občini Piran evidentiranih skupno 1.042 počitniških bivališč (SURS, 2011), kar predstavlja največje število teh objektov (v absolutnem smislu) v državi.

Kljub omenjenemu dejstvu ostaja ta pojav tako na širšem območju Slovenske Istre kot tudi konkretno v Občini Piran relativno neraziskan. Ob pregledu strokovne in znanstvene literature je namreč opazen manko študij, ki bi celostno osvetlile to problematiko. Počitniška bivališča relevantnega območja so sicer bila obrobni predmet preučevanja različnih geografskih raziskav, ki jih na kratko predstavljamo v nadaljevanju, vendar le-te podajajo dokaj splošne in vsebinsko omejene izsledke.

Na tem mestu je potrebno izpostaviti že omenjeno Jeršičevo študijo (1968) o počitniških bivališčih iz leta 1968, ki podaja splošne (in zastarele) ocene o številu tovrstnih bivališč v sredozemskem svetu v 60. letih 20. stoletja. Počitniška bivališča na širšem območju Notranjske in Primorske je sicer preučeval tudi Gosar (1987b), vendar so se njegovi izsledki za primorsko regijo nanašali zgolj na območje Krasa in Brkinov (oz. na ozemlje nekdanjih občin Sežana, Ilirska Bistrica in Postojna). Ena redkih raziskav, ki je osredotočena na izbrana naselja Občine Piran in se delno dotika tudi problematike počitniških bivališč, je Jeršičeva razprava *Turistična transformacija Portoroža* iz leta 1990. V njej avtor med drugim podaja kartografske prikaze naselja Portorož v različnih časovnih obdobjih (nanašajo se na obdobje 2. polovice 19. stoletja, na medvojno obdobje in na leto 1989), pri čemer v karti, ki prikazuje naselje v letu 1989, identificira tudi stanovanjska območja z zasebnimi turističnimi sobami, apartmaji in posameznimi počitniškimi hišami. Ob tem ugotavlja, da ima Portorož v primerjavi z drugimi turističnimi kraji ob zahodni istrski obali razmeroma nizko število počitniških stanovanj nedomačinov in izpostavlja dejstvo, da na območju naselja ni sosesk oz. četrti, v katerih bi prevladovala ta oblika stanovanj. Avtor v prispevku navaja oceno, da je v letu 1989 delež stavbnega fonda v Portorožu, ki je bil namenjen oddajanju turističnih sob in počitniškim stanovanjem nedomačinov, znašal skupno dobrih 28 odstotkov (pri tem pa ne poda podrobnejših individualnih ocen za turistične sobe oz. počitniška stanovanja). Med razlogi za nizko število počitniških hiš na tem območju navaja naslednje dejavnike: (1) urbanistično regulativo oz. prostorske načrte, ki niso predvideli tovrstnih namenskih sosesk za počitniško rabo, (2)

ponudbo cenejših zemljišč in parcel v drugih delih Istre in (3) slabšanje kakovosti morja v tem delu Tržaškega zaliva (Jeršič, 1990, 224–228).

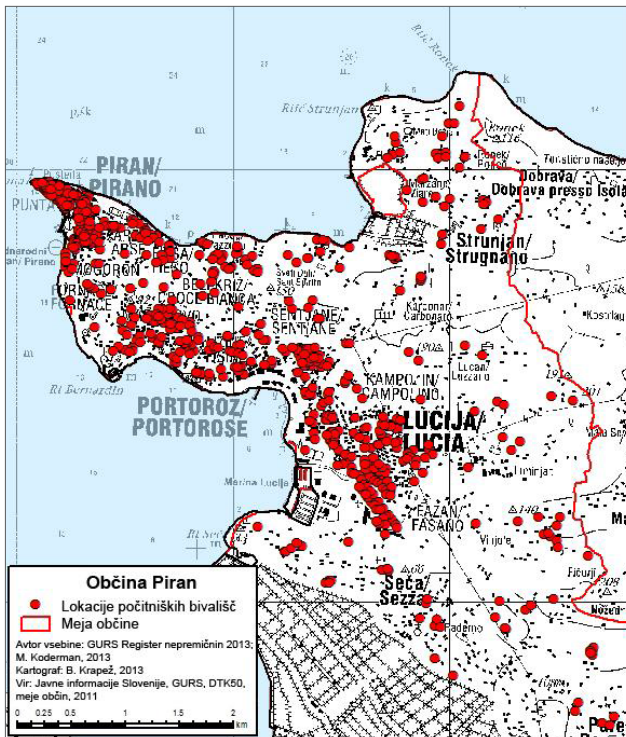
Tudi Jurinčič (2009, 67) se v študiji, namenjeni vrednotenju nosilne zmogljivosti Slovenske Istre za turizem, dotakne problematike počitniških bivališč v obravnavanem območju. Ugotavlja, da je bil njihov razvoj najbolj intenziven v 70. in 80. letih 20. stoletja, zgrajena pa so bila pogosto na turistično najbolj atraktivnih legah – neposredno ob obali oz. v naravnih parkih. Kot še navaja, so bili tovrstni objekti večkrat zgrajeni nelegalno tik pred razglasitvijo zavarovanih naravnih območij (oz. pred sprejetjem ostrejših ukrepov nadzora). Omenja, da je bilo leta 1995 v Občini Piran v prostorsko ureditvenih pogojih za sanacijo degradiranega prostora evidentiranih 380 črnih gradenj (med njimi sicer niso bila le počitniška bivališča), od katerih bi jih lahko 250 legalizirali, 130 pa jih je bilo predvidenih za rušenje. Jurinčič opozarja še na potrebo zaježitve tega pojava, ki bi jo lahko odpravili z opredelitvijo manjših območij, namensko namenjenih gradnji vikend-naselij, saj je glavni vzrok nelegalnih gradenj pomanjkanje ponudbe ustreznih zemljišč. Izpostavlja problematiko nenačrtovane gradnje teh objektov, zlasti tistih, ki so večjih dimenzij ali so locirani na izpostavljenih legah, sredi kmetijskih zemljišč oz. zavarovanih naravnih vrednot in brez komunalne opreme. Kot ukrep za trajnostni turizem predvideva opredelitev območij, kjer bi bila gradnja takšnih objektov možna – izven turistično najbolj atraktivnih območij, ki jih je potrebno ohraniti za turistično gospodarstvo in javno rabo (Jurinčič, 2009, 114).

V nadaljevanju predstavljamo številčni razvoj počitniških bivališč v posameznih naseljih Občine Piran, kakršen se tekom zadnjih štirih desetletij izkazuje iz popisov statističnega urada (Tabela 5). V obravnavanem časovnem obdobju se je število tovrstnih objektov na ravni občine povečalo za 273,5 indeksnih točk, najbolj intenziven razvoj pa so počitniška bivališča doživela v 70. letih 20. stoletja. Številčna porast tovrstnih bivališč je bila skozi popisna leta največja v treh naseljih, ki ležijo v neposredni bližini morja (Portorož, Piran, Lucija), medtem ko ostaja zaledje redko naseljeno s temi oblikami bivališč. Največji indeks rasti počitniških bivališč je doživela Lucija, ki se je razvila iz kmetijskega in solinarskega naselja ter se v sedemdesetih letih 20. stoletja združila v somestje z bližnjim Portorožem. V slednjem je bilo ob registrskem popisu v letu 2011 evidentiranih največje število počitniških bivališč v občini (skupno 349), najbolj izrazit številčni porast pa je bil zabeležen ravno med zadnjima popisnima letoma (2002 in 2011). Že od samega začetka statističnega spremljanja počitniških bivališč je visoko številčno zastopnost teh bivališč poleg Portoroža ohranilo tudi naselje Piran.

Tabela 5: Število počitniških bivališč po izbranih naseljih v Občini Piran.

| Naselje | 1971 | Izhodiščni indeks | 1981 | Indeks 1981/1971 | 1991 | Indeks 1991/1981 | 2002 | Indeks 2002/1991 | 2011 | Indeks 2011/2002 | Indeks 2011/1971 |
|----------|------|-------------------|------|------------------|------|------------------|------|------------------|------|------------------|------------------|
| Lucija | 14 | 100,0 | 233 | 1664,3 | 288 | 123,6 | 372 | 129,2 | 230 | 61,8 | 1642,9 |
| Parecag | 3 | 100,0 | 8 | 266,7 | 19 | 237,5 | 10 | 52,6 | 7 | 70,0 | 233,3 |
| Piran | 160 | 100,0 | 230 | 143,8 | 259 | 112,6 | 370 | 142,9 | 320 | 86,5 | 200,0 |
| Portorož | 145 | 100,0 | 195 | 134,5 | 227 | 116,4 | 216 | 95,2 | 349 | 161,6 | 240,7 |
| Seča | 9 | 100,0 | 41 | 455,6 | 39 | 95,1 | 39 | 100,0 | 47 | 120,5 | 522,2 |
| Sečovlje | 2 | 100,0 | 1 | 50,0 | 10 | 1000,0 | 2 | 20,0 | 6 | 300,0 | 300,0 |
| Strunjan | 40 | 100,0 | 65 | 162,5 | 43 | 66,2 | 49 | 114,0 | 72 | 146,9 | 180,0 |
| Drugo | 8 | 100,0 | 5 | 62,5 | 6 | 120,0 | 7 | 116,7 | 11 | 157,1 | 137,5 |
| SKUPAJ | 381 | 100,0 | 778 | 204,2 | 891 | 114,5 | 1065 | 119,5 | 1042 | 97,8 | 273,5 |

Vir: SURS, 1971; 1981; 1991; 2002; 2011.



Slika 3: Prostorska razporeditev počitniških bivališč v Občini Piran v letu 2013.

Počitniška bivališča so bila v letu 2011 v Občini Piran prisotna v vseh naseljih občine, vendar je bila njihova številčna razporeditev precej neenakomerno porazdeljena po posameznih naseljih (SURs, 2011). To je razvidno tudi iz Slike 3, nastale na podlagi podatkov Registra nepremičnin Geodetske uprave Republike Slovenije iz leta 2013 (GURS, 2013). Zapisali smo že, da so takšna stanovanja prisotna predvsem v ožjem obalnem pasu občine, njihova koncentracija pa zato pomembno vpliva na naseljitveno obliko posameznih naselij. Počitniška bivališča so v letu 2011 sicer predstavljala 9,8 odstotka vseh bivališč v Občini Piran, v času največje številčne rasti pa je njihov delež v stanovanjskem fondu znašal skorajda 15 odstotkov (SURs, 1981).

Počitniška bivališča nedvomno predstavljajo pomemben stavbni element v občini, pri čemer lahko razločimo tri naseljitvene oblike sosek oz. naselij: (1) stanovanja v večstanovanjskih starejših stavbah znotraj starega mestnega jedra v Piranu, (2) stanovanja v večstanovanjskih blokovskih objektih v Luciji in (3) samostojne hiše oz. vile, grajene na flišnih gričevjih, ki se dvigajo nad hotelskimi objekti v središču Portoroža (Beli Križ, Martinovo, Šentjane). Členitev na naseljitvene oblike se naslanja na Jeršičevo študijo (1987, 66–67), v kateri je poleg že omenjenih naseljitvenih tipov izpostavil tudi posebne soseke počitniških bivališč, ki so posledica načrtno določenih območij za tovrstno gradnjo, vendar pa slednjih v Občini Piran nismo zasledili.

40

Sklep

Počitniška bivališča se v slovenskem alpsko-jadranskem prostoru pojavljajo v številnih vrstah in oblikah, zato naj na tem mestu izpostavimo le nekatere: kot obnovljeni pastirski stanovi na planini Goreljek, počitniški apartmaji v večstanovanjskih objektih Zoisove plane v Bohinjski Bistrici, zidanice v »goricah« ob vinogradih Krško-Brežiškega polja, meščanska stanovanja v zgodovinskih palačah Pirana ali samostojne počitniške hiše v zaledju razglednega Šavrinskega gričevja. Najdemo jih tako v občutljivih gorskih okoljih alpskega sveta, zaščitenih v sklopu edinega slovenskega narodnega parka, kot tudi v obmorskih ekosistemih, zavarovanih kot krajinski park oz. naravni rezervat. Pojavne oblike teh objektov se razlikujejo po posameznih regijah in območjih, vsem pa je skupen večplasten vpliv na okolje, v katerem se nahajajo.

V pričujočem poglavju smo se namenoma le površno dotaknili nekaterih aktualnih problematik, povezanih s počitniškimi bivališči (kot je na primer nenačrtovana gradnja (črne gradnje) in širitev naselij, neurejen priklop teh objektov na kanalizacijsko omrežje, neupoštevanje tradicional-

nih arhitekturnih vzorcev, gradnja na kmetijskih zemljiščih, vpliv na družbeno-kulturna razmerja med domačini ter lastniki počitniških bivališč itd.), saj bi podrobnejša razprava preseгла okvire prispevka, katerega glavni namen je bil osvetliti prostorski razvoj počitniških bivališč po posameznih območjih Slovenije. Njihovo prostorsko razširjenost smo predstavili v kartografskem prikazu (Slika 1) ter jo opazovali po pokrajinskih tipih (Tabela 1) in občinah z najvišjim deležem teh objektov (Tabela 3). Pri tem smo poseben poudarek namenili območjema, kjer je število počitniških bivališč največje: občinama Piran in Bohinj.

Iz predstavljenih pokazateljev je razvidna intenziteta tega pojava, ki je ponekod že pred desetletji povzročil transformacijo kulturne pokrajine in se uveljavil kot njen sestavni element. Poudariti velja, da so v prispevku prikazani podatki le uradne ocene, pridobljene na podlagi popisov statističnega urada in aktualnih podatkov Geodetske uprave, zato je število počitniških bivališč (tako na državnem nivoju kot tudi v predstavljenih občinah) nedvomno višje. Spričo razsežnosti obravnavanega pojava lahko zaključimo, da bi bilo potrebno njegov nadaljnji razvoj razvijati skladno z načeli trajnostnega razvoja, saj lahko nenadzorovana gradnja novih oz. obnova in širjenje obstoječih objektov za počitniško rabo, ki je v praksi pogosto povezana z dobičkonosnimi interesi investitorjev in drugih lastnikov kapitala, povzroči trajno in nepopravljivo škodo v ekološkem, fiziognomskem, kulturnem in socialnem okolju alpsko-jadranskega prostora Slovenije.

Kongresni turizem in ključni vidiki izbire kongresne destinacije

Marijana Sikošek

Uvod

Koncept trajnostnega razvoja turističnih destinacij je nastal kot odgovor na zavedanje, da turizem v destinacijo prinaša različne vplive in je zato potrebno uravnovesiti njegov razvoj. Najpogosteje se omenja koncept razvoja destinacij po modelu UNWTO (UNWTO, 2004), temelječem na treh medsebojno povezanih stebrih, okoljskem, ekonomskem in družbeno-kulturnem, za katere predvideva vrsto različnih indikatorjev. Sinergijo delovanja vseh treh vidikov, ki vodijo v trajnostni razvoj destinacije, omogoča sodelovanje vseh ključnih deležnikov destinacije. Prav njihovo sodelovanje smo si izbrali kot koncept, ki bi ga veljalo raziskati na primeru kongresne destinacije z namenom osvetlitve nadaljnjih možnosti za njihovo sodelovanje. Kongresna destinacija predstavlja namreč stičišče štirih skupin deležnikov, ki imajo eno skupno točko: uspešno kongresno prireditev. Slednjega ne moremo razumeti kot izoliranega pojava, saj smo mnenja, da je kongresna destinacija lahko uspešna le takrat, ko lahko ponudi seštevek več uspešnih kongresnih prireditev, ki pa brez sodelovanja med deležniki niso mogoče.

Ključno raziskovalno vprašanje, ki smo si ga zastavili, je vprašanje o primernosti atributov kongresne destinacije za uspešno konferenčno prireditev, pri čemer smo se usmerili v segment povpraševalcev po konferenčnih storitvah. Zaradi odsotnosti empiričnih raziskav v Sloveniji o pomenu kongresne destinacije smo se odločili, da raziščemo, kakšno je mnenje organizatorjev srečanj o Ljubljani kot kongresni destinaciji, ter ugotovimo, kateri so ključni vidiki njene izbire. V raziskavi sta se kot najpomembnejša dejavnika njene izbire izkazala dejavnika kongresne storitve in izvenkonfe-

renčne priložnosti na destinaciji, pri čemer ne gre zanemariti pomembnosti lokalnih storitev, podpore destinacije, kakovosti namestitvenih zmogljivosti, dostopnosti destinacije ter njenih posebnih lastnosti, kot so ugled kongresne destinacije, njena politična stabilnost ter gostoljubje domačinov.

Ob opravljeni raziskavi predlagamo nadaljnje možnosti za raziskovanje, katerih namen je iskanje razumevanja in možnosti za uspešnejše sodelovanje deležnikov kongresne destinacije kot celote za ustvarjanje uspešnih kongresnih prireditev, ki vodijo k uspehu kongresne destinacije in vsakega izmed sodelujočih, v čemer vidimo in razumemo pomen trajnostnega razvoja kongresne destinacije.

Opredelitev pojmov v segmentu poslovnega turizma

Kongresna dejavnost je razmeroma mlada dejavnost, čeprav lahko prve oblike kongresnih prireditev opazimo že v Grčiji in starem Rimu. Večji razmah dejavnosti je opaziti po letu 1960 v Evropi in Severni Ameriki (Lucianović, 1980; Weber in Chon, 2002, Rogers, 2008), v Aziji pa dvajset let kasneje (Weber in Chon, 2002; Mistilis in Dwyer, 1999). Razvoju dejavnosti sledijo tudi strokovne in akademske raziskave, ki se v večjem številu začno pojavljati po letu 1980, še bolj pa po letu 1990. Večina akademskih raziskav po letu 1980 izhaja iz ameriškega in avstralskega raziskovalnega prostora, v Evropi jih največ prihaja iz Velike Britanije; medtem ko so raziskave azijskih raziskovalcev precej mlajše. Razlog gre zagotovo iskati v razvoju kongresne dejavnosti na posameznih celinah in državah, kot ugotavljajo tudi Harris, Jago, Allen in Huyskens (2000).

Pri poimenovanju dejavnosti se v literaturi pogosto srečamo s pojmom industrija, ki nosi različne predpone, kot so industrija srečanj (angl. »meetings industry«)¹ ali industrija kongresov in srečanj (angl. »conventions and meetings industry«) (Crouch in Ritchie, 1998; Opperman, 1996b; Weber in Ladkin, 2005; Crouch in Louviere, 2004; Seekings, 1992), konferenčna industrija (angl. »conference industry« ali »convention industry«) (Rogers, 1998; Kim, Chon in Chung, 2003; Opperman, 1996a; Qu, Li in Chu, 2000; Bernini, 2009; Crouch in Ritchie, 1998; Zhang, Leung in Qu, 2007; Baloglu in Love, 2005; Lee, McKercher in Kim, 2009) ali pa samo »conference business« (Opperman in Chon, 1997) oz. »business events« (Seekings, 1992; Jago in Deery, 2010, Mair in Thompson, 2009. Precej akademskih razprav se sicer nagiba k uporabi izraza kongresna industrija (angl. »convention industry«), pogosto pa je zaslediti pojem

1 Opozoriti velja, da se v kongresni dejavnosti večinoma uporablja angleške/ameriške izraze; prevodi poimenovanj so avtoričini, ki se zgljujejo po objavah v sicer redki slovenski strokovni literaturi in revijah.

»meetings« kot krovni pojem, medtem ko strokovne objave (UNWTO, 2006; BECA, 2012) kažejo, da se v zadnjih letih vse pogosteje uporablja izraz industrija srečanj (angl. »meetings industry«). Naj opozorimo še na to, da tako v strokovnih kot akademskih objavah pogosto zasledimo termin »MICE industry« (McCabe, Poole, Weeks in Leiper, 2000; Mistilis in Dwyer, 1999; Lawrence in McCabe, 2001; Carlsen, 1999; Weber, 2001), kjer akronim MICE združuje štiri temeljne kongresne prireditve, ki se med seboj razlikujejo tako po vsebini kot ključnih aktivnostih, in sicer: Meetings, Incentives, Conventions/Conferences in Exhibitions. Manj pogosto se uporabljajo akronimi MECE (Meetings, Events, Conventions, Exhibitions), MCE (Meetings, Conventions, Exhibitions) ali redko CEMI (Conventions, Exhibitions, Meetings, Incentives) (Weber in Chon, 2002).

Uporaba ustrezne terminologije oz. definicij pojmov je tudi sicer ena izmed dilem raziskovanja kongresne dejavnosti. Raziskave s področja kongresne dejavnosti se večinoma objavljajo v anglo-ameriško piščem raziskovalnem prostoru, zato je ustrezno terminologijo najti večinoma v tem jeziku. Ustrezna poimenovanja v drugih jezikih (prim. Caso, D'Angella in Quintè, 2010; Schreiber, M.-T. 2012) se približujejo poimenovanjem v angleščini. Pri rabi ustrezne terminologije je potrebno poudariti dve poglavitni dejstvi, na katero opozarjajo raziskave (Ladkin, 2002; Blažević in Alkier Radnić, 2005; Lee in Back, 2005a; Lee in Back, 2005b, UNWTO, 2006), in sicer gre prvič za nestandariziranost definicij, ki povzročajo preglativce zlasti raziskovalcem, drugič pa je opaziti neenotnost definiranja, tako pri določanju dejavnosti kot širšega pojma, kot tudi pri opredeljevanju posameznih vrst kongresnih prireditev znotraj dejavnosti kot ožjega pojma.

Neenotnost definicij je najbolj opaziti pri določanju *vrst kongresnih prireditev* in opredeljevanju njihove narave, na kar opozarjajo raziskovalci (Rogers, 1998; Seekings, 1992; Weber in Chon, 2002, Rogers, 2008) in izpostavljajo, da pomeni zato iskanje terminov in definicij poseben izziv za raziskovalce kongresne industrije. Pogosto definicije, ki pomenijo pomemben referenčen okvir za raziskovalce (prim. Rogers, 1998), določajo tudi strokovna združenja s področja kongresne dejavnosti, kot so BECA (Business Events Council of Australia), CIC (Convention Industry Council), ICCA (International Congress in Convention Association), MPI (Meeting Professional International). Definicije so usmerjene v opredeljevanje in s tem ločevanje med kongresnimi prireditvami, kot so convention, congress, conference, meeting, pa tudi spremljevalne dogodke, kot incentive, trade-fair, exhibition in drugi, pri čemer so poglavitni atributi posamezne prireditve njena velikost, izražena v številu sodelujočih udeležencev, dolžini trajanja in periodičnosti prireditve.

Vsem definicijam je skupno, da gre za prireditve, katerih glavni motiv udeležencev za udeležbo je poslovni interes ali zaposlitev, zato jih v novejši literaturi (prim. Jago in Deery, 2010) in praksi (UNWTO, 2006) imenujejo poslovne prireditve (»business events«). Rogers (2008, 23) definira poslovnega turista kot »osebo, katere glavni razlog za potovanje je udeležba v dejavnosti ali na prireditvi, povezani s poslovnim interesom«. Ne glede na različne oblike kongresnih prireditev pa dejavnost njihovega prirejanja oblikuje posebno zvrst turizma, ki jo imenujemo *poslovni turizem*, ki se, kot trdita Davidson in Cope (2003), glede na osnovni motiv potovanja iz poslovnih razlogov razlikuje od dejavnosti prostočasnega turizma, čeprav je hkrati tesno povezan z njim, saj se pogosto dogaja, da prostočasne oblike turizma dopolnjujejo konferenčno prireditve (npr. incentive-potovanja, ogledi, izleti in podobno).

Velja opozoriti na to, da razlikujemo med dvema oblikama poslovnega turizma, ki ju med prvimi ločuje Rogers (1998), in ju prikazujemo na Sliki 4. Kongresna dejavnost ali tudi kongresni turizem predstavlja njegovo množično obliko, sestavljajo pa jo zgoraj opisane konferenčne prireditve. Njegovo individualno obliko imenujemo individualni poslovni turizem ali tudi poslovna potovanja, kjer gre za potovanje ene osebe s poslovnim namenom (npr. trgovski potnik) (Rogers, 1998; Davidson in Cope, 2003; Jago in Deery, 2010; Rogers, 2008), ki pa ni vključena v raziskave o poslovnem turizmu oz. kongresni dejavnosti. Kadar uporabljamo termine poslovni turizem, konferenčni/kongresni turizem, imamo v mislih izključno njegovo množično obliko. Definicijo kongresnega turizma je v Evropi leta 1970 podal Aiest (The International Association of Scientific Experts in Tourism), ki ga definira kot »skupek pojavov in odnosov, ki izhajajo iz potovanja in bivanja oseb, ki se sestajajo večinoma zaradi izmenjave znanstvenih in strokovnih informacij in jim kraj srečanja ni stalno mesto bivanja ali zaposlitve« (Lucianović, 1980; Prebežac, Mikulić, Peručić, 2008).

Podrobnejši pogled na aktivnosti znotraj kongresne dejavnosti na zgornji sliki razkrije, da med posameznimi konferenčnimi prireditvami ne obstajajo zgolj razlike glede na njihovo vsebino/zvrst, ampak tudi glede na kriterij nosilca, akterja oz. organizatorja prireditve. To so lahko korporacije in podjetja (»corporations«), ki oblikujejo trg korporativnih srečanj; strokovna združenja, običajno znotraj ene dejavnosti ali stroke (»associations«), ki tvorijo trg združenj; in vladna ali politična telesa, ki predstavljajo trg vladnih organizacij (»government meetings«). V raziskave so običajno vključena korporativna srečanja in konferenčne prireditve združenj, medtem ko srečanja vladnih in političnih teles niso vključena v statistične raziskave, predvsem zaradi občutljivosti zbiranja podatkov (prim. Weber in Chon, 2002; Rogers, 1998; Opperman, 1996b; Crouch in Ritchie, 1998; Crouch in Louviere, 2004).



Slika 4: Oblike poslovnega turizma.

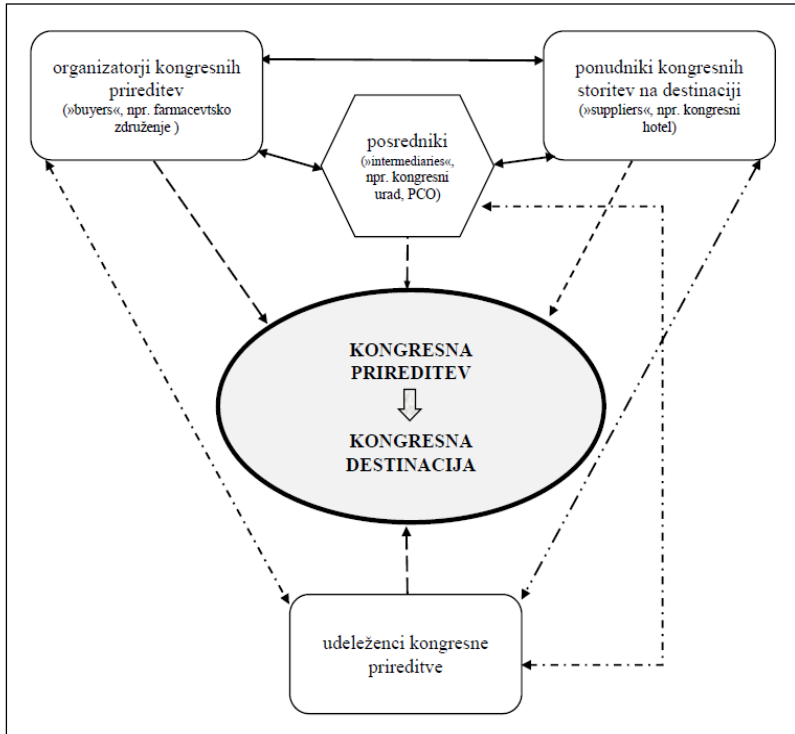
Vir: povzeto po Davidson in Cope, 2003; Rogers, 1998; Jago in Deery, 2010; Rogers, 2008.

Organiziranost kongresne dejavnosti ali kaj je kongresna destinacija

Če smo se v prejšnjem poglavju omejili na ponazoritev konceptov, ki v najširšem pomenu te besede opredeljujejo kongresno dejavnost, pa se bomo v tem dotaknili terminov, ki opredeljujejo akterje oz. deležnike, ki jih najpogosteje srečujemo v kongresni dejavnosti. Čeprav vsak izmed njih zastopa določeno skupino na kongresnem trgu, moramo imeti v mislih, da vsi skupaj sestavljajo presenetljivo povezano celoto, kot amalgam združeno s kongresno prireditvijo² (kongres, konferenca, sestanek, srečanje) in odvija-jočo se na točno določenem prostoru – kongresni destinaciji (državi, mestu, prizorišču). Slednja se kot samostojen termin v literaturi ne pojavlja, prepričani pa smo, da bi jo bilo potrebno natančneje opredeliti in uvesti vsaj kot generičen pojem, ne glede na to, v kakšni obliki jo v resnici percipirajo njeni deležniki. V literaturi in praksi je kongresna destinacija najpogosteje omenjena v povezavi z marketinško usmerjenostjo kongresne dejavnosti kot take ali njeno strukturiranostjo. Raziskovalci (Rogers, 2008; Weber in Chon, 2002; UNWTO, 2006; Davidson in Rogers, 2006) tako pogosto omenjajo strukturiranost kongresne dejavnosti, ki je razdeljena na eni strani na ponudnike kongresnih storitev in na drugi na organizatorje kongresnih prireditev, med njimi pa kot vezni člen nastopajo različni po-

2 Zaradi lažje ponazoritve iz opredelitve izvzemamo virtualne kongresne prireditve, ki za svojo izvedbo v resnici ne potrebujejo fizičnega prostora (prizorišča).

sredniki (npr. kongresni urad), vsi pa vlagajo precejšnje napore, predvsem marketinške, v ustvarjanje priložnosti, da bi bila kongresna prireditev čim uspešnejša³ in privlačnejša za kongresne udeležence. V novejših objavah je opaziti razprave oz. opredelitve kongresne destinacije (prim. Rogers, 2008, 130; Davidson in Rogers, 2006, 208) kot prepleta različnih atributov, dejavnikov, atrakcij, storitev in deležnikov na točno določenem prostoru oz. lokaciji, ki ima različne oblike, kot so konferenčno mesto, konferenčno prizorišče, konferenčni kraj ali konferenčna država. Njihovo prepletенost prikazujemo na Sliki 5 in jo pojasnjujemo v nadaljevanju.



Legenda:

- ◄————► - deležniki med seboj sodelujejo zaradi organizacije konferenčne prireditve
- - - - -► - deležniki izkazujejo neposredno zanimanje zaradi kongresne destinacije
- ◄ · · · · · ► - deležniki med seboj sodelujejo zaradi obiska kongresne destinacije (konferenčne prireditve)

Slika 5: Model organiziranosti kongresne destinacije in povezave med njenimi deležniki.

3 Na tem mestu se namenoma izogibamo besedni zvezi »čim večja obiskanost kongresne prireditve«, saj včasih uspeha ne moremo meriti zgolj s številčnostjo obiska.

Ponudniki kongresnih storitev na kongresni destinaciji

Na kongresni destinaciji se pojavlja več različnih ponudnikov kongresnih storitev, ki skrbijo za organizacijo in izvedbo kongresne prireditve. Rogers (2008, 53) jih definira kot tiste, ki zunanjim uporabnikom ponujajo prizorišče in posebne storitve, nujne za izvedbo konference. Najznačilnejši med njimi je konferenčni hotel, čeprav se ponudba prizorišč ne omejuje le nanj, temveč poznamo tudi posebna prizorišča. Med ponudniki poznamo še ponudnike tehničnih storitev, prevoznike, catering-storitve, prevajalce, telekomunikacijske storitve, nekonferenčne hotele. Slovenija kot kongresna destinacija prav tako pozna različne segmente ponudnikov kongresnih storitev, ki jih dodobra opredeljuje znotraj slovenske kongresne standardizacije, med njimi so konferenčni hotel, hotel s kongresnimi zmogljivostmi, kongresni in razstaviščni centri, posebna prizorišča ter ponudniki drugih kongresnih storitev, kot so avtoprevozniki, letališče, catering, mediji, sve-tovalna podjetja, ponudniki za najem vozil in podobno (KUS, 2012).

Ponudniki storitev lahko posredno ali neposredno komunicirajo z naročnikom kongresne prireditve, pa tudi z udeleženci konference. Predvsem večji konferenčni hoteli in kongresni centri so pri povezovanju z naročniki samostojni, manjši ponudniki pa se pri pridobivanju naročnikov povezujejo s kongresnim uradom ali agencijami za organizacijo prireditev. Komuniciranje z udeleženci najpogosteje prevzamejo večji ponudniki kongresnih storitev, saj jim to nalogo zaupa že naročnik, ali pa udeleženci komunicirajo s ponudniki namestitvenih zmogljivosti zaradi rezervacij sob.

Povpraševalci po kongresnih storitvah

Po storitvah, ki jih na kongresni destinaciji ponujajo njihovi ponudniki, povprašujejo organizatorji in/ali načrtovalci konferenčnih prireditev (»conference organizers«, »meeting planners«), ki jih literatura in stroka najpogosteje omenjata kot kupce (»buyers«) (Rogers, 2008; Davidson in Rogers, 2006; UNWTO, 2006; Opperman, 1996b). Glede na njihovo usmerjenost jih razvrščamo v različne segmente. Rogers (2008) se strinja, da pravzaprav obstajata le dva večja segmenta:

- prvi je segment korporativnih kupcev, ki zastopajo podjetja in korporacije v različnih vejah industrije (na primer farmacevtska podjetja);
- drugi je segment združenj, ki predstavljajo posamezna profesionalna ali interesna združenja (združenje psihologov, združenje managerjev) in delujejo po principu članstva.

Poleg teh dveh obstajata še segmenta, kot sta javni (na primer vladne in javne službe) in podjetniški sektor. V raziskavah se najpogosteje omenjata prvi dve skupini kupcev, ki pa imata vsaka svoje značilnosti pri organizaciji srečanj in s tem zahtevah po konferenčnih storitvah.

Ko govorimo o povpraševalcih po kongresnih storitvah, ne smemo zanemariti tistih zaradi katerih se organizira kongresna prireditve – to so njeni udeleženci, ki predstavljajo končnega kupca kongresnih storitev na destinaciji. Pri tem Davidson in Rogers (2006) opozarjata, da imajo udeleženci kljub temu malo vpliva na končno izbiro destinacije, saj jo pred njimi izberejo (določijo) organizatorji konferenčne prireditve, pred seboj imajo le izbiro »udeležiti ali ne udeležiti se konference«.

Organizatorji srečanj po storitvah kongresne destinacije povprašujejo na dva načina: bodisi s ponudniki komunicirajo neposredno (običajno z večjimi kongresnimi centri) ali pa preko posrednikov, kar je običajen način pri večjih kongresnih prireditvah. Tudi udeleženci komunicirajo in izbirajo kongresno destinacijo bodisi preko organizatorja srečanj ali pa neposredno preko ponudnika storitev ali posrednika, ki mu je organizator zaupal to nalogo.

50

Posredniki na kongresni destinaciji

Pri ponudbi in povpraševanju po kongresnih storitvah na destinaciji sodeluje skupina posebej usposobljenih agencij, ki jih imenujemo posredniki (»intermediaries«). Takšne kongresne agencije so običajno specializirane za posredovanje med kupci in ponudniki kongresnih storitev. V resnici bi med ponudnike storitev na kongresni destinaciji lahko šteli tudi posrednike, saj je njihovo delovanje usmerjeno v to, da kongresno destinacijo/prireditve obiščejo njeni udeleženci v čim večjem številu. Davidson in Rogers (2006) jih ločujeta v dve skupini, in sicer:

- na posrednike, ki delujejo za interese kupcev; najznačilnejši so profesionalni kongresni organizator (PCO), destinacijska agencija (DMC agencija), specializirane kongresne agencije, kot so incentive- in teambuilding-agencije, agencije za posredovanje prizorišč, in podobno.
- na posrednike, ki delujejo za interese ponudnikov kongresnih storitev na destinaciji; najznačilnejši predstavnik je kongresni urad, katerega naloga je promocija kongresne destinacije in povezovanje ponudnikov kongresnih storitev.

Tudi slovenski kongresni standardi ločujejo štiri tipe posrednikov kongresnih storitev, in sicer kongresni urad, profesionalnega kongresnega organizatorja, DMC-agencijo in agencijo za organizacijo dogodkov.

Kot že ime samo pove, posredniki komunicirajo s kupci in ponudniki kongresnih storitev, pa tudi z udeleženci, če je takšen dogovor z naročnikom (kupcem).

Ključni vidiki izbire kongresne destinacije

Prepletenost deležnikov kongresne destinacije je kompleksna, vsi pa imajo en sam cilj: zadovoljiti pričakovanja kupcev kongresnih storitev, tako da bodo ti kongresno destinacijo priporočili tudi drugim. Vendar: kateri dejavniki vplivajo na to, da bodo kupci, predvsem organizatorji srečanj, izbrali kongresno destinacijo? Na to vprašanje si poskušajo odgovoriti ponudniki kongresnih storitev, navsezadnje pa tudi organizatorji sami.

Raziskovanje procesa izbire kongresne destinacije, določanje primer-
nih dejavnikov in atributov, ki naj bi jih imela uspešna kongresna destina-
cija, ter merjenje njihove pomembnosti sega v same začetke raziskovanja kon-
gresne dejavnosti. Raziskave se večinoma usmerjajo v segment kupcev, pri
čemer se jih en del posveča organizatorjem srečanj (Hiller, 1995; Opperman
1996 a,b; Crouch in Ritchie, 1998; Baloglu in Love, 2005; Chen,
2006; Del Chiappa, 2012), kasnejše tudi udeležencem (Mair in Thomp-
son, 2009; Whitfield et al. 2012), redke pa ponudnikom kongresnih stori-
tev (Miller in Kerr, 2009). Crouch in Ritchie (1998) sta oblikovala koncep-
tualni model procesa izbire kongresne destinacije, v katerem sta opredelila
nabor osmih faktorjev in njihovih atributov, ki sodelujejo pri izbiri. Podob-
ne faktorje je pred njima opredelil Opperman (1996b), kasneje tudi drugi
avtorji, in jih prikazujemo v Tabeli 6.

Tabela 6: Faktorji in atributi izbire kongresne destinacije.

| Vidik | Atributi |
|------------------------|--|
| dostopnost | razpoložljivost letalskih storitev |
| | cena letalskih storitev, cena prevoza do destinacije |
| | prikladnost lokalnih transferjev (prevozov) |
| | enostavnost dostopa |
| | oddaljenost destinacije |
| lokalna podpora, pomoč | storitve DMC |
| | vladna podpora |
| | kongresno osebje |
| | učinovitev osebja |

| Vidik | Atributi |
|------------------------------|--|
| izvenkonferenčne priložnosti | promocijske aktivnosti destinacije |
| | klimatske posebnosti destinacije |
| | ogledi znamenitosti |
| | nakupovanje |
| | znamenitosti |
| | kakovost, obstoj restavracij |
| nastanitvene zmogljivosti | razpoložljivost hotelskih sob |
| | cena hotelskih sob |
| | gostoljubje zaposlenih |
| konferenčne zmogljivosti | razpoložljivost zmogljivosti |
| | kakovost gostinskih storitev |
| | ugled kongresnega prizorišča |
| | vzdušje kongresnega prizorišča |
| | varnost kongresnega prizorišča |
| lastnosti destinacije | infrastrukturna opremljenost |
| | varnost destinacije |
| | ugled kongresne destinacije |
| | atraktivnost destinacije |
| | gostoljubje domačinov |
| | poslovne priložnosti (mreženje, sklepanje poslov) |
| | marketinške aktivnosti destinacije |
| cena | prevoz do destinacije |
| | najem prizorišča |
| | hotelske namestitve |
| | gostinske storitve |
| | splošnih dobrin na destinaciji |
| drugo | ugled destinacije med organizatorji srečanj |
| | možnost za ekstremne situacije (stavke, bojkoti, naravne katastrofe) |

Vir: povzeto po Huo, b.l.; Oral in Whitfield, 2010; Chen, 2006; Opperman 1996a, b; Crouch in Louviere, 2003; Crouch in Ritchie, 1998.

Za Slovenijo kot kongresno destinacijo je bilo zaenkrat ugotovljeno, da so po mnenju organizatorjev srečanj njene prednosti dostopnost in atraktivnost destinacije ter raznolikost kongresne ponudbe (Rosulnik, 2008).

Raziskava ključnih vidikov izbire kongresne destinacije na primeru Ljubljane

Odločitev, da bomo raziskali vidike izbire na primeru kongresne destinacije Ljubljana, je nastala zaradi odsotnosti tovrstnih empiričnih raziskav v Sloveniji, kar predstavlja poseben raziskovalni izziv. Možnosti je več, po pregledu literature in ugotovitvah strateškega dokumenta za razvoj kongresne dejavnosti v Ljubljani (Kongresna Ljubljana 2020, 2011) pa smo se odločili, da bomo preverili mnenje o Ljubljani kot kongresni destinaciji med kupci – organizatorji srečanj. Osnovno raziskovalno vprašanje, ki smo si ga zastavili, je povezano z mnenjem organizatorjev srečanj do posameznih atributov destinacije, ki ga želimo raziskati na primeru Ljubljane kot največje slovenske kongresne destinacije. Nadalje nas je vodilo tudi vprašanje, kakšni so dejavniki izbire za določeno slovensko kongresno destinacijo.

Namen raziskave je bil ugotoviti, kakšna so stališča organizatorjev srečanj pri izbiri Ljubljane kot njihove potencialne kongresne destinacije, s ciljem identifikacije relevantnih dejavnikov, ki vplivajo na izbor destinacije, in njihove primerjave z doslej ugotovljenimi, ter na podlagi ugotovljenega predlagati nadaljnje implikacije v njihovem raziskovanju, pri čemer je želja predlagati rešitve, ki bi vodile k optimizaciji in nadgradnji sodelovanja med deležniki kongresne destinacije ter čim boljši izkoriščenosti njenih pomembnejših atributov.

Ljubljano smo za preučevanje izbrali zato, ker v slovenskem in mednarodnem merilu velja za največjo slovensko kongresno destinacijo, pri čemer njena velikost pomeni sposobnost destinacije za gostitev večjega števila kongresnih prireditev z večjim številom udeležencev, kar običajno merimo z velikostjo največje plenarne dvorane ter številom hotelskih sob, primernih za namestitev udeležencev. Obenem velja Ljubljana tudi za zaokroženo destinacijo, na kateri deluje večina ponudnikov kongresnih storitev in kupcev zanje. Ljubljana je glede na obseg konferenčnih zmogljivosti in število konferenčnih prireditev po podatkih mednarodnega strokovnega združenja ICCA (ICCA, 2012) vodilno slovensko konferenčno mesto, saj je v letu 2011 s skupaj 44 mednarodnimi konferenčnimi prireditvami z več kot 500 udeleženci zasedla 27. mesto med 200 evropskimi mesti.

Metodologija

Mnenje organizatorjev srečanj o lastnostih destinacije lahko posredno ovrednotimo z ustreznimi indikatorji, ki v raziskavi predstavljajo anke-

tna vprašanja, za kar se najpogosteje uporablja faktorska analiza. Oblikovali smo jih na podlagi raziskav avtorjev Crouch in Ritchie (1998), Oral in Whitfield (2010), Chen (2006), Opperman (1996b) in ugotovitev razvojne strategije za Ljubljano (Kongresna Ljubljana 2020, 2011). Anketni vprašalnik je bil sestavljen iz dveh delov. V prvem je bilo postavljenih 46 trditev, povezanih z atributi kongresne destinacije, drugi del je vseboval vprašanja o profilu anketiranih (spol, starost, izobrazba, status v organizaciji, profil kongresnih prireditev, ki jih organizirajo). Anketiranci so podali stopnjo pomembnosti posameznega atributa s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice, pri čemer je vrednost 1 pomenila »ni zelo pomembno«, vrednost 5 pa »je zelo pomembno«.

Raziskavo smo z dovoljenjem organizatorja izvajali v času poslovne borze Conventa, saj je ta kongresna prireditev namenjena izključno kupcem in ponudnikom kongresnih storitev v jugovzhodni Evropi. Za name ne raziskave smo uporabili vprašalnik, ki smo ga osebno razdelili organizatorjem srečanj oz. vabljenim kupcem (»hosted buyers«). Anketiranim smo pojasnili področje in namen raziskave, zaradi mednarodne sestave raziskovane populacije pa je anketiranje potekalo v angleškem jeziku.

Po končanem anketiranju smo zbrane anketne vprašalnike preverili in pripravili za računalniško obdelavo. Podatke smo analizirali s pomočjo programskega paketa SPSS verzije 21.0.

Vzorec

V raziskavo smo vključili populacijo vabljenih kupcev – organizatorjev srečanj, ki so se registrirali za obisk poslovne borze Conventa v dneh 22. in 23. 1. 2014 v Ljubljani na Gospodarskem razstavišču. V raziskavo nismo vključili predstavnikov medijskih hiš, marketinških agencij in tistih, ki so zavrnilo sodelovanje. Vseh, ki so bili po osnovnih zahtevah raziskave primerni za vključitev v vzorec, je bilo 185. Po dveh dneh anketiranja smo dobili vrnjenih 51 pravilno izpolnjenih vprašalnikov, kar predstavlja 27-% odzivnost. Ob vnosu in začetni kontroli podatkov je bilo iz nadaljnje analize izključenih 5 vprašalnikov, in sicer zaradi prevelikega števila manjkajočih podatkov.

Med 46 anketiranci je bilo 53,3 % žensk in 46,7 % moških. Po starostni strukturi jih je bilo 26,7 % starih med 18 in 30 let, 35,5 % med 31 in 40 let, 15,6 % med 41 in 50 let, 22,2 % pa je bilo starejših od 50 let. Kot organizatorji srečanj delajo anketirani različno dolgo: do 5 let izkušenj v dejavnosti ima 33,3 % vprašanih, nad 5 in do 10 let izkušenj na področju organizacije srečanj ima 37,8 % anketirancev, več kot 10 let pa 28,9 %. Kupci se kot organizatorji srečanj pojavljajo v različnih vlogah: najpogosteje nastopajo

kot profesionalni kongresni organizatorji (PCO) (17,8 %) ali kot incentive agencije (15,6 %), še pogosteje pa kot DMC- in incentive-agencija (22,2 %). Anketirani organizatorji srečanj pripravijo manj kot 10 kongresnih prireditvev na leto v 37,8 % primerov, več kot 10 in manj kot 20 na leto v 17,8 %, več kot 20 srečanj pa v 26,7 % primerov. Njihova srečanja v povprečju trajajo med 3 in 4 dni, kar nas glede na splošne trende v kongresni dejavnosti nekoliko preseneča. Zanimiv je podatek, da je med anketiranimi precejšen delež organizatorjev (51,1 %), ki pripravljajo srečanja z manj kot 100 udeleženci, medtem ko je tistih, ki organizirajo večje konferenčne prireditve, manj. Kot najpogosteje izbrano prizorišče za organizacijo srečanja velja med anketiranimi kongresni hotel (44,4 % primerov), takoj za njim pa je kongresni center s 35,6 %.

Rezultati raziskave

55

Da bi opredelili skupne faktorje oz. vidike izbire destinacije glede na ponujene atribute (spremenljivke), smo odgovore analizirali s pomočjo faktorске analize. Za oceno faktorskega modela smo uporabili metodo glavnih komponent, rotacijo prvotne faktorске rešitve smo opravili s poševnokotno rotacijo Oblimin.

Na podlagi izračuna KMO-statistike (vrednost 0,753) in Bartlettovega testa smo ugotovili, da so podatki primerni za faktorško analizo. Izračun celotne pojasnjene variance nam je pokazal, da je mogoče faktorški model oceniti z osmimi skupnimi faktorji, s katerimi je mogoče pojasniti 66,75 % celotne variance. Za pojasnjevanje faktorске strukture smo uporabili »pattern«-uteži, ki predstavljajo regresijske koeficiente in so običajno manjše od strukturnih ter jasneje pokažejo značilnosti posameznega faktorja.

Strukturo faktorških uteži prikazujemo v Tabeli 7; ugotovimo lahko, da izbiro kongresne destinacije lahko obravnavamo z različnih vidikov, ki smo jih poimenovali:

- kongresne storitve,
- izvenkonferenčne priložnosti,
- lokalne storitve,
- povezave in podpora na destinaciji,
- namestitvene zmogljivosti,
- dostopnost destinacije,
- lastnosti destinacije,
- drugo.

Tabela 7: Struktura faktorskih uteži.

| | F 1 | F 2 | F 3 | F 4 | F 5 | F 6 | F 7 | F 8 |
|---|----------------------------|---|---------------------|---|--|-------------------------------------|---------------------------------|------------|
| Atributi | kon- gresne storitve | izvenkon- ferenčne priložno- sti | lokalne storitve | povezave in podpo- ra na desti- naciji | names- titivne zmojlji- vosti | dosto- pnost desti- nacije | lastnos- ti desti- nacije | dru- go |
| Število razpoložljivih hotelskih sob in vprašanje, ali je potreben več kot en sam hotel. | ,591 | | | | | | | |
| Cena potrebnega kongresnega prostora. | ,833 | | | | | | | |
| Zmožnost kongresnega objekta, da nudi primerno vzdušje in okolje. | ,715 | | | | | | | |
| Standardi kongresne storitve. | ,821 | | | | | | | |
| Razpoložljivost tehnoloških sredstev. | ,750 | | | | | | | |
| Varnost kongresnega prostora, ki ga ponuja objekt. | ,766 | | | | | | | |
| Razpoložljivost kongresnih objektov in storitev, kadar so potrebni. | ,767 | | | | | | | |
| Priložnosti za nakupovanje (tj. nakupovalna središča, nizke cene ...). | | ,681 | | | | | | |
| Možnosti ogledovanja turističnih znamenitosti (arhitektura, muzeji, atrakcije, parki, spomeniški objekti, lokalni izleti ...). | | ,757 | | | | | | |
| Možnosti rekreacije (športne in druge aktivnosti). | | ,695 | | | | | | |
| Profesionalne priložnosti (obiskovanje lokalnih strank, pogajanja, sklepanje poslov, mreženje ...). | | ,599 | | | | | | |
| Zmožnost hotela, da ustvari primerno vzdušje/ambient. | | ,730 | | | | | | |
| Učinkovitost marketinških dejavnosti destinacije. | | ,564 | | | | | | |
| Privlačnost širše okolice destinacije. | | ,517 | | | | | | |
| Obseg verodostojnosti in kredibilnosti, ki ga lahko destinacija doda organizaciji ali korporaciji (promocija organizacije ali korporacije). | | ,517 | | | | | | |
| Vprašanje, v kolikšni meri predstavlja destinacija novo lokacijo za kongres (srečanje). | | ,538 | | | | | | |

| | F 1 | F 2 | F 3 | F 4 | F 5 | F 6 | F 7 | F 8 |
|--|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| Dostopnost destinacije z lokalnimi prevoznimi sredstvi. | | | ,548 | | | | | |
| Obseg predpisanih formalnosti, ki otežujejo potovanje, kot so vizumi, carina itd. | | | -,587 | | | | | |
| Kakovost kongresnih in turističnih storitev. | | | ,668 | | | | | |
| Pogostost povezav do destinacije. | | | | ,722 | | | | |
| Prikladnost voznega reda povezav do destinacije. | | | | ,819 | | | | |
| Obseg pomoči in podpore, ki ju nudi lokalna organizacija. | | | | ,836 | | | | |
| Obseg podpore pri načrtovanju, logistiki in promociji, ki jo ponuja CVB/kongresni prireditveni center. | | | | ,707 | | | | |
| Percepcija standardov hotelskih storitev. | | | | | -,862 | | | |
| Razpoložljivost hotelskih objektov in opreme. | | | | | -,803 | | | |
| Razmerje med kakovostjo in ceno. | | | | | -,581 | | | |
| Trajanje/obseg potrebne poti. | | | | | | ,641 | | |
| Razpoložljivost letalskih povezav. | | | | | | -,704 | | |
| Ugled, ki ga ima kraj kot kongresna destinacija. | | | | | | | -,650 | |
| Usklajenost produktov, ki jih ponuja destinacija, z najsodobnejšimi trendi v kongresni industriji. | | | | | | | -,520 | |
| Možnost stavk, naravnih nesreč, bojkotov in drugih možnih neugodnih dogodkov. | | | | | | | -,685 | |
| Politična stabilnost destinacije. | | | | | | | -,541 | |
| Usklajenost razvitosti destinacije z udeležencemimi potrebami. | | | | | | | -,678 | |
| Kulinarična ponudba destinacije. | | | | | | | | ,617 |
| Primernost in standard lokalne infrastrukture. | | | | | | | | -,753 |
| Gostoljubnost gostiteljskih organizatorjev in skupnosti (lokalnih prebivalcev). | | | | | | | | -,573 |
| % pojasnjene variance | 21,10 | 12,36 | 6,97 | 6,27 | 6,05 | 5,25 | 4,91 | 3,84 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization (rotation converged in 35 iterations).

Iz tabele lahko razberemo, da je za organizatorje srečanj najpomembnejši vidik pri izbiri kongresne destinacije vidik kongresnih storitev, s katerim pojasnimo 21,10 % celotne variabilnosti vzorca. Rezultat je pričakovan, saj tudi druge študije (Opperman 1996b; Del Chiappa, 2012; Chen, 2006; Crouch in Ritchie, 1998) kažejo, da so kongresne storitve med najpomembnejšimi. Sledi vidik izvenkonferenčnih priložnosti ali dejavnosti (12,36% variabilnosti vzorca), ki je glede na mesto pomembnosti nekoliko nepričakovan rezultat, vendar potrjuje razmišljanje Juddove iz leta 1995 (v Weber in Chon, 2002, 68), ki trdi, da zgolj privlačnost konferenčne prireditve za pridobivanje kongresnih udeležencev ni dovolj, ampak je pomembna tudi privlačnost destinacije oz. možnosti, ki jih ta ponuja izven časa, rezerviranega za konferenco. Drugi vidiki si delijo stopnjo pomembnosti med 6 in 4 % pojasnjene variance, po čemer lahko sklepamo, da jih pri interpretaciji ključnih vidikov za izbiro destinacije nikakor ne moremo zanemariti, prav nasprotno – trdimo lahko, da prispevajo pomemben del pri oblikovanju zadovoljstva organizatorjev srečanj ne samo s konferenčno prireditvijo, temveč tudi kongresno destinacijo.

Diskusija in zaključek

Kongresna dejavnost je mlada dejavnost, ki se kljub pregovorni ekonomski uspešnosti v letih gospodarske recesije ni mogla izogniti padcu povpraševanja po svojih storitvah (Deery, 2012), vendar še vedno beleži uspešnost v poslovanju in je po raziskavah (prim. EITW, 2012; CIC, 2011) celo uspešnejša kot naftna industrija. Prav zaradi uspešnosti in njenega osnovnega poslanstva – organizirati srečanje ljudi iz poslovnih razlogov oz. zaradi izmenjave mnenj – je v središču zanimanja tako strokovne kot akademske javnosti. V raziskovanju je največ pozornosti namenjene vprašanju o uspešnosti dejavnosti, ki se kaže tudi v iskanju odgovorov na vprašanja, kateri dejavniki so tisti, ki prispevajo k uspešnosti destinacije in povezovanju deležnikov v njej. Raziskovalci so odgovore najprej poskušali poiskati v povezavi z organizatorji srečanj kot pomembnimi povpraševalci po kongresnih storitvah, kasneje so se usmerjali v raziskovanje vidikov, pomembnih za izbiro destinacije s strani udeleženca kongresne prireditve, v novejšem času pa se pojavljajo raziskave vidikov, nahajajočih se na strani ponudnikov kongresnih storitev na destinaciji.

Prepričani smo, da je kongresna destinacija kompleksen preplet različnih skupin deležnikov, ki nastopajo v povezavi s kongresno prireditvijo in destinacijo. Vsaka skupina izkazuje poseben interes do kongresne prireditve in destinacije, med njimi potekajo različne povezave, vsem pa je skupno to, da je njihov obstoj upravičen zaradi obstoja kongresne destinacije

kot take. Kongresna destinacija kot generičen pojem v literaturi ne obstaja, najpogosteje se jo omenja v povezavi s kongresnim prizoriščem ali lokacijo kongresne prireditve. Zanj so značilni atributi, ki so pomembni pri odločanju za organizacijo ali obisk kongresne prireditve na destinaciji.

Izbira primerne in atraktivne kongresne destinacije je ključna za uspeh konferenčne prireditve, ključno vlogo pri tem igrajo dejavniki izbire destinacije, ki se jih v literaturi omenja kot dostopnost, lokalna podpora, izvenkonferenčne priložnosti, nastanitvene zmogljivosti, konferenčne zmogljivosti, lastnosti destinacije, cena in drugo.

V slovenskem raziskovalnem prostoru še ni bilo opravljene raziskave o ključnih dejavnikih izbire destinacije. Zato smo se odločili, da preverimo mnenje organizatorjev srečanj o različnih vidikih, ki so pomembni pri izbiri destinacije. Kot primer smo kot kongresno destinacijo zaradi njene zaokroženosti uporabili Ljubljano. Vidnejša ugotovitev raziskave je potrdila izsledke tujih raziskav, ki navajajo, da so kongresne storitve pri izbiri destinacije na prvem mestu. Organizatorji srečanj so v povezavi s kongresnimi storitvami prepričani, da so najpomembnejši zmožnost destinacije za zagotovitev zadostnega števila hotelskih sob za namestitve udeležencev, cena samega kongresnega prostora, standardi izvajanja kongresnih storitev, tehnološka razvitost destinacije, njena varnost ter sposobnost ustvariti primerno vzdušje na prizorišču kongresne prireditve. V primerjavi z drugimi raziskavami o vidikih izbire kongresne destinacije nas je presenetila ugotovitev, da organizatorji kot drugega najpomembnejšega navajajo attribute kongresne destinacije, ki niso neposredno povezani z organizacijo kongresne prireditve, pomenijo pa dodatno vrednost tako za organizatorja srečanj kot udeleženca kongresne prireditve. Presenetljivo je tudi to, da organizatorji srečanj na primeru kongresne destinacije Ljubljana niso potrdili, da bi bil cenovni vidik izbire kongresne destinacije v ospredju njihovega zanimanja, saj stroškovni in cenovni atributi destinacije, kot na primer splošna raven cen na destinaciji ali stroški potovanja do destinacije (z izjemo stroška najema konferenčnih zmogljivosti), niso dosegli referenčnega praga.

Raziskava je torej pokazala, da sta na primeru kongresne destinacije Ljubljana najpomembnejša dejavnika njene izbire kongresne storitve in izvenkonferenčne priložnosti na destinaciji, pri čemer ne gre zanemariti pomembnosti lokalnih storitev, podpore destinacije, kakovosti namestitvenih zmogljivosti, dostopnosti destinacije ter njenih posebnih lastnosti, kot so ugled kongresne destinacije, njena politična stabilnost ter gostoljubje domačinov.

Ob opravljeni raziskavi vidimo nadaljnje možnosti za raziskovanje, kot je analiza mnenja, ki ga imajo o atributih destinacije njeni ponudniki sto-

ritev ter udeleženci kongresnih prireditev; možna bi bila tudi primerjava med posameznimi kongresnimi destinacijami na regionalnem, nacionalnem ali mednarodnem nivoju po posameznih segmentih deležnikov kongresne destinacije. Namen predlaganih raziskav je v razumevanju in iskanju možnosti za uspešnejše sodelovanje deležnikov kongresne destinacije kot celote za ustvarjanje uspešnih kongresnih prireditev, ki vodijo k uspehu kongresne destinacije in vsakega izmed sodelujočih, v čemer vidimo trajnostni vidik kongresne destinacije.

Športni turizem in vplivi velikih športnih prireditev na lokalno skupnost

Miha Lesjak

Uvod

Šport je po nekaterih ocenah najhitreje rastoč segment turistične industrije. S športom povezane velike turistične prireditve za razvoj turizma destinacije postajajo vedno pomembnejši dejavnik, saj ob izvedbi pritegnejo globalno občinstvo, oblikujejo svetovne turistične vzorce ter ustvarjajo trajno zapuščino. Hkrati vplivajo tudi na kvaliteto življenja lokalnega prebivalstva destinacije gostiteljice (Fourie in Santana-Gallego, 2011). Velike športne prireditve tudi močno pripomorejo k prepoznavnosti turistične destinacije, odpirajo nove turistične trge in posledično privabijo nove turiste, katerih glavni motiv je udeležba na prireditvi. (Dimanche, 2003). Strateško vključevanje velikih športnih prireditev v celovito turistično ponudbo destinacije gostiteljice in ohranjanje pozitivnega odnosa lokalnega prebivalstva ob zagotavljanju trajnostnega razvoja turizma tako postaja vedno večji izziv odgovornih snovalcev turizma destinacij (Chalip in McGuirty, 2004). Ključnega pomena je predvsem razumevanje odnosa lokalnega prebivalstva, ki po zaključku organizacije živi z zapuščino velike športne prireditve. Svetovna turistična organizacija (UNWTO) v svojih strateških dokumentih in analizah nakazuje potrebo po temeljitem spremljanju okoljskih, družbeno-kulturnih in ekonomskih vplivov za zagotavljanje trajnostnega razvoja turistične destinacije (UNWTO, 2001).

Športni turizem

Šport tako tekmovalne kot tudi rekreativne narave lahko opredelimo kot največji družbeni fenomen, ki za posameznika pomeni gibanje oz. telesno

dejavnost. Že od nekdaj je pomembna dejavnost družbe, ki izraža njeno dinamiko in kulturo ter bogati kakovost življenja posameznika (Uradni list RS, NPS, Ur. l. NS, št. 24/2000). Ocene o vrednosti globalne športne industrije, ki postaja ena največjih in najhitreje rastočih industrij na svetu (športna infrastruktura, športne zveze, športne ekipe, športne lige, športna oprema, licenčni izdelki in predvsem organizacija športnih prireditev), se gibljejo med 350 in 450 milijardami dolarjev (Zygband et al., 2011). Davies in Williment (2008) trdita celo, da je šport najhitreje rastoč segment turistične industrije. Svetovna turistična organizacija (UNWTO) je že leta 2001 napovedala, da se bodo turistična potovanja vsako leto večala za 4,3 % in do leta 2020 dosegla zavidljivih 1,6 milijarde turistov; hkrati bo potrošnja turistov vsako leto večja za 6,7 % in bo do leta 2020 dosegla 2 bilijona ameriških dolarjev potrošnje (UNWTO, 2001). Trenutni rezultati potrjujejo napovedi, saj je prav v letu 2013 prvič v zgodovini svetovni turizem presegal milijardo zabeleženih mednarodnih turistov. V primerjavi z letom 2012 pa so se v letu 2013 kljub svetovni gospodarski krizi za 5 % povečali tudi prihodi mednarodnih turistov (UNWTO, 2014). Delitev turizma je zapleten in kompleksen pojav, saj se le-ta pojavlja v različnih oblikah. Ena izmed slednjih je tudi športni turizem, ki postaja eden največjih in najhitreje rastočih segmentov turistične industrije in zaradi svojih vplivov veliko prispeva k doseganju osupljivih statistik na področju potrošnje in števila turistov v svetovnem merilu. Športni turizem zaradi svoje narave in vpletenosti v področja okolja, družbe, kulture in gospodarstva ter omogočanja številnih razvojnih priložnosti postaja vedno pomembnejši dejavnik oblikovanja turizma številnih turističnih destinacij (Standeven in De Knop, 1999). V sinergiji z drugimi vrstami turizma je športni turizem gonilna sila gospodarskega razvoja urbanih območij, ki z vključevanjem različnih deležnikov vpliva tudi na trajnostni razvoj ruralnega okolja turistične destinacije. Želja ljudi po potovanju z namenom aktivnega sodelovanja v športu oz. pasivnega obiskovanja različnih športnih prireditev in ostalih tekmovanj obstaja že od antičnih olimpijskih iger in že stoletja je šport glavni motiv turistov za številna potovanja. Zadnje desetletje na področju turistične industrije predstavlja velik preskok v zavedanju razvoja športnega turizma kot pomembne tržne niše. Različne oblike športnega udejstvovanja sodobnim turistom pomenijo pomemben potovalni motiv, ponudnikom turističnih proizvodov pa namig na priložnost ob tesnejšem sodelovanju športa in turizma. Sodobni trendi preživljanja prostega časa snovalcem turističnih strategij narekujejo nujnost povezovanja športa in turizma in omogočajo kvalitetno ponudbo športnega turizma številnim turističnim destinacijam po svetu. Široko zasnovana definicija športnega turizma za-

jema potovanje oseb iz primarnega kraja bivanja z namenom sodelovanja v športni aktivnosti (rekreacijsko ali tekmovalno), obiska ali udeležbe športne prireditve (osnovno ali elitno športno tekmovanje) in obiska športne atrakcije, ki predstavlja zapuščino, povezano s športom (dvorana slavnih, vodni park) (Gibson, Attle in Yiannakis, 1997). Številni raziskovalci področja športa in turizma (Gibson, 2002; Weed, 2008; Hinch in Higham, 2001; Glyptis, 1991; Hall, 1992; Kim, Kim in Ritchie, 2008; Kurtzman in Zauhar, 1995; Gammon in Robinson, 1997; Ritchie in Adair, 2004; Weed, 2009) se trudijo poiskati enotno definicijo športnega turizma. Berčič, Sila, Slak Valek in Pintar (2010) tako ugotavljajo, da sta šport in turizem v svojem generičnem bistvu zasnovana na neekonomskih motivih, kjer udeleženci ob urejeni materialni osnovi predvsem trošijo svoja sredstva za zadovoljevanje zdravstvenih, prostočasnih, družbenih in kulturnih potreb. Hall (1992) športni turizem opisuje kot potovanje iz nekomercialnih razlogov ob opazovanju ali udeležbi športne dejavnosti stran od domačega okolja. Standeven in De Knop (1999, 12) športni turizem vidita kot različne oblike aktivne in pasivne vključenosti v športne aktivnosti izven domačega (delovnega) okolja, v katerih posameznik sodeluje naključno ali na organiziran način iz nekomercialnih ali poslovnih razlogov. Gibsonova (1998, 49) na podlagi svoje raziskave predlaga ločevanje na tri vrste športnega turizma, povezano z vedenjem ljudi: *aktivni športni turizem* (aktivna udeležba v športu), *priredivni športni turizem* (spremljanje športnih prireditev) in *nostalgični športni turizem* (obiski, namenjeni spoštovanju zapuščine športa). Weed in Bull (2004) razlikujeta med petimi različnimi tipi športnega turizma: *pasivni športni turizem* (motiv potovanja in izbire destinacije ni odvisen od športa, ampak od drugih dejavnikov), *aktivni športni turizem* (motiv potovanja je pogojen z aktivno športno udeležbo posameznika, npr. smučanje, tenis in tek), *športni turizem kot trening* (priprave profesionalnih in amaterskih ekip in razni športni kampi za učenje športnih aktivnosti), *elitni športni turizem* (motiv potovanja je aktivna udeležba na tekmovanjih v golfu, pri jadrnanju, ali pasivna udeležba elitnih športnih tekmovanj, kot npr. Formula 1) in *priredivni športni turizem* (motiv je obisk športne prireditve lokalne ali globalne razsežnosti). Avtorja za razliko od Gibsonove (1998) ugotavljata, da je nostalgija v športnem turizmu prej motiv kot pa tip športnega turizma, in sicer takšen, ki lahko motivira tako pasivne kot aktivne turiste. Poleg tega Weed in Bull znotraj svojega koncepta izpostavita nekoliko drugačno definicijo udeležencev prireditvenega športnega turizma kot Gibsonova (2002), ki se bolj nagiba k raziskovanju pasivnih udeležencev športne prireditve (obiskovalcev). Ugotavljata namreč, da lahko na športni prireditvi poleg pasivnih udeležencev sodelujejo tudi športno ak-

tivni turisti udeleženci, npr. tekmovalci na organiziranem maratonu ali kolesarskem tekmovanju, ki predvsem zaradi velikega števila organiziranih športnih prireditev postajajo pomemben segment raziskovanja športno-prireditvenega turizma. V nadaljevanju se bomo posvetili področju vplivov velikih športnih prireditev, ki so pomemben dejavnik gospodarskega, družbenega in okoljskega razvoja turističnih destinacij, močno vplivajo na turistične tokove v regiji, hkrati pa predstavljajo izzive za vključevanje lokalne skupnosti kot enakopravnega deležnika v načrtovanje in organizacijo športnih prireditev v nekem okolju (destinaciji).

Vplivi velikih športnih prireditev na lokalno skupnost

Industrija prireditev igra za turizem v današnjem času pomembno vlogo, saj zagotavlja možnost uspešnega poslovanja na trgu. V turistični industriji se izvajajo različne kategorije prireditev. Getz (2008) prireditev opisuje kot omembe vreden pojav v določenem času in prostoru v določenih okoliščinah. Avtor izpostavlja, da postaja športna industrija prireditev vse pomembnejša komponenta razvoja turističnih destinacij. Vsaka oblika organiziranega športa ustvarja možnost za načrtovanje športnih prireditev, ki iz lokalnih lahko postanejo mednarodno pomembne (velika športna tekmovanja) in s tem odločilen dejavnik privlačnosti za prihode športnih turistov (Getz, 2012). Fenomen velikih športnih prireditev je na področju raziskovanja družboslovnih ved relativno nov pojav, ki šele zadnjih dvajset let zbujajo pozornost raziskovalcev (Antonioniou, 2011). Roche (2000) velike prireditve opiše kot kulturne, športne in komercialne dogodke, ki imajo velik mednarodni vpliv, privabijo številne množice obiskovalcev in s tem posledično vzpostavijo nove priljubljene turistične destinacije. Hall (1994) na podlagi empiričnih dokazov pravi, da mednarodno priznane športne prireditve ustvarjajo trajne pozitivne učinke pri rasti mednarodnih potovanj v neko regijo, niso pa vedno ekonomsko, družbeno in okoljsko vzdržne za lokalne skupnosti. Horne in Manzenreiter (2006) velike športne prireditve vidita kot globalno doživetje, ki zaradi vse večje medijske podpore organizatorjem in s tem posledično lokalnim skupnostim, kjer se velika športna prireditve organizira, omogoča priložnosti za velike finančne prihodke. Za velike športne prireditve, kot so olimpijske igre in svetovna ter evropska prvenstva v nogometu in košarki, velja, kot ugotavlja Getz (2005), da poleg organizacije športnih tekmovanj vedno vključujejo posebne prireditve v obliki slovesnosti in festivalskega vzdušja ter s tem prinašajo večjo vključenost lokalnega prebivalstva. Omenjene športne prireditve so pomemben del turistične industrije, predvsem v obdobju nizke sezone, saj predstavljajo pomemben dejavnik odločanja turistov za prihod na destinacijo. Poleg

tega destinaciji omogočajo prepoznavnost in jo uvrščajo na turistični zemljevid (Goeldner, 2006). Hall (2007) velike športne prireditve opisuje kot prireditve, ki so usmerjene v mednarodni turistični trg, privabijo veliko število obiskovalcev, dosegaajo raven javnofinančne vključenosti, politične vplive, so medijsko nadpovprečno zanimive, omogočajo izgradnjo nove ali obnovo stare infrastrukture in posegajo v okoljske, ekonomske in družbene strukture lokalne skupnosti kot gostiteljice.

Okoljski vplivi velikih športnih prireditev

Posegi v okolje zaradi organizacije velikih športnih prireditev odpirajo mnoga vprašanja, vezana na negativne vplive na lokalne ekosisteme, presežke ogljikovih emisij, izkoriščanje rezerve nenadomestljivih naravnih virov in podnebne spremembe (Cantelon in Letters 2000; Jones, 2008). Zaradi sprememb pri izgradnji nove infrastrukture in obnavljanju transportnih možnosti v času priprav in organizacije velike športne prireditve lahko nastane vrsta pozitivnih sprememb, vidnih v obnovi prometne (boljše povezave, manj škodljivih emisij, ekovozila) in mestne infrastrukture, ki vplivajo na boljše počutje lokalnega prebivalstva. Seveda pa organizacija velike športne prireditve prinaša tudi negativne vplive, ki se vidijo v posegih v prostor. Najbolj izpostavljene so zimske olimpijske igre, kjer prihaja do velikih posegov v prostor na področju emisij toplogrednih plinov, porabe velike količine vode za izdelavo umetnega snega, ogljikovih emisij, povečanega hrupa in odpadkov. V zadnjih letih opazamo velik poudarek na pomenu trajnostnega razvoja pri načrtovanju velikih športnih prireditev.

Odličen primer so olimpijske igre v Londonu leta 2012, kjer so bili organizatorji iger tudi zaradi odlične okoljske strategije, oblikovane leta 2004, ki je vsebovala številne trajnostno in okoljsko usmerjene ukrepe, uspešni pri pridobitvi izvedbe iger. Organizatorji so veliko dela opravili že med pripravami na največji svetovni športni dogodek, saj so velik del gradbenih materialov, ki so nastali pri rušenju objektov na območju vzhodnega Londona, znova uporabili pri kasnejši gradnji olimpijskih objektov na istem območju. Transport gradbenega materiala in odpadkov so s cest umaknili na trajnostno vzdržnejše transportne sisteme (vlak in ladje) ter pomembno zmanjšali izpuste ogljikovega dioksida. Uspelo jim je revitalizirati industrijsko zapuščeno območje vzhodnega Londona, ki je dobilo novo podobo, s čimer se je pomembno izboljšala kakovost življenja lokalnih prebivalcev. Problem predimenzioniranih športnih objektov so reševali z inovativno gradnjo, ki je po OI 2012 omogočilo »reciklažo« objektov in prilagoditev potrebam manjših tekmovanj in rekreacije (Collins, Jones in Munday, 2009). Z novo podobo in ustrežno infrastrukturo bo ta del

Londona omogočal pridobivanje novih projektov s področja športnih in ostalih prireditev in tako zagotavljal trajnostni razvoj športno-poslovne infrastrukture.

Ekonomski vplivi velikih športnih prireditev

Številni raziskovalci (Ritchie in Yangzhou, 1987; Andranovich, Burbank, in Heying, 2001; Cashman, 2006; Chalip, 2002; Spilling, 2000) so v svojih študijah raziskovali dolgotrajne vplive velikih športnih prireditev, saj le-ti predstavljajo povečanje ekonomske aktivnosti in mednarodno prepoznavnost. Raziskovanje velikih športnih prireditev sodi na področje družbenih ved, v katerih prevladujejo raziskave s področja ekonomskih učinkov (Andranovich et al., 2001; Kasimati, 2003; Lee in Taylor, 2005; Ahlert, 2006; Matheson, 2007; Bartoluci, 2007). Državne institucije in uradniki lokalnih skupnosti se pri odločanju v večini primerov preveč naslanjajo na ekonomske kriterije velikih športnih prireditev, ki jih oblikujejo organizatorji, pri tem pa prezrejo družbene in kulturne vplive. Razlogi za takšno početje se skrivajo predvsem v tem, da so družbeno-kulturni vplivi težje merljivi od ekonomskih in manj oprijemljivi pri odločitvah za organizacijo takšnih prireditev (Kim in Petrick, 2005). Pri njihovi organizaciji je organizatorju v interesu ustvarjanje prihodka, medtem ko lokalna skupnost velike športne prireditve dojema različno. V veliki meri so te prireditve ocenjene z ekonomske perspektive in posledično je njihova organizacija opravičljiva zaradi ekonomskih pritiskov turističnih deležnikov, ki vplivajo na lokalno ekonomijo (Ntloko in Swart, 2008). Kot ugotavljata Twynam in Johnston (2004), velike športne prireditve lokalnim uradnikom in poslovnem predstavljajo vedno zanimivo možnost za višanje turističnega dobička in promocijo pozitivnega turističnega imidža lokalne skupnosti oz. regije. Pričakovana ekonomska korist za lokalno skupnost je tako glavni razlog za pošiljanje ponudb za organizacijo velike športne prireditve (Preuss, 2007). Vsaka medalja ima dve plati, zato se tudi v primeru organizacije velikih športnih prireditev veliko avtorjev ne strinja z oceno, da takšna organizacija prinaša pozitivne ekonomske učinke in s tem čisti dobiček (Martin in Barth, 2013). V raziskavi, ki je zajemala turistične vplive olimpijskih iger v Pekingu (MacLeod, 2008), je bilo ugotovljeno, da je v času olimpijskih iger avgusta leta 2008 Peking obiskalo enako število turistov kot v enakem obdobju leta 2007. Za razliko od Pekinga pa je npr. Barcelona z organizacijo olimpijskih iger leta 1992 veliko pridobila. Zasedenost sob je bila v času organizacije iger zelo visoka oz. je presežala zasedenost turističnih kapacitet v primerljivih obdobjih. Obisk velikega števila ljudi je Barcelona izkoristila z vidika turistične promocije destinacije in še vrsto let gradila svojo pro-

mocijo na organizaciji olimpijskih iger. Organizacija velikih športnih prireditev tako prinaša številne pozitivne ekonomske učinke, ki jih lokalna skupnost občuti v novih zaposlitvah, pozitivni medijski pokritosti, ki posledično prinaša povečan prihod turistov, povečanju investicij in večjih izdatkih sponzorjev, splošni ekonomski rasti in prodaji, novi oz. obnovi stare športne in turistične infrastrukture ter številnih drugih multiplikacijskih učinkih. Seveda pa se ob pozitivnih učinkih pojavijo tudi negativni, ki se čutijo v povečanju davkov, plač in drugih stroškov dela, povečanju stroškov vzdrževanja infrastrukture, dvigu cen blaga, storitev in premoženja, prekinitvi normalnega poslovanja podjetij, kar posledično lahko privede tudi do odhoda določenega dela lokalnih prebivalcev in izogibanja ostalih turistov zaradi pritiskov ob organizaciji velike športne prireditve (Getz, 2008; Ritchie et al., 2009; Dwyer et al., 2000).

Družbeno-kulturni vplivi velikih športnih prireditev

Delamere (2001) ugotavlja, da je zavedanje o vplivih, povezanih z organizacijo velikih športnih prireditev, pomembno z vidika družbenega in ekonomskega razvoja in mora biti uravnoteženo. Vedno več je raziskav, ki poleg ekonomskih rezultatov vključujejo tudi odnos lokalnega prebivalstva do družbeno-kulturnih vplivov velikih športnih prireditev. Deležniki, vključeni v proces izvedbe velikih športnih prireditev, različno dojemajo družbene kulturne vplive, ki so lahko kratkotrajni ali dolgotrajni ter pozitivni ali negativni (Higham, 2005). Kratkotrajni negativni vplivi zajemajo izselitev oz. premike lokalnega prebivalstva, povišanje najemnin nepremičnin, le sezonsko zaposljivost in slabo plačana delovna mesta, motnje dnevne rutine prebivalcev zaradi gneče, prometnih zastojev in pomanjkanja parkirnih prostorov ter višanje stopnje kriminala, vandalizma in prostitucije ter s tem zmanjšanje varnosti lokalnega prebivalstva (Chen, 2006). Vsekakor pa velike športne prireditve s seboj prinašajo tudi dolgotrajne negativne vplive na lokalno skupnost, ki se občutijo v zvišani stopnji brezposelnosti, revščini, slabšem izobraževanju, stanovanjskih težavah, dvigu cen blaga in storitev (Evans, 2005). Negativni vplivi tako prinašajo ne le slabo promocijo destinacije ampak tudi trenja med deležniki, ki sodelujejo pri izvedbi velike športne prireditve (turisti, lokalna skupnost, organizatorji in turistični ponudniki). Zaradi naštetih dejavnikov je velike športne prireditve zelo težko strateško vključiti v skupno paleto turističnih proizvodov destinacije gostiteljice (Chalip in McGuirly, 2004). Ritchie et al. (2009) po drugi strani ugotavljajo, da velike športne prireditve prinašajo tudi pozitivne vplive, saj pozitivno vplivajo na ponos lokalnega prebivalstva, izboljšujejo kvaliteto življenja, zmanjšujejo socialno izključenost, krepijo kulturne

vrednote in tradicijo ter gradijo identiteto naroda. Študija, ki so jo opravili Bowdin et al., (2006) na primeru organizacije evropskega nogometnega prvenstva v Leedsu (Velika Britanija), je razkrila, da je zaradi odlične organizacije prireditev na nacionalnem in regijskem nivoju na lokalno prebivalstvo vplivala zelo ugodno in s tem dvignila stopnjo nacionalnega ponosa. Velike športne prireditve igrajo vlogo pri krepitvi občutka pripadnosti kraju ter krepitvi identitete lokalne skupnosti (Mascardo, 2007). Zaradi zgoraj naštetih dejavnikov sta trajnostno načrtovanje in organizacija velikih športnih prireditev odločilnega pomena za turistični razvoj destinacije, saj vplivata na odnose med lokalnim prebivalstvom in obiskovalci (turisti). V primeru, ko je lokalna skupnost naklonjena organizaciji velike športne prireditve, to obiskovalcu prinaša boljše turistično doživetje in povečuje privlačnost turistične destinacije (Waitt, 2003). Podpora lokalne skupnosti organizaciji velike športne prireditve je v veliki meri odvisna od koristi in stroškov, ki jih prinaša prireditve. Številni dejavniki, ki vplivajo na organizacijo velike športne prireditve in se nanašajo na lokalno prebivalstvo, odločilno vplivajo na njegovo podporo organizaciji. Kot ugotavlja Ritchie et al., (2009) je ključnega pomena razumevanje dojemanja lokalnega prebivalstva, ki lahko organizacijo velike športne prireditve podpre ali pa ji nasprotuje. Predvsem od tega je na koncu odvisna uspešnost izvedbe. Številni avtorji v svojih delih tako v namen razumevanja dojemanja turističnih vplivov na lokalno prebivalstvo uporabljajo teorijo socialne izmenjave. Slednja predvideva povečanje verjetnosti vključevanja lokalnega prebivalstva v turistični razvoj v primeru, ko prebivalstvo zazna koristi, ki so večje od nastalih stroškov (Oviedo-Garcia, Castellanos-Verdugo in Martin-Ruiz, 2008, Gursoy in Kendall, 2006; Nunkoo in Ramkisson, 2011; Wait, 2003). Ekonomski, družbeni in okoljski igrajo ključno vlogo pri odločanju lokalnega prebivalstva o podpori turističnega razvoja destinacije. Kot ugotavlja Ap (1992), je primarni motiv za socialno izmenjavo lokalnega prebivalstva z drugimi deležniki povečanje družbenega in ekonomskega ugodja. V študijah, ki so jih opravili Jurowski in Gursoy (2004), Ritchie et al. (2009) in Twynam in Johnston (2004), je bilo ugotovljeno, da je lokalno prebivalstvo, ki je deležno večje ekonomske koristi, bolj naklonjeno organizaciji velikih športnih prireditev od tistega, ki ekonomskih koristi ne občuti. Podobno velja za družbene koristi, ki jih lokalno prebivalstvo občuti v obliki večje ponudbe športnih aktivnosti v domačem okolju zaradi izboljšanja športne infrastrukture, več interakcije s turisti in kulturnih izmenjav ter izboljšanja urbanega okolja (Sadd, 2010). Na podlagi raziskav družbenih izmenjav ob organizaciji velikih športnih prireditev je bilo ugotovljeno tudi, da starost prebivalcev, bližina bivanja od kraja izvedbe velike športne

prireditve in dolžina bivanja v destinaciji vplivajo na dožemanje in odnos lokalnega prebivalstva do organizacije velike športne prireditve. Ritchie et al. (2009) še ugotavljajo, da so mlajši prebivalci in tisti, ki živijo bližje turističnim atrakcijam, bolj naklonjeni turističnemu razvoju. Odločilnega pomena je, da je upravljanje s turističnimi vplivi ob organizaciji velikih športnih prireditev učinkovito in trajnostno. V tem procesu morajo sodelovati vsi deležniki, pri čemer morajo predvsem upoštevati predloge lokalne skupnosti, ki ima velik vpliv na uspešnost izvedbe projekta.

Zaključek

Velike športne prireditve, kot ena izmed oblik športnega turizma, postajajo vedno popularnejši in pomembnejši ekonomski in strateški dejavnik turističnih destinacij ter posledično velika priložnost oz. skrb lokalnih skupnosti. Vse več je raziskav, ki obravnavajo turistične vplive velikih športnih prireditev in odnos lokalnega prebivalstva ob organizaciji le-teh. Vplivi, ki nastanejo zaradi organizacije velike športne prireditve, lahko na lokalno skupnost in okolje, kjer se prireditev odvija, vplivajo pozitivno ali negativno. Organizacija velikih športnih prireditev prinaša ekonomske, okoljske in družbene vplive, ki jih v veliki meri občuti lokalno prebivalstvo. Zavedanje o uravnoteženi presoji odnosa lokalnega prebivalstva in vpletenih deležnikov ob organizaciji velike športne prireditve postaja vedno pomembnejše, saj vključuje povezovanje družbeno-kulturnih, okoljskih in ekonomskih vplivov ter s tem omogoča trajnostni razvoj. Vključevanje in podpora lokalne skupnosti pri načrtovanju in organizaciji velike športne prireditve predstavlja trden temelj trajnostnega razvoja turistične destinacije.

Igralniški turizem v Sloveniji

Gregor Balažič

Uvod

Leta 1964 je pričela obratovati druga jugoslovanska (za opatijsko leta 1963) in prva slovenska igralnica v Portorožu (Mihelič, 1993). Kmalu po nastanku portoroške igralnice je postalo jasno, da ima igralniški turizem izjemen potencial, predvsem zaradi umestitve igralnic v bližino italijansko-slovenske meje in za igralništvo zainteresiranih italijanskih gostov. Ker je igralništvo predstavljalo izjemno donosno dejavnost in beležilo izjemne poslovne rezultate, so v petdesetletnem obdobju do današnjega dne nastale številne igralnice in kasneje še več igralnih salonov. Večina igralnic in igralnih salonov je tako nastala v zahodnem delu države, v bližini italijanske meje. Ponudba igralniškega turizma se je širila in se z novonastalimi igralnimi saloni, hotelsko, enogastronomsko in wellness-ponudbo tudi dopolnjevala. Slovenija je kmalu po nastanku prvih igralnic postala igralniška destinacija. V svetovnem merilu igralništvo velja za eno od najhitreje rastočih in najprivlačnejših dejavnosti v zadnjih desetletjih 20. stoletja (Eadington, 1997).

Poudariti želimo razvoj igralniškega turizma z geografskega vidika. Poleg tega menimo, da lahko igralniški turizem, tako kot turizem nasploh, v smislu trajnostnega razvoja prispeva k ohranjanju in razvoju ekonomskega in socialnega področja družbe (UNWTO, 2012), kar predstavlja osnovo za kakovostnejše življenje sedanje in prihodnjih generacij. Na podlagi terenskega dela smo evidentirali lokacije igralnic in igralnih salonov. Rezultati kažejo, da igralnice in igralni saloni, ki predstavljajo ponudbo igralniškega turizma, niso enakomerno zastopani v posameznih statistični regijah Slovenije. Večina se jih nahaja v bližini italijanske in avstrijske meje, med-

tem ko se le manjše število nahaja drugod po državi. Analizirali smo tudi ponudbo igralniškega turizma in z izdelano karto, ki temelji na izvlečku iz registra za igralnice in igralne salone, podali celovit pregled igralniškega turizma v Sloveniji. V sklepnem delu smo predstavili aktualno stanje slovenskega igralništva in načrtali smernice prihodnjega razvoja.

Igralništvo na Slovenskem

Igralništvo se je na območju Slovenije pričelo v letu 1913 v Portorožu z ustanovitvijo društva Casino d'Etrangere, kjer se je odvijalo družabno življenje ljudi, letujočih v Portorožu. Lokal je članom omogočal igranje družabnih in drugih zakonsko dovoljenih iger, ki so zaradi I. svetovne vojne zamrle. V Kraljevini Jugoslaviji so bile kazino-igre prepovedane, za nespoštovanje prepovedi pa so bile predpisane visoke kazni. Leta 1946 je takratno ministrstvo za finance FLRJ določilo, da se loterije, tombole in druge igre na srečo lahko prirejajo le v humanitarne namene. Leta 1962 je bil sprejet zakon o igrah na srečo. K igram na srečo je prišteval loterije, tombole, športne napovedi, loto in druge igre, pri katerih končni izid ni bil odvisen od znanja in spretnosti udeležencev, temveč od naključja ali kakega negotovega dogodka (Mihelič, 1993).

Po sprejetju zakona o igrah na srečo v letu 1962 so se na območju Slovenije pričele odpirati igralnice. Kmalu po odprtju igralnice v Portorožu v letu 1964 se je v letu 1965 odprla igralnica na Bledu. Zgodovina blejske igralnice sega v leto 1924, ko je bila ta prvič odprta, a je obratovala le eno sezono. Temu je sledilo njeno ponovno odprtje leta 1937, a tudi takrat le za leto dni (Casino Bled, 2014). Leta 1965 je Bled poleg Portoroža edini ustrezal strogim kriterijem turističnih zmogljivosti, ki so jih morali posedovati posamezni kraji za odprtje igralnice. Blejski je sledila igralnica v Ljubljani leta 1969, v Mariboru leta 1971, v Lipici leta 1972 in v Novi Gorici leta 1986 (Mihelič, 1993). Iz tega sledi, da je bilo leta 1972 na slovenskem 5 igralnic. Po letu 2000 so se pojavili tudi številni igralni saloni. Tako je delovalo leta 2007 delovalo 13 igralnic in 33 igralnih salonov (Zagoršek et al., 2008).

Igralništvo predstavlja zelo pomemben del turistične ponudbe Slovenije (Pahor, 2007). Pomembnost igralniškega turizma se posebej kaže v Novi Gorici. Z igralnico, ki je nastala po ameriškem vzoru in je bila prva taka v Evropi, se je Nova Gorica razvila v najpomembnejšo destinacijo igralniškega turizma v državi. Na to kažejo tudi ekonomski podatki in statistika obiska: leta 2003 je igralništvo v Novi Gorici predstavljalo 70 odstotkov prihodkov vse igralniške dejavnosti na državni ravni (STO, 2003). Leta 2004 je igralnice in igralne salone v Novi Gorici obiskalo 1,4 milijona obiskovalcev. Od tega je bilo 90 odstotkov tujcev (UNPIS, 2005).



Slika 6: Igralnica Casino Portorož.

Vir: Gregor Balazič.



Slika 7: Igralnica Casino Perla v Novi Gorici.

Vir: Gregor Balazič.

Pregled igralniškega turizma

Igralniški turizem se je najbolj razmahnil po osamosvojitvi Slovenije, natančneje po letu 2000, ko so mali podjetniki dobili pravico do odprtja igralnih salonov, ki so agresivno vstopili na trg in zajeli tako domače kot tuje obiskovalce ter si hitro pridobili pomemben tržni delež (Zagoršek in Jaklič, 2007).

Igralništvo ima v povezavi s turizmom zaradi svoje specifičnosti tudi specifične uporabnike – igralniške goste oz. igralniške turiste. Te lahko razdelimo v tri skupine. Na tiste, ki imajo za primarni motiv obiska igre na srečo in se lahko poslužujejo drugih storitev, ko ne igrajo na srečo, in tiste, ki jim igre na srečo predstavljajo sekundarni ali postranski motiv obiska in je njihov primarni motiv obiska vezan na druge aktivnosti (naravna in kultura, rekreacija, šport itd.). V tretjo skupino uporabnikov sodijo tisti, katerih motiv obiska igralnic je zabava (Zagoršek in Jaklič, 2009).

Slovenska zakonodaja ločuje med dvema tipoma igralniških objektov, igralnicami in igralnimi saloni. V igralnih salonih je lahko od 50 do največ 200 igralnih avtomatov, medtem ko za igralnice ta omejitev ne velja. V igralnicah se prirejajo tudi žive igre, ki so v igralnih salonih prepovedane (Davčna uprava Republike Slovenije, 2014a).

Iz Registra koncesionarjev za igralnico in igralni salon z dne 9. 4. 2014 (Davčna uprava Republike Slovenije, 2014b) izhaja, da je v Sloveniji 9 igralnic in 30 igralnih salonov. V primerjavi z letom 2007 se je število igralnic zmanjšalo na 9, število igralnih salonov pa na 30. Pri tem je potrebno poudariti, da je v letu 2009 prenehala delovati igralnica Casino Maribor (Galun, 2011) in v letu 2010 igralnica v Ljubljani Casino Ljubljana (Morozov, 2010), saj sta podjetji šli v stečaj. Podjetja, ki danes upravljajo z igralnicami in igralnimi saloni, so Hit, d.d., Casino Portorož, d.d., in Casino Bled, d.d. S preostalimi saloni upravljajo manjša zasebna podjetja.

Tabela 8: Izvleček iz Registra koncesionarjev za igralnico in igralni salon na dan 9. 4. 2014.

| igralnica | | igralni salon | |
|--|---|--|---|
| podjetje | ime igralnice | Podjetje | Ime salona |
| Casino Portorož, d.d. Obala 75a 6320 Portorož | Casino Portorož Obala 75a 6320 Portorož | Hit Larix, d.d. Borovška cesta 99 4280 Kranjska Gora | Casino Larix igralni salon Borovška 99 4280 Kranjska Gora |
| Casino Portorož, d.d. Obala 75a 6320 Portorož | Casino Lipica Lipica 5 6210 Sežana | Viva, d.o.o. Volčja Draga 61 5293 Volčja Draga | Casino Paquito – igralni salon Volčja Draga 61 5293 Volčja Draga |
| Hit, d.d. Delpinova 7a 5000 Nova Gorica | Casino Perla Kidričeva 7 5000 Nova Gorica | Vis A Vis Club, d.o.o. Krvavi potok 30 6240 Kozina | Igralni salon Casino Vis A Vis Krvavi potok 30 6240 Kozina |
| Hit, d.d. Delpinova 7a 5000 Nova Gorica | Casino Park Delpinova 5 5000 Nova Gorica | Portoroška, d.o.o. Obala 114 6320 Portorož | Igralni salon Adonis Casino Postajališka 2 6320 Portorož |
| Hit, d.d. Delpinova 7a 5000 Nova Gorica | Casino Korona Vrška 23 4280 Kranjska Gora | AS-MB, d.o.o. Slovenska ulica 2 2000 Maribor | Casino igralni salon AS Panonska 1 9502 Radenci |
| Hit, d.d. Delpinova 7a 5000 Nova Gorica | Casino Fontana Zdraviliški trg 10 3250 Rogaska Slatina | Marwin, d.o.o. Ljubljanska 39 3000 Celje | Igralni salon Casino Fararon Celje Ljubljanska 39 3000 Celje |
| Hit, d.d. Delpinova 7a 5000 Nova Gorica | Casino Mond Sadjarska pot 15 2212 Šentilj v Slovenskih Goricah | Andor, d.o.o. Klanec 19c 6240 Kozina | Igralni salon Casino Andor Vinogradniška 9 6280 Ankaran |
| Casino Bled, d.d. Cesta svobode 15 4260 Bled | Casino Bled Cesta svobode 15 4260 Bled | Hit, d.d. Delpinova 7 5000 Nova Gorica | Casino Drive-in igralni salon Mednarodni prehod 4 5290 Šempeter pri Gorici |
| Casino Kobarid, d.d. Staro selo 60a 5222 Kobarid | Igralnica Kobarid Staro selo 60a 5222 Kobarid | Igralni salon Karneval, d.o.o. Spodnje Škofije 259 6281 Škofije | Igralni salon Karneval – Casino Carnevale Spodnje Škofije 259 6281 Škofije |
| | | Memoria, d.o.o. Vinarski trg 5 2250 Ptuj | Casino Poetovio igralni salon Vinarski trg 5 2250 Ptuj |
| | | Gold Club, d.o.o. Cesta na Lenivec 44 6210 Sežana | Igralni salon Gold Club Casino Lipica 21 6210 Sežana |

| igralnica | | igralni salon | |
|-----------|---------------|--|--|
| podjetje | ime igralnice | Podjetje | Ime salona |
| | | Hotel Žalec, d.o.o. Mestni trg 3 3310 Žalec | Salon igralnih avtomatov & zabavišče, Casino Rubin Žalec Mestni trg 3 3310 Žalec |
| | | Kongo Hotel & Casino, d.d. Ljubljanska 65 1290 Grosuplje | Kongo Hotel & Casino – igralni salon Ljubljanska 65 1290 Grosuplje |
| | | Stava, d.o.o. Mlinska ulica 2 2000 Maribor | Igralni salon Casino Joker Mlinska ulica 2 2000 Maribor |
| | | Game Star, d.o.o. Ljubljanska cesta 19 1330 Kočevje | Igralni salon Evro Casino Ljubljanska cesta 19 1330 Kočevje |
| | | Inclub, d.o.o. Bevkov trg 6 5000 Nova Gorica | Igralni salon Casino Princess Bevkov trg 6 5000 Nova Gorica |
| | | Aleatorium, d.o.o. Bleiweisova cesta 30 1000 Ljubljana | Casino Lev igralni salon Vošnjakova 1 1000 Ljubljana |
| | | Pigal, d.o.o. Goriška cesta 25č 5270 Ajdovščina | Igralni salon Hotel Casino Castra Goriška cesta 25č 5270 Ajdovščina |
| | | Trine, d.o.o. Neblo 11 5212 Dobrovo v Brdih | Casino Venko igralni salon Neblo 11 5212 Dobrovo v Brdih |
| | | Astraea, d.o.o. Ulica borcev 1b 2000 Maribor | Casino Astraea – igralni salon Lipica 23a 6210 Sežana |
| | | Lev – Plus, d.o.o. Stritarjeva 1 4000 Kranj | Casino Cezar – igralni salon Stritarjeva 1 4000 Kranj |
| | | Onisac, d.o.o. Šmartinska 152 1000 Ljubljana | Casino Rio – igralni salon Šmartinska 152 1000 Ljubljana |
| | | P&P Marketing, d.o.o. Hraška cesta 21 4248 Lesce | Igralni salon Casino Tivoli Hraška cesta 21 4248 Lesce |

| igralnica | | igralni salon | |
|-----------|---------------|---|--|
| podjetje | ime igralnice | Podjetje | Ime salona |
| | | B.G.S., d.o.o. Partizanska cesta 109 6210 Sežana | Casino Safir – igralni salon Partizanska cesta 149 6210 Sežana |
| | | Casino Riviera – igralni salon, d.d. Obala 33 6320 Portorož | Casino Riviera – igralni salon Obala 33 6320 Portorož |
| | | Bernardin Arkade, d.o.o. Obala 2 6320 Portorož | Igralni salon Casino Bernardin Obala 2 6320 Portorož |
| | | Mako, d.o.o. Bevkov trg 6 5000 Nova Gorica | Casino Fortuna igralni salon Vipavska cesta 2e 5000 Nova Gorica |
| | | Admiral, d.o.o. Bazoviška cesta 23 6240 Kozina | Admiral Casino Mediteran – Igralni salon Kozina Bazoviška cesta 23 6240 Kozina |
| | | Del Naložbe, d.d. Topliška cesta 35 8251 Čatež ob Savi | Igralni salon Casino Lido Terme Čatež Topliška cesta 35 8251 Čatež ob Savi |
| | | Onisac, d.o.o. Šmartinska 152 1000 Ljubljana | Casino Rio Central – igralni salon Miklošičeva cesta 9 1000 Ljubljana |
| | | Zlati val, d.o.o. Dobrava 1a 6310 Izola | Casino Belvedere, igralni salon Dobrava 1a 6310 Izola |

Vir: Davčna uprava Republike Slovenije, 2014b.

Na podlagi terenskega dela smo analizirali turistično ponudbo igralniškega turizma. Turistična ponudba igralnic se prvenstveno osredotoča na igre na srečo. Vse igralnice ponujajo žive igre kot tudi številne igralne avtomate. Samo podjetje Hit ponuja tudi spletne igre. V Hitu predstavlja del ponudbe tudi zabava, ki temelji na prirejanju glasbenih dogodkov, koncertov, kabaretov ter plesnih in iluzionističnih spektaklov, ki se odvijajo v njihovih igralniško-zabaviških centrih Casino Perla, Casino Park, Casino Aurora, Casino Corona in Casino Mond. Poleg ponudbe iger in zabave so na voljo restavracije in štirizvezdični hotel, ki obratuje v sklopu igralniško-zabaviškega centra Casino Perla. Gostom sta v igralniško-zabavišč-

nem centru na voljo še konferenčni center in spa-center. V sklopu podjetja Hit deluje tudi potovalna agencija Hittours (Hit, 2014).

Podobno kot v igralniško-zabaviških centrih podjetja Hit so tudi v igralnicah Casinoja Portorož, v Portorožu in Lipici, na voljo žive igre in številni igralni avtomati. Obe igralnici imata tudi svoji restavraciji. V igralnicah prirejajo tudi zabavne dogodke v obliki glasbenih večerov (Casino Portorož, 2014). Turistična ponudba zajema še hotele in wellness v Portorožu, ki pa niso del skupine Casino Portorož.

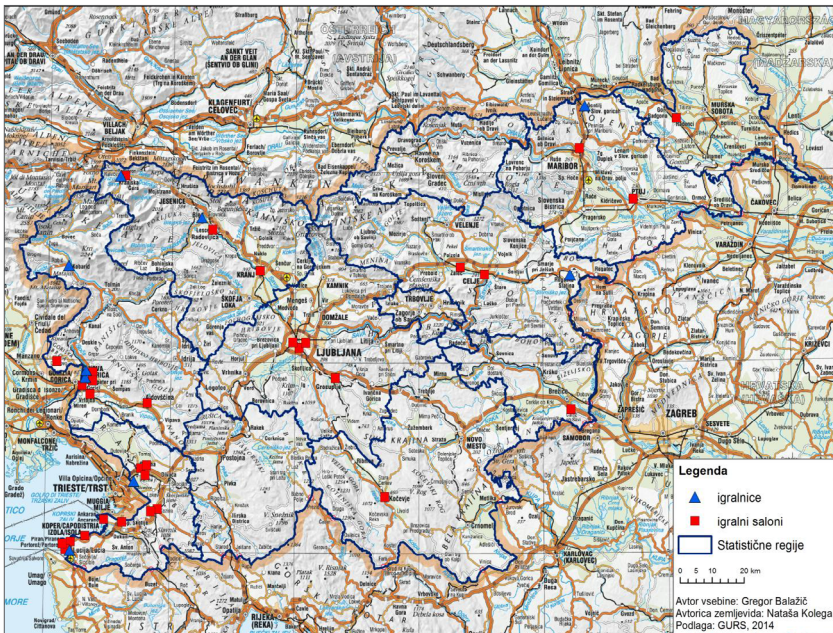
V Casinoju Bled poleg živih iger in številnih igralnih avtomatov ponujajo še spremljanje športnih dogodkov na zaslonih. Gostom je na voljo tudi gostinski obrat (Casino Bled, 2014).

Turistična ponudba igralnih salonov se osredotoča na igro na igralnih avtomatih. Saloni ponujajo tudi različne zabavne programe z glasbenimi gosti in gostinsko ponudbo, nekateri imajo v svoji ponudbi tudi restavracijo. Nekaj salonov ponuja tudi možnost hotelske nastanitve, ki je del salonskega kompleksa, na primer igralni salon *Hotel & Casino Resort Admiral* v Kozini in igralni salon *Hotel & Casino Safir* v Sežani (*Admiral Casino Mediteran – Igralni salon Kozina*, 2014; *Casino Safir – igralni salon*, 2014). Le redki saloni ponujajo tudi wellness, na primer igralni salon *Casino Hotel Carnevale Wellness & Spa* v Škofijah (*Igralni salon Karneval – Casino Carnevale*, 2014). Tako kot v igralnicah tudi v velikem številu igralnih salonov ponujajo brezplačne prevoze gostov. V igralnicah in igralnih salonih potekajo dnevne, tedenske in mesečne nagradne igre v obliki žrebanj, med katerimi je najbolj znana tombola oz. bingo. V promocijskih akcijah so gostje ob prvem obisku nekaterih igralnic in igralnih salonov ali kot redni obiskovalci deležni brezplačnega lističa za igralne avtomate. Terenski ogled posameznih salonov je pokazal, da so ti v večini primerov zelo moderno opremljeni in da se nekateri lahko po velikosti primerjajo z igralnicami. Za obiskovalca je pomembno tudi parkirišče za avtomobile in dostop z avtobusom ter parkirišče za avtobuse, v kolikor gre za večjo skupino obiskovalcev. V večini primerov imajo igralnice in igralni saloni, tisti, ki so locirani izven mest in strnjenih naselij, dobro urejen in za goste ter avtobuse brezplačen parkirni prostor. V Casinoju Perla in Casinoju Portorož je na razpolago tudi parkiranje v garaži, čeprav je v slednji le manjše število parkirnih mest.

Analiza ponudbe igralniškega turizma kaže, da igralniški turizem v igralnicah in igralnih salonih ne predstavlja samo igra (čeprav ima ta najpomembnejšo vlogo), tako kot je bilo to pred desetletji, temveč tudi druge turistične storitve. Tako imajo mnogi igralniško-zabaviški parki, igralnice in igralni saloni tudi hotele, restavracije in wellness-centre. V igralni-

ci Casino Portorož je od leta 2005 dalje razvidno zmanjševanje števila obiska igralnice. Trend upada števila obiskov se je nadaljeval tudi v letu 2011. Razloge zanj gre iskati v konkurenci in upadanju kupne moči gostov, ki je posledica gospodarske recesije (Stanković, 2011). S podobnimi okoliščinami se soočajo tudi ostale slovenske igralnice in igralni saloni. Tako je v Hitovih igralnicah upadel obisk za 5 odstotkov. Leta 2010 so zabeležili 1,3 milijona obiskov, kar je za 10 odstotkov manj od načrtovanega (Primorske novice, 2011). Terenski ogled posameznih igralnic in igralnih salonov je pokazal, da je namen in želja igralnic ter igralnih salonov dopolnjevanje obstoječe ponudbe in privabljanje (novih) gostov s poudarjanjem zabavnih dogodkov in številnimi promocijami ter oglaševanjem v medijih. Zato želijo igralnice in še v večji meri igralni saloni goste privabiti tudi s ponudbo brezplačnih pijač in brezplačnih promocijskih lističev za igralne avtomate.

Karto igralniškega turizma smo izdelali z računalniškim programom ArcGIS in z geolociranjem umestili igralnice in igralne salone na topografsko karto Slovenije. Nato smo izdelano karto primerjali s karto statističnih regij Slovenije.



Slika 8: Koncesije za igralnice in igralne salone v statističnih regijah Slovenije na dan 9. 4. 2014.

Vir: Gregor Balazič; Nataša Kolega, 2014

Karta kaže, da se večina igralnic in igralnih salonov nahaja v bližini italijanske in nekoliko manjše število igralnic in igralnih salonov v bližini

avstrijske meje. V bližini hrvaške meje se nahajata samo igralnica v Rogaški Slatini in igralni salon v Čatežu ob Savi. V bližini meje z Madžarsko igralnic ni, prav tako ne igralnih salonov; najbližji se nahaja v precej oddaljenih Radencih. Primerjava izdelane karte igralniškega turizma s karto slovenskih statističnih regij kaže, da igralniški turizem ni enakomerno zastopan po posameznih turističnih regijah. Največ koncesij za igralnico in igralni salon je ob slovensko-italijanski meji. Na območju goriške statistične regije so 3 za igralnico in 6 za igralne salone, v obalno-kraški regiji pa je 1 za igralnico in 11 za igralni salon. Na Gorenjskem je 1 koncesija za igralnico in 2 koncesiji za igralni salon. Na območju osrednjeslovenske statistične regije so 3 koncesije za igralni salon, medtem ko je v savinjski statistični regiji 1 koncesija za igralnico in 2 za igralni salon. Podravska statistična regija ima 1 koncesijo za igralnico in 2 za igralni salon, medtem ko imata pomurska in spodnjeposavska ter jugovzhodna statistična regija po 1 koncesijo za igralni salon. Notranjsko-kraška, zasavska in koroška statistična regija nimajo nobene koncesije za igralnico kot tudi ne za igralni salon. Pri tem je pomembno poudariti, da veljavne koncesije vedno ne sovpadajo z obratovanjem posameznih igralnic in igralnih salonov. Tako smo z ogledom na terenu ugotovili, da igralni saloni Casino Vis A Vis v Krvavem potoku, igralni salon Evro Casino v Kočevju in igralni salon Lido Terme Čatež ne obratujejo, čeprav imajo veljavno koncesijo.

Razlog, da se največje število igralnic in igralnih salonov nahaja v zahodnem delu države, na območju goriške in obalno-kraške statistične regije, ki mejita na Italijo, predstavljajo Italijani, ki so v omenjenih regijah tradicionalni gostje (Reberšak, 2006; Stanković, 2011). Številni med njimi koristijo tudi druge turistične storitve, zato Italijane pogosto opazimo kot goste v restavracijah in hotelih. Zaradi nižjih cen goriva in cigaret obiskujejo tudi slovenske črpalke ob slovensko-italijanski državni meji.

Sklep

Karta igralniškega turizma kaže, da je igralniški turizem s številnimi igralnicami in igralnimi saloni glede na velikost (majhnost) države zelo razširjena oblika turizma. Zgostitev igralniške ponudbe ob slovensko-italijanski meji je pogojena z za igralništvo zainteresiranimi italijanskimi gosti, ki zaradi bližine in številne ponudbe igralniškega turizma obiskujejo slovenske igralnice in igralne salone. Bližina igralnic in igralnih salonov, širok nabor iger, zabavni programi ter številne ugodnosti, ki jih ponujajo igralniška podjetja svojih gostom v zadnjem času, ne pripomorejo, da bi lahko večina igralniških podjetij ustvarjala dobiček, saj je gospodarska in finančna kriza v slovenskih igralnicah ter igralnih salonih povzročila občuten upad go-

stov. Zato so igralniška podjetja, tako igralnice kot igralni saloni, prisiljena v iskanje novih gostov z oddaljenih trgov. Poleg tega se je slovenski trg z igralniško ponudbo zasičil (Dnevnik, 2012), kar je med saloni ter igralnicami sprožilo težak boj za pridobitev gostov. Konkurenčna igralniška ponudba se je s spremenjeno zakonodajo pojavila tudi v Italiji, kjer se je v zadnjih nekaj letih pojavilo ogromno število igralnih avtomatov. Italijanska vlada je v želji, da bi igralništvo, ki je nekoč delovalo na skrivaj, postalo preglednejše in pravno regulirano, dovolila igralne avtomate in video loterijske stroje (Bosley, 2013). Slovenskim podjetjem predstavljajo konkurenco tudi druge igralnice in igralni saloni na območju bivše Jugoslavije, ki nudijo paketne turistične storitve v obliki zabave, nočitve in wellnessa za nižjo ceno kot slovenska igralniška podjetja. Vse jasneje postaja, da se bo za italijanske kot tudi za vse ostale goste potrebno boriti (Reberšak, 2002).

Razvoju slovenskega turizma in igralniškega turizma, ki se lahko osredotoči na oddaljene trge, lahko pripomorejo nove in že vzpostavljene nizkocenovne letalske povezave s slovenskimi letališči Ljubljana in Portorož ter z bližnjima italijanskima letališčema v Trstu in Benetkah (Gosar, 2009), vendar bi bilo v prihodnje potrebno uveljaviti tudi nižje obdavčitve igralniških podjetij, zlasti igralnic, na kar opozarjata največji igralniški podjetji Hit in Casino Portorož. Tako bi lahko z ekonomskega in socialnega vidika ohranjali trajnostni vidik razvoja.

Socialni turizem v Sloveniji

Janja Gabruč

Uvod

Socialni turizem je izjemno raznolik in kompleksen pojav, njegov pomen se skozi čas spreminja in je različen od države do države (Jafari, 2000, 542). V evropskem prostoru je bil socialni turizem, do pred nekaj leti, relativno slabo poznan in pogosto tudi slabo razumljen koncept – kar za slovenski prostor prav gotovo danes še vedno velja. Raziskava angleškega združenja, ki se ukvarja z zagotavljanjem počitnic za družine, ki si le-teh ne morejo privoščiti (»Family Holiday Association«), je leta 2006 pokazala (McCabe, Minnaert in Diekmann, 2012, 19), da 68 % od 273 vprašanih še nikoli ni slišalo za pojem »socialni turizem«. V tuji, predvsem angleški, literaturi se v zadnjem času – v obdobju zadnjih petih let – pojavu socialnega turizma posveča zelo velika pozornost, danes najuglednejši raziskovalci tega področja pa so se lotili njegovega raziskovanja z najrazličnejših vidikov – od tega, kaj socialni turizem sploh je, kdo so upravičenci tovrstnih programov in kakšne koristi prinašajo za uporabnike, do tega, kako ga umestiti oz. ali je umeščen v socialno politiko znotraj posameznih evropskih držav, kakšne so evropske prakse socialnega turizma, kako se med seboj razlikujejo oz. so si podobne, katere so institucije, ki se ukvarjajo s tem področjem in zakaj itd. Na področju raziskovanja socialnega turizma se tako pogosto, posamično ali skupaj ter v različnih kombinacijah, pojavljajo naslednja imena: Lynn Minnaert, Scott McCabe, Anya Diekmann, Robert Maitland, Graham Miller. Prav gotovo pa je najuglednejša in tudi najproduktivnejša raziskovalka in razvijalka tega področja, ki v akademski javnosti velja za velikega strokovnjaka na področju socialnega turizma, Lynn Minnaert. O svojih raziskovalnih interesih (Minnaert, 2014) tudi sama

pravi, da jo zanima predvsem področje socialnega turizma. Njen raziskovalni opus je zanimiv vsaj iz dveh razlogov: (1) njeni prvi objavljeni prispevki predstavljajo nekakšen mejnik v raziskovanju socialnega turizma, saj so se pred tem objave na področju socialnega turizma pojavljale sporadično, z njenim raziskovalnim prispevkom pa se začenja obdobje poglobljenega in sistematičnega raziskovanja ter rednega publiciranja o socialnem turizmu; (2) skozi njeno bibliografijo lahko dokaj nazorno spremljamo razvoj in nove usmeritve v raziskovanju tega pojava. Na področju socialnega turizma pa imamo tudi že dve monografiji, kjer je urednica oz. (so)avtorica monografskih sestavkov ponovno Minnaertova: prva monografija, z naslovom *Socialni turizem v Evropi: teorija in praksa*, je izšla pred dvema letoma (McCabe, Minnaert in Diekmann, 2012), druga, z naslovom *Socialni turizem: perspektive in potenciali*, pa v letu 2013 (Minnaert, Maitland in Miller, 2013). Navkljub obsežnemu raziskovanju socialnega turizma v zadnjem času in porastu znanja o njegovih pojavih pa le-ta ostaja zanimiv, tako za že uveljavljene akademike – poleg predhodno že navedenih avtorjev navajamo še nekatere druge pomembne raziskave in njihove avtorje: Smith in Hughes (1999), ki raziskujeta pomen počitnic za družine z nižjimi dohodki; Hunter-Jones (2013) raziskuje vlogo dobrodelnih organizacij v socialnem turizmu; Higgins-Desbiolles (2006) razmišlja o socialnem turizmu kot o družbenem pojavu oz. o pozabljeni »družbeni/socialni moči turizma, ki jo le-ta ima«; Sedgley, Pritchard in Morgan (2012) pa razpravljajo o turizmu in revščini v razvitih državah in o družinah, ki si počitnic ne morejo privoščiti, itd. – kot tudi za nove, mlajše raziskovalce socialnega turizma (Griffin in Stacey, 2013; Puczko in Rátz, 2013; Ylikännö, 2013; Carretero, Ferri in Garces, 2013), ki se pojava lotevajo večinoma s perspektive posamezne (evropske) države (Irske, Anglije, Madžarske, Finske, Španije) in proučujejo različne teme oz. področja socialnega turizma.

Izhodišče naše raziskovalnega razmisleka predstavlja ugotovitev Minnaertove (2014), ki opozarja, da je programom oz. produktom socialnega turizma in pričakovanim koristim, ki naj bi jih le-ti prinesli za uporabnike in družbo, namenjene relativno malo akademske pozornosti. Zato smo raziskavo usmerili v programe letovanj oz., natančneje, na letovanja otrok, ki jih organizira Zveza prijateljev mladine Slovenije (ZPMS). Raziskava izhaja iz predpostavke, da je pojav socialnega turizma v Sloveniji zelo slabo razumljen oz. da posledično zelo težko ugotovimo ali takšni programi pri nas sploh obstajajo in če obstajajo, kateri so to oz. ali obstajajo različne vrste teh programov. Znotraj naše raziskave nas torej prvenstveno zanima, (1) ali ZPMS izvaja programe, ki jih lahko razumemo kot programe socialnega turizma oz. kateri program so to, in (2) ali jih lahko klasificiramo gle-

de na obstoječe modele/interpretacije socialnega turizma in tako identificiramo različne vrste programov socialnega turizma.

V prispevku so predstavljene ugotovitve pojasnjevalne, kvalitativne raziskave, ki smo jo opravili na osnovi pridobljenih dokumentarnih gradiv in opravljenega intervjuja s predstavnico ZPMS, ki se ukvarja z organizacijo in izvedbo programov socialnega turizma. Raziskovali smo, kakšne programe letovanj izvajajo pri ZPMS, kako so le-ti financirani in kakšne so njihove značilnosti. Ugotovitve raziskave izpostavljajo pomembno vlogo finančne občutljivosti programov za socialni položaj otrok/družin oz. pomen »dostopnosti« programov letovanj za čim širšo populacijo otrok. Na drugi strani pa raziskava razkriva številne raznolike programe socialnega turizma, ki jih izvaja ZPMS. Ugotovitve raziskave so pomembne in zanimive tako za akademsko javnost kot tudi za organizatorje in donatorje socialnega turizma, nenazadnje pa tudi za uporabnike same, ko se odločajo za tovrstne počitnice.

Socialni turizem

Kot že rečeno, je v zadnjih letih v evropskem prostoru opaziti dramatičen porast raziskav o socialnem turizmu (McCabe 2009; Minnaert, Maitland in Miller, 2009; Sedgley, Pritchard in Morgan, 2012). Kljub temu pa ostajajo odprta nekatera bazična vprašanja kot npr., kaj je socialni turizem oz. katere pojavne oblike/prakse vključuje ter kdo so upravičenci (Minnaert, Maitland in Miller, 2013; Diekmann in McCabe, 2013).

Na vprašanje, kaj je socialni turizem, ni enoznačnega odgovora. Minnaert, Diekmann in McCabe (2012, 18.) razloge za to, da socialni turizem ostaja relativno nejasen pojav, vidijo v povezavi z njegovim nastankom oz. začetki in z načinom, na katerega je potekal njegov razvoj v Evropi – znotraj socialne politike ali kot del socialne ekonomije oz. tretjega sektorja, znotraj neprofitnih, dobrodelnih organizacij. Kot drug pomemben razlog avtorji navajajo semantične ovire – številni drugi koncepti, kot so npr. »turizem za vse« (»tourism for all«), »vključujoč turizem« (»inclusive tourism«), »odgovorni turizem« (»responsible tourism«), vsi vključujejo določene elemente socialnega turizma oz. prizadevanja, da se omogoči počitnice skupinam, ki si jih sicer ne bi bile zmožne privoščiti. Tretji razlog pa je povezan z različnimi interpretacijami socialnega turizma; npr., že z vidika deležnikov in njihovih vlog vidimo, da ima vsaka organizacija, ki se ukvarja s socialnim turizmom (komercialna oz. nekomercialna, vladna oz. zasebna), svoj pogled in ločeno razumevanje tega, kaj pomeni socialni turizem. Med izvajalci oz. ponudniki socialnega turizma tako najdemo male dobrodelne organizacije, ki se ukvarjajo z organizacijo počitnic

za otroke iz socialno ogroženih družin, pa vladne organizacije, odgovorne za izboljšanje dostopnosti npr. hotelov, in privatne organizatorje potovanj (tour-operatorje), ki ponujajo počitnice, ki jih lahko razumemo kot »socialno trajnostne« (npr. turizem, ki bazira na lokalni skupnosti/»community-based tourism«, volonturizem, turizem seniorjev). Razumevanje ciljev in praks socialnega turizma je odvisno tudi od stopnje njegove integracije v osrednje strukture turističnega gospodarstva, kar je naslednji pomemben razlog, da je v državah z relativno visoko stopnjo integracije koncept relativno dobro razumljen in definiran, v državah s t. i. nižjo stopnjo integracije pa manj jasen in tam praktično ni nekega splošnega razumevanja ciljev in praks socialnega turizma.

Položaj in razumevanje socialnega turizma pa je močno odvisno tudi od tega, ali ga posamezna država razume kot »pravico« ali kot »luksuz« (Minnaert, Maitland in Miller, 2009). V prvem primeru gre za povečevanje enakosti med različnimi družbenimi skupinami. Tovrstne interpretacije so utemeljene na način, da se (socialne) počitnice predstavi kot »osnovno pravico vseh, ne glede na njihov socialni, finančni ali geografski položaj« oz. kot »socializacijsko-integracijsko normo« (Jafari, 2000, 542). V drugem primeru pa socialni turizem razumemo kot diskrecijsko aktivnost, do katere ne obstaja nobena pravica in pri čemer je javno financiranje odvisno od utilitarističnega premisleka oz. od tega, ali socialni turizem lahko prinaša dejanske koristi družbi.

Bistvo socialnega turizma se, zaradi povečane razdrobljenosti turističnega trga in sprememb v financiranju storitev socialnega varstva, v zadnjih letih spreminja. Raziskovalci (Diekmann in McCabe, 2013) tako govorijo o socialnem turizmu, ki se od države do države močno razlikuje. Raziskava tako omenja primer Velike Britanije in Irske, kjer se socialni turizem najpogosteje nanaša na zagotavljanje dostopa do turizma za družine z invalidnim članom ali kako drugače prikrajšane družine, ki si počitnic ne morejo privoščiti, medtem ko se celinska Evropa bolj fokusira na zagotavljanje večje socialne kohezije in integracije določenih (izključenih) družbenih skupin oz. na programe po principu »turizem za vse« (»tourism for all«). Tako raziskava omenja primer Belgije, kjer pojem povezovalno naslavlja vse posameznike v družbi, medtem ko se v Nemčiji in Veliki Britaniji pojem v veliki večini uporablja v kontekstu integracije oz. dostopa do turizma za invalidne osebe. Iz iste študije lahko preberemo, da se je v državah z razvitejšim socialnim sistemom, kot so npr. Francija, Belgija, Nemčija in Španija, od leta 1950 dalje, ob razvoju komercialnega turizma pričel tudi razvoj socialnega turizma. Glavni organizatorji le-tega so bili sindikati ter dobrodelne in zdravstvene organizacije. V zadnjih 60 letih so številne vla-

de integrirale »socialni turizem« v njihove socialno-varstvene politike oz. javne finančne sheme, ki zagotavljajo in promovirajo dostopne/cenovno ugodne počitnice.

Definicije in interpretacije socialnega turizma

Jasno in vseobsegajočo definicijo za to specifično področje turizma je težko formulirati, kajti kot socialni turizem lahko klasificiramo številne aktivnosti: vključene so lahko različne oblike počitnic in aktivnosti na destinacijah, različne oblike nastanitvev in različne skupine uporabnikov (Minnaert, Diekmann in McCabe, 2012, 18).

Področje socialnega turizma je tako ohlapno definirano, čeprav naj bi ta, po navedbah Diekmannove in McCabea (2013), na evropskih tleh obstajal vsaj že 60 let. V nadaljevanju tega poglavja smo povzeli razvoj definicije socialnega turizma v omenjenem preteklem obdobju, kot ga predstavljata že navedena avtorja (Diekmann in McCabe, 2013) in skupina drugih vodilnih avtorjev (Minnaert, Maitland in Miller, 2013). Med evropske definicije socialnega turizma smo vrinili še definicijo ameriškega avtorja (Jafari, 2000). Razvoj definicije je prikazan tabelarično po letih in avtorjih, ki so prispevali posamezno definicijo (glej Tabelo 9).

Tabela 9: Pregled definicij socialnega turizma po letih in avtorjih

| Leto | Avtor | Definicija |
|------|---|--|
| 1951 | Hunziker | Socialni turizem vidi kot »odnose in pojave na področju turizma, ki so rezultat udeležbe ekonomsko šibkejših ali kako drugače prikrajšanih elementov v družbi pri potovanju«. |
| 1957 | Hunziker | Socialni turizem je »določena vrsta turizma, za katerega je značilno, da vključuje ljudi z nizkimi prihodki in jim zagotavlja določene storitve, ki se jim kot take priznavajo«. |
| 1982 | Haulot | Izraz socialni turizem pomeni »celoto odnosov in pojavov, ki izhajajo iz udeležbe (v turizmu) tistih socialnih skupin s skromnimi prihodki – udeležba je omogočena ali olajšana s socialnimi ukrepi«. |
| 1995 | Couveia | »Socialni turizem bi moral biti razumljen kot vrsta turizma, katerega glavna oz. ekskluzivna značilnost naj bi bili nekomercialni cilji«. |
| 1996 | BITS Montreal deklaration on Social Tourism | Socialni turizem so »vsi odnosi in pojavi, ki izvirajo iz udeležbe v turizmu, še posebej tistih socialnih slojev s skromnimi prihodki, pri čemer je participacija možna s pomočjo socialnih ukrepov«. |
| 2000 | Jafari | Socialni turizem je »turizem delavcev, družin in združenj (najpogosteje zaposlenih), usmerjen k osebnemu razvoju, in katerega poslanstvo je promocija socialne kohezije na neprofitni osnovi ali v javnem interesu«. |
| 2007 | Minnaert, Maitland, Miller | Socialni turizem je »turizem z dodano moralno vrednostjo, katerega cilj je, skozi turistično izmenjavo, pridobiti koristi za gostitelje ali obiskovalce«. |

Vir: povzeto po Diekmann in McCabe, 2013; Minnaert, Maitland in Miller, 2013 in Jafari, 2000, str. 542.

Iz definicij socialnega turizma lahko vidimo, da gre za zelo kompleksen pojav oz. koncept, ki omogoča različne interpretacije in se tudi v praksi pojavlja v različnih oblikah oz. t. i. iniciativah/pobudah. Na najosnovnejši ravni, glede na ciljno skupino, lahko prepoznamo dve skupini pobud socialnega turizma, in sicer pobude, povezane z gostitelji, in pobude, povezane z obiskovalci (Minnaert, Diekmann in McCabe, 2012). V obeh primerih so to skupine, ki so ekonomsko šibke ali kako drugače prikrajšane. Nekatere pobude gredo torej v smeri pomoči lokalnim (destinacijskim) skupnostim oz. se osredotočajo na gostitelje – pomoč (ekonomska ali/in ekološka) prihaja preko turizma. V tem primeru se turizem pojmuje kot sredstvo razvoja in se pogosto nanaša na aktivnosti, ki jih »turisti« izvajajo v manj razvitih skupnostih. Druge pobude pa poudarjajo potrebe obiskovalcev in cilj takih je npr. omogočiti počitnice tistim skupinam ljudi, ki si jih sicer ne bi mogli privoščiti. To drugo vrsto pobud omenjeni avtorji klasificirajo kot »socialni turizem evropskega konteksta«, kjer socialni turizem ni mišljen toliko kot sredstvo razvoja lokalne skupnosti, pač pa bolj v smislu izmenjave oz. večje socialne vključenosti in kohezije ljudi, ki imajo nižje dohodke oz. so socialno izključeni.

88

V nadaljevanju predstavljamo štiri različne interpretacije oz. modele socialnega turizma, ki so jih razvili Minnaert, Maitland in Miller (2013) (glej Sliko 9) in na tem področju predstavljajo velik prispevek k razumevanju tega pojava oz. njegovih raznolikih namenov in pojavnih oblik. Sistem štirih modelov je zgrajen na dveh kategorijah: v prvi je izpostavljen turistični *produkt*, ki je lahko *standarden* ali pa *specifičen* oz. posebej prilagojen uporabnikom socialnega turizma, drugo kategorijo pa tvorijo *turisti*, pri čemer loči med *turisti*, ki so neodvisni potrošniki turističnih aranžmajev, in *socialnimi turisti*, ki so »odvisni« od pomoči drugih v smislu finančne podpore in/ali kako drugače. Na osnovi tega avtorji razvijejo štiri modele oz. interpretacije evropskega socialnega turizma: participativni, inkluzivni, adaptacijski in stimulacijski model.

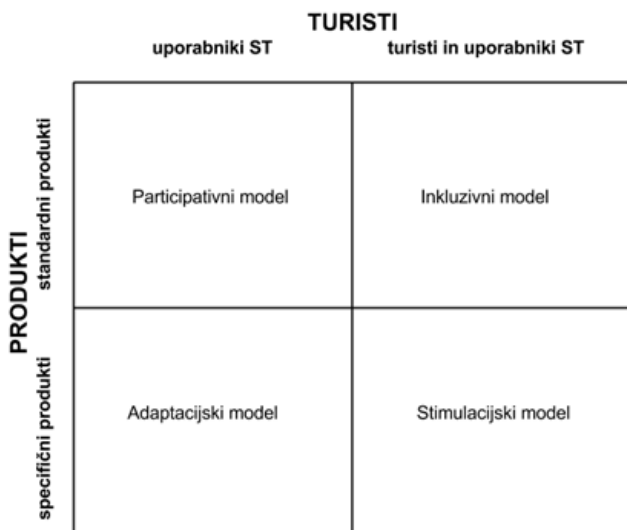
Znotraj *participativnega modela socialnega turizma se posebej spodbuja udeležba v turizmu pri tistih osebah, ki so ekonomsko šibke ali drugače prikrajšane*. Cilj iniciativ socialnega turizma v tej kategoriji je ponuditi turistično izkušnjo tistim skupinam, ki so običajno izključene iz turistične potrošnje zaradi finančnih ali zdravstvenih razlogov. Gre za storitve, ki so na voljo in dostopne tudi drugim, neuporabnikom socialnega turizma. Ponujen produkt je torej standarden. Posebej in aktivno ciljane so skupine prikrajšanih, in sicer z namenom, da se spodbudi njihova participacija v turizmu. Primeri vključujejo otroke z invalidnostjo ali starostnike s komple-

ksnimi zdravstvenimi težavami. Skupine upravičencev se lahko spreminjajo glede na čas in družbo.

Inkluzivni model socialnega turizma spodbuja (kar) najširšo udeležbo v turizmu, po principu »turizem za vse«, in vključuje tudi ekonomsko ali kako drugače prikrajšane osebe. Cilj iniciativ v tej kategoriji je spodbuditi turistično udeležbo/potrošnjo pri čim večjemu delu družbe – npr. s pomočjo shem sofinanciranja oz. »počitniških vavčerjev«. Iniciative te vrste gledajo na asistenco pri udeležbi v turizmu kot na univerzalno korist, ki je še posebej koristna za ekonomsko najšibkejšo. Ponujen turistični produkt je ponovno standarden in enak za uporabnike in neuporabnike socialnega turizma.

Adaptacijski model razlaga socialni turizem kot obliko turizma, posebej namenjeno in prilagojeno osebam, ki so ekonomsko ali kako drugače prikrajšane. Iniciative socialnega turizma te vrste običajno ponujajo produkte, ki so posebej prilagojeni uporabnikom socialnega turizma, npr. skozi selekcijo posebnih namestitvev ali/in zagotavljanjem podpornih storitev. Te vključujejo kapacitete, ki so prilagojene ljudem s težavami v mobilnosti, ali organizacijo posebej zasnovanih aktivnosti. Udeležba v tem primeru je omejena samo na uporabnike socialnega turizma, produkti pa prilagojeni njihovim (posebnim) potrebam.

V okviru stimulacijskega modela socialni turizem razumemo kot obliko turizma, ki ekonomsko šibkejšim ali kako drugače prikrajšanim osebam skozi turistično dejavnost zagotavlja (nove) gospodarske priložnosti. Ta interpretacija se primarno osredotoča na zagotavljanje ekonomskih koristi za skupnost gostiteljev. Ciljane skupine so tisti uporabniki, ki jih lahko pritegnemo v času nizke sezone (npr. upokojeanci) – na ta način se povečujejo prodaja in zaposlitvene priložnosti v destinacijah. Posebej pripravljene, specifični produkti socialnega turizma (npr. skupinske počitnice all-inclusive) so zasnovani zato, da privabijo udeležence teh iniciativ, pri čemer pa so kriteriji za udeležbo manj togi in programi namenjeni obojim, uporabnikom socialnega turizma in tudi tistim, ki lahko sodelujejo znotraj »komercialnega« turizma.



Slika 9: Interpretacije/modeli socialnega turizma.

Vir: povzeto po Minnaert, Maitland in Miller, 2013, str. 7.

Uporabniki/upravičenci in koristi socialnega turizma

Še vedno ostaja odprto tudi vprašanje, kdo so upravičenci socialnega turizma. V najširšem pomenu lahko kot upravičence pojmujeemo vse tiste skupine ljudi, ki bi bile brez vključevanja v pobude socialnega turizma iz turizma izključene (Minnaert, 2014). Socialni turizem je zgodovinsko svoj fokus s tovarniških in fizičnih delavcev preusmeril na druge upravičene skupine (Diekmann, McCabe in Minnaert, 2012, 35). Calypso-iniciativa (European Commission, 2013), ki jo je sprožila Evropska komisija leta 2008 in ki naj bi imela za cilj vzpostavitev sistema socialnega turizma v evropskem prostoru, je definirala štiri skupine upravičencev: mlade, seniorje, osebe z invalidnostjo in družine s težavami – tako oblikovane skupine upravičencev ostajajo bolj ali manj konsistentne za vse evropske države. Prve tri skupine so po mnenju Minnaertove preširoke (Ecoclub, 2013): vsaka mlada oseba, senior ali oseba z invalidnostjo ne potrebuje finančne ali kakšne druge pomoči, da bi lahko potovala. Tako so bile izvedene tudi že prve korekcije prvotno definiranih skupin upravičencev, tako da Calypso-pobuda danes govori o; deprivilegiranih mladih osebah (v starosti od 18–30 let), o osebah nad 65 leti in upokojenecih, ki si počitnic ne morejo privoščiti ali jim organizacija le-teh povzroča težave, ljudeh z invalidnostjo in družinah, ki se soočajo s finančnimi ali drugimi pritiski. Drug razmislek o upravičencih

pa izpostavlja dejstvo, da so določene družbene skupine, navkljub opravljenim korekcijam upravičencev, še vedno izključene iz turizma. Eminentni raziskovalci socialnega turizma, kot so Diekmann, McCabe in Minnaert (2012, 37), navajajo, »da tako oblikovane skupine upravičencev ne pokrivajo vseh družbenih skupin, ki so izključene iz turizma« in navajajo primer samskih oseb med 35. in 65. letom, ki jih ne moremo uvrstiti niti v kategorijo »družin« niti v kategorijo »seniorjev«. Prav tako različne države dajejo prednost različnim skupinam upravičencev; v Angliji in Nemčiji se npr. bolj »targetira« družine, vključno z enostarševskimi, rejniškimi in posvojiteljskimi družinami, medtem ko se na Poljskem usmerjajo bolj v programe za mladino in otroke, v Španiji pa bolj na seniorje (Diekmann in McCabe, 2013, 27).

Prav tako je raziskovanje koristi, ki naj bi jih socialni turizem imel za uporabnike, družbo ali druge deležnike, v zadnjih letih doživelo veliko akademske pozornosti. V osnovi ločimo ekonomske in socialne koristi socialnega turizma, pri čemer naj bi socialni turizem generiral oboje vrst koristi. Socialne koristi in učinki programov socialnega turizma (Minnaert et al. 2009; Minnaert, 2008, McCabe 2009) se tako nanašajo na povečanje samozavesti vključenih, izboljšanje družinskih odnosov, širjenje potovalnih obzorij in proaktivnejši odnos do življenja, izobraževanja in dela. Griffin in Stacey (2013, 34–35) sta, poleg že omenjenih socialnih koristi, dodala še nekatere druge, in sicer: odmor od (pogosto) stresne rutine in domačega okolja, priložnost za druženje in spoznavanje novih ljudi, povečanje zadovoljstva, subjektivno dobro počutje in povečanje kakovosti življenja, izboljšanje duševnega in telesnega zdravja in dobrega počutja, priložnost za osebni razvoj skozi nove izkušnje in nova okolja, izboljšanje samopodobe in samozavesti, sprostitvev in izboljšanje odnosov, vzpostavljanje občutka normalnosti, skupno preživljanje prostega časa, okrevanje po bolezni ali izgubi in nenazadnje obisk novih krajev in uživanje v novih aktivnostih. Omenjene socialne koristi počitnic odsevajo splošne koristi počitnic, ki jih le-te prinašajo vsem udeležencem/turistom in niso specifično vezane samo na uporabnike socialnega turizma. Prav tako pa naj bi koristi socialnega turizma tudi presegle okvire individualnih koristi in naj bi imele pozitivne finančne in socialne učinke na širšo družbo.

Calypto-initiativa, na drugi strani, izpostavlja predvsem ekonomske koristi socialnega turizma oz. koristi teh programov za (evropsko) turistično gospodarstvo. Namen te pobude je pravzaprav ta, da spodbuja gospodarsko rast (skozi spodbujanje turistične dejavnosti), zmanjšuje vplive sezonskosti na poslovanje, ohranja oz. generira nove zaposlitve v turizmu in omogoča razvoj regij oz. razvoj nastajajočih (malih) turističnih destinacij

na regionalni ravni. Ena izmed interpretacij socialnega turizma – gre za interpretacijo stimulacijskega modela, (Minnaert, Maitland in Miller, 2013, 13) – torej kot osrednjo značilnost izpostavlja ekonomske koristi socialnega turizma, glavni argument za razvoj socialnega turizma so torej finančne koristi in ne moralno-etični argumenti.

Isti avtorji (Minnaert, Maitland in Miller, 2013, 15) pa ugotavljajo tudi, da so meje med socialnim in komercialnim turizmom vse bolj zamegljene: v nekaterih državah so se tradicionalni ponudniki socialnega turizma morali prilagoditi komercialnemu povpraševanju in privabljanju novih strank, medtem ko se v drugih državah komercialni turistični ponudniki, zlasti da bi privabili nove stranke oz. posle v nizki sezoni, usmerjajo v socialni turizem (primer IMSERSO-programov v Španiji).

Metodologija

Ker so koncept in pobude/programi socialnega turizma v Sloveniji slabo poznani in slabo razumljivi, je posledično otežen tudi dostop do ponudnikov socialnega turizma oz. identifikacija (različnih) programov socialnega turizma. Oblikovanje reprezentativnega vzorca je torej v osnovi (praktično) nemogoče, prvič zato, ker ne razpolagamo z nekim registrom/spiskom ponudnikov programov socialnega turizma, na podlagi katerega bi lahko oblikovali vzorec, drugič zato, ker obstajajo številne nejasnosti v zvezi s programi socialnega turizma, tretjič pa zato, ker to z vidika problema naše raziskave ni smiselno. Zaradi predstavljenih omejitev in problema raziskave smo se odločili za kvalitativno raziskavo, ki poteka po strogo določenih načelih in postopkih kvalitativne analize (Mesec, 1998). Gre za pojasnjevalno raziskavo, katere namen je »odkrivanje struktur, obrazcev, pravilnosti in pojasnjevanje (eksplanacija) in kjer naj bi analiza pripeljala do oblikovanja konceptov, hipotez in eksplanacij, to je do teoretičnih formulacij« (Mesec, 1998, 101).

Najprej smo morali poiskati ponudnike socialnega turizma. V izhodišču smo se osredotočili na medijsko prepoznavnejše humanitarne akcije kot so npr. akcija Rdečega križa Slovenije (RKS) »Peljimo jih na morje«, akcija ZPMS »Pomežik soncu« in nekoliko manj poznana akcija Zavoda Sonček »Mirno morje«, za katero smo izvedeli po priporočilu prve sogovornice (tehnika »snežne kepe«, po kateri prvi intervjuvani priporoči naslednjega in tako dalje (Mesec 1998, 95). V vseh primerih gre za humanitarne programe, v sklopu katerih omenjene organizacije omogočajo brezplačna letovanja za otroke, otroke in starejše iz socialno ogroženih družin oz. za osebe z invalidnostjo. Z veliko verjetnostjo lahko vse omenjene programe uvrstimo v eno od obstoječih kategorij socialnega turizma oz.

se ti lahko klasificirajo znotraj obstoječih modelov/interpretacij socialnega turizma. Omenjene organizacije oz. ponudnike programov socialnega turizma smo v raziskavo vključili zaradi »teoretične in praktične relevantnosti, ki nastopata kot poglobljena kriterija« (Mesec, 1998, 43) pri vzorčenju oz., bolje rečeno, »izboru enot kvalitativnega raziskovanja« (Mesec, 1998, 73.). Temu izboru raziskovanih primerov smo dodali še Sindikat gostinstva in turizma; v Franciji se npr. s sindikalnim turizmom, ki v tej državi predstavlja najpomembnejšo »obliko« socialnega turizma, izdatno ukvarjajo, glede na to, da je bil nekoč ta zelo prisoten tudi v Sloveniji, pa smo želeli izvedeti, kakšni programi socialnega turizma danes v Sloveniji (še) obstajajo oz. kako je le-ta organiziran. Skupno smo se torej usmerili v proučevanje štirih izbranih ponudnikov socialnega turizma; znotraj omenjenega prispevka se bomo omejili le na enega, tj. na ZPMS, pri čemer (še vedno) sledimo metodološkemu načelom kvalitativnega raziskovanja, ki pravi, da »v okviru kvalitativnega pristopa ne proučujemo večjega števila oseb kot enot kake socialnodemografske definirane kategorije ali populacije z namenom, da bi s preštevanjem prišli do splošnih ugotovitev, ampak raziščemo posamezen primer ali majhno število primerov, ki jih med seboj primerjamo« (Mesec, 1998, 43). Izbor torej v nobenem pogledu ni reprezentativen, ampak kombinacija priročnega in namerne izbora (Mesec, 1998, 209).

Vse omenjene ponudnike programov socialnega turizma in dostopne informacije o njih smo v prvi fazi (v septembru) pregledali s pomočjo spleta in v drugi fazi (oktober in november) izvedli kratke informativne telefonske intervjuje z vsemi ponudniki programov socialnega turizma, kjer smo z njimi vzpostavili stik (t. i. vstop v polje (Mesec, 74)), jim predstavili namen naše raziskave oz. jih poprosili za sodelovanje v njej in se tudi kratko informirali o njihovi dejavnosti s poudarkom na programih socialnega turizma oz. letovanjih, ki jih izvajajo. Poprosili smo jih tudi za dodatna pisna gradiva v zvezi z letovanji, ki jih izvajajo. Potem smo z njimi v januarju izvedli okroglo mizo (skupinski intervju oz. skupinski pogovor), ki pa ni v celoti predmet te raziskave – znotraj tega prispevka se bomo namreč usmerili le v analizo pridobljenega pisnega gradiva (dostopne dokumentacije) in intervjuja, ki smo ga (v sklopu skupinskega intervjuja) izvedli z enim izmed ponudnikov programov socialnega turizma, in sicer s ZPMS. Usmerili smo se v proučevanje posameznega primera, torej smo izbrali t. i. idiografski pristop (Mesec, 1998, 44), kjer »poskušamo razumeti delovanje, probleme in pojave konkretnega sistema iz njega samega in njegovih interakcij z okoljem ali kontekstom«. Izhodišče naše raziskave je dokumentarno gradivo (pridobljeno na osnovi organizacijske dokumentacije in intervjuja) o letovanju otrok preko ZPMS, ki ga bomo obdelali po metodologiji kvalitativ-

ne analize: besedni zapis bomo razčlenili na teme, teme bomo poimenovali z izrazi vsakdanjega jezika, nato jih bomo preimenovali v raziskovalne teme ali probleme, jih kodirali, izbrali ključne pojme, definirali odnose med njimi in končno oblikovali poskusno teorijo (Mesec, 1998, 350–377).

ZPMS je v letu 2013 praznovala 60 let svojega obstoja in ob tem prazniku so izdali zbornik ob jubileju ZPMS z naslovom *60 let za dobro otrok* (Struc et al., 2013), kjer so obširno predstavljene kronika in aktivnosti organizacije ter njenih društev in zvez. V zborniku najdemo tudi gradiva, ki opisujejo dejavnost organizacije v zvezi z organizacijo in izvedbo letovanj otrok, in ta pisna gradiva, »organizacijski (uradni in) neuradni dokumenti« (Mesec, 1998, 85), predstavljajo dokumentarno gradivo naše raziskave – kot izbrano metodo zbiranja empiričnega gradiva torej navajamo koriščenje dokumentiranih virov (Mesec, 1998, 77), dodatno pa še metodo odprtega intervjuja – delno strukturiranega intervjuja (80). Osnovno gradivo, na katerega smo se oprli, je prispevek z naslovom *Mi gremo pa na morje* (Struc, 2013 v Struc et al., 2013), kjer so predstavljena letovanja pri ZPMS. Poleg tega pa smo v analizo vključili tudi zapise intervjuja, ki se nanašajo na programe v organizaciji ZPMS in njihovo financiranje. Oba pristopa, analiza dokumentacije in intervju, sta vsak zase in tudi kot kombinacija znotraj kvalitativnih raziskav navedena kot možni metodi za zbiranje empiričnega gradiva (Mesec, 1998, 39).

Predstavitev Zveze prijateljev mladine Slovenije

Na spletni strani ZPMS (ZMPS, 2014) je zapisano, da je to nevladna, prostovoljna, človekoljubna in neprofitna organizacija, katere temeljni cilj je dvig kakovosti življenja otrok, mladostnikov in družin, zastopanje in uveljavljanje njihovih interesov in potreb ter zaščita njihovih pravic. Deluje že od leta 1953 in v sodobno organizirani civilni družbi postaja vedno bolj nepogrešljiva. Odziva se na aktualna družbena vprašanja in tvorno prispeva k oblikovanju pozitivnih vrednot življenja, otrok, mladostnikov in družin. Delovanje Zveze prijateljev mladine Slovenije temelji na razvijanju vrednot prostovoljnega dela in negovanju dobrih medčloveških odnosov.

V viziji je zapisano, da si želi s svojim delovanjem krepi glas otrok in mladostnikov in prispevati k oblikovanju otrokom, mladostnikom in družinam naklonjenega javnega mnenja. ZPMS si želi postati nepogrešljiv sogovornik države pri sprejemanju sistemskih rešitev v korist otrok, mladostnikov in družin.

Ciljne skupine, v katere se pretežno usmerjajo s svojimi programi, so: otroci do 14. leta starosti, mladostniki do 18. leta starosti in družine. Temeljna načela delovanja organizacije, ki so pomembna tudi z vidika naše

raziskave, pa so sledeča: (1) ustvarjanje enakih možnosti za dostopnost in vključenost otrok, mladostnikov in družin v programe spoštovanja vrednot življenja otrok, mladostnikov in družin; (2) prostovoljno delo; (3) neprofitnost; (4) strpnost do drugačnih; (5) odprtost delovanja in povezovanja s sorodnimi neprofitnimi, prostovoljnimi organizacijami.

Socialni turizem in programi letovanj pri ZPMS: finančna občutljivost in dostopnost programov letovanj

Raziskava programov letovanja pri ZPMS izhaja iz predpostavke, da je pojav socialnega turizma v Sloveniji zelo slabo razumljen oz. da posledično zelo težko ugotovimo, ali takšni programi pri nas sploh obstajajo oz. za kakšne programe gre. O programih predstavnica ZPMS pove in poudari, da »pri njih [v zvezi s programi letovanj] *obstaja dvojna maksima: prvič, omogočiti počitnice vsem otrokom, in drugič, za vse otroke enake počitnice. ... Ti programi postajajo vedno zahtevnejši in skušamo jih spraviti v neke zgodbe tako, da izkoristimo okolico, v kateri se letovanje dogaja, in vsebino programa prilagodimo možnostim, ki jih posamezno letovišče ima: nekatera letovišča imajo več možnosti za šport in seveda je poudarek na športu; v drugih se odvijajo poudarki na jezikovnih usposabljanjih oz. jezikovni tečaji; drugod, npr. Kranjska Gora je povezana s Kekčevo deželno in aktivnostmi, ki se lahko tam dogajajo, tako da je ta zadeva zelo pestra.*« Na vprašanje, katere programe »socialnega turizma« izvajate in komu so namenjeni, pa v intervjuju s predstavnico ZPMS dobimo odgovor, da so to »osnovno letovanja, šole v naravi, potem pa tudi letovanja za družine ob raznih prazničnih dneh, kot je prvi maj in podobno; izvajamo pa tudi letovanja za otroke s posebnimi potrebami – imamo pač to možnost, ker imamo velika letovišča, da ti otroci letujejo z ostalimi otroci in da so to neke nove izkušnje tako za te otroke, ki so brez spremstva svojih staršev (če so zelo hendikepirani imajo pač neko drugo spremstvo), in pa tudi za druge otroke, ki se prvič srečajo z otrokom, ki ima neke posebne potrebe. Tako da se tu razvijajo neki socialni procesi oz. odnosi, ki tudi vzgojno vplivajo na otroke.«

Poglejmo si najprej t. i. osnovne programe – *letovanja*, ki jih izvajajo društva in zveze znotraj ZPMS. Ta že v osnovi poskušajo biti finančno dostopna in dosegljiva za čim več otrok oz. njihovih staršev (občutljivost za različen socialno-ekonomski položaj družin), čeprav »to ni samo poceni turizem«, ampak gre za programe, ki prinašajo vrsto koristi za otroke, ki pa niso predmet te raziskave. V zvezi z finančno občutljivostjo oz. z zagotavljanjem dostopnosti teh letovanj so značilni naslednji pojavi oz. aktivnosti:

- cenovna dostopnost (»Vrednost oskrbnega dne je 30 €. Cena 10-dnevnega letovanja za enega otroka v naših počitniških domovih je 300 €.«; Medtem, ko leta 1954 »strošek 3 tedenskega letovanja znaša 3000 do 4000 dinarjev.«; »To socialno vlogo [programov] jaz ne vidim v tem, da je nizka cena ...«);
- množičnost (»Skupno [danes] letuje letno v organizaciji društev in zvez blizu 20.000 otrok.«; »Največ otrok je letovalo leta 1959, ko je na organizirane počitnice odšlo 35.000 otrok.«);
- usposobljeni prostovoljci (»za katere [otroke] poskrbi več kot 4000 usposobljenih prostovoljcev: usposobljenih vzgojiteljev, pedagoških vodij, umetniških in športnih animatorjev, plavalnih učiteljev ter zdravstvenega osebja«);
- skrbno ravnanje in pridobivanje finančnih virov (O vlogi in nalogah leta 1954 ustanovljenih koordinacijskih komisij so zapisali: »preprečuje prekomerno razsipavanje«; med nalogami omenjenih komisij so bile tudi: »zagotoviti sredstva za letovanja, in sicer zagotovitev stalnega vira; skrb za smotrno gospodarjenje s finančnimi sredstvi ter racionalna izraba materialnih sredstev za letovanje«, danes pa: »Nevarnost je v pomanjkanju denarja, da bi uresničili te cilje – omogočiti počitnice za vse otroke oz. za tiste, ki to nujno potrebujejo.«);
- občutljivost za socialno šibkejšo (»[Koordinacijska komisija] določa oskrbnino za otroke na letovanjih. Poleg tega določa znesek za oskrbnino otrok, ki ga plačujejo starši. Pri tem posebej skrbi, da so prispevki socialno šibkih staršev ustrezni njihovemu gospodarskemu stanju.«; »mora skrbeti, da so pri napotitvah na letovanje imeli prednost otroci iz socialno šibkih družin in da so bili ustrezno napoteni na primerno letovanje.«; »ZPMS je bila že ustanovljena v znamenju humanitarnosti, saj je organizacija, katere osnovna dejavnost je namenjena izboljšanju življenjskih razmer vseh otrok.«);
- lastne namestitvene kapacitete – nekoč (»Letovanja so v začetku izvajali v bolj ali manj improviziranih okoliščinah – šotorišča, šolska poslopja, telovadnice, gasilski domovi, planinske kočice, sindikalna letovišča ... Kasneje so društva ali zveze pa tudi občine in mesta pridobila upravljalne pravice nad določenimi objekti – največkrat je šlo za najem za daljše obdobje. Edinstven primer je zagotovo Vzgojno-izobraževalni in rekreacijski center ZPM Maribor, ki so ga leta 1988 zgradili Mariborčani s samopriskom. Lastnik sodobnih objektov z blizu 350 posteljami in dokaj velikimi zelenimi površinami kakšnih 200 metrov od morja na Materadi pri Po-

- reču pa je ZPM Maribor.«) in danes (»Otroci ne letujejo več v improviziranih prostorih, ampak v sodobnih, lepo urejenih objektih, ki dosegajo ustrezne namestitvene standarde, najmanj s statusom mladinskega hotela ... Danes ima ZPM v lasti ali upravljanju 16 letovišč v Sloveniji in na Hrvaškem ... Skupno je v njih 2.275 postelj ... Največ težav je finančne narave – za adaptacije in posodobitve občine vsako leto namenjajo manj denarja.«);
- različni viri financiranja (»[Danes] financiranje teče po več smereh in sicer [programe (so)financira] zavod za zdravstveno zavarovanje, fundacija FIHO, potem seveda pretežni delež starši, velik delež so tudi prispevki lokalnih skupnosti in pa tudi akcije – humanitarne in druge, kot je npr. Pomežik soncu, Snežinka sočutja, Vsi smo nekoč bili otroci ipd.; to so kampanje, namenjene temu, da se zbira sredstva za letovanja (sponzorska in donatorska sredstva). Največ težav [za organizatorje letovanj] je finančne narave. Za stroške letovanj občine vsako leto namenjajo manj denarja. [Nekoč] pa so za počitnikovanje, ki ga je organizirala ZPMS, 30–50 odstotkov financirali starši, 24 odstotkov SIS otroškega varstva, 21 odstotkov SIS zdravstva in socialnega varstva ter 15 odstotkov SIS socialnega skrbstva.«);
 - različne skupine otrok in različni viri financiranja (»Tako v svoje programe letovanj in prostočasnih aktivnosti vključuje otroke s posebnimi potrebami in otroke iz socialno ogroženih družin.«; »Ko so otroci v letovišču, so deležni vsi enakih storitev, enakega programa, ne glede na to, kako je financirano njihovo letovanje oz. kako so te storitve pokrite.«).

Skladen s starejšimi definicijami socialnega turizma je osnovni kriterij, po katerem socialni turizem in tovrstne programe in pobude ločimo od ostalih zvrsti turizma, in to je občutljivost za socialno-ekonomski položaj posameznikov oz. skupin – v našem primeru otrok oz. socialno-ekonomski položaj družin teh otrok: »*Naša organizacija [ZPMS] posebej skrbi, da se letovanj in prostočasnih aktivnosti lahko udeležujejo vsi otroci ne glede na socialni status.*« Zato ta kriterij *finančne občutljivosti* lahko opazimo skozi vrsto pojavov in aktivnosti, ki jih ZPMS izvaja – »zaradi svoje dejavnosti je ZPMS pridobila status organizacije v javnem interesu, od leta 2005 ima po Zakonu o humanitarnih organizacijah status humanitarne organizacije«. V zvezi s financiranjem oz. finančno dostopnostjo njihovih programov predstavnica ZPMS v intervjuju poudari, da je pri njih prisotna dvojna maksima, in sicer »prvič, omogočiti počitnice vsem otrokom, in drugič, za vse otroke enake počitnice«. V temelju teh programov je torej promocija soci-

alnega vključevanja in socialne kohezije, kar je skladno z definicijo Jafarija (2000). Če se osredotočimo na prvi del izjave, vidimo, da je bila v izhodišče programov ZPMS, tako v obdobju socializma kot še danes, »sistemska vgrajena« občutljivost za socialni položaj družin in otrok. Večja »dostopnost« letovanj je bila omogočena skozi različne sisteme financiranja oz. sofinanciranja le-teh: kot vidimo, letovanja v osnovi še vedno v pretežnem delu financirajo starši, vendar po navedbah le še 30 odstotkov staršev (lahko) plača polno ceno letovanj, vsi ostali otroci pa imajo letovanja sofinancirana ali brezplačna. Viri financiranja letovanj so zelo različni, in sicer vidimo, »da letovanja otrok s posebnimi potrebami pretežno financira fundacija FIHO« in da »ta program vključuje letno od 100 do 150 otrok. So pa letovanja tudi humanitarnega značaja, saj s humanitarnimi akcijami zagotovimo povprečno letno več kot 1.000 otrokom povsem brezplačno letovanje, za nekaj tisoč otrok pa pridobimo sredstva za subvencionirano letovanje pri lokalnih skupnostih in zavodu za zdravstveno varstvo«. Kot že rečeno, v organizaciji društev in zvez ZPMS letno letuje skupno blizu 20.000 otrok. V programe letovanj se poleg drugih otrok vključujejo tudi otroci iz socialno ogroženih družin in otroci s posebnimi potrebami (»ko pa so otroci v letovišču, so deležni vsi enakih storitev, enakega programa, ne glede na to, kako je financirano njihovo letovanje« – otroci se na letovanju »mešajo«).

Poleg omenjenega sistema (so)financiranja programov letovanj (in tovrstne finančne občutljivosti) pa so ambicije ZPMS že v osnovi usmerjene v to, da na trgu ponudijo čim bolj »cenovno dostopne« programe, ki bi bili tako lažje dosegljivi za čim širšo populacijo otrok in njihovih staršev. To organizator dosega na različne načine; prav gotovo je eden pomembnih dejavnikov »množičnost« teh letovanj, ki organizatorju z vidika stroškov omogoča oblikovanje relativno »ugodnih«, »dostopnih« oz. »nizkih« cen programov letovanj. Drug pomemben dejavnik so gotovo lastna osnovna sredstva oz. »lastne namestitvene kapacitete« – letovišča, ki organizatorju ponujajo večjo fleksibilnost pri oblikovanju cene, saj ni odvisen od drugih, komercialnih ponudnikov namestitvenih kapacitet in njihovih pogojev poslovanja. Zanimiva pa je tudi ugotovitev, »da upravljavcem letovišč danes le-ta, zaradi adaptacij in posodobitve, predstavljajo tudi vse večje finančno breme – občine vsako leto namenjajo manj denarja za to«, zato lastna letovišča danes niso nujno prednost, kot smo domnevali v izhodišču. Kot pomemben tretji dejavnik cenovne dostopnosti pa lahko razumemo tudi »neprofitno usmerjenost« organizacije, ki se s programi letovanj ne ukvarja zaradi ustvarjanja dobička, pač pa zato, ker »z letovanji zagotavljammo sproščujoče, ustvarjalno, varno in aktivno preživljanje počitnic«. V smislu zasledovanja neprofitnih ciljev organizacije lahko razumemo tudi po-

jav »prostovoljcev« oz. »prostovoljnega dela«, ki so za svoje delo vse bolj usposobljeni in vse bolj postajajo »neplačani profesionalci« – usposobljeni vzgojitelji, pedagoški vodje, umetniški in športni animatorji, plavalni učitelji ter zdravstveno osebje, ki spremlja otroke na letovanjih in sodeluje z (redkimi) plačanimi profesionalci. Na osnovi dela prostovoljcev tako nastajajo določeni (finančni) prihranki, na račun katerih so letovanja lahko cenejša (po drugi strani pa izredno kakovostna). Skladen s temeljnim načelom neprofitnega delovanja organizacije pa je tudi poudarek na »skrbnem ravnanju s finančnimi viri«, ki ga pri ZPMS zasledujejo že tradicionalno in na podlagi katerega uživajo zaupanje različnih »financerjev« programov letovanj oz. so si pridobili »status organizacije v javnem interesu in status humanitarne organizacije«.

Poleg sistemov (so)financiranja ter cenovne dostopnosti programov pa relativno dobro dostopnost programov letovanj omogoča dobra (*distribucijska*) mreža društev in zvez, ki delujejo znotraj ZPMS in njihove dejavnosti – že davnega leta 1954 je bila ena od glavnih nalog koordinacijske komisije »poskrbeti za propagando letovanj in širiti njihovo mrežo«. »Ker so letovanja eden pomembnih dejavnikov za zdravje, vzgojo in rekreacijo vseh otrok, sodi ta program v dejavnost domala vseh društev in zvez v mreži ZPMS.« Dobro razvita mreža omogoča organizatorju, da deluje na lokalni ravni in se na ta način približa potrebam (in problematiki) otrok in njihovih družin, ki živijo v tem okolju, ter jih spodbuja oz. vključuje v letovanja oz. druge prostočasne aktivnosti.

Programi ZPMS glede na obstoječo klasifikacijo socialnega turizma

»Cenovno ugodne« oz. dostopne programe letovanj otrok lahko razumemo kot prvo stopnjo finančne prilagoditve oz. finančne občutljivosti programov, kljub temu »pa polno ceno letovanja danes lahko plača [le še] približno 30 odstotkov staršev«. Čeprav so letovanja v osnovi neprofitna, pa sta za njih značilna visoka stopnja profesionalizacije in doseganje visokih standardov kakovosti. Letovanja otrok, ki jih ZPMS vsako leto organizira, predstavljajo t. i. »osnovno ponudbo« in jih zaradi omenjenih značilnosti lahko uvrstimo v t. i. inkluzivni model socialnega turizma. Osrednja značilnost inkluzivnega modela je vključevanje čim večjega dela družbe v turizem po principu »turizem za vse« oz. doseganje čim večje dostopnosti turističnih produktov za čim večji del družbe – pobude tega tipa razumejo »finančno asistenco« pri udeležbi kot univerzalno koristno, še posebej koristna pa je le-ta za socialno šibkejše skupine. V ta model lahko uvrstimo tudi sheme sofinanciranja oz. subvencioniranja letovanj, za katere sredstva običajno prispevajo lokalne skupnosti in (presenetljivo) zavod za zdravstve-

no varstvo (verjetno zato, »ker so letovanja eden pomembnih dejavnikov za zdravje, vzgojo in rekreacijo«) – to povezavo med turistično udeležbo in pozitivnimi učinki na zdravje, dobro počutje oz. kvaliteto življenja »prikrajšanih« potrjujejo tudi številne druge študije (Carretero, Ferri in Garces, 2013; McCabe, Joldersma in Chunxiao, 2010). Poleg že omenjenih koristi letovanj za zdravje, vzgojo in rekreacijo otrok pa so tovrstna letovanja usmerjena predvsem v »zagotavljanje sproščujočega, ustvarjalnega, varnega in aktivnega preživljanja počitnic« oz. zagotavljanje nekih univerzalnih, »splošnih koristih«, ki jih imajo počitnice za otroke. »ZPMS je že v svojih ustanovnih aktih opredelila vprašanje skrbi za kakovostno preživljanje prostega časa otrok in mladih kot svojo temeljno vsebinsko in organizacijsko usmeritev – ta ima podlago v 31. členu Konvencije o otrokovih pravicah, ki pravi, da ima vsak otrok pravico, da prosti čas preživlja kvalitetno.« Torej je ZPMS »v dolgoletni tradiciji delovanja s svojimi strokovno vodenimi programi omogočala, da so se v programe letovanj lahko vključili vsi otroci po načelu enakih možnosti«.

Drug pomemben vir financiranja, ki otrokom omogoča brezplačno letovanje, pa so humanitarne akcije oz. donatorska in sponzorska sredstva, ki jih ZPMS pridobiva na lokalni in nacionalni ravni. V zvezi s temi se za tovrstna letovanja uveljavlja naziv »humanitarni« oz. »donatorski programi«. ZPMS največji prispevek za brezplačno letovanje otrok iz socialno nespodbudnih okolij pridobi z vsakoletno akcijo »Pomežik soncu«, s katero so pričeli v letu 1998, »s ciljem zmanjševanja socialne izključenosti in zagotavljanja enakih možnosti otrokom za kvalitetno preživljanje počitnic«. Doslej so peljali na povsem brezplačne počitnice že blizu 8.000 otrok. Zelo podobna humanitarna akcija, ki je tekla od leta 2003 do 2007, pa je bila »Vsi smo bili otroci«: neko podjetje je, v sodelovanju z velikim slovenskim trgovcem, omogočilo enotedensko letovanje skupno 1.500 otrokom – vsako leto po 100 v zimskih počitnicah in 200 v letnih počitnicah. Tudi iz namena humanitarnih projektov – »otrokom zagotavljati enake možnosti za vključitev v organizirano letovanje ne glede na njihove materialne in socialne zmožnosti« – je razvidno, da gre za programe, ki jih nedvoumno razumemo kot programe oz. pobude »participativnega modela« socialnega turizma, »kjer se posebej spodbuja udeležba v turizmu pri tistih osebah, ki so ekonomsko šibke ali drugače prikrajšane. Cilj teh iniciativ socialnega turizma je ponuditi turistično izkušnjo tistim skupinam, ki so običajno izključene iz turistične potrošnje zaradi finančnih ali zdravstvenih razlogov.« Cilji teh programov pri ZPMS pa naj bi otrokom, poleg osnovnih koristi, kot so npr. »(1) kakovostno preživljanje prostega časa, (2) spodbujanje ustvarjalnosti, aktivnosti in odkrivanje ter izražanje njihovih talen-

tov«, omogočili še dodatne (socialne) koristi, kot so npr.: »(3) enakovredne počitniške aktivnosti skozi druženje z vrstniki in s tem enake možnosti, (4) učenje drugih otrok sprejemanja, sočutja in strpnosti do drugačnih – spodbujanje pozitivnih vrednot, (5) preprečevanje oz. blaženje socialne izključenosti, (6) zdravstvena preventiva, (7) izboljšanje samopodobe in sprejetosti ter (8) varno (psihično in fizično) okolje«.

Programe letovanja za otroke s posebnimi potrebami bi lahko uvrstili med pobude »adaptacijskega modela« socialnega turizma. Gre za obliko turizma, ki je posebej namenjena in prilagojena potrebam teh otrok. Otroci običajno ne potujejo s svojimi starši, zagotovljeno pa imajo, »če so zelo hendikepirani, pač neko drugo spremstvo« oz. neke druge podporne storitve in infrastrukture prilagoditve. Socialne koristi teh programov so usmerjene predvsem v: »(1) enakovredno vključevanje v počitniške aktivnosti skozi druženje z vrstniki in kakovostno preživljanje prostega časa; (2) učenje drugih otrok sprejemanja in strpnosti do drugačnih; (3) samospoznavanje in razvoj potencialov; (4) spodbujanje drugačnim otrokom naklonjenega javnega mnenja ter ozaveščanje o njihovih posebnostih in (5) preprečevanje njihove socialne izključenosti oz. omogočanje socialne vključenosti«. Poleg splošnih koristi, ki jih imajo ti programi za otroke, sta močno poudarjena socialno vključevanje in »promocija drugačnosti«, ki vključuje učenje oz. izkušnjo o drugačnosti in spreminjanje odnosa do drugačnih. Na temo dela z otroki s posebnimi potrebami so v letu 2013 pri ZPMS v organizirali tudi dve usposabljanji za pedagoške vodje potovanj.

V okviru »stimulacijskega modela« socialnega turizma pa lahko razumemo pestro »dodatno ponudbo«, kjer se znajdejo zelo raznovrstni programi, ki jih ZPMS organizira znotraj svoje mreže društev in zvez – nekateri programi potekajo tudi v sodelovanju z zunanjimi izvajalci in organizatorji –, kot so npr.: »Vesele angleške počitnice oz. različni tečaji tujih jezikov; šola jadriranja in astma-šola; izvajanje naravoslovnih in projektnih dni; v predsezoni in po njej imamo tudi druge programe, in sicer šolo v naravi, nagradna letovanja za zlate bralce, donatorska letovanja, Pomežik soncu; obšolske dejavnosti, tabori, delavnice, športne priprave ekip, letovanja družin z malimi otroki; mladinske delavnice, tenis-šola, plavalna šola, popotniške delavnice, ustvarjalnice in delavnice itd.«. Skupni imenovalac vseh teh programov je, da se oblikujejo glede na (posebne) interese otrok. V osnovi gre za tržne programe, ki »izkoriščajo« cenovno ugodno in prilagojeno infrastrukturo otroških letovišč in so na ta način lahko, poleg vsebinske oz. interesne prilagojenosti, »cenovno dostopnejši« posameznim skupinam otrok. Koristi tovrstnih programov, poleg osnovnih koristi, ki smo jih že predstavili, so usmerjene predvsem v pridobivanje nekih novih znanj in iz-

kušenj – socialni turizem naj bi po nekaterih interpretacijah lahko razumeli tudi kot potencialno obliko (izkustvenega) učenja (Minnaert et al., 2009). Drugič pa so ti programi pomembni z vidika »preživetja« njihovega ponudnika/gostitelja (zlasti v času nizke sezone), ki zato, da bi zmanjšal vplive sezonskosti na poslovanje oz. ohranjal zaposlitve in »plačal račune«, išče rešitve »v oblikovanju posebej pripravljenih, specifičnih produktov, ki so zasnovani tako, da privabijo nove uporabnike socialnega turizma – v okviru stimulacijskega modela socialni turizem razumemo kot obliko turizma, ki gostiteljem zagotavlja (nove) gospodarske priložnosti« oz. jim pomaga preživeti. Gre torej za ugodne ekonomske učinke teh programov za organizatorja, ki pa ne omogočajo »bogatenja«, pač pa preživetje organizacije – zato te iste učinke lahko v tem primeru razumemo tudi kot socialne. Torej imamo znotraj tega modela socialnega turizma dve stranki, ki sta deležni koristi, in sicer so to na eni strani upravičenci do storitev socialnega turizma (otroci, dijaki, športniki, družine ... – kriteriji za vstop v te programe niso zelo zaostreni), na drugi strani pa je to organizator oz. gostitelj sam, ki si na ta način pridobi določene ekonomske koristi, ki pa mu le pomagajo ohranjati poslovanje v nekem »normalnem« obsegu.

102

Rezultati analize kažejo, da se (skoraj) pri vseh programih, ki jih ZPMS izvaja, upošteva kriterij *finančne občutljivosti*, vendar pa je stopnja občutljivosti različnih programov različna – na osnovi tega kriterija oz. te značilnosti lahko dopolnimo obstoječo klasifikacijo modelov socialnega turizma, in sicer ločimo programe, ki so financirani pretežno iz lastnih virov uporabnikov (te vrste programov oz. pobud lahko najdemo znotraj inkluzivnega in stimulativnega modela socialnega turizma), oz. programe, ki so financirani pretežno iz drugih virov, pridobljenih preko humanitarnih akcij, različnih fundacij oz. sredstev države in lokalnih skupnosti (takšne so pobude/programi, ki jih predvidevata participativni in adaptacijski model socialnega turizma). Glede na načine financiranja torej lahko ločimo dve vrsti programov socialnega turizma, in sicer (1) programe, ki jih v pretežni meri financirajo uporabniki sami, in (2) programe, ki jih v pretežni meri (so)financirajo drugi, kjer sta ključni vloga države (financiranje, ki poteka preko zavoda za zdravstveno zavarovanje oz. preko Fundacije za financiranje invalidskih in humanitarnih organizacij v republiki Sloveniji – FIHO) in vloga humanitarnih organizacij oz. različnih drugih organizacij, ki imajo pogosto status humanitarne organizacije oz. organizacije v javnem interesu, ki preko različnih razpisov in »kampanj« ter akcij zbirajo donatorska oz. sponzorska sredstva in omogočajo otrokom »brezplačna« ali »subvencionirana« letovanja.

Zaključki

Rezultati analize kažejo na povezave med financiranjem letovanj in različnimi vrstami programov letovanj, ki jih lahko uvrstimo v obstoječo klasifikacijo modelov socialnega turizma. Hkrati lahko vidimo, da različne vrste letovanj/socialnega turizma vključujejo različne skupine otrok/upravičencev, ki lahko, bolj kot so zaostreni kriteriji za vstop v programe, udeležene otroke/upravičence stigmatizirajo, segregirajo, izolirajo ali favorizirajo – v tem pogledu je prav gotovo presenečenje raziskave, da je organizator letovanj ZPMS pozoren na mogoče »negativne učinke« teh programov in jih poskuša preprečiti oz. ublažiti njihove učinke; ne glede na načine, kako so letovanja financirana oz. kakšne so specifične potrebe oz. primanjkljaji otrok poskušajo otroke obravnavati enakovredno (»otroci se mešajo«) in jim ponuditi »enake« programe in storitve. Zanimivo pa je tudi to, da se utemeljitve oz. koristi humanitarnih programov in programov za otroke s posebnimi potrebami vsebinsko nekoliko razlikujejo od splošnih utemeljitev oz. koristi, ki naj bi jih (osnovna) letovanja imela za veliko večino otrok, ki niso socialno ali kako drugače depriviligirani. Naslednja presenetljiva ugotovitev je tudi ta, da en sam organizator letovanj oz. programov socialnega turizma lahko ponudi tako široko paleto različnih programov oz. vrst socialnega turizma. Naša predpostavka je bila, da se kot programi socialnega turizma lahko klasificirajo zlasti in predvsem humanitarni programi, kar pa se je glede na rezultate analize izkazalo za napačno oz. preozko: večina ali vsi programi se glede na veljavne definicije socialnega turizma in njihove interpretacije/modele lahko klasificirajo kot programi socialnega turizma – poleg tega, da je večina programov (različno) občutljiva na socialno-ekonomski položaj otrok/upravičencev, so v središču vseh »koristi«, neke splošne pa tudi specialne koristi teh letovanj, za različne kategorije otrok. Že v osnovi so programi letovanj zastavljeni tako, da poskušajo biti dostopni in prilagojeni (finančno, infrastrukturno in strokovno) čim širši populaciji otrok, ki se jih v programe letovanj vključuje po načelu enakih možnosti – cilj, tako ZPMS kot tudi drugih organizacij, ki se ukvarjajo s programi socialnega turizma, »omogočiti počitnice za vse otroke oz. za tiste, ki to nujno potrebujejo, pa je zaradi pomanjkanja finančnih virov vse težje dosegljiv«.

Turizem v zavarovanih območjih

Primer umestitve dejavnosti letnih term na prostem v ponudbo Krajinskega parka Sečoveljske soline

Andrej Sovinc

Uvod

Zavarovana območja so ustanovljena s ciljem ohranjanja narave; od drugih območij, ki tudi prispevajo k varovanju naravnega okolja, kamor uvrščamo npr. sonaravno upravljane gozdove ali vodovarstvena območja, se razlikujejo predvsem v tem, da je ohranjanje narave v zavarovanih območjih osnovni cilj, vse druge dejavnosti ali rabe pa se lahko izvajajo le, v kolikor niso v nasprotju s tem ciljem. V krajinskih parkih, kot eni izmed kategorij zavarovanih območij (Dudley, 2008), se cilje varovanja narave dosega prek vzdrževanja tradicionalnih vzorcev rabe in ohranjanja krajinske podobe. V območjih zavarovane krajine, kamor se uvrščajo slovenski regijski in krajinski parki, so človekove aktivnosti, med njimi tudi turizem, manj omejene kot npr. v strogih naravnih rezervatih ali narodnih parkih, kljub temu pa velja, da se lahko izvajajo le, v kolikor ni ogrožen primarni cilj varstva narave in krajine v teh območjih.

Skokovito naraščanje človeške populacije v zadnjem stoletju in potrošniški način življenja vodita v nenadzorovano spreminjanje naravnih okolij in njihovo fragmentacijo. Obseg nekaterih naravnih ekosistemov se je v zadnjem času drastično zmanjšal.

Za ohranitev zadnjih ostankov naravnih okolij so države in lokalne skupnosti že od konca 19. stoletja začele ustanavljati zavarovana območja, ki so danes prepoznana kot najučinkovitejše orodje varstva narave (CBD, 2008). Njihov obseg še zdaleč ne zadošča za dolgoročno ohranjanje vseh vrst in ekosistemov na Zemlji; tako je danes v zavarovana območja vključeno vsega 5 % kopnega in 3 % morja (www.wdpa.org).

Zavarovana območja pa niso le premalo obsežna; velik del teh območij so namreč t. i. »parki na papirju«, območja, ki so sicer ustanovljena z namenom varovanja narave, a so neustrezno načrtovana in upravljana za doseganje ciljev celovitega ohranjanja narave (Sovinc, 2011). Ohranitev habitatov in vrst je neločljivo povezana z naravnimi procesi, kar se lahko uresničuje le na sklenjenih naravnih območjih večjega obsega. S tem pa se v tekmi za prostor na Zemlji ustvarjajo konflikti med ohranjanjem narave in človekovimi stalno rastočimi potrebami po prostoru. Ob nizki stopnji zavesti o pomenu ohranjene narave, tudi kot vira za življenje na planetu nujno potrebnih ekosistemskih koristi, je zmagovalec v boju med ohranjanjem narave in interesi kapitala pogosto znan že vnaprej.

Turizem v zavarovanih območjih lahko pomeni veliko grožnjo naravnemu okolju, če pa je načrtovan skladno z upravljavskimi cilji in ob doslednem upoštevanju posebnosti naravnega okolja in iz tega izhajajočih omejitev rabe in aktivnosti, je lahko za ta območja tudi velika priložnost.

V prispevku so na primeru umestitve letnih term na prostem v Krajinskem parku Sečoveljske soline (KPSS) osvetljene ključne razlike, po katerih se načrtovanje turističnih aktivnosti v zavarovanem območju razlikuje od načrtovanja turizma zunaj teh območij.

Opis območja in rabe prostora

KPSS leži na skrajnem jugozahodnem delu Slovenije, tik ob meji s Hrvaško. Park je bil na ravni države ustanovljen leta 2001, leta 1992 so bile Sečoveljske soline uvrščene na seznam mednarodno pomembnih mokrišč pod okriljem Ramsarske konvencije, leta 2004 pa je območje postalo del evropskega omrežja Natura 2000. Približno 750 hektarjev veliko območje sestavljata dve solini: območje Fontanigge, kjer je bilo pobiranje soli opuščeno v šestdesetih letih prejšnjega stoletja, danes pa je poznano po biotski pestrosti in ostankih bogate kulturne dediščine starih solin, in območje Lera, kjer se sol še vedno prideluje v sožitju z naravo po več sto let starih postopkih.

Obiskovalcem parka na Leri so namenjeni informacijski center s projekcijami filmov o solinah in veliko maketo območja, razgledna ploščad in trgovina, kjer je mogoče kupiti izdelke s solin. Na Fontaniggeah pa si obiskovalci med sprehajanjem po označenih poteh poleg pestre narave in kulturne dediščine lahko ogledajo tudi Muzej solinarstva, ki prikazuje srednjeveški način pridelave soli. Opazovalci ptic, ljubitelji narave, kulturne dediščine in krajine na solinah v vsakem letnem času uživajo v doživljanju solinskega okolja z blagodejnimi učinki. Območje KPSS je prikazano na Sliki 10.



Slika 10: Območje Krajinskega parka Sečoveljske soline (KPSS) z varstvenima območjema Fontanigge (na sliki desno zgoraj) in Lera (na sliki levo). Foto: P. Hieng.

Ponudba rekreacije in turizma kot oblike doživljanja narave v zavarovanem območju IUCN-ove kategorije V (Dudley, 2008), kamor se uvršča KPSS, je omejena na tiste vsebine, ki so skladne z osnovnim ciljem ustanovitve tega zavarovanega območja; Uredba o KPSS (UL RS, 2001) določa, da je bil krajinski park ustanovljen z namenom varstva biotske raznovrstnosti in naravnih vrednot na območju Sečoveljskih solin.

Po določilih Načrta upravljanja za območje KPSS, ki ga je za obdobje med letoma 2011 in 2021 potrdila Vlada Republike Slovenije (UL RS, 2011), so obiskovalci vabljeni, da si park ogledajo peš, s kolesom in pletiti tudi z vozilom na električni pogon, in sicer le z zato točno določenih in označenih poti, katerih ni dovoljeno zapuščati. Le po skoraj štiri kilometrov dolgi poti ob reki Dragonji, ki vodi do Muzeja solinarstva, je zaenkrat še izjemoma možen organiziran skupinski prevoz vnaprej najavljenih skupin obiskovalcev z motornim vozilom (ki naj bi ga v prihodnje nadomestilo do okolja prijaznejše električno vozilo). Druge oblike rekreacije, tiste, ki so množične, hrupne, moteče za naravo ali druge obiskovalce in zaposlene ali bi za izvajanje potrebovale posege v prostor (npr. gradnja objektov za rekreacijo, prenočevanje, uporaba vozil na motorni pogon ipd.), v KPSS ne sodijo. Prav tako v prvem varstvenem območju parka (Fontanigge) ni dopustno obnavljati objekte, namenjene prebivanju, lovu, ribolovu, turizmu, rekreaciji ali športu (4. člen Uredbe o KPSS, UL RS 2001). Na drugem območju parka (Lera), kjer je zahtevano nadaljevanje izvajanja tradicionalne-

ga solinarstva, pa ni dovoljeno izvajati množične turistične, rekreativne in športne dejavnosti (5. člen Uredbe o KPSS, UL RS 2001).

Opis letnih term na prostem

Letne terme na prostem v KPSS ponujajo obiskovalcem posebno doživetje blagodejnih terapij v avtentičnem solinskem okolju z uporabo naravnih, fizikalnih in kemičnih učinkov morja. Termalna ponudba obsega predvsem kopeli v slanici in masaže z morskó soljo, obloge s fangom, inhalacije v obmorski klimi, hojo v topli in mrzli morski vodi ali slanici in po dnu bazenov, prekritih s kamenjem, vse ob možnosti sprostitve na soncu.

Objekti za izvajanje aktivnosti talasoterapije so majhni, leseni, postavljeni so v ravnih vrstah in v obliki in materialih posnemajo hiške za orodje in počitek, ki jih uporabljajo solinarji na Leri. Ob vhodni ploščadi so leseni prostori za zaposlene, garderobe in prostori s prhami. Terapevtski bazen s plitvo morskó vodo globine 1,35 m obsega 160 m². Zraven so lesene mize za izvajanje terapij in leseni ležalniki. Poleg pomožnih objektov in stojnice so manjši bazeni za terapije ter okrepečevalnica, ki pa ni predvidena za pripravo hrane, pač pa ponuja predvsem osvežilne pijače.

Lokacija kompleksa letnih term na prostem je prikazana na Sliki 11.

108



Slika 11: Lokacija letnih term na prostem v KPSS. Foto: R. Likon.

Metoda dela

Z namenom preverjanja skladnosti umestitve nove dejavnosti za obiskovalce KPSS (letne terme na prostem) z mednarodnimi standardi za zavarovana območja (Dudley, 2008) je bilo na osnovi ključnih načel, ki jih je treba

upoštevati pri načrtovanju sprejemljivih aktivnosti v zavarovanih območjih (FNNPE, 2001), določenih sedem načel za vrednotenje vpliva umestitve term v KPSS na doseganje osnovnega cilja zavarovanega območja, to je ohranjanja narave. Za vsako izmed omenjenih načel je bil določen vsaj en indikator v obliki vprašanja. Indikatorji so bili določeni s ciljem preverjanja vpliva term na intrinzične vrednosti narave v parku in za prepoznavanje razlik med načrtovanjem za park sprejemljivih oblik doživljanja narave. Posebna pozornost je bila namenjena prepoznavanju razlik in posledic nove dejavnosti v parku v odnosu na možen razvoj množičnega turizma.

Vrednotenje vplivov dejavnosti term je bilo izvedeno opisno, pri čemer so odgovori oblikovani tako, da izpostavljajo razlike, na osnovi katerih se izvajanje dejavnosti znotraj zavarovanih območij razlikuje od izvajanja zunaj zavarovanih območij.

Dolgoročno ohranjanje narave in krajinske podobe pred vplivi načrtovanih novih dejavnosti v KPSS zagotavljajo določila Uredbe o KPSS (UL RS 2001). Z upoštevanjem Uredbe se v veliki meri zagotavlja varstvo avtentičnega okolja solin pred fizičnimi, neposrednimi in merljivimi spremembami, kot so npr. spreminjanje površja, vodnega režima, vegetacijskih združb, motenje živali in nekaterih dejavnosti ali aktivnosti, kot so npr. prepoved izvajanja tistih dejavnosti, katerih vplivi na okolje imajo očitne negativne okoljske posledice (npr. izvajanje vojaških dejavnosti znotraj zavarovanega območja).

Pravne podlage za zavarovana območja v Sloveniji pa so ohlapne pri določitvi dopustnega obsega dejavnosti, ki so v teh območjih pogojno sprejemljive, ker ne povzročajo neposrednih negativnih posledic na fizično okolje območja, ali pa te posledice niso preprosto merljive, ogrožajo pa vsebine naravnega okolja, ki izhajajo iz njegove intrinzične vrednosti. Vožnja z motornimi vozili po poteh v zavarovanem območju, na primer, sicer neposredno ne ogroža biotske raznovrstnosti, je pa na ta način motena celovitost neokrnjene narave, poleg tega pa hrup in izpušni plini povzročajo tudi posredno škodo v naravnem okolju. Vrednost narave same po sebi zmanjšuje na primer tudi postavitve reklamnih tabel v zavarovanem območju, pri čemer so fizične posledice takšnega posega zanemarljive, bistveno večja pa je škoda, ki jo table povzročajo pri dožemanju prvobitne narave. Podobno je pri umeščanju nekaterih dejavnosti v zavarovano območje. Določene dejavnosti se v zavarovanem območju lahko izvajajo le, če se pri tem upošteva omejitve pri njihovem obsegu in izvedbi. Glede na to, da so le pogojno sprejemljive za umestitev v zavarovana območja, jih lahko imenujemo mejne dejavnosti.

Za presojo sprejemljivosti uvrstitve dejavnosti letnih term na prostem v KPSS kot mejne dejavnosti med doživljanjem narave in njenih blagodejnih učinkov za obiskovalce zavarovanega območja in dejavnostmi rabe naravnih virov, ki se sicer izvaja v turističnih območjih zunaj zavarovanih območij, smo določila varstvenega režima iz Uredbe o KPSS (UL RS 2001) nadgradili z naborom ključnih načel z indikatorji, s katerimi osvetljujemo predvsem morebitne negativne učinke umestitve letnih term na prostem v območje solin s stališča celovitega varstva narave in njegove intrinzične komponente.

Načela, ki jih uveljavljamo pri umeščanju rab ali dejavnosti v zavarovanih območjih in se nanašajo predvsem na ohranjanje intrinzične vrednosti teh območij, so bila razvita na osnovi priporočil za načrtovanje za zavarovana območja v splošnem sprejemljivih in nesprejemljivih aktivnosti (FNNPE, 2001; Trampuš, 2004).

110

Rezultati

Načela, ki jih upoštevamo pri načrtovanju s cilji zavarovanih območij skladnih aktivnosti, so za potrebe presoje umestitve letnih term na prostem v območje KPSS prikazana spodaj. Načela so določena na osnovi preverjanja za zavarovana območja sprejemljivih in nesprejemljivih aktivnosti; za primer KPSS smo določili 5 načel, ki se nanašajo na za KPSS sprejemljive aktivnosti, in dve načeli, ki slonita na za KPSS nesprejemljivih turističnih aktivnostih.

Načela, ki izhajajo iz za zavarovana območja sprejemljivih aktivnosti (FNNPE, 2001), temeljijo na:

1. spoštovanju narave in njenem spoznavanju,
2. doživljanju krajine in spoznavanju lokalne tradicije in kulture,
3. izvajanju na način, ki ne škodi naravi, še posebej pa ni moteč za živali, ne poškoduje rastlinstva ali življenjskih prostorov,
4. upoštevanju izvedbenih usmeritev, ki ne zahtevajo posegov v naravo ali krajino,
5. omejitvah glede obsega oz. se izvajajo v manjšem, omejenem in nadzorovanem obsegu.

Načeli, ki temeljita na v zavarovanih območjih nesprejemljivih aktivnostih (FNNPE, 2001), pa ne dopuščata aktivnosti, ki:

1. so povezane z množičnim turizmom,
2. ob izvajanju dejavnosti povzročajo številne posredne negativne okoljske učinke in vidne motnje ter negativno vplivajo tudi na širše območje znotraj in v okolici zavarovanega območja.

Za vsako izmed gornjih sedmih načel so bili za potrebe preverjanja skladnosti umeščanja letnih term v območje KPSS razviti indikatorji, na osnovi katerih je možno preverjati, v kolikšni meri je obravnavana dejavnost letnih term skladna tudi z omejitvami ter intrinzično vrednostjo območja, ki naj bi veljala ob zagotavljanju celovitega ohranjanja narave.

Prva številka pred vprašanjem določa zaporedno številko enega izmed sedmih načel, druga pa predstavlja posamezne indikatorje za vsako izmed načel. Spodaj so prikazani odgovori z razlagami za vsakega izmed uporabljenih indikatorjev za primer analize umestitve letnih term na prostem v KPSS.

1.1 Ali zasnova in umestitev term spreminja tlorisno strukturo solin?

Ne.

Lokacija letnih term na prostem se nahaja na Leri, v drugem varstvenem območju parka, kjer po Uredbi o KPSS ni omejitve ali prepovedi izvajanja turističnih ali rekreativnih dejavnosti, pod pogojem, da niso množične (UL RS, 2001). Za ureditev letnih term na prostem sta bili pridobljeni ustrezni soglasji kulturnovarstvene in naravovarstvene stroke. Dejavnost talasoterapije na prostem je za obravnavano lokacijo določena kot območje turistične dejavnosti tudi v planskih dokumentih Občine Piran (Slika 15).

Lokacija term se nahaja na pred desetletji degradiranem območju, kjer so bili pred ureditvami za termalno ponudbo na prostem ostanki betonskih objektov. V sklopu ureditev term so bili hkrati obnovljeni tradicionalni zemeljski nasipi po oseh nekdanjih nasipov. Pri urejanju termalnih objektov je bila v celoti ohranjena in obnovljena pravokotna struktura solnih polj. Skladno s postopno sanacijo in zemeljskimi deli bo na območju letnih term ponovno vzpostavljena možnost, da se nekdanja solna polja napolni z vodo in se bo del teh površin tudi uporabljal kot območje prvega izhlapevanja v postopku zgoščevanja morske vode za pridelavo soli na Leri.

Na Sliki 12 je prikazano območje letnih term na prostem, preden so se tam pričela pripravljala dela.



112

Slika 12: Območje, kjer so danes letne terme na prostem, pred pričetkom izvajanja del. Foto: A. Sovinc.

2.1 Ali je obiskovalcem term omogočeno doživljanje krajine brez preprek, ki bi motile vizualno doživljanje neokrnjene krajinske podobe solin?

Delno.

Urejene površine za terapije so umeščene v prostor tako, da obiskovalcem omogočajo neokrnjene poglede na zahodni del solin in Piranski zaliv. Prav tako je obiskovalcem term med dostopom do term omogočeno doživljanje narave in krajine prek območja bazenov za zgoščevanje slаницe in tradicionalnih kristalizacijskih bazenov, po terapiji pa se lahko sprehodijo še po drugih predelih parka.

Nedvomno pa kompleks objektov term na prostem predstavlja določeno fizično obremenitev prostora in moti prvotno podobo solin z gledišča obiskovalcev parka in tudi z okoliških vzpetin, kot je npr. polotok Seča.

2.2 Ali se v okviru dejavnosti term ponujajo obiskovalcem lokalni proizvodi?

Da.

Ponudba term temelji na tradicionalnih veščinah in solinskih produktih, ki nastajajo v procesu pridelave soli v Sečoveljskih solinah. Pri terapijah se uporabljajo le sol, solinsko blato, zgoščena morska voda in različice ročnih masaž. Ponudba neavtohtonih tehnik (npr. tajska masaža ali finska savna) se ne izvaja, tudi zaradi poudarjanja pomena tradicije in lokalnih posebnosti območja.

2.3 Ali je obiskovalcem term omogočeno spoznavanje lokalne tradicije in kulture?

Da.

O uporabi solinskega blata iz Sečoveljskih solin v terapevtske namene govorijo že srednjeveški viri (Planinc, Nemec Rudež v: Jurinčič et al., 2011), kar nedvomno potrjuje, da gre v opisanih terapijah v letnih termah na prostem za uporabo tradicionalne lokalne ponudbe.

Obiskovalcem term, tako kot drugim obiskovalcem parka, je v okviru ponudbe KPSS omogočeno sodelovanje v programu »Postani solinar za en dan«, kjer se lahko pod vodstvom izkušenega solinarja v poletni sezoni naučijo tradicionalnih tehnik solinarstva.

2.4 Ali so bili pri postavitvi objektov na termah uporabljeni tradicionalni, lokalni gradbeni materiali, kakršni se še danes uporabljajo na širšem območju parka?

Da.

Naravni materiali v solinah so vedno bili kamen, les in solinsko blato. Na teh treh materialih sloni ureditev objektov term. Sodobni materiali (beton, keramika, strojna oprema ...) so bili uporabljeni v minimalnem obsegu, pri načrtovanju objektov pa je bilo upoštevano načelo, da so sodobni materiali v čim večji možni meri očem nevidni (notranjost objektov ali za javnost zaprti prostori).

Vsi objekti v sklopu term na prostem, z izjemo bazena, so zgrajeni iz lesa in temeljeni na lesenih pilotih, tako kot so utrjena solna polja na Leri. Zunanji videz objektov v celoti posnema obliko vsaj sto let starih lesenih hišic solinarjev, ki so jih na Leri uvedli v času Avstro-Ogrske in ki jih še danes uporabljajo solinarji. Pri oblikovanju okolice objektov term se je sledilo utrjevanju nasipov z blatom iz kanalov.

Vsi objekti term na prostem sodijo med t. i. pomožne objekte, ki jih je moč na preprost način odstraniti, po odstranitvi pa na območju ne bodo ostali sledovi objektov in dejavnosti.

Na Sliki 13 so prikazani leseni objekti v letnih termah na prostem, ki spominjajo na tradicionalne lesene hišice solinarjev.



Slika 13: Leseni objekti v sklopu letnih term na prostem v KPSS. Foto: A. Sovinc.

3.1 Ali je lokacija term na območju, kjer so ohranjeni prvobitni habitati in življenjski prostori vrst?

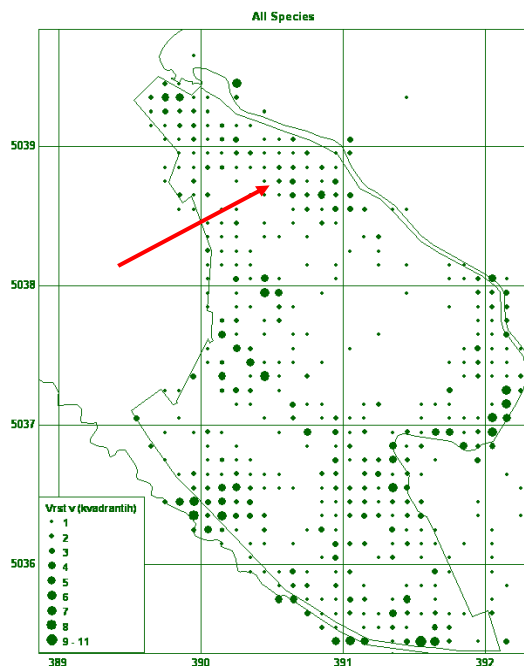
Ne.

Lokacija letnih term na prostem v KPSS je na območju, kjer so pred desetletji (še pred ustanovitvijo krajinskega parka) postavili globoke armirano-betonske konstrukcije za zbiranje vode. Poskus se ni posrečil, betonski bloki so se nagnili in razpadli, ostalo je le povsem degradirano, preoblikovano območje.

Na širšem vplivnem območju se občasno pojavljajo naslednje vrste ptic: beločeli deževnik (*Charadrius alexandrinus*), črnoglavi galeb (*Larus melanocephalus*), mala bela čaplja (*Egretta garzetta*), mala čigra (*Sternula albifrons*), navadna čigra (*Sterna hirundo*), polojnik (*Himantopus himantopus*), sabljarka (*Recurvirostra avosetta*), spremenljivi prodnik (*Calidris alpina*), togotnik (*Philomachus pugnax*), vodomec (*Alcedo atthis*).

Nobena izmed naštetih vrst na lokaciji dejavnosti ne gnezdi. Za večino omenjenih vrst je obravnavano območje le eno izmed mnogih, kjer se v KPSS občasno prehranjujejo prek celega leta ali le v času preleta in selitve (v tem času, torej med koncem zime in pomladjo ter po začetku septembra, letne terme na prostem ne obratujejo).

Na Sliki 14 so prikazani predhodno izvedeni rezultati kartiranja gnezdišč ptic, iz katerih je razvidno, da na lokaciji term na prostem ne gnezdi nobena vrsta ptic.



Slika 14: Rezultati kartiranja gnezdečih vrst ptic v KPSS; večji krog pomeni večje število gnezdečih parov. Puščica prikazuje območje letnih term na prostem (Škornik, 2012).

3.2 Je tehnologija, ki podpira obratovanje term, okoljsko prijazna?

Da.

Pri načrtovanju term na prostem so bile poleg naravnih in lokalno značilnih konstrukcijskih materialov uporabljene tudi najsodobnejše tehnike za okoljsko sprejemljive načine čiščenja in odvajanja vod ter solarni grelniki za vodo. Posebna pozornost je namenjena tudi zbiranju in ločevanju odpadkov.

4.1 Ali je za izvajanje dejavnosti potrebna postavitve novih objektov v prostor?

Da.

Umestitev dodatnih objektov, čeprav iz naravnih materialov in začasnega značaja, predstavlja – poleg vprašanj, ali so termalne storitve lahko prepoznane kot del doživljanja narave ali pa je to oblika izkoriščanja naravne vrednote, ki presega dopustno obliko ogleda in obiska naravne vrednote – osnovo za ključni razmislek o termah na prostem kot sprejemljivi obliki rabe v zavarovanem območju narave.

Ob tem velja poudariti, da so vsi postavljeni objekti, z delno izjemo bazena, le objekti začasnega značaja in jih je možno odstraniti brez trajnih

6.1 Ali je število obiskovalcev term prostorsko in časovno omejeno?

Da.

Letne terme obratujejo samo v topli polovici leta. Le na ta način je namreč možno zagotavljati avtentičnost lokalne ponudbe (zimске terme bi poleg gradnje dodatnih objektov, tudi takšnih, ki zahtevajo uporabo gradbenih materialov, ki niso tradicionalni, vpeljale oblike ponudbe, ki ne bi bile zasnovane na doživljanju lokalne tradicije (npr. objekti za finske ali turške savne)).

Ponudba term je omejena na največ 50 obiskovalcev naenkrat. S tem se preprečuje, da bi terme postale objekt množičnega turizma. Hkrati je omejen tudi čas zadrževanja uporabnikov term; s tem se zmanjšuje obremenitev prostora (zadrževanje ljudi, količina odpadkov ...) in obiskovalci razumejo, da so terme na prostem le priložnost za doživljanje narave, ne pa za preživljanje dopustniških dni.

6.2 Ali so prenočitvene kapacitete in ponudba hrane in pijače za obiskovalce term znotraj parka?

Ne.

Omogočanje prenočevanja in ponudba hrane za obiskovalce term na prostem v KPSS bi nedvomno pomenila preveliko motnjo za naravno okolje. Potrebna bi bila postavitve večjih, verjetno zidanih objektov, kar je za celovito ohranjanje narave znotraj zavarovanega območja nesprejemljivo. Z daljšo prisotnostjo ljudi na območju bi se povečali negativni okoljski vplivi na park (gneča, odpadki, poraba vode, odplake, hrup, dostopanje z vozili, daljše zadrževanje ljudi, tudi ponoči, ko je park zaradi ohranjanja miru živega sveta zaprt za obiskovalce ...).

Poleg tega razumemo bistvo ustanovitve zavarovanega območja tudi v tem, da obiskovanje parka pomeni priložnost za zaslužek v lokalni skupnosti. Tja se usmerja obiskovalce, ko iščejo prenočišča, gostinske usluge in tudi različne storitve.

6.3 Je bilo za obiskovanje term potrebno urejati nove poti in s tem povečati fragmentacijo območja parka?

Ne.

Kopenski dostop do term na prostem, ki so približno en kilometer oddaljene od kopenskega vhoda v KPSS, poteka po obstoječi poti. Drugi dostop do term na prostem je po morju; v ta namen je bil v kanalu Drnica postavljen manjši lesen pristajalni pomol.

6.4 Ali poteka obiskovanje term v KPSS na okolju prijazen, nemotoriziran način?

Da.

Dostop do term po kopnem je možen le prek vožnje z električnim vozilom, s katerim upravlja upravljavec parka in na tak način usmerja obiskovalce, da se ne razkropijo izven označene poti. Obiskovalci, ki prihajajo do term s plovili, se do recepcije sprehodijo po lesenem mostovžu, ki preprečuje, da bi zapuščali označeno pot.

Le za potrebe vzdrževalnih del, servisnih uslug in intervencije je po obstoječi, a od poti za obiskovanje term ločeni poti omogočeno dostopanje motornih vozil.

Prav tako zaradi obiskovalcev term na prostem znotraj parka niso bila urejena nova parkirišča; obiskovalci term, tako kot vsi drugi obiskovalci Lere, z motornimi vozili ne vstopajo v park. Vozila pustijo na parkiriščih pred vhodom v park.

7.1 Je izvajanje dejavnosti term povezano tudi s stranskimi dejavnosti v obliki športa ali izvajanja aktivne rekreacije?

Ne.

Zasnova obiskovanja term temelji le na terapevtskih storitvah. Po končanih terapijah obiskovalci park zapustijo ali pa se sprehodijo po eni izmed označenih poti, tako kot drugi obiskovalci parka. Dodatna infrastruktura v obliki športnih ali rekreativnih dejavnosti in z njimi povezanih postavitev različnih objektov, s katero bi podaljševali čas zadrževanja obiskovalcev term, ni dopustna.

Na območju term se tudi ne izvajajo večji dogodki, npr. promocijskega ali družabnega značaja. Osebe, ki je zaposleno v termah, skrbi za nadzor gibanja obiskovalcev v območju term in zunaj njih ter z informacijami in gradivom pomaga dvigovati okoljsko zavest obiskovalcev term.

Diskusija

Načrtovanje turizma v zavarovanih območjih se od turističnih aktivnosti zunaj zavarovanih območij razlikuje predvsem po tem, da se v zavarovanih območjih varuje naravo kot celoto. Celovito varovanje narave obsega poleg varstva vrst in njihovih življenjskih okolij tudi ohranjanje naravnih procesov (med katerimi so npr. ohranjanje naravnih razmerij med plenilskimi vrstami in njihovim plenom, erozijski procesi ali dopuščanje naravnih pojavov razlivanja voda ob rekah v času močnih padavin ipd.). Med naravnimi procesi, ki jih dopuščamo v zavarovanih območjih, so torej tudi takšni, ki jih v vsakdanjem življenju in zunaj zavarovanih območij zaradi nevšč-

nosti ali škode, ki jih lahko povzročajo ljudem ali premoženju, zatiramo ali omejujemo. Celovito varovanje narave v zavarovanih območjih pomeni tudi varstvo vseh vrst in habitatov; v zavarovanih območjih torej ne varujemo le rastlinskih in živalskih vrst in habitatov, ki veljajo za redke in ogrožene. Posebej pomembno je razumevanje dejstva, da tam varujemo naravo takšno, kot je, kar pomeni, da varujemo naravo samo po sebi in ne le zato, ker imamo od tega materialne koristi. Drevo v zavarovanem območju torej ne gledamo kot potencialni vir dohodka ob prodaji lesa, ki bi ga dobili ob sečnji, pač pa kot mikro habitat, ki ga ohranjamo tudi v času, ko prične odmirati in s tem izgublja ekonomsko vrednost. Ohranjanje narave v zavarovanih območjih zaradi njene intrinzične vrednosti pomeni tudi, da se vzdržimo vseh posegov, ki bi kazile estetsko, vidno in funkcionalno podobo zavarovanega območja. Tako kot umetniška slika potrebuje prostor in ne sodi v plastični okvir, je treba v zavarovanih območjih omogočati naravne sukcesijske procese in se vzdržati vseh posegov ali ravnanj, ki bi naravna območja utesnjevala, četudi fizični vpliv teh ravnanj ni takoj prepoznaven oz. merljiv.

Turizem ima – če se izvaja kot ena izmed oblik industrijske rabe naravnih virov – lahko velike negativne okoljske učinke. Zavarovana območja so najboljčutljivejša in najranljivejša naravna območja, v katerih ima že najmanjša motnja velik okoljski vpliv. Naloga upravljavca zavarovanega območja je zagotavljati dolgoročno varovanje narave, z izjemo strogih naravnih rezervatov, kjer človekova prisotnost ni zaželena (Dudley, 2008), pa naj bi upravljavci teh območij omogočali tudi obiskovanje in doživljanje območja na način, ki za naravo ni moteč oz. je ne okрни.

Zavarovana območja so ustanovljena s pravnim predpisom, ki ga sprejme ustanovitelj takšnega območja. V slovenskem sistemu varstva okolja je ustanovitelj zavarovanega območja država ali lokalna skupnost. Za krajinske parke v Sloveniji je v Zakonu o ohranjanju narave (ZON, 2004) naveden nabor prepovedi, omejitev ali posebnih ureditev dejavnosti, ki lahko bistveno ogrozijo zavarovano območje in ki so navedene v aktu o ustanovitvi posameznega zavarovanega območja.

V Uredbi o KPSS (UL RS 2001) so v 16 alinejah 3. člena nanizani posegi, dejavnosti ali ravnanja, ki so zaradi varovanja narave v KPSS prepovedani; v 5. členu iste Uredbe pa sledijo še štiri prepovedi, ki veljajo le na območju Lere, torej tam, kjer je tudi lokacija term na prostem. Določila Uredbe zagotavljajo predvsem ohranjanje narave, z njo povezane kulturne dediščine in krajine v neposrednem, fizičnem smislu: tako je prepovedano spreminjati vodni režim, poslabševati kakovost vode in tal, onesnaževati okolje, tudi z uporabo agrokemičnih sredstev, vzemirjati, ubijati ali odvze-

mati živali, uničevati habitate in vegetacijo, zasipavati zemljišča, poškodovati podlago solnih polj ter povzročati hrup. Omejitve iz pravnih podlag prepovedujejo tudi določene dejavnosti (npr. lov, ribolov, obore za gojitev živali, športne, kulturne in druge javne prireditve, množične turistične in rekreativne dejavnosti, šotorjenje in kurjenje ognja, snemanje avdio in video posnetkov brez soglasja upravljavca parka) ter uvajajo delno omejitev plovbe po kanalih.

Rezultati biološkega monitoringa v KPSS, ki temelji predvsem na spremljanju populacij izbranih, indikatorskih vrst ptic in habitatov (Škornik, 2012), kažejo, da je večina populacij indikatorskih vrst v stabilnem stanju, pri številnih vrstah pa je opazen celo stalen porast številčnosti. To kaže, da so varstveni režimi, ki jih predpisuje Uredba o KPSS (UL RS, 2001), ustrezni za ohranjanje biotske raznovrstnosti območja, seveda v povezavi z učinkovitim upravljanjem parka in usklajevanjem del in aktivnosti z drugimi uporabniki naravnih virov območja, predvsem z izvajanjem solinarske dejavnosti in usmerjanjem obiska. Turistični potencial območja KPSS slo ni na možnostih ogleda, obiska in doživljanja narave, oblike stacionarnega ali množičnega turizma pa v parku niso dovoljene. Soline so dodana vrednost oz. nasprotje ponudbi najpomembnejše slovenske turistične destinacije, bližnjemu Portorožu, katerega ponudba je v veliki meri zasnovana na t. i. »3S«-produktu (»sun, sand, sea«), kar v prevodu pomeni sonce, pesek, morje (Salizzoni, 2012).

V krajinskem parku se za doseganje ciljev upravljanja območja po mednarodnih merilih (Dudley, 2008) lahko izvaja le tiste oblike trajnostne rabe, ki so skozi stoletja soustvarjale krajino in podpirale razmere za bogato biotsko raznovrstnost območja (Sovinc, 2013). Iz tega izhaja prvo vprašanje, ki si ga postavljamo ob umeščanju letnih term na prostem v območje KPSS: *ali sodi izkoriščanje blagodejnih učinkov solinske klime in uporaba stranskih proizvodov tradicionalne solinarske dejavnosti (solinsko blato, slanica) ter tradicionalnega produkta (soli) v terapevtske namene v sklop aktivnosti trajnostne rabe območja, ki je izoblikovala današnjo krajinsko sliko solin?*

Dejstvo, da so blagodejne učinke solinskega okolja in produktov izkoriščali že v srednjem veku in za uporabo teh produktov v sklopu letnih term na prostem v Sečoveljskih solinah ni bil bistveno spremenjen način tradicionalnih postopkov priprave teh produktov, nedvomno govori v prid trditvi, da so uporaba soli, solinskega blata in slanice v terapevtske namene del tradicionalnih postopkov, ki so izoblikovali in vzdržujejo današnjo solinsko pokrajino.

Postavlja se tudi vprašanje, ali terapevtske storitve v termah na prostem zaradi infrastrukture, ki je potrebna za izvajanje talasoterapije, in nači-

na izkoriščanja naravnih posebnosti območja sodijo v sklop turistične dejavnosti, ki lahko omejuje cilje celovitega ohranjanja narave in zato glede na mednarodne standarde, ki veljajo za zavarovana območja, za krajinski park niso primerne.

Mednarodni standardi za zavarovana območja določajo nekatera načela, ki naj bi veljala v vsakem zavarovanem območju; med njimi so kot usmeritev za načrtovanje rabe in aktivnosti v zavarovanem območju posebej pomembna tri (Dudley, 2008):

1. stopnja naravnosti zavarovanega območja naj se ohranja ali celo povečuje,
2. v kolikor je katera izmed rab ali aktivnosti v nasprotju s primarnim ciljem upravljanja zavarovanega območja za potrebe varovanja narave, jo je treba omejiti ali celo prepovedati,
3. primarni upravljavski cilj za posamezno zavarovano območje se mora uveljavljati vsaj na 75 % območja, pri čemer velja, da tudi rabe in aktivnosti v preostali četrtini zavarovanega območja ne smejo imeti negativnih učinkov na preostali tričetrtinski del zavarovanega območja.

Z rezultati preverjanja obsega in načina izvajanja aktivnosti v okviru dejavnosti letnih term na prostem v KPSS lahko zaključimo, da se stopnja naravnosti v s strani človeka že davno preoblikovanem območju Sečoveljskih solin ob postavitvi kompleksa term na prostem ni bistveno zmanjšala. Tej ugotovitvi v prid govori predvsem dejstvo, da so terme na prostem umeščene v del solin, ki je bil pred desetletji povsem degradiran z neposrečenimi gradbenimi eksperimenti. Z uporabo lokalnih materialov in posnemanjem videza tradicionalnih lesenih hišic objekti term na prostem le nadgrajujejo stoletno tradicijo postavljanja hišic za solinarje, ki jih zaposleni na Leri uporabljajo še danes.

Primarni cilj upravljanja s KPSS, kot je določen v Uredbi o KPSS (UL RS, 2001) in s katerim se z ustanovitvijo zavarovanega območja ohranja biotska raznovrstnost in naravne vrednote Sečoveljskih solin, z umestitvijo in obratovanjem term ni bil kršen. K temu zaključku ne vodijo le terenska opazovanja, ki ne izpostavljajo upada ali pomembnih sprememb v populaciji indikatorskih vrst na širšem območju term, pač pa tudi dejstvo, da delovanje term na prostem temelji na uporabi okolju prijaznih tehnologij in se izvaja le na omejenem obsegu površin. Obratovalni režim term omejuje množični in dolgotrajnejši obisk območja in ne omogoča prenočevanja ali ponudbe gostinskih storitev. Poleg tega je dostop do term na prostem možen le peš ali z okolju prijaznimi prevoznimi sredstvi. Z naštetimi omejitva-

mi pri izvajanju dejavnosti je jasno, da raba naravne vrednote Sečoveljskih solin v opisanem omejenem obsegu in pod posebnim obratovalnim režimom ni v nasprotju s primarnim ciljem upravljanja zavarovanega območja za potrebe varovanja narave.

Zgoraj opisano tretje načelo, ki mora po mednarodnih standardih veljati za vsako zavarovano območje (Dudley, 2008), tudi jasno določa, da je v četrtini zavarovanega območja dopustno izvajanje tistih dejavnosti, ki nimajo negativnih posledic za doseganje ciljev upravljanja v večinskem delu zavarovanega območja. Terme na prostem v KPSS se razprostirajo na manj kot 1 % zavarovanega območja, hkrati pa pri opisanem in dogovorjenem obratovalnem režimu in obsegu te dejavnosti ni zaznani večjih neposrednih okoljskih vplivov na naravne vrednote Sečoveljskih solin.

122

Seveda pa je treba ob tem dodati, da bi morebitno širjenje obsega območja term na prostem, njihovo spreminjanje v celeletne terme in s tem povezane drugačne konstrukcijske rešitve oz. dodatni objekti v prostoru k tradicionalnim oblikam rabe naravne vrednote prinesle neavtohtone elemente (npr. uporabo savn, ki niso del lokalne tradicije) ali postavitev trajnih, zidanih objektov. Takšna oblika termalne ponudbe ne bi bila več skladna z mednarodnimi standardi, ki veljajo za zavarovana območja. Še posebej to velja v primeru morebitnega odstopanja pri naboru omejitev, ki sedaj veljajo v obratovalnem režimu in načinu dostopanja do območja term na prostem.

Zaključki

Turizem je na zavarovanih območjih in v njihovi okolici dobrodošel, če spoštuje posebno naravo območja (Eagles, 2002). Primarna oblika ponudbe zavarovanih območij za obiskovalce temelji na ogledu, spoznavanju in doživljanju narave. V ta sklop sodijo nekatere oblike turizma, kot so na primer turizem, ki temelji na občudovanju narave, naravoslovni, kulturni in izobraževalni turizem. Za vse te oblike je značilno, da se izvajajo predvsem za manjše skupine ljudi, da ne zahtevajo dodatnih posegov v prostor, so tihe, ne povzročajo onesnaženja in se izvajajo le ob upoštevanju omejitev rabe naravnih virov in ravnanj, ki izhajajo iz varstvenih režimov, s katerimi v zavarovanih območjih varujemo naravo.

Na primeru umestitve letnih term na prostem v Krajinskem parku Sečoveljske soline je bila opravljena analiza sprejemljivosti te dejavnosti glede na mednarodne standarde, ki veljajo za zavarovana območja.

Letne terme na prostem so primer mejne turistične dejavnosti, katere izvajanje v zavarovanem območju bi bilo lahko sporno v smislu doseganja ci-

ljev, zaradi katerih je bil krajinski park ustanovljen, zaradi možnega neposrednega okoljskega vpliva, posegov v celovitost naravnega okolja, motenj v vidnem zaznavanju območja, načinu izvajanja (nesprejemljive oblike množičnega turizma in s tem povezani pritiski na prostor, zahteve po umeščanju spremljajočih aktivnosti, rab ali objektov), izpostavljanja ekonomskih pred intrinzičnimi vrednostmi območja in posrednih vplivov na okolje, ki jih povzročajo npr. zahteve za omogočanje dostopa do območja ali izvajanje dopolnilnih aktivnosti (npr. ureditev dodatne ponudbe, ki ne sloni na doživljanju narave ali vnosu aktivnosti oz. materialov, ki niso tradicionalni).

S primerjavo s ključnimi načeli, ki po mednarodnih standardih veljajo za zavarovana območja, je bilo ugotovljeno, da dejavnost letnih term na prostem ob upoštevanju dogovorjenega režima obratovanja (omejitve dostopa z motornimi vozili in števila obiskovalcev, ponudba terapij ter okoljsko, krajinsko, arhitektonsko in vizualno neoporečne tehnične rešitve) v celoti zadovoljuje zahteve mednarodnih standardov za zavarovana območja.

Nekateri izzivi vinskega in kulinaričnega turizma – primer vinorodne Primorske

Simon Kerma

Uvod

Posebni zvrsti turizma, ki ju lahko uvrščamo v širši kontekst kulturnega turizma, sta vinski in kulinarični turizem. Zlasti pri slednjem se pojavljajo določene terminološke dileme, o katerih razpravljata Getz in Robinson (2012) in bodo podrobneje predstavljene v nadaljevanju. Vsaka od obeh vrst turizma specifičnih ciljnih skupin si gotovo zasluži posebno obravnavo, a sta po drugi strani obe precej povezani in v stroki velikokrat predmet skupne obravnave, tako v raziskovalnih projektih kot na znanstvenih posvetih (npr. Stewart et al., 2008; Romano in Natilli, 2012). Praksa zadnjih let kaže tudi na izrazit porast celostne vinsko-kulinarične ponudbe.¹ Ne glede na komplementarnost in povezljivost obeh segmentov turističnega trga sugeriram previdnost pri skupni analizi, ki naj bo prilagojena (kulturnemu) kontekstu geografskega prostora, kjer se (ali pa tudi ne) dotični vrsti turizma odvijata. Pri tem velja izhajati iz predpostavke, da kultura vina in vinski turizem implicirata (lokalno) kulturo prehranjevanja, regionalnih jedi in kulinarike. Obratno pa to seveda ni nujno, čemur botrujejo že omenjene kulturne in seveda tudi geografske determinante. V tem poglavju bo prednostno obravnavan vinski turizem, ki mu avtor posveča več neposredne pozornosti in raziskovalnega interesa. Sicer pa je morda zani-

1 Če se omejimo samo na Slovenijo oz. nekoliko širše na severnojadranski prostor in navedemo le nekatere večje prireditve: Slovenski festival vin in Festival kulinarike v Ljubljani, VinDel v Mariboru, Gastronomski zakladi Istre (SLO) in Istra Gourmet (HR), Brda in vino v Šmartnem, Okusi Vipavske na Zemonu, 1 Kras, 1000 okusov v Štanjelu, Cantine aperte na vinskih in kulinaričnih cestah Furlanije-Juljske krajine, kjer se uveljavlja slogan »Wine and Food Routes – More than wine tourism« ...

mivo prav dejstvo, da ima vinski turizem kot eno od področij turističnih študij tudi nekoliko daljšo akademsko tradicijo kot kulinarčni turizem.

Nekatere dileme kulinarčnega turizma

S hrano povezani turizem (ang. »food tourism«) je seveda že dodobra vpet v visoko konkurenčni mednarodni turistični trg,² a je v akademskem smislu še dokaj nerazvit (Getz in Robinson, 2012). Avtorja Getz in Robinson (ibid.) v kritičnem pregledu literature ugotavljata precejšnjo nekonsistentnost, nejasnost in pogosto netočnost pri rabi terminologije, povezane s »kulinarčnim« turizmom. Pridevnik kulinarčni smo postavili v navednice zato, ker smo glede prevodov v slovenski jezik včasih v precejšnji zadregi. Kako namreč ustrezno posloveniti termin »food tourism«, za katerega sicer Getz in Robinson menita, da je vseobsegajoč in generičen? Enaka ali morda še večja težava glede prevoda nastopi pri angleški oznaki za turista (»foodie«), katerega strast je hrana in ki bo potoval specifično zaradi svojega posebnega interesa. Kaj pa »cuisine tourism«? Slednji velikokrat (netočno) nastopa kot sinonim za gastronomski (»gastronomy«) in kulinarčni (»culinary«) turizem. Videti je, da smo zadnja dva t. i. »pridevniška turizma«, ki sta tudi sicer najbolj modna, v slovenščini že vzeli za svoja, vendar je potrebna previdna raba. Pojmi, kot so *gastronomija*, *gourmet*, *gurman* ipd., so namreč po Getzu in Robinsonu vrednostno obteženi, saj implicirajo razsipniški oz. elitistični pogled na pripravo in uživanje hrane (ibid., 44–45), celotna aktivnost pa mora biti po pravilu intelektualizirana. To pa je v nasprotju z demokratizacijo hrane in njeno dostopnostjo, zlasti v kontekstu turizma. Intelektualizacija hrane ne more biti predpogoj oz. določujoča dimenzija za to, da bi nas hrana pritegnila, zato sploh ni nujno potrebno njeno uživanje in razumevanje v elitnih restavracijah. Getz in Robinson tako vztrajata pri rabi termina »food tourism«, ker je vrednostno neobremenjen in generičen, kulinarčni turizem³ (podobno tudi »cu-

126

2 Dejstvo je, da popotniki in turisti morajo zadovoljiti potrebo po hrani, zato je ta seveda še kako pomemben atribut vsake destinacije. Po nekaterih ocenah naj bi do 25 % potrošnje v turizmu odpadlo na prehranske proizvode (Correia et al., 2008). Morda še pomembnejši je pomen vpliva hrane in pijače na percepcijo obiskovalcev o izbrani destinaciji (Wolf, 2006). Hrana je kulturna dobrina in kot taka predstavlja medij za izražanje lokalne kulture. Zato je hrana (in vino) bistvenega pomena pri določanju imidža destinacije, potrošnja turistov z nakupi hrane pa stimulira lokalno prehransko ekonomijo na vseh ravneh (Hjalager in Richards, 2002).

3 Ena od definicij se glasi: »Kulinarčni turizem je vsaka turistična izkušnja, ob kateri se nekdo pouči, ceni ali užije oznacene lokalne kulinarčne dobrine. Z drugimi besedami, pri kulinarčnemu turizmu gre za namensko in premišljeno srečanje s katerokoli kulturo, vključno s svojo lastno, skozi kulinarčne resurse. Kulinarčni turizem zajema potovanje, specifično motivirano s kulinarčnim zanimanjem, kakor tudi potovanja, kjer se pojavijo kulinarčna doživetja, vendar ta niso primarni motiv za odhod na pot.« (Smith in Xiao, 2008, 289 cit. v: Getz in Robinson, 2012, 46).

isine« oz. gastronomski turizem) pa ohranita za rabo v primerih, ko sta za turista pomembna kulturni kontekst in avtentičnost. Pregled literature pokaže izrazito prevlado raziskav na strani ponudbe, ki vključujejo povezave med hrano in kulturo, kmetijstvom, imidžem destinacije in njenim znamčenjem (brandingom), razvojem in marketingom. Znatno je torej pomanjkanje raziskav in teoretskih prispevkov na strani povpraševanja, razumevanja »foodijev« in s hrano motiviranih turistov. V tem pogledu so vinski turizem in nekatere druge oblike turizma posebnih ciljnih skupin korak naprej (Getz in Robinson, 2012).

Izbrani pogledi na vinski turizem

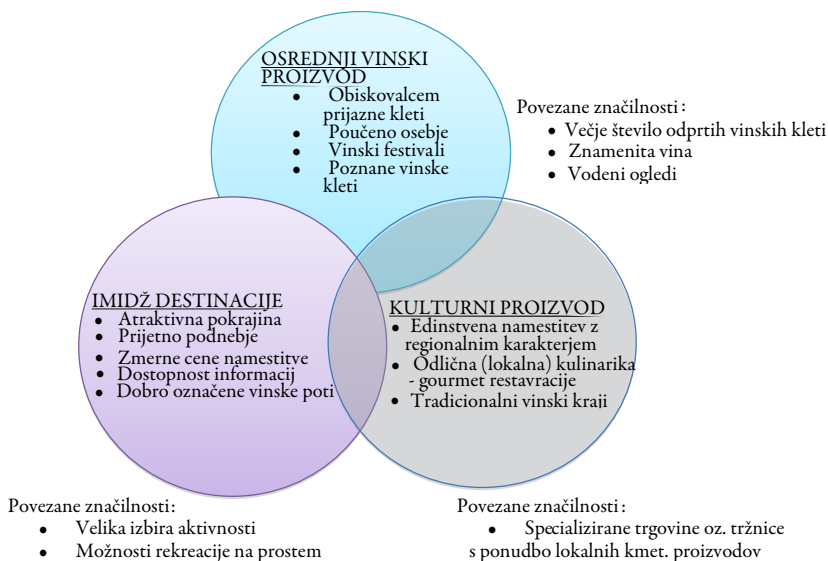
Ko je govora o vinskem turizmu, velja omeniti tri temeljna dela, ki so začrtala smernice raziskav na tem področju. Getz (2000) in Hall et al. (2000) so v svojih pionirskih delih s preloma tisočletja postavili temelje in sprožili val povečanega zanimanja znanstvene srenje za raziskave, ki so v naslednjih petih letih postale bolj specializirane in eklektične in ki so se razvile od bolj konceptualnih študij primera v vsestransko in obsežno preučevanje fenomena vinskega turizma. Carlsen in Charters (2006) takrat prepoznata duh časa in zasnujeta (tretje) temeljno delo, ki premošča razkorak med teoretskimi in bolj aplikativnimi rezultati raziskovanj. Opazen je premik od deskriptivnih študij primera do ugotavljanja povezav med vinskim turizmom in trajnostnim regionalnim razvojem, politiko in načrtovanjem rabe tal, marketingom in demografskimi izzivi vinskega turizma ter vedanjem in izkustvenimi doživljaji vinskih turistov. Na podlagi kvalitativne analize akademske literature s področja turizma iz baze CIRET⁴ izpostavita pet tematskih sklopov (Carlsen in Charters, 2006, 5):

1. kultura in dediščina v vinskem turizmu,
2. podjetništvo v vinskem turizmu,
3. marketing v vinskem turizmu,
4. vedenje vinskih turistov,
5. vinsko-turistični sistemi.

Urednika monografije s pomočjo sodelujočih avtorjev v jasno definiranih tematskih sklopih začrtata smernice za naslednje desetletje raziskav, pri čemer je eno ključnih vprašanj razlika v razvoju vinskega turizma med vinskimi regijami t. i. »Starega sveta« (Mediterran, Evropa) in »Novega sveta« (Avstralija, Nova Zelandija, JAR, Južna Amerika, Kanada in ZDA).

4 CIRET – Centre International de Recherches et d'Etudes Turistiques, s sedežem v Aix-en-Provence, Francija (glej: <http://www.ciret-tourism.com>).

Verjetno največkrat citirana definicija opredeljuje vinski turizem kot »obisk vinogradov, vinarjev, vinskih festivalov in drugih tovrstnih prireditvev, pri čemer kot glavni motiv obiskovalcev nastopa degustacija vina in/ali doživljanje posebnosti vinske regije« (Hall et al., 2000, 3). Getz in Brown (2006) v svoji analizi definirata kritične dejavnike uspeha posamične vinsko-turistične regije (Slika 16), pri čemer obravnavata vinski turizem simultano – kot obliko vedénja potrošnika, kot strategijo, s katero turistične destinacije oblikujejo lokalni razvoj in tržijo lokalna vina, in kot marketinško priložnost za vinarje, ki lahko tako svoje proizvode prodajo neposredno kupcu.



Slika 16: Kritični dejavniki uspeha vinsko-turistične destinacije po Getzu in Brownu.

Vir: Getz in Brown (2006)

Shor in Mansfeld (2009) vinski turizem razumeta preprosto kot tip turizma specifičnih ciljnih skupin, ki se odvija v vinorodnih okoliših s številnimi vinogradi in kletmi. Različnih izpeljank osnovne definicije je še veliko več. Posebna oblika vinskega (ali z vinom povezanega) festivalskega turizma se tako lahko dogaja tudi v večjih mestih in celo izven vinorodnih območij (npr. London, Ljubljana). Bistven je torej kontekst, geografsko okolje, vinska regija oz. vinsko-turistična destinacija in/ali njena s tradicijo povezana identiteta.

Raznolikost mnogoterih pogledov lahko priročno sklenemo z Gačnikovim razmišljanjem o vinskem turizmu, ki ga citirani avtor uvršča med

najkompleksnejše zvrsti turizma in kot del gastronomskega ali kulturnega turizma, »kjer je potovanje usmerjeno k holističnemu doživetju kulture vina, tako v ruralnih kot urbanih okoljih, z namenom prodaje vina skozi avtentične ali sodobne vinske zgodbe, zavoljo celostnega doživetja vinsko-turističnih identitet in destinacij, kot kulturološkega terroirja. Vinski turizem je kreativni in inovativni medij za komuniciranje vina, vinogradnikov, dediščine in kulture vina ter vinoloških posebnosti vinorodnih regij in držav. Je lifestyle, umetnost, znanost, filozofija in ekonomija, ki bazira na razumu in čustvih, ki aktivirajo vsa naša čutila.« (Gačnik, 2014, 71)

Globalni vinsko-turistični trendi in mediteranski kontekst

Analiza stanja globalnega vinskega trga izpostavlja države Novega sveta kot vedno močnejšo konkurenco (evro)mediteranskemu območju, kar se morda ne odraža toliko v količinah pridelanega vina kot zlasti v inovativnejšemu (in agresivnejšemu) marketinškemu pristopu. Novi svet in še posebej anglofonske dežele so tudi korak ali dva naprej v razvoju vinskega turizma. Zato ni presenetljivo, da od tam prihaja velika večina raziskav, objavljenih v znanstvenih revijah,⁵ in tudi že omenjene temeljne monografije s področja vinskega turizma pri tem niso izjema. Vprašanje je seveda, ali se lahko vinsko-turistični sistem oz. model, kot se je razvil in testiral v državah Novega sveta, enostavno prenese tudi v mediteranski kontekst.

Tomljenovičeva (2009) glede razvoja (vinskega) turizma poudarja, da je to eden donosnejših proizvodov in tako izredno pomemben za mnoge destinacije v Mediteranu. Dejstvo je namreč, da so mediteranske dežele skozi večtisočletni razvoj že v antiki pridobile (in ohranile) vodilni položaj v pridelavi vina,⁶ kar morda še toliko bolj velja za razvoj turizma. Francija, Italija in Španija dosegajo skupaj okrog 50 % svetovne proizvodnje vina, po podatkih Svetovne turistične organizacije pa so uvrščene med prvih pet destinacij na svetu po prihodih tujih turistov (Tabela 10).

- 5 Gomez in Collado (2012, cit. v: Charters, 2012) navajata podatek, da se kar 65 od 94 vinskoturističnih študij nanaša na države Novega sveta (predvsem na Avstralijo, Novo Zelandijo, Kanado in ZDA). To pomeni manj kot 30 % raziskav, posvečenih tradicionalnim evropskim proizvajalkam vina, kar je nedvomno svojevrsten paradoks.
- 6 Nekateri sicer Mediteran zmotno imenujejo za zibelko vinogradništva in vinarstva. Arheološka in zgodovinska dejstva govorijo drugače: kultura pridelave grozdja in vina je izvorno s širšega območja Kavkaza, z ozemlj današnjih Gruzije, Armenije, Azerbajdzana in Turčije (Jackson, 2008).

Tabela 10: Top 10 proizvajalk vina in top 10 mednarodnih turističnih destinacij v svetu, 2011.

| Svet / Država | Količina vina (v mio hektolitrih) | % od skupne proizvodnje | | Svet / Država | Prihodi tujih turistov (v mio) |
|---------------|-----------------------------------|-------------------------|----|--------------------------|--------------------------------|
| Svet – skupaj | 266,6 | 100 | | Svet – skupaj | 995,0 |
| Francija | 49,6 | 18,6 | 1 | Francija | 81,6 |
| Italija | 42,6 | 16,0 | 2 | ZDA | 62,7 |
| Španija | 35,0 | 13,1 | 3 | Kitajska | 57,6 |
| ZDA | 26,8 | 10,0 | 4 | Španija | 56,2 |
| Argentina | 15,5 | 5,8 | 5 | Italija | 46,1 |
| Avstralija | 11,0 | 4,1 | 6 | Turčija | 34,7 |
| Čile | 10,5 | 3,9 | 7 | Združeno kraljestvo (UK) | 29,3 |
| Južna Afrika | 9,9 | 3,7 | 8 | Nemčija | 28,4 |
| Nemčija | 9,6 | 3,6 | 9 | Malezija | 24,7 |
| Portugalska | 5,9 | 2,2 | 10 | Rusija | 22,7 |

Vir: Wineinstitute, 2014; UNWTO, 2014.

Tudi nekatere druge dežele severnega mediteranskega loka, kot na primer Portugalska, Grčija, Turčija, Črna gora, Hrvaška in Slovenija, so bolj ali manj prepoznane proizvajalke vina in tudi v svetovnem merilu že uveljavljene turistične destinacije.

Tako industrija vina kot turistični sektor gospodarstva se že nekaj časa soočata z velikimi izzivi. Države severnega Mediterana niso prav nobena izjema. Vinsko industrijo pestijo viški proizvodnje nad porabo in huda konkurenca vin iz držav Novega sveta ter z njima povezana negotovost glede potrošnje, ki v splošnem pada tudi zaradi izjemno zahtevnih razmer na svetovnem trgu (alkoholnih) pijač. Turistični razvoj v Mediteranu pa je po drugi strani že dosegel zrelo fazo življenjskega cikla destinacij, ki se soočajo s stagnacijo ali celo upadom turističnega prometa in ki večinoma ne znajo ali zmorejo unovčiti povpraševanja po nišnih turističnih produktih. Vinski turizem se je torej kljub velikemu ekonomskemu pomenu vinske in turistične industrije v evromediteranskem prostoru (pre)počasi razvijal in je zaradi zgoraj omenjenih izzivov šele nedavno postal dovolj zanimiv oz. nujen (Tomljenović, 2012).

Vzroke, deloma tudi mitologizirane, za relativno slabšo razvitost vinskega turizma v Evropi in posebej v Mediteranu (navkljub dolgi in bogati tradiciji) lucidno analizira Charters (2009 in 2012), ko primerja dva vinska svetova. Glede pridelave in potrošnje vina izpostavlja bistvene razlike skozi sedem vidikov: (1) različni produkcijski konteksti, (2) sistemi označb (porekla), (3) podjetniški pristopi in odnos do sodelovanja, (4) predanost tu-

rizmu malih vinarjev/kleti, (5) spreminjanje vzorcev potrošnje, (6) želja po izkušnji in (7) motivacija razviti vinski turizem; v analizi praktičnih vidikov vinskega turizma pa izpostavlja predvsem razlike v prireditvah, izobraževanju in sprejemu obiskovalcev oz. upravljanju vinske kleti (Charters, 2009, 370). Ugotovitve kažejo, da so pogoji pri večini obravnavanih vidikov v prid razvoju vinskega turizma v deželah Novega sveta, kjer se je ta razvijal vzporedno z vinsko industrijo in sploh ne nujno z namenom povečane prodaje vina, pač pa kot podpora in razumevanje potrebe potrošnikov po uveljavljanju njihovega življenjskega sloga. V evropskih in mediteranskih vinorodnih pokrajinah je bilo načrtovanje v tem smislu manj formalno, vinski turizem pa za učinkovito delovanje ob lokalni podpori zahteva organizacijo in povezanost številnih ključnih akterjev. Charters (ibid.) vidi primerjalne prednosti mediteranskih vinskih regij predvsem v odnosu in predanosti vinarjev prostoru (*terroir!*) ter široki paleti kakovostnih naravnih vrednot, kulturne dediščine, kulinaričnih, umetniških in historičnih atrakcij, ki jih lahko povežejo v svojo vinsko-turistično ponudbo.

Globalni trendi, ki vplivajo na mediteranski kontekst, bodo posledično zaznamovali tudi prihodnost vinskega turizma v Sloveniji.⁷ Nekatere trende povzemamo po Gačniku (2014), ki posebej izpostavlja:

- Usmeritev k avtohtonim in udomačenim sortam ter usmeritev v butični vinski turizem.
- Romantizirani trend vračanja k naravi, ki pa konkretno pomeni tudi usmeritev v ekološko vinogradništvo in vinarstvo, ta pa v nove oblike razvoja trajnostnega oz. odgovornega vinskega turizma in celotne kulture vina na Slovenskem. Predpostavlja se razvoj novega tipa vinskih kleti, gostiln, hotelov, s poudarki na naravnih materialih, prav tako razvoj novih vinoloških konceptov, jedilnikov, pogrinjkov, interjerjev ...
- Vinska identiteta bo postala vse pomembnejši element regionalnega razvoja vinsko-turističnih destinacij ter globalne prepoznavnosti vinorodnih regij.
- Razvoj nove vinsko-turistične infrastrukture in novih vinsko turističnih programov in storitev s programi povezovanja z rekreacijo (pohodništvo, kolesarstvo ...).

7 Gačnik in Kerma (2013) v tem pogledu analizirata nekatere zanimivejše vinske paradokse, ki so odraz bogastva in pestrosti vinskih identitet v Sloveniji in ki predstavljajo svojevrsten razvojni potencial za oblikovanje celotne vizije in strategije vinskega turizma ter posledično prispevajo k večji mednarodni vizibilnosti tako vinogradništva, vinarstva in kulture vina kot tudi trajnostnega razvoja turizma.

- Avtentična in holistična izkušnja – doživetje lokalnega na sodoben, odgovoren, varen in trajnosten način.
- Pomen emocionalnih izkušenj in avtentičnih zgodb z vodenimi ogledi, degustacijami in izobraževanji ter sprehodi po vinogradih, vinske prireditve in festivali, ...

Slovenija je vsekakor integralni del mediteranskega geografskega in kulturnega prostora, z dolgo in bogato vinogradniško tradicijo ter razvitimi turističnimi atrakcijami. Razvoj vinskega turizma zdaj že skoraj dvajset let temelji na vinskih turističnih cestah (VTC), ki naj bi predstavljale hrbtenico (trendovskega) razvoja turizma na podeželju (Kerma, 2012). Kljub nekaterim izjemam je bil vinski turizem pri nas, čeprav dojet kot pomemben proizvod tako za turistični kot tudi vinski sektor, le redko predmet znanstvenega raziskovanja, kar pa se v zadnjih letih nekoliko popravlja.

132

Primer: Primorska

Primorska je zaznamovana z blagodejnim mediteranskim vplivom. Vpliv morja seže v praktično vse dele obravnavane regije, kombinacija splošnih naravnogeografskih značilnosti (s specifičnim človeškim odzivom na okolje) pa je nekoliko drugačna za vsakega od njenih vinorodnih okolišev: Brda, Vipavo, Kras in Slovensko Istro. V bistvu je Primorska dokaj heterogena vinska regija. Njene štiri okoliše lahko prepoznamo in označimo kot vinske mikroregije z lastno identiteto in značilnim terroirjem. V nadaljevanju analiziramo vinsko-turistično ponudbo, primerjamo obstoječe razvojne dokumente in ugotavljamo podobnosti oz. razlike strategij in pristopov, povezanih z razvojem vinskega turizma v posameznih vinorodnih okoliših Primorske. Predstavljamo razvitost ponudbe ter obstoj in pomen tradicionalnih prireditev, povezanih z vinom (in kulinariko).

Precej kontroverzno dejstvo je, da slovenski razvojni načrti vinskemu turizmu (še vedno) ne namenijo pozornosti, ki bi si jo zaslužil. Večina dokumentov (vsaj na papirju) sicer poudarja pomen vinskega turizma za lokalni in regionalni razvoj. Tako tudi avtorji *Razvojnega načrta in usmeritev slovenskega turizma* vidijo že razviti segment turizma v vinsko-turističnih cestah (VTC), ki pa bi morale biti še intenzivneje vključene v integralni turistični proizvod posameznih turističnih destinacij (Uran in Ovsenik, 2006). Nekaj konkretnjših predlogov najdemo v Regionalnem razvojnem programu (RRP) Severne Primorske 2007–13 (RRA Severne Primorske, 2006) in RRP Južne Primorske 2007–13 (RRA Južne Primorske, 2006). Slednji je precej splošen in kot edini predlagani ukrep predvideva povezovanje ponudbe in trga preko promocije ponudbe VTC. RRP Severne Pri-

morske je dosti konkretnejši in poudarja velik potencial vinskega turizma, zlasti v povezavi z odličnostjo v turizmu (Prioriteta 2) ter promocijo razvoja trajnostnega turizma, in sicer z načrti za dva velika projekta (*Muzej kulture vina Brda* ter *Rekonstrukcija stare vinske kleti v Vipavi* z vzpostavitvijo vseslovenskega vinskega muzeja z dodatnimi dejavnostmi v tem objektu), ki pa se navsezadnje (še) nista realizirala. Razvoj vinskega turizma je neposredno povezan z razvojem podeželja. Krovni document, *Program razvoja podeželja Republike Slovenije 2007–2013* (MKGP, 2007), v celoti izpusti vinski turizem, je pa njegov pomen prepoznan v vseh lokalnih in regionalnih strategijah (programih razvoja podeželja) primorskih vinskih okolišev (RRA Severne Primorske, 2006a; RRC Koper, 2008; ROD Ajdovščina, 2008; ORA Krasa in Brkinov, 2008). Dokumenti poudarjajo pomen podpore pri razvoju vinogradniško-vinarskih kmetij in sočasno tudi kompletarne turistične ponudbe vzdolž VTC (Kerma, 2012).

V splošnem se načrtovalci lokalnega in regionalnega razvoja podeželja strinjajo, da VTC predstavljajo hrbtenico razvoja podeželja, ki pa se mora nadgraditi z avtentičnimi prireditvami in festivali. Izredno pomembno je, da se vzpostavi sistem sprotnih pregledov ponudnikov, ki zaradi nedefiniranega statusa zaupnikov še vedno ne deluje, kot bi moral. Res pa je, da so tudi sami ponudniki v veliko primerih zelo pasivni, ko gre za udeležbo na organiziranih seminarjih za izboljšanje turistične ponudbe. Naloga lokalnih oblasti in turističnih organizacij skupaj z društvi vinarjev je motivirati ponudnike z ocenjevanjem in nagrajevanjem, nuditi specifično strokovno svetovanje pri vzdrževanju stavb in njihove okolice, pomagati pri oblikovanju lastne blagovne znamke, nuditi administrativno pomoč pri pridobivanju finančnih sredstev iz razvojnih skladov in druga podpora. Ob infrastrukturnih ukrepih in animaciji ponudnikov bi se odgovorni morali usmeriti predvsem v ustrezno promocijo VTC, s turističnimi pisarnami in z ažurnimi informacijami o turistični ponudbi (promocijski materiali, privlačno oblikovane ter posodobljene spletne strani). Ključno je tudi povezovanje ponudbe VTC z drugimi oblikami turistične ponudbe na podeželju, z organiziranjem dnevnih izletov ali daljših aranžmajev. Trenutno so na terenu le redke lokalne turistične agencije, ki samostojno razvijajo in tržijo velik potencial VTC na Primorskem.

Tabela 11: Primorske vinske kleti in njihova ponudba po vinorodnih okoliših.

| Vinorodni okoliš | Število vin. kleti | Nudi namestitvev | Lastna spletna stran | Ponudba vinskih kleti |
|------------------------|--------------------|------------------|----------------------|---|
| Brda | 59 | 14 (24%) | 44 (75%) | Pokušina in prodaja vin, ogled kleti Vinarstvo in gostinstvo Turistična kmetija in gostinstvo Pokušina vin in rekreacija |
| Vipava | 89 | 10 (11%) | 51 (57%) | Pokušina in prodaja vin, ogled kleti Osmica, pridelava vina Degustacija vin, organizacija vinskih večerov |
| Kras | 159 | 16 (10%) | 36 (23%) | Pokušina in prodaja vin Osmica, pridelava vina Ogled kleti in etnološke zbirke Degustacija vin, restavracija Možnost ogleda kmetije, vinogradov, vasi, okolice Turistično vodenje po Krasu |
| Slovenska Istra | 78 | 4 (5%) | 25 (32%) | Pokušina in prodaja vin, ogled kleti Degustacijski prostor za skupine Etnološka zbirka predmetov na kmetiji Ponudba kosil in večerij po naročilu Osmica, pridelava in prodaja vin Vina, restavracija, ogled posestva |

Vir: Kerma (2012), Turk (2012).

Glede na velikost in obseg imajo Brda vsekakor najcelovitejšo ponudbo, ki vključuje največji delež namestitvenih zmogljivosti pri vinarjih med vsemi okoliši, še najbolj pa izstopa po opremljenosti vinarjev z lastno spletno stranjo (ima jo 75 % vseh). Destinacija kot taka je med vsemi okoliši najmanjša, zato pa v več pogledih najbolj homogena (ena občina!) in ponuja širok spekter turističnih atrakcij, dogodkov in aktivnosti. Vino je prisotno praktično na vseh prireditvah, med katerimi pa je, zanimivo, najbolj množična posvečena prazniku češenj. Splošno sprejeto je tudi dejstvo, da gre v primeru Brd za najrazvitejšo vinsko regijo v Sloveniji, kar se očitno odraža tudi v njenem vinsko-turističnem razvoju. Po Jurinčiču in Bojnec (2009) bi lahko Brda pogojno uvrstili že v 3. stopnjo življenjskega cikla vinsko-turistične destinacije, ki se postopoma bliža zreli fazi, medtem ko so ostali trije okoliši še na 2. razvojni stopnji. Na Vipavskem, ki je razdeljena na spodnjo in zgornjo VTC, kar povzroča nekoordinirane dejavnosti med delujočimi TIC-i, je turistična ponudba iz leta v leto pestrejša in privlačnejša, popravlja pa se tudi doslej dokaj skromna namestitvena zmogljivost in turistični angažma samih vinarjev. Kot zelo pozitiven razvojni dejavnik, ki bi lahko pripomogel h krepitvi vinsko-turistične dejavnosti v regiji in tudi širše, je Visoka šola za vinogradništvo in vinarstvo Univerze

v Novi Gorici (v obnovljenem Lanthierijevem dvorcu). Kraški vinorodni okoliš se lahko ponaša z morebiti najbolje urejeno in ustrezno promovirano VTC s posodobljenima internetno stranjo in brošuro. Problematična je opremljenost kraških vinarjev z lastno spletno stranjo, sicer pa lahko ugotovimo, da je tudi tu ponudba pestra in značilna. Ponudba v Slovenski Istri temelji na tipičnih istrskih vinih, oljčnemu olju in značilni mediteranski kulinariki z morskimi in podeželskim pridihom. Potencial istrske VTC se sicer ponovno krepi, a je še vedno zaznati težave v nedefiniranem skrbništvu in posledični nekoordiniranosti med obalnimi občinami. Drugi problem pa je povezan z zelo skromno ponudbo namestitvenih zmogljivosti v zaledju Slovenske Istre, saj lahko vse turistične kmetije oz. vinske kleti z namestitvijo naštejemo na prste ene roke (Tabela 12).

Tabela 12: Pomembnejše (tradicionalne) vinske in kulinarične prireditve, ocena skupnega števila obiskovalcev in glavne značilnosti, po posameznih vinorodnih okoliših Primorske.

| Vinorodni okoliš | Vinske prireditve (prazniki, festivali in drugi dogodki) | Ocena števila obiskovalcev* | Glavne značilnosti oz. posebnosti |
|------------------|---|-----------------------------|---|
| Brda | Pomlad v Medani Brda in vino Praznik rebule in oljčnega olja Dnevi odprtih kleti Praznik češenj Sanje v Medani, Šmartno, pravljica vas Martinovanja | 45.000 | Kombinacija visoko kakovostnih dogodkov za profesionalce in ljubitelje vina ter množičnih tradicionalnih prireditev, promocija briške rebule in oljčnega olja. Številni drugi festivali in dogodki (kulturno-umetniški, športni) od marca do novembra – ki vsi vključujejo vino. |
| Vipava | Festival vin Šempas Druženje s pinelo Okusi na Vipavskem Dan odprtih kleti Festival zelena Praznik polente Praznik breskev Bndimska kvaternica Vipavska trgatav Praznik kostanja Martinovanja Vinski hrami Vipavske doline | 35.000 | Številni manjši in večji dogodki od zgodnje spomladi do pozne jeseni, z nekaterimi imenitnimi vinsko-kulinaričnimi festivali; poudarek je na lokalnih proizvodih. Vipavska trgatav z izborom vinske kraljice najpopularnejši dogodek. Zelo popularne tudi osmice in odprti Vinski hrami ... vzdolž (zgornje) Vipavske vinske ceste. |
| Kras | Mesec špargljev Dan odprtih borjačev Břstovska špargljada in Kolosmica V osrčju dežele terana 1 Kras, 1000 okusov Praznik terana in pršuta Mesec kraške kuhinje Martinovanja | 30.000 | Veliko specifičnih okusov in arom, a prva asociacija na Kras je teran ... Praznik terana in pršuta z izborom vinske kraljice je najpopularnejši dogodek. Zelo popularne so tudi osmice. |

| Vinorodni okoliš | Vinske prireditve (prazniki, festivali in drugi dogodki) | Ocena števila obiskovalcev* | Glavne značilnosti oz. posebnosti |
|------------------------|---|-----------------------------|--|
| Slovenska Istra | Pokušina vina in oljčnega olja Ženske in vino Festival malvazije Festival spargljev Festival oranžnih vin Praznik olja in bledeža Praznik cvetja, vina in oljčnega olja Praznik refoška Praznik artičok Od vinarja do oljkarja Praznik vina in česna Praznik oljk, vina in rib Ribiški praznik Sladka Istra Mošt izolskega refoška Praznik kostanja in mladega vina Praznik kakija Martinovanja Festival penin | 55.000 | Sredozemski značaj se odraža v kombinaciji vina in oljčnega olja; med drugimi tudi razglasitev Županovo vino in oljčno olje. Večji festivali se odvijajo poleti (dober obisk sezonskih turistov). Tudi lokalni prazniki na podeželju (šagre, osmice). Posebno mesto namenjeno malvaziji in refošku spomladi, kakor tudi kronanju vinske kraljice na Martinovo. |

Vir: Intervjuji na TIC-ih, relevantne spletne strani, Kerma (2012), Simičič Humar (2013).

V povezavi z dokaj kakovostno turistično ponudbo v obravnavanih vinorodnih okoliših Primorske je potrebno omeniti nekaj pomembnih tradicionalnih in tudi novejših inovativnih prireditev, povezanih z vinom in kulinariko (tipični pridelki in jedi). Kot je razvidno iz Tabele 12, je ponudba zelo pestra in lokalno specifična, v nekaterih pogledih pa tudi precej podobna, saj temelji na skupni tradiciji in običajih (trgatev, martinovanje, uveljavljene promocijske strategije, npr. odprte kleti, izbor vinskih kraljic, itd.). V splošnem so vinsko-kulinarične prireditve dobro obiskane, čeprav se jih večinoma (zlasti v primeru tradicionalnih dogodkov) udeležujejo domačini in dnevni izletniki, ne pa toliko (vinski/kulinarični) turisti. Izjema je v določeni meri Slovenska Istra, kjer je večji skupni obisk predvsem odraz poletne sezonskosti. Po mnenju nekaterih organizatorjev naj bi bilo ponudbe dotičnih prireditev celo preveč in se je potrebno že krepko potruditi za soliden obisk. Dejstvo pa je, da v perspektivi lahko prosperirajo le tisti vinsko-kulinarični dogodki in prireditve, ki gradijo na originalnosti in avtentičnosti vinske regije kot turistične destinacije, ne glede na množičnost ali butičnost izvedbe.

Zaključek

Vinski (in kulinarični) turizem je – zlasti na območju Mediterana – obstajal že pred tisočletji, če seveda sploh lahko razmišljamo o fenomenu turizma v pogojih takratnega časa. Kot predmet akademskih študij (v mar-

ketingu, menedžmentu in turizmu) pa gre za manj kot 20 let star pojav. Pionirske znanstvene raziskave pogosto ponudijo omejen pogled na realnost, vprašljiv je domet njihovih ugotovitev za akterje, ki dejansko na terenu kreirajo vinski in kulinarični turizem. Pa vendar je bil z leti omogočen vpogled, ki je zagotavljal bolj fokusiran in učinkovit razvoj obeh nišnih vrst turizma tudi v praksi. Kljub temu se poznavalci še vedno strinjajo o pomanjkljivi povezanosti in prenosu akademskih spoznanj v realni (gospodarski) sektor, pod vprašaj pa postavljajo tudi učinkovitost (mednarodne) raziskovalne scene pri medsebojni komunikaciji, saj je veliko opravljenih študij objavljenih v nacionalnih strokovno-znanstvenih revijah, pri čemer nastane problem jezikovnih ovir (Charters, 2012; Tomljenović, 2012).

Če povzamemo bistvene rezultate preliminarne študije primera, lahko za vinsko regijo Primorska ugotovimo raznolikost in pestrost na eni ter izrazito notranjo nepovezanost oz. diskontinuiteto na drugi strani. Notranja heterogenost vinske regije Primorska, ki teritorialno tudi ni zaokrožena, se nanaša na štiri vinorodne okoliše (Brda, Vipava, Kras in Slovenska Istra), ki so kljub majhnim razdaljam dokaj prepoznavni in različni, z lastno identiteto, izhajajočo iz specifičnih mikroklimatskih, reliefnih in pedoloških pogojev, historičnega razvoja ter značilnih prilagoditev človeka na okolje. Vse to se odraža v terroirju in karakterističnih sortah grozdja in vina, tipičnih pridelkih in jedeh, torej posebnostih, na katerih temelji tamkajšnji razvoj vinskega in kulinaričnega turizma. Seveda se določena heterogenost kaže tudi znotraj posamičnih okolišev, kar je posledica administrativne nepovezanosti in/ali razdrobljenosti na več občin. Vinske turistične ceste (VTC) so gotovo zelo pomemben element razvoja vinskega (in širše podeželskega) turizma v vseh okoliših Primorske, vendar ugotavljamo nekatere pomanjkljivosti, ki preprečujejo njihovo večjo prepoznavnost in učinkovitost. Na drugi strani smo priča zelo kakovostni turistični ponudbi v vseh okoliših. Zlasti to velja za tradicionalne (med njimi tudi inovativne) vinske dogodke in prireditve. Ponudba je raznovrstna in lokalno specifična, četudi v nekaterih primerih precej podobna, saj temelji na skupnem izročilu in običajih. Kako se nanjo odzivajo obiskovalci, vinski turisti, in kakšni so njihovi motivi za obisk, ostaja predmet širših in hkrati natančno usmerjenih raziskav.

Prostorsko načrtovanje trajnostnega turizma s pomočjo analize nosilne zmogljivosti

Igor Jurinčič

Uvod

Cilj trajnostnega turizma je dolgoročno optimalno izkoristiti razpoložljive turistične resurse, znotraj še sprejemljivih vplivov na naravno, socialno in ekonomsko okolje (Gosar in Jurinčič 2003). Turizem, ki ne upošteva zmogljivosti regije, dolgoročno ogroža svoj lastni razvoj in celo obstoj ter negativno vpliva na celoten razvoj regije. Metoda analize nosilne zmogljivosti se je v praksi že večkrat izkazala kot ustrezen pripomoček za preprečevanje prenasičenosti turistične destinacije in za uresničevanje strategije trajnostnega razvoja turizma v regiji. Svetovna turistična organizacija (UNWTO) in Program Združenih narodov za okolje (UNEP) poleg celovitega prostorskega načrtovanja regij in usklajenega upravljanja turističnih destinacij priporočata tudi izdelavo analize nosilne zmogljivosti za posamezne destinacije in turistične kraje (Klarić et al., 2003). Z analizo nosilne zmogljivosti za turizem se opredeli maksimalno število obiskovalcev, ki lahko istočasno obišejejo regijo ali turistično destinacijo, ne da bi pri tem povzročili škodljive posledice za prostor ter ekološko in socio-kulturno okolje. Analiza nosilne zmogljivosti predstavlja tudi ustrezen postopek za izbor in preizkus razvojnega scenarija, ki dolgoročno najbolje ustreza razpoložljivim lokalnim in regionalnim virom. Vsakič presoja vpliv globalnih razvojnih trendov na lokalno raven, zato ob večjih lokalnih in globalnih spremembah potrebujemo nove študije nosilne zmogljivosti, ki jih je treba vsakič tudi metodološko dodelati. Analiza nosilne zmogljivosti je primerena metoda tudi za strokovno reševanje konfliktnih situacij, preden pride do razhajanja pogledov na razvoj zaradi uresničevanja različnih interesov v prostoru. Sam proces izdelave analize nosilne zmogljivosti ima istočasno

tudi funkcijo izobraževanja in ozaveščanja širokega kroga udeležencev prostorskega načrtovanja trajnostnega turizma v regiji (Jurinčič, 2005).

Po metodi analize nosilne zmogljivosti je že bilo izdelanih nekaj študij za različne destinacije v Sredozemlju, na primer za grški otok Rodos leta 1992, ki je med prvimi okusil neprijetne učinke množičnega turizma (Klarić et al., 2003), in druge turistično razvite grške otoke (Tselentis et al., 2007). Ti negativni učinki se niso kazali le v degradaciji okolja, temveč tudi v znižanju cen turističnih storitev. Zato so začeli iskati alternativne možnosti razvoja turizma. Za osrednji del vzhodnega območja otoka so na osnovi ekonomskih kazalcev izračunali maksimalno zmogljivost za 16.000 novih ležišč, kar še ne bi negativno vplivalo na kakovost ponudbe in s tem na ceno storitev. Za otok Vis so leta 1991 izračunali, da bi bilo 4.900 optimalno število turistov, ki bi ga občutljivo otoško okolje še preneslo. V tem primeru so bili poglobitveni omejitveni dejavnik možne nastanitvene kapacitete, čeprav bi infrastruktura in sociokulturne razmere omogočale tudi večje število turistov.

Primer izračuna nosilne zmogljivosti za zimske športe oz. žičničarski sistem v smučarskem središču države Utah je dal zanimive rezultate (Pulman in Thompson 2002). Analiza je pokazala, da je z ustreznim informacijskim sistemom, ki spremlja stanje v realnem času in sporoča čakalne dobe na posamezni napravi, možno najprej bolje izkoristiti že obstoječe kapacitete. Drugi ukrep, s katerim se lahko izognemo novim investicijam v drage naprave in proge, pa ponuja uvedba koncepta rezervacijskega sistema, ki k posamezni napravi ne pušča novih smučarjev, dokler se naprava na podlagi rezervacij posameznih smučarjev ne sprosti. Take ukrepe je možno zaradi sorodnosti pojava uporabiti tudi v tematskih in naravnih parkih, in sicer s ciljem, da potencialnim obiskovalcem zagotovimo kakovostno turistično storitev in preprečimo negativne učinke na občutljivo okolje.

Metoda

Metodo analize nosilne zmogljivosti smo uporabili na primeru Slovenske Istre. Na podlagi predhodnega pregleda primerov iz literature smo se odločili, da bomo omenjeno metodo, ki jo predlagata UNEP in Evropska Unija (Coccosis et al., 2002), nekoliko modificirali. Vnesli smo nekatere spremembe in dopolnitve, za katere menimo, da omogočajo ustrežnejšo izvedbo analize nosilne zmogljivosti tako v našem primeru kot tudi drugje v Sloveniji in v drugih primerljivih regijah; še vedno jo sestavljajo štiri osnovne faze.

Prva faza

V prvi fazi se najprej opredeli območje preučevanja. S pregledom razvoja turizma v Slovenski Istri smo ugotovili, kdaj in kje so bili začetki turizma v tej regiji, kaj je bilo odločilno za razvoj glavnih turističnih krajev, kakšna sta bila turistična ponudba in obisk v preteklosti in kakšna sta danes. Kritični pregled dosedanjega razvoja je osnova za nova razvojna izhodišča, ki jih postavimo v naslednji fazi.

Druga faza

V drugi fazi postopka izdelave analize nosilne zmogljivosti opravimo vrednotenje regije za potrebe razvoja turizma. Oblikovali smo lasten model vrednotenja, v katerem smo opredelili pomembne lokacijske dejavnike za možne turistične proizvode, za katere danes obstaja povpraševanje na turističnem trgu, ki potencialno gravitira na Slovensko Istro. Na podlagi tako opredeljenih turističnih proizvodov smo nato vrednotili primernost celotne regije za posamezen turistični proizvod. Pri tem smo si pomagali z računalniško podprtim geografskim informacijskim sistemom Idrisi (Eastman, 1999).

V našem primeru je šlo za dopolnitev obstoječega geografskega informacijskega sistema regije Slovenska Istra (Jurinčič, 1993) z vsebinami, ki so nujne pri vrednotenju regije za potrebe razvoja turizma (turistične kapacitete, sestava morskega dna in obrežnih tal ipd.). Posamezne dejavnike v regiji, ki so pomembni za učinkovit razvoj turističnih proizvodov, smo evidentirali, jih vnesli v karte in ovrednotili. Z računalniškim prekrivanjem – seštevanjem kart vrednotenja posameznih elementov, ki so pomembni za oblikovanje specifičnih turističnih proizvodov –, smo dobili karte primernosti regije za posamezni turistični proizvod. Takšne sintetične karte so podlaga za odločanje, v katerih območjih regije je najprimerneje razvijati posamezne turistične proizvode.

Tretja faza

Na osnovi tako izdelane analize prostorskih razvojnih možnosti za turizem smo v tretji fazi opredelili štiri razvojne scenarije do leta 2020: scenarij nadaljevanja dosedanjega razvoja, scenarij intenzivnega turističnega razvoja, scenarij ekološkega turizma ter scenarij trajnostnega turizma. Scenarija prostega razvoja, ki ga predlaga UNEP, pri nas nismo predvideli, ker menimo, da v gospodarsko razvitem, naravno dobro ohranjenem okolju, kjer prebiva ekološko ozaveščeno prebivalstvo, nikakor ni realen. Namesto tega smo obravnavali scenarij nadaljevanja dosedanjega razvoja. Nato smo scenarije medsebojno primerjali glede na njihove prednosti in slabosti pri

posameznih elementih, pomembnih pri razvoju turizma, ter izbrali optimalni scenarij. Na podlagi globalnih gibanj v svetu in doma predvidevamo, da je najprimernejši scenarij trajnostnega razvoja turizma. Zato smo ta scenarij natančneje aplicirali na izbrano turistično regijo – Slovensko Istro.

Četrta faza

V zadnji fazi smo ocenili nosilno zmogljivost obravnavanega območja za turizem. Določili smo indikatorje nosilne zmogljivosti za turizem, ki so glede na specifičnosti Slovenske Istre po našem mnenju najpomembnejši. Opredelili smo jih na osnovi tujih izkušenj v literaturi in jih priredili za naše okolje. Na področju infrastrukture ni večjih težav pri opredeljevanju prostih kapacitet. Tudi na področju obremenjevanja okolja so takšni standardi vedno bolj dodelani in primerljivi s sorodnimi pokrajinami. Večje težave nastopajo pri socio-ekonomskih in psihološko-kulturnih standardih, ki so težje opredeljivi in med različnimi destinacijami popolnoma neprimerljivi, zato jih moramo za vsako študijo nosilne zmogljivosti za posamezno območje vedno znova ugotavljati in preverjati.

142

Nosilna zmogljivost Slovenske Istre za trajnostni turizem

V našem primeru smo indikatorje v skupine razvrščali nekoliko drugače, kot smo zasledili v literaturi. Skupino prostorsko-ekoloških parametrov ali indikatorjev smo zaradi njihove pomembnosti v Slovenski Istri razdelili v dve skupini, in sicer v prostorsko-ekološko in v infrastrukturno, ki zajema tako splošno kot turistično infrastrukturo. Z anketiranjem prebivalcev in turistov smo zaznali, da so še posebej občutljivi na stanje okolja in infrastrukture. Drugi dve skupini indikatorjev, socio-demografskih in psihološko-političnih, nismo posebej obravnavali, temveč smo jih združili v skupino socio-psiholoških indikatorjev, ker se nam ti ne zdijo enako pomembni kot indikatorji iz prvih dveh skupin.

Pričakovali smo namreč, da bodo pri določanju skupne nosilne zmogljivosti v Slovenski Istri odločilni prostorsko-ekološki in infrastrukturni indikatorji, ker je nosilna zmogljivost socio-psiholoških indikatorjev v veliki meri odvisna od nosilne zmogljivosti indikatorjev iz prostorsko-ekološke in infrastrukturne skupine. Tudi dosedanji primeri izdelave nosilne zmogljivosti za turizem drugod po svetu potrjujejo, da so ti dejavniki odločilni v razvitih destinacijah, kamor prištevamo tudi Slovensko Istro (Sedmak in Mihalič, 2008). V manj razvitih destinacijah in destinacijah v razvoju pa ugotavljajo, da so odločilnejši socio-demografski in psihološko-politični indikatorji nosilne zmogljivosti.

Najprej smo opredelili trenutno zmogljivost posameznih indikatorjev nosilne zmogljivosti. Nadalje smo preverjali, ali je v prihodnjem obdobju z ustreznimi ukrepi možno povečanje njihove zmogljivosti, tako da smo trenutno zmogljivost indikatorja primerjali s postavljenim pragom maksimalne nosilne zmogljivosti za izbrani scenarij razvoja turizma do leta 2020. Pri tem smo upoštevali tudi že predvidene izboljšave v različnih razvojnih programih in strategijah ter možne izboljšave, povezane s pripombami prebivalcev in turistov (Tabela 13).

Na podlagi tako določenih ocen nosilne zmogljivosti posameznih indikatorjev smo ugotovili skupno nosilno zmogljivost regije, izraženo z maksimalnim številom turistov, ki so lahko hkrati nastanjeni v regiji, ki ga še dopušča indikator, ki tudi s predvidenimi izboljšavami dosega najnižji prag nosilne zmogljivosti.

V zaključku zadnje faze smo predlagali ukrepe in pripomočke za upoštevanje, spremljanje ter možno povečanje izračunane nosilne zmogljivosti regije za turizem. Z njimi bomo omogočili udejanjanje izbranega scenarija trajnostnega razvoja turizma do leta 2020.

Metoda analize nosilne zmogljivosti, ki smo jo izdelali in preizkusili, je primerna za uporabo na regionalnem nivoju. Za uporabo na lokalnem nivoju jo je treba dodelati in prilagoditi lokalnim značilnostim in zahtevam.

Trenutno nosilno zmogljivost posameznega indikatorja smo ocenili z naslednjimi kategorijami: ni presežena, ni trajnostna, presežena. Če smo ugotovili, da nosilna zmogljivost posameznega dejavnika ni presežena, smo ga označili s kategorijo »ni presežena«. Opredelili smo tudi, ali je možno povečanje zmogljivosti. V naslednjem stolpcu preglednice smo navedli ukrepe, s katerimi je nosilno zmogljivost mogoče povečati. Na primer, nosilna zmogljivost nastanitvenih zmogljivosti »ni presežena«, ker ne dosegajo niti priporočljivega minimalnega praga, ki ga predstavlja notranji krog na Sliki 17. Pri tem indikatorju je to 50-odstotna izkoriščenost nastanitvenih zmogljivosti, saj so v letnem povprečju le tretjinsko izkoriščene.

Če smo ugotovili, da je nosilna zmogljivost nekega indikatorja že presežena, smo jo označili s kategorijo »presežena«. Tak primer je npr. odvajanje in čiščenja odpadnih voda, ker na višku turistične sezone obstoječi sistem odvajanja in čiščenja odpadnih voda ne omogoča, da bi vse proizvedene odplake prečistili v skladu s predpisi. Zato vrednost tega indikatorja na Sliki 17 sega preko zunanjšega kroga, ki predstavlja maksimalno možno obremenitev sistema oz. maksimalno nosilno zmogljivost posameznega indikatorja. Tako je trenutno lahko v regiji nastanjenih maksimalno 18.000 turistov, kar še prenese obstoječi sistem odvajanja in čiščenja odpadnih voda in predstavlja tudi trenutno nosilno zmogljivost regije, saj je to indikator, ki dosega najnižji prag nosilne zmogljivosti.

Kategorijo »ni trajnostna« smo prisodili indikatorjem, kjer njihova nosilna zmogljivost sicer še ni presežena, vendar je blizu praga svoje nosilne zmogljivosti oz. dolgoročno ogroža ranljivost okolja v najširšem pomenu besede. Zato opozarjamo na ukrepe, ki jih je treba kar najhitreje izvesti, da bi dolgoročno zagotovili njihovo trajnostno rabo. Tak primer je kakovost morske vode. Če za vsa naselja ne bomo pravočasno zgradili celotnega komunalnega omrežja z ustreznimi čistilnimi napravami, naše kopalne vode lahko kmalu postanejo neprimerne za kopanje.

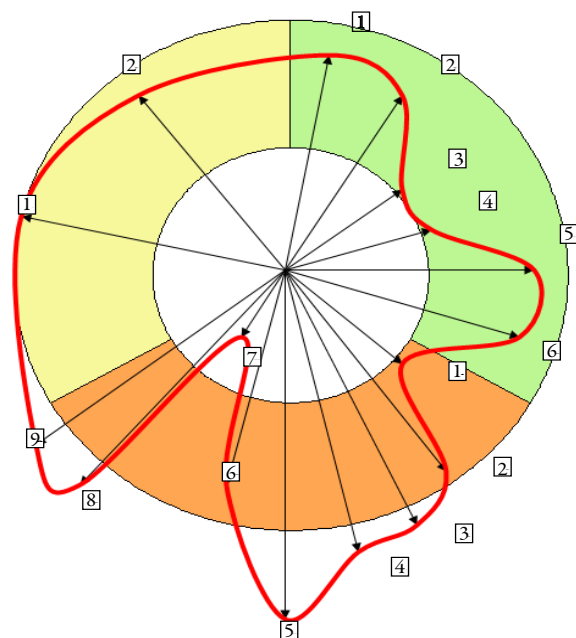
V zadnjih stolpcih tabele je navedena dolgoročna zmogljivost (do leta 2020) posameznega indikatorja, ki je podana s številom turistov in prebivalcev za posamezni indikator, ob upoštevanju, da bodo izvedeni potrebni ukrepi za dvig pragu njegove zmogljivosti. Za vse indikatorje zgornje meje ni bilo mogoče opredeliti s številom turistov, zato v takem primeru število turistov ni opredeljeno.

Tabela 13: Nosilna zmogljivost Slovenske Istre za turizem.

| Skupina indikatorjev | Indikator | Trenutna nosilna zmogljivost | Možnost povečanja | | Maksimalno število turistov s predlaganimi izboljšavami | Maksimalno število prebivalcev s predlaganimi izboljšavami |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------|-------------------|--|---|--|
| | | | Da Ne | Ukrepi | | |
| Prostorsko ekološki | Plaže | Ni trajnostna | Da | Gradnja novih bazenov in morebitna umetna razčlenitev obale | 31.471 (10 m ² /kopalca) 52.160 (6 m ² /kopalca) | |
| | Kakovost morske vode | Ni trajnostna | Da | Izgradnja komunalnih čistilnih naprav | 29.200 | 68.800 |
| | Kakovost pitne vode | Ni presežena | Da | Izgradnja komunalnih čistilnih naprav na celotnem območju, tudi predvidenih novih vodnih virov | 40.000 | 80.000 |
| | Zbiranje in ravnanje z odpadki | Ni trajnostna | Da | Izgradnja novega odlagališča z ustreznim postopkom obdelave in reciklaže selektivno zbranih odpadkov | Ni opredeljeno | |
| | Kakovost zraka | Ni presežena* | Da | Izgradnja hitre obalne ceste in hitre ceste od Kopa do hrvaške meje, boljši javni promet | Ni opredeljeno | |
| | Parki in zelenice | Ni trajnostna | Da | Urejanje novih zelenih površin in boljše vzdrževanje obstoječih | Ni opredeljeno | |
| Infrastrukturni | Nas-tanitvene zmogljivosti | Ni presežena | Da | S predhodno zagotovitvijo splošne infrastrukture | 29.250 | |
| | Količina pitne vode | Ni trajnostna | Da | Zavarovanja obstoječih virov, dodatne količine iz akumulacije; padež, uporaba reciklirane vode za namakanje in drugo primerno rabo | 40.000 | 80.000 |
| | Odvajanje in čiščenje odpadne vode | Presežena | Da | Izgradnja zbirnega omrežja na celotnem območju in čistilnih naprav | 29.200 | 68.800 |
| | Cestni promet | Presežena | Da | Izgradnja hitrih cest po državnem programu, večja frekvenca javnega potniškega prometa | Ni opredeljeno | |
| | Parkirna mesta | Presežena | Da | Izgradnja parkirnih hiš, boljša ureditev javnega prometa | 23.300 parkirnih mest | |

| Skupina indikatorjev | Indikator | Trenutna nosilna zmogljivost | Možnost povečanja | | Maksimalno število turistov s predlaganimi izboljšavami | Maksimalno število prebivalcev s predlaganimi izboljšavami |
|----------------------|---|------------------------------|-------------------|--|---|--|
| | | | Da | Ne | | |
| | Železniški promet | Ni trajnostna | Da | Izboljšanje varnostnih naprav, izgradnja drugega tira, ki bo omogočal večje hitrosti | Ni opredeljeno | |
| | Morski promet | Ni presežena | Da | Izgradnja potniških terminalov, večje število rednih javnih potniških povezav | 50 % povečanje števila prepeljanih potnikov | |
| | Marine in komunalni privezi | Presežena | Da | Gradnja še ene marine in povečanje števila komunalnih privezov | 4.808 privezov | |
| | Letalski promet | Presežena | Da | Posodobitev letališča v Portorožu | 16.600 prepeljanih potnikov | |
| Socio-psi-hološki | Zadovoljstvo prebivalcev z učinki turizma | Ni trajnostna | Da | Posodobitev in razbremenitev cest, zmanjšanje onesnaženosti okolja ter hrupa | Ni opredeljeno | |
| | Splošno zadovoljstvo turistov | Ni trajnostna | Da | Povečanje števila parkirnih mest, izgradnja hitre obalne ceste in hitre ceste od Koprado hrvaške meje, boljša ureditev javnega prometa, gradnja novih bazenov in morebitna umetna razčlenitev obale, več prireditev, zmanjšanje hrupa v Portorožu, izboljšanje informiranja, popestritev animacije in prireditev | Ni opredeljeno | |

* Nekoliko slabše stanje ob cestah in križiščih v času prometnih zastojev v turistični sezoni (ozon, benzen, NO_x).



- | | |
|---|--|
| Prostorsko -ekološki indikatorji | Infrastrukturni indikatorji |
| 1 Plaže | 1 Nastanitvene zmogljivosti |
| 2 Kakovost morske vode | 2 Količina pitne vode |
| 3 Kakovost pitne vode | 3 Odvajanje in čiščenje odpadne vode |
| 4 Zbiranje in ravnanje z odpadki | 4 Cestni promet |
| 5 Kakovost zraka | 5 Parkirna mesta |
| 6 Parki in zelenice | 6 Železniški promet |
| | 7 Morski promet |
| | 8 Marine in komunalni privezi |
| | 9 Letalski promet |
| | |
| Socio- psihološki indikatorji | |
| 1 Zadovoljstvo prebivalcev z učinki turizma | |
| 2 Splošno zadovoljstvo turistov | |

Slika 17: Nosilna zmogljivost Slovenske Istre za turizem po posameznih indikatorjih.

Ukrepi za izvajanje trajnostnega turizma

Ugotovljena nosilna zmogljivost regije je pripomoček predvsem managerjem turistične destinacije za načrtovanje in upravljanje trajnostnega razvoja turizma v regiji. Predstavlja usmeritev pri sprejemanju tako dolgoročnih kot vsakodnevnih odločitev na področju razvoja turizma. Izračunana nosilna zmogljivost ni nekaj fiksnega, dokončnega, kar se ne spreminja in kar bi enkrat za vselej določilo maksimalno možno število turistov. Ob spremenjenih razmerah, na podlagi katerih je bila določena, in ob ustreznem strateškem upravljanju lahko njeno vrednost povečamo, z nepreudarnim ravnanjem oz. neustreznim turističnim razvojem pa jo lahko tudi zmanjšamo. Zato je treba predvideti ukrepe za spremljanje in dvigovanje izračunanega nivoja nosilne zmogljivosti za trajnostni turizem (Jurinčič, 2009).

Pri oblikovanju teh ukrepov je treba upoštevati naslednje ugotovitve, ki izhajajo iz opravljene analize nosilne zmogljivosti Slovenske Istre:

148

- pri določanju nosilne zmogljivosti Slovenske Istre za trajnostni razvoj turizma so bili odločilni infrastrukturni indikatorji;
- le-ti imajo multiplikativni vpliv na nosilno zmogljivost regije, saj vplivajo na številne indikatorje nosilne zmogljivosti, tako na prostorsko-ekološke (npr. na kakovost morske vode in kakovost zraka) kot tudi na socio-psihološke indikatorje (na nezadovoljstvo prebivalcev in turistov);
- pri načrtovanju razvoja turizma je treba z veliko pozornostjo upoštevati tudi druge ugotovljene razloge nezadovoljstva turistov (pomankljiva ponudba raznih oblik razvedrila in zabave, kulturnih prireditev, rekreativnih dejavnosti in izletov, premalo možnosti za nakupovanje);
- na eni strani je pereča problematika presežene nosilne zmogljivosti nekaterih indikatorjev (npr. odvajanje in čiščenje odpadnih voda), na drugi strani pa visoka stopnja neizkoriščenosti razpoložljivih resursov (na podeželju, nastanitvene zmogljivosti);
- turisti so zadovoljni s ponudbo v hotelih, kritični pa so do ostale ponudbe na destinaciji in njihove pripombe je treba upoštevati, preden pride do zmanjšanja turističnega obiska.

Najnujnejši ukrepi za dvig izračunane nosilne zmogljivosti so naslednji:

- izgradnja manjkajočega omrežja odvajanja in čiščenja odpadnih voda,
- izboljšanje javnega potniškega prometa z večjim poudarkom na morskem prometu,

- gradnja javnih garažnih hiš na najbolj problematičnih mestih in sprotno zagotavljanje potrebnih parkirnih mest,
- zagotovitev nadomestnih količin pitne vode in spodbujanje varčevanja pri porabi vode, energije in povečanje deleža uporabe obnovljivih energetskih virov (Jurinčič in Bojnec 2009),
- uvedba selektivnega zbiranja in predelave odpadkov za celotno regijo,
- večja skrb za javne in zasebne zelene površine in uporaba reciklirane vode za namakanje,
- popestritev in izboljšanje turistične ponudbe v regiji.

Ukrepi za podaljšanje turistične sezone na celo leto ter za razvoj turizma na podeželju se med seboj prepletajo in imajo sinergijske učinke tudi s prej naštetimi ukrepi. Zelo dragi splošni in turistični infrastrukturi, ki je trenutno polno izkoriščena le nekaj tednov v letu, bi s podaljšanjem turistične sezone in razširitvijo turistične ponudbe na območje celotne regije povečali rentabilnost. Poleg tega bi ublažili obremenjenost indikatorjev s preseženo nosilno zmogljivostjo in zmanjšali potrebo po investicijah v splošno infrastrukturo. Z istočasno povečanimi prihodki od turizma bi lažje dopolnjevali in izboljševali turistično ponudbo.

Zaradi ekonomskih učinkov povečanega celoletnega turističnega obiska bi lahko načrtno preprečevali prekomeren obisk poleti. To bi vplivalo tudi na enakomernejšo obremenjenost splošne in turistične infrastrukture med letom in tudi na povečanje nosilne zmogljivosti regije. S pestro, kakovostno in celovito turistično ponudbo bi si turistično gospodarstvo lahko privoščilo višje cene storitev v poletni sezoni in tudi na tak način omejevalo prevelik obisk. Poleg tega bi na tak način privabili goste in povečali obisk turistov tudi izven poletne sezone. Premike v nakazani smeri lahko že opazujemo, vendar je treba skladno z regionalno strategijo trajnostnega turizma (Vesenjak et al., 2006), z njimi vztrajno in inovativno nadaljevati.

Turistično ponudbo lahko razširimo tudi z različnimi prireditvami in organizacijo izletov. Na tak način pri turistih dvignemo zadovoljstvo, podaljšamo čas njihovega bivanja in turistično sezono, tok turistov pa razpršimo na širše področje obravnavane regije. S tem posredno vplivamo na zmanjševanje gneče na plažah, cestah in drugje, zmanjšamo težave zaradi pomanjkanja parkirnih mest, razbremenimo odvajanje in čiščenje odpadnih voda – skratka, posredno lahko dvigujemo nosilno zmogljivost regije.

Glede na oceno realnih možnosti za uresničitev predlagamo okvirni časovni potek izvajanja ukrepov. Do leta 2015 bi bilo treba zgraditi splošno infrastrukturo, ki bo pokrila nosilno zmogljivost regije za obstoječe nastanitvene zmogljivosti, ter razširiti dodatno ponudbo, ki jo turisti zelo pogre-

šajo. V tem času je možno le prestrukturiranje nastanitvenih zmogljivosti v priobalnem pasu (počitniški domovi v hotele ipd.) in gradnja novih zmogljivosti na deficitarnem in turistično nerazvitem podeželju. Po letu 2015 pa bo možno graditi nove nastanitvene zmogljivosti tudi v priobalnem pasu do maksimalnega 30-odstotnega povečanja do leta 2020 na ravni celotne regije, vendar po predhodnem povečanju zmogljivosti splošne infrastrukture.

Najprej je treba torej odpraviti glavne omejitvene dejavnike trajnostnega razvoja turizma, ki jih predstavljajo preseženi ali netrajnostni indikatorji nosilne zmogljivosti. Pri tem se je treba zavedati, da gre za zelo velike dolgoročne investicije, ki jih turistično gospodarstvo in lokalne skupnosti ne zmorejo same, ampak bo za njihovo uresničitev nujna udeležba države, strukturnih skladov EU in drugih tujih investorjev (strateški partnerji, EBRD, Svetovna banka). Nadalje priporočamo investicije v turistično infrastrukturo, ki bo omogočala kakovosten preskok v ponudbi in podaljšanje turistične sezone, s tem pa boljšo zasedenost obstoječih nastanitvenih kapacitet.

Le na tak način bomo zagotovili trajnostni razvoj turizma, ki bo upošteval prostorsko-ekološko, infrastrukturno in socio-psihološko zmogljivost regije. Skratka, potrebno je spremljanje nosilne zmogljivosti s celovitim in enotnim upravljanjem regionalne turistične destinacije. Pri rednem spremljanju nosilne zmogljivosti je lahko v veliko pomoč vzpostavljen geografski informacijski sistem (GIS) regije, ki bi ga morala imeti vsaka uprava turistične destinacije. GIS predstavlja ustrezno tehniko in pripomoček, ki nam uspešno pomaga pri razjasnitvi zapletenih odnosov med družbo in naravo v pokrajini ter pri bolj premišljenem upravljanju z okoljem in prostorom (Hrvatini in Perko, 2009). Poleg GIS-a v slovenskih turističnih regijah pogrešamo tudi skupni informacijski sistem vseh turističnih ponudnikov, ki bi vključeval skupni rezervacijski sistem, trženje in promocijo destinacije. Le tako organizirana in opremljena regionalna turistična uprava, ki je tudi kadrovsko ustrezno podprta, lahko kompetentno izvaja učinkovit management turistične destinacije, v smeri uresničevanja strategije trajnostnega turizma.

Sklep

Analiza nosilne zmogljivosti regije je lahko zelo uporabno orodje za usmerjanje razvoja v regiji v smeri trajnostnega turizma. Na področju razvoja regije predstavlja strokovno podlago za sprejemanje kratkoročnih in dolgoročnih odločitev. Nosilna zmogljivost regije za turizem nam pove, kolikšen turistični obisk je še sprejemljiv in kakšni ukrepi so potrebni za ohranja-

nje oz. povečanje ugotovljene nosilne zmogljivosti. Turizem, ki ne upošteva zmogljivosti regije, dolgoročno ogroža svoj lasten razvoj in celo obstoj ter negativno vpliva na celoten razvoj regije. Ugotovljena nosilna zmogljivost ni nekaj dokončnega, kar se ne bo spreminjalo. Ob spremenjenih razmerah, na podlagi katerih je bila določena, in ob ustreznem strateškem upravljanju lahko njeno vrednost povečamo ali pa jo z nepreudarnim ravnanjem oz. neustreznim turističnim razvojem zmanjšamo.

Poleg analize nosilne zmogljivosti za razvoj turizma v regiji bi morali opraviti tudi analize nosilne zmogljivosti za druge dejavnosti. Usklajevanje le-teh je ključnega pomena za izdelavo regionalnega načrta po načelih celostnega in trajnostnega razvoja regije. Zaradi razlik med posameznimi območji znotraj regije je treba izdelati tudi podrobne analize nosilne zmogljivosti na lokalnem nivoju za zaključena območja. Predlagamo, da se to metodo zakonsko predpiše za posamezne dejavnosti (vsaj za turizem), da bi tako dolgoročno zagotavljali uveljavljanje trajnostnega razvoja na vseh teritorialnih nivojih.

Viri in literatura

- Admiral Casinò Mediteran – Igralni salon Kozina. (2014). Pridobljeno 23. 4. 2014 na <http://www.admiral.si/casin%C3%B2>
- Ahlert, G. (2006). Hosting the FIFA World Cup™ Germany 2006: Macroeconomic and regional economic impacts. *Journal of Convention and Event Tourism*, 8 (2), 57–77.
- Andranovich, G., Burbank, M. J., in Heying, C.H. (2001). Olympic Cities: Lessons Learned from Mega – event Politics. *Journal of Urban Affairs* 23(2), 113–131.
- Antoniou, A. (2011). Residents Perceptions toward the Social Impacts of a Mega Sport – Event: The case of Federation Internationale de Basketball (FIBA) EuroBasket 2011 in Vinius, Lithuania. A Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirments for the Dergree Master of Science. Arizona State University, 2011.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690.
- Bajuk Senčar, T. (2005): *Kultura turizma: antropološki pogledi na razvoj Bohinja*. Ljubljana, Založba ZRC, ZRC SAZU.
- Baloglu, S., in Love, C. (2005). Association meeting planners' perceptions and intentions for five major US convention cities: the structured and unstructured images. *Tourism Management*, 26 (2005), 743–752.
- Bartoluci, M. (2007). Turizam i sport – razvojni aspekt. Zagreb: Školska knjiga.

- Berčič, H., Sila, B., Slak Valek, N., in Pintar, D. (2010). Šport v turizmu. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Bernini, C. (2009). Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy. *Tourism Management*, 30(2009), 878–889.
- Blažević, B., in Alkier Radnić, R. (2005). Development of Congress Tourism. In: *4th International Scientific Conference of Kinesiology, Science and Profession – Challenge for the Future* (pp. 166–169), Zagreb, Opatija: University of Zagreb, Faculty of Kinesiology.
- Bosley, C., (2013). Švicarske igralnice brez Italijanov preživljajo težke čase. Pridobljeno 25. 4. 2013 na <http://novice.najdi.si/predogled/novica/31b9d5c1f9a2b6d67a31a8cc2506f8a8/7dni/Zanimivosti/%C5%Aovicarske-igralnice-brez-Italijanov-pre%C5%BEivljajo-te%C5%BEke-%C4%8Dase>
- Boström, M. (2012). A missing pillar? Challenges in theorizing and practicing social sustainability: introduction to the special issue. *Sustainability: Science, Practice, & Policy*. 8(1):3–14. Published online. <http://archives/vol8iss1/introduction.bostrom.html>
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., in McDonnell, I. (2006). *Events management* (2nd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Brezovec, T., in Bruce, D. (2009). Tourism development: issues for historic walled towns. *Management* 4–2.
- Cantelon, H., in Letters, M. (2000). *The making of the IOC environmental policy as the third pillar of the Olympic movement*. *International Review for the Sociology of Sport*, 35(3), 294–308.
- Carlsen, J. (1999). A Review of MICE Industry Evaluation and Research in Asia and Australia 1988–1998. *Journal of Convention in Exhibition Management*, 1(4), 51–66.
- Carlsen, J., in Charters, S. (ur.) (2006). *Global wine tourism: Research, management and marketing*. Wallingford, CABI.
- Carretero, S., Ferri, M., in Garces, J. (2013). Accessible social tourism as a social policy strategy for healthy ageing: the relationship between tourism and functional health in older adults. In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp 47–60). London: Routledge.
- Casado Diaz, M. A. (1999): Socio-Demographic Impacts of Residential Tourism: a Case Study of Torre Vieja, Spain. *International Journal of Tourism Research* 1 (4), str. 223–237.

- Cashman, R. (2006). *The Bitter-Sweet Awakening. The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games*. Walla Walla Press, Sydney.
- Casino Bled, d.d. (2014). Pridobljeno 23. 4. 2014 na <http://www.casino-bled.si/>
- Casino Portorož, d.d. (2014). Pridobljeno 23. 4. 2014 na www.casino.si/
- Casino Safir – igralni salon. Pridobljeno 23. 4. 2014 na <http://www.safir.si/casino>
- Caso, R., D'Angella F., in Quintè E. (2010). *Il sistema congressuale. Attori, strategie, risultati*. Roma: Edizioni FrancoAngeli.
- CBD. (2008). *Protected Areas in Today's World: Their Values and Benefits for the Welfare of the Planet*. Montreal: Secretariat of the Convention on Biological Diversity.
- Chalip, L. H. (2002). Using the Olympics to optimise tourism benefits. Paper presented as part of a series of university lectures on the Olympics, Centre d'Estudi's Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, Spain. Dostopno na: <http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/>
- Chalip, L. H., in McGuirly, J. (2004). Bundling sport events with the host destination. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 267–282.
- Charters, S. (2009). New World and Mediterranean wine tourism: A comparative analysis. *Tourism*, 57 (4), 369–379.
- Charters, S. (2012). The myths of wine tourism in Europe. V: Romano, M. F. in Natilli, M. (ur.), *Wine and Food Tourism: First European Conference*. Pisa, Edizioni ETS, 19–42.
- Chen, C. F. (2006). Applying the Analytical Hierarchy Process (AHP) Approach to Convention Site Selection. *Journal of Travel Research*, 45(2), 167–174.
- Chen, P. (2006). The attributes, consequences, and values associated with event sport tourists' behavior: a means-end chain approach. *Event Management*, 10, 1–22.
- CIC (2011). *The Economic Significance Study (ESS)*. ZDA: Alexandria, Virginia, Convention Industry Council.
- Cigale, D. (2009): Vplivi nastanitvenih objektov na okolje. Okoljski učinki prometa in turizma v Sloveniji. Ljubljana, Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Cigale, D. (2009). Turizem in rekreacija kot dejavnika okoljskih obremenitev. V: GeograFF 5: Okoljski učinki prometa in turizma v Sloveniji. Ljubljana, Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, str. 86–105.

- Cigale, D. (2013): Vpliv turizma na značilnosti cestnega prometa v Koprskem primorju. *Dela* 39, str. 27–47.
- Coccosis, H., Mexa, A., in Collovini, A. (2002). *Defining, measuring and evaluating carrying capacity in European tourism destinations*. Athens.
- Collins, A., Jones, C., in Munday, M. (2009). Assessing the Environmental Impacts of Mega Sporting Events: Two Options? *Tourism Management* 30, 828–837.
- Coppock, J. T. (1977): *Second homes: curse or blessing?* Oxford, Pergamon Press.
- Correia, A., Moital, M., Ferreira Da Costa, C., in Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: A second-order factor analysis. *Journal of Foodservice*, 19 (3), 164–176.
- Cracolici, M. F., Nijkamp, P., in Rietveld, P. (2008). Assessment of Tourism Competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics*. Vol. 14, No. 2. p. 325–342.
- Crouch, G. I. (2007). *Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes*. Queensland: CRC for Sustainable Tourism.
- Crouch, G. I., in Louviere, J. J. (2003). Place marketing Buyer Behaviour: A Model of Australian Convention sites. In: *ANZMAC 2003 Conference Proceedings* (pp. 287–292), Adelaide 1–3 December 2003, dostopno na: http://www.anzmac.org/conference/2003/papers/BB07_crouchg.pdf (12.9.2013).
- Crouch, G. I., in Louviere, J. J. (2004). The Determinants of Convention Site Selection: A Logistic Choice Model from Experimental Data. *Journal of Travel Research*, 43(2), 118–130
- Crouch, G. I., in Ritchie, J. R. B. (1998). Convention Site Selection Research: A Review, Conceptual Model, and Proposition Framework. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 1, 49–69.
- Crouch, G. I., in Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, Vol. 44, No. 3, p. 137–152.
- Crouch, G. I., Ritchie J. R. B., in Elgar, C.E. (2012). A Review of Competitiveness and Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, Book Review, Routledge.
- Davčna uprava Republike Slovenije. (2014a). Pravilnik o prirejanju posebnih iger na srečo v igralnih salonih in igralnicah. Pridobljeno 21. 4. 2014 na http://www.durs.gov.si/fileadmin/durs.gov.si/pageuploads/UNPIS/Zakonodaja/Pravilnik__IS_neuradno_precisceno_besedilo_2_1_.pdf

- Davčna uprava Republike Slovenije. (2014b). Izvleček iz registra koncesionarjev za igralnico in igralni salon. Pridobljeno 21. 4. 2014 na http://www.mf.gov.si/si/delovna_podrocja/igre_na_sreco/posebne_igre_na_sreco/
- Davidson, R., in Cope, B. (2003). *Business Travel – Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Harlow: Prentice-Hall.
- Davidson, R., in Rogers, T. (2006). *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events*. London: Routledge.
- Davies, J., in Williment, J. (2008). Sport tourism e grey sport tourists, all black and red experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 221–242.
- Deery, M. (2012). *State of the Business Events Industry Report 2011*. Dostopno na: http://www.businesseventscouncil.org.au/files/State_of_the_Business_Events_Industry_Report_2011.pdf (26.8.2012).
- Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure residents' attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II: Verification of the scale. *Event Management*, 7, 25–38.
- Del Chiappa, G. (2012). How Do Meeting Organizers Choose Convention Sites Based on Different Types of Meetings? An Empirical Analysis of the Italian Meetings Industry. *Event Management*, 16(2), 157–170.
- Dempsey, N., Bramley, G., Power, S., in Brown, C. (2011). The social dimension of sustainable development: Defining urban social sustainability. *Sustainable Development*, 19 (5) p. 289–300.
- Diekmann, A., in McCabe, S. (2013). Systems of social tourism in the European Union: a critical review. In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp. 19–32). London: Routledge.
- Diekmann A., McCabe, S., in Minnaert, L. (2012). Social tourism today: Stakeholders, and supply and demand factors. In S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann (eds), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice* (pp. 35–47). Bristol: Channel View Publications.
- Dimanche, F. (2003). The Role of Sport Events in Destination Marketing. Paper presented at the AIEST 53rd Congress in Sport and Tourism, Athens, Greece.
- Dnevnik, STA. (2012). Igralniški trg je zasičen: Pahor vidi igralništvo kot kamenček v mozaiku turizma. Pridobljeno 25. 4. 2014 na <http://www.dnevnik.si/poslovni/novice/1042385643>
- Dudley, N. (ed.), 2008: *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. Gland, Switzerland: IUCN.

- Dwyer, L., Livaic, Z., in Mellor, R. (2003). Competitiveness of Australia as a tourist destination. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10 (1) p. 60–78.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., in Mules, T. (2000). A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions. *Event Management*, 6, 275–189.
- Eadington, W., (1997). Understanding gambling. V Eadington, W. R., in Cornelius, J. A. (ur.): *Gambling Public Policies and Social Sciences*. Institute for the Study of Gambling & Commercial Gaming College of Business: Reno, Nevada.
- Eagles, P. F. J., McCool, S. F., in Haynes C. D. A. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management*. IUCN Gland, Switzerland in Cambridge, UK.
- Eastman, J. R. (1999). *Idrisi 32: Guide to GIS and Image Processing*. Worcester.
- Ecoclub. 2013. <http://ecoclub.com/articles/interviews/784-120207-lynn-minnaert>
- EITW (2012). *Europäisches Institut für TagungsWirtschaft: Meetings in EventBarometer 2011/2012*. Dostopno na: <http://www.eitw.de/node/19> (26.8.2012).
- European Comission. (2013). http://ec.europa.eu/enterprise/sector/tourism/files/docs/calypso/palma_final_summary_report_en.pdf
- Evans, G. (2005). Measure for measure: evaluating the evidence of culture’s contribution to regeneration. *Urban Studies*, 42, 959–983.
- Evans, N., Campbell, D., in Stonehouse, G. (2003). *Strategic Management for Travel and Tourism*, Oxford: Butterworth Heinemann.
- Evropska Komisija, (2010). Sporočilo komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij. *Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske turistične politike*, Bruselj. Dostopno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0352:FIN:SL:PDF>
- FNNPE. (2001). *Loving them to death? Sustainable Tourism in Europe’s Nature and national Parks*. Grafenau, Germany: EUROPARC Federation.
- Fourie, J., in Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364–1370.
- Fredline, E., Jago, L., in Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8, 23–37.

- Frost, W. (2004): A hidden giant: Second homes and coastal tourism in South-Eastern Australia. V: Hall, C. M., in Müller, D. K. (ur.): *Mobility, Tourism and Second Homes. Between elite landscape and common ground*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, str. 162–173.
- Gačnik, A. (2014). Slovenian wine stories and wine identities: from heritage and culture of wine to wine tourism. V: Harvey, M., Frost, W., in White L. (ur.). *Wine and identity: branding, heritage, terroir*. Routledge, 57–70.
- Gačnik, A., in Kerma, S. (2013). Paradoksi vinskega turizma na Slovenskem: izbrani primeri. Referat na 4. znanstveni konferenci z mednarodno udeležbo »Turizem, izobraževanje in management«, Portorož, 24.–25.10.2013. UP FTŠ Turistica.
- Galun, R., (2011). Casino Maribor: tožba proti nekdanjim šefom izgubljenega. Delo. Pridobljeno 22. 4. 2014 na <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/casino-maribor-tozba-proti-nekdanjim-sefom-izgubljena.html>
- Gammon, S., in Robinson, T. (1997). Sport and tourism: a conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 21–26.
- Getz, D. (2000). *Explore wine tourism: Management, development & destinations*. New York, Sydney, Tokyo: Cognizant Communication.
- Getz, D. (2005). *Event management & event tourism* (2nd ed.). New York: Cognizant Communication.
- Getz, D. (2008). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Amsterdam; London: Butterworth-Heinemann.
- Getz, D. (2012). Event studies: discourses and future directions. *Event Management*, 16, 171–187.
- Getz, D., in Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, vol. 27, 146–158.
- Getz, D., in Robinson, R. (2012). Understanding and researching food tourism. V: Romano, M. F., in Natilli, M. (ur.), *Wine and Food Tourism: First European Conference*. Pisa, Edizioni ETS, 43–86.
- Gibson, H. J. (2002). *Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future*. In S. Gammon, & J. Kurtzman (Eds.), *Sport tourism: Principles and practice*. Eastbourne: LSA.
- Gibson, H. J., Attle, S. in Yiannakis, A. (1997). Segmentation the active sport tourist market: A life span prospective. *Journal of vacation marketing*. 4(1), 52–64

- Glyptis, S. A. (1991). *Sport and tourism. In Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Cooper, C. (ed.). Belhaven: London; 3: 165–183.
- Goeldner, C. R. (2006). Tourism: Principles, practices, philosophies. Dostopno na: <http://lib.myilibrary.com/Browse/open.asp?ID=64932>
- Goluža, M. (2013): Vloga počitniških bivališč na podeželju: primerjava med Občinama Cerklje na Gorenjskem in Komen. *Geografski vestnik* 85 (1), str. 37–50.
- Goodland, R. (1995). The Concept of Environmental Sustainability, *Annual Review of Ecology and Systematics*, Vol. 26, p. 1–24.
- Gosar, A. (1987a): Učinki počitniških bivališč na preobrazbo slovenske kulturne pokrajine. *Geographica Slovenica*, 18, str. 183–204.
- Gosar, A. (1987b): Geografski vidik razvoja počitniških bivališč na Notranjskem in Primorskem. V: Habič, P. (ur.): *Notranjska: zbornik 14. zborovanja slovenskih geografov, Postojna, 15.–17. oktobra 1987*. Ljubljana, Zveza geografskih društev Slovenije, str. 251–264.
- Gosar, A. (1988): *Počitniške hiše kot element transformacije slovenskih alpskih pokrajin*. Doktorska disertacija. Ljubljana, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Gosar, A. (ur.) (2004): Zavarovana območja in njihov pomen za turizem: morska učna pot: Mesečev zaliv in njegovi zakladi: strokovni seminar. Koper, Univerza na Primorskem.
- Gosar, A., (2009). Tourism in postsocialist countries of Southeastern Europe: trends and challenges. V: Ovsenik, M. (ur.): *Nova Evropa – nova turistična destinacija: zbornik. New Europe – new tourist destination: proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2009, str. 168–186.
- Gosar, A., in Jurinčič, I. (2003). Sustainable Tourism in the Alpen – Adria Region: Reality and Goals. *Dela* 19.
- Griffin, K., in Stacey, J. (2013). Towards a »tourism for all« policy for Ireland: achieving real sustainability in Irish tourism. In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp. 33–46). London: Routledge.
- GURS – Geodetska uprava Republike Slovenije (2012): Register nepremičnin, Občina Bohinj, stanje december 2012.
- GURS – Geodetska uprava Republike Slovenije (2013): Register nepremičnin, Občina Piran, stanje oktober 2013.

- Hall, C. M. (1992). *Adventure, sport and health tourism*. In *Special Interest Tourism*, Weiler B, Hall CM Belhaven Press: London; 141–158.
- Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B., in Macionis N. (2000). *Wine Tourism around the World*. Butterworth Heinemann.
- Hall, C. M., Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., in Harris, R. (2007). *Festivals & special event management* (4th ed.). Milton, QLD: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Harris R., Jago L., Allen, J., in Huyskens, M. (2000). Towards an Australian Event Research Agenda: First Steps. *Event Management*, 6(4), 213–221(9).
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an »industry«: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*. 27(6), 1192–1208.
- Higham, J. (2005). Introduction to sport tourism impacts and environments. *Sport tourism destinations*, 16, 223–232.
- Hiller, H. H. (1995). Conventions as mega-events: A new model for convention-host city relationships. *Tourism Management*, 16(5), 375–379.
- Hiltunen, M. J. (2007): Environmental Impacts of Rural Second Home Tourism Case Lake District in Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (3), str. 243–265.
- Hiltunen, M. J., Pitkänen, K., Vepsäläinen, M., in Hall, C. M. (2013): Second home tourism in Finland: Current trends and eco-social impacts. V: Roca, Z. (ur.): *Second home tourism in Europe: lifestyle issues and policy responses*. Farnham, Burlington, Ashgate, str. 141–163.
- Hinch, T., in Higham, J. (2001). Sport tourism: a framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45–58.
- Hit d.d., (2014). Pridobljeno 23. 4. 2014 na www.hit.si/
- Hjalager, A.-M., in Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London, Routledge.
- Holloway, J. C., in Taylor, N. (2006): *The Business of Tourism*. Harlow. New York, Financial Times Prentice Hall.
- Horner, J., in Manzenreiter, W. (2006). *Sports mega-events: Social scientific analyses of a global phenomenon*. Oxford: Blackwell.
- Hrvatin, M., in Perko, D. (2009). Primernost Hammondove metode za določanje enot oblikovanosti površja v Sloveniji. *Geografski zbornik* 49–2.
- Hunter-Jones, P. (2013). The role of charities in social tourism. In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp. 47–60). London: Routledge.

- Huo, Y. (b.l.). Meeting Planners' Perception on Convention Destination Attributes: Empirical Evidence from Six Major Asian Convention Cities. *The Journal of Business Inquiry* (article in press). Dostopno na http://www.uvu.edu/woodbury/jbi/articles_in_press/index.html (5.1.2014).
- ICCA, 2012. ICCA – International Congress and Convention Association: Statistics Report 2002–2011: International Association Meetings Market. Dostopno na: <http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=3005> (10.9.2012).
- Igralni salon Karneval – Casino Carnevale. Pridobljeno 23. 4. 2014 na <http://www.carnevale.si/>
- Jackson, R. S. (2008). *Wine Science. Principles and Applications*. Elsevier/Academic Press.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.
- Jago, L., in Deery, M. (2005). Relationships and factors influencing convention decision-making. *Journal of Convention and Event Tourism*, 7(1), 23–42.
- Jago, L., in Deery, M. (2010). *Delivering Innovation, Knowledge and Performance: The Role of Business Events*. Spit Junction, NSW: BECA.
- Jeršič, M. (1968): Sekundarna počitniška bivališča v Sloveniji in Zahodni Istri. *Geografski vestnik*, 40, str. 53–67.
- Jeršič, M. (1974): Primerjalna analiza splošne in turistične razvitosti slovenskih občin. *Geographica Slovenica*, 3, str. 132–141.
- Jeršič, M. (1987): Učinki počitniških stanovanj na okolje. *Geographica Slovenica*, 18, str. 65–84.
- Jeršič, M. (1990): Turistična transformacija Portoroža. V: Orožen Adamič, M. (ur.): *Primorje: zbornik 15. zborovanja slovenskih geografov, Portorož, 24.–27. oktobra 1990*. Ljubljana, Zveza geografskih društev Slovenije, str. 221–231.
- Jones, C. (2008). Assessing the environmental impact of a major sporting event. *Tourism Economics*, 14, 343–360.
- Jurinčič, I. (1993). *Regionalno vrednotenje možnih lokacij za namestitev industrije (ob uporabi geografskega informacijskega sistema)*. Magistrska naloga, Filozofska fakulteta v Ljubljani. Ljubljana.
- Jurinčič, I. (2005). Carrying capacity assessment of Slovene Istria for tourism. *Sustainable development and planning II*. Southampton, Boston.
- Jurinčič, I. (2009): *Nosilna zmogljivost Slovenske Istre za turizem*. Portorož, Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica.

- Jurinčič, I., in Bojnec, Š. (2009). Environmental management in Slovenian tourist enterprises. *International Journal of Sustainable Development and Planning* 4–3. Southampton.
- Jurinčič, I., in Bojnec, Š. (2009). Wine tourism development: The case of wine district in Slovenia. *Tourism*, 57 (4), 435–448.
- Jurinčič, I., in Gosar, A. (2002). Sustainable tourism – reality or fiction? Results of field works in the Northern Adriatic region. In: *Reinventing a tourism destination: Abstracts, 50 anniversary – journal Tourism* (pp. 52–54). Zagreb: Institute for tourism.
- Jurkowski, C., in Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296–312.
- Kalan, M. (1983): *Počitniške hiše v Bohinju*. Diplomaska naloga. Ljubljana, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Kasimati, E. (2003) Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research. *International Journal of Tourism Research*, 5, 433–444.
- Kerma, S. (2012). Wine tourism as a factor of regional development: the case of Primorska wine region, Slovenia. V: Romano, M. F., in Natilli, M. (ur.), *Wine and Food Tourism: First European Conference*. Pisa, Edizioni ETS, 237–254.
- Kim, S., in Petrick, J. (2005). Resident's perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26, 25–38.
- Kim, S. S., Chon, K. in Chung, K. Y. (2003). Convention industry in South Korea: an economic impact analysis. *Tourism Management*, 24 (2003), 533–541.
- Kim, S. S., Kim, J. H., in Ritchie, B.W. (2008). Segmenting overseas golf tourists by the concept of specialisation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 199–217.
- Klarič, Z., Mangion, M. I., Satta, A., in Travis, A. S. (2003). *Guide to good practice in tourism carrying capacity assessment*. Split.
- Komisija evropskih skupnosti, (2007). *Program za trajnostni in konkurenčni evropski turizem*, Bruselj. Dostopno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:SL:PDF>
- Kongresna Ljubljana 2020 (2011). *Kongresna Ljubljana 2020: Razvojná politika kongresne destinacije Ljubljana 2012–2020*. Ljubljana: Go Mice, Turizem Ljubljana.

- Kozak, M. (2002). Measuring comparative destination performance: A study of Spain and Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13 (3) p. 83–110.
- Kurtzman, J., in Zauher, J. (1995). Agency Report – Tourism Sport International Council. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 707–708.
- KUS. (2012). Zavod Kongresno-turistični urad Slovenije: Standardizacija. Dostopno na: <http://sl.slovenia-convention.com/kongresnoturistični-urad/standardizacija/> (6.9.2012).
- Ladkin (2002). Research Issues and Challenges for the Convention Industry. In K. Weber in K. Chon (eds.), *Convention tourism: international research and industry perspectives* (pp. 101–118). New York; London; Oxford: THHP – The Haworth Hospitality Press.
- Lawrence, M. (2005). The System Matters: Systems Thinking and the Study of Regional Tourism Destinations, In D. Carson, D. and Macbeth, J. (Eds.). *Regional Tourism Cases: Innovation in Regional Tourism*, University Press, STCRC, Melbourne, pp. 9–17.
- Lawrence, M., in McCabe, V. (2001). Managing conferences in regional areas: a practical evaluation in conference management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(4), 204–207.
- Laws, E. (1995). *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*, New York: Routledge.
- Lee, C., in Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26, 595–603.
- Lee, H. Y., McKercher, B., Kim, S. S. (2009). The relationship between convention hosts and professional conference organizers. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 556–562.
- Lee, M. J., in Back, K. (2005a). A review of economic value drivers in convention and meeting management research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 409–420.
- Lee, M. J., in Back, K. (2005b). A review of convention and meeting management research 1990–2003. *Journal of Convention in Event Tourism*, 7(2), 1–20.
- Leiper, N. (2003). *Tourism Management*, Hospitality Press, Frenchs Forest, NSW.
- Lucianović, L. (1980). *Kongresni turizam*. Sarajevo: IGKRO “Svjetlost”.
- MacLeod, C. (2008). Beijing’s welcome is a mix of pride, spies and suspicion. *USA Today*.

- Mair, J., in Thompson, K. (2009). The UK association conference attendance decision-making process. *Tourism Management*, 30(3), 400–409.
- Marjavaara, R. (2007): The Displacement Myth: Second Home Tourism in the Stockholm Archipelago. *Tourism Geographies* 9 (3), str. 296–317.
- Marjavaara, R. (2008): *Second Home Tourism: The Root to Displacement in Sweden?* Doctoral Dissertation. Umeå, Department of Social and Economic Geography, Umeå University.
- Markulev, A., in Long, A. (2013). On sustainability: an economic approach, Staff Research Note, Productivity Commission. Canberra.
- Martin, A., in Barth, K. (2013). Residents Perceptions of Sport Mega – Events: A Host Community Perspective on the forthcoming Commonwealth Games in Glasgow 2014. *Event Management*, 17, 13–26.
- Matheson, V.A. (2007): *Economic Impact Analysis*. In: W. Andreff and S. Szymanski (ed): *The Elgar Companion to the Economics of Sports*. London: Edward Elgar Publishing.
- Mazanec, J. A. (1995). Competition among European tourist cities: a comparative analysis with multidimensional scaling and self-organizing maps. *Tourism Economics*, 1 (3) p. 283–302.
- McCabe, S. (2009). Who needs a holiday? Evaluating social tourism. *Annals of Tourism Research*. 36(4), 667–688.
- McCabe, S., Joldersma, T., in Chunxiao, L. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*. 12, 761–773.
- McCabe, S., Minnaert L., in Diekman, A. (2012). *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*. Bristol: Channel View Publications.
- McCabe, V., Poole, B., Weeks, P., in Leiper, N. (2000). *The business and management of conventions*. Brisbane: John Wiley in Sons.
- McKenzie, S. (2004). Social sustainability: towards some definitions, Hawke Research Institute, No. 27, University of South Australia Magill, South Australia.
- Mesec, B. (1998): *Uvod v kvalitativno raziskovanje v socialnem delu*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
- Mihalič, T. (2006): *Trajnostni turizem*. Ljubljana, Ekonomska fakulteta.
- Mihelič, D., (1993): *Hazard*. Annales, Zgodovinsko društvo za južno Primorsko, Koper.

- Mill, R., Christie, A., in Morrison, M. (1985). *The Tourism System: An Introductory Text*, Prentice Hall International, New York: Englewood Cliffs.
- Miller, M., in Kerr, G. (2009). *Conventions held by associations: a case study of buyers and suppliers in an emerging conference destination*. In J. Carlsson, M. Hughes, K. Holmes in R. Jones (Eds.), *Proceedings of the 18th Annual CAUTHE Conference* (pp. 1–20). Perth, Australia: Curtin University of Technology.
- Minnaert, L. (2008): *Holidays are for everyone. Research into the effects and the importance of holidays for people living in poverty*. Brussels: Tourism Flanders. http://www.holidayparticipation.be/downloads/tourism_research_notebook.pdf
- Minnaert, L. (2014). Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainty. *Tourism Management*. 40, 282–289.
- Minnaert, L., Maitland, R., in Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*. 36(2), 316–334.
- Minnaert, L., Maitland, R., in Miller, G. (2013). *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp 5–17). London: Routledge.
- Minnaert, L., Maitland, R., in Miller, G. (2013). What is social tourism? In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp. 5–17). London: Routledge.
- Mistilis, N., in Dwyer, L. (1999). Tourism Gateways and Regional Economies: the Distributional Impacts of MICE. *International Journal of Tourism Research*, 1(6), 441–457.
- MKGP (2007). Program razvoja podeželja Republike Slovenije za obdobje 2007–2013. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Republike Slovenije.
- Morelli, J. (2011). Environmental sustainability: A definition for environmental professionals, *Journal of Environmental Sustainability*, 1 (1) p. 19–27.
- Morozov, S., (2010). Hit zanika soodgovornost za stečaj Casinoja Ljubljana. Dnevnik. Pridobljeno 22. 4. 2014 na <http://www.dnevnik.si/po-slovni/novice/1042351651>
- Moscardo, G. (2007). Analyzing the role of festivals and events in regional development. *Event Management*, 11, 23–32.
- Müller, D. K., Hall, C. M., in Keen, D. (2004): Second Home Tourism Impact Planning and Management. V: Hall, C. M., in Müller, D. K. (ur.): *Mobility, Tourism and Second Homes. Between elite landscape and common ground*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, str. 15–32.

- Nacionalni program športa v Republiki Sloveniji (NPS). Uradni list RS, št. 24/2002.
- Navickas, V., in Malakauskaite, A. (2009). The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. The economic conditions of enterprise functioning, *ENGINEERING ECONOMICS*. No 1 (61), p. 37–44.
- Ntloko, N. J., in Swart, K. (2008). Sport tourism event impacts on the host community: A case study of the Red Bull Big Wave, Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30(2), 79–93.
- Odlok. (1993). Odlok o prostorskih ureditvenih pogojih za območja planških celot Strunjan, fiesa – Pacug, Piran, Razgled – Moštra – Piranska vrata, Portorož, Lucija, Seča, Sečoveljske soline, Dragonja in M SE/2 v občini Piran. Primorske novice – Uradne objave št.25/93).
- Ohmann, S., Jones, I., in Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 129–152.
- Opperman, M. (1996a). Convention cities – Images and changing fortunes. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 10–19.
- Opperman, M. (1996b). Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions. *Tourism Management*, 17(3), 175–182.
- Opperman, M., in Chon, K. (1997). Convention participation decision-making process. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 178–191.
- ORA Krasa in Brkinov (2008). Razvojni program podeželja Krasa in Brkinov za območje občin Divača, Hrpelje-Kozina in Sežana za obdobje 2007–2013. Območna razvojna agencija Krasa in Brkinov. Dostopno na: <http://www.ora.si/las.php> (15.10.2011)
- Oral, J., in Whitfield, J. (2010). The North Cyprus Conference Sector: Establishing a Competitive Advantage. *Tourism Analysis*, 15(4), 411–424.
- Ovieda-Garcia, M. A., Castellanos-Verdugo, M., & Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10, 95–109.
- Page, S., in Conell, C. (2006). *Tourism – a modern synthesis*, Second edition, Thomson.
- Pahor, M., (2007). The impact of gambling on social and economic environment in Nova Gorica. V: *The economic and social implications of destination resort casino hotels. Symposium Slovenia, Nova Gorica, September 24–25*. Nova Gorica: Faculty of Applied Social Studies, 2007.

- Perko, D., in Orožen Adamič, M. (ur.) (1999): *Slovenija: pokrajine in ljudje*. Ljubljana, Mladinska knjiga.
- Planinc, S., in Nemeč Rudež, H., v: Jurinčič, I., et al., (2011): *ISTRA – avtentična destinacija dobrega počutja*. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica.
- Plut, D. (2010): *Geografija sonaravnega razvoja*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- Pogačnik, A. (2008): *Prostorsko načrtovanje turizma*. Ljubljana, Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive strategies*, UK: CAB International.
- Prebežac, D., Mikulić, J., in Peručić, D. (2008). Satisfiers and Dissatisfiers in Congress Tourism – The Case of Dubrovnik. In Ozretić Dosen, Đ. – Krupka, Z. – Škare, V. (Eds.), *2nd International Scientific Conference «Marketing Theory Challenges in Transitional Societies»*, September, 26–27, 2008., Zagreb. Published in *Marketing Theory Challenges in Transitional Societies*, pp. 253–261.
- Preuss, H. (2007). *The impact and evaluation of major sporting events*. London/New York: Routledge.
- Primorske novice, STA, (2011). Hit letos posluje z dobičkom. Pridobljeno 23. 4. 2014 na <http://www.primorske.si/Primorska/Goriska/Hit-letos-posluje-z-dobickom.aspx>
- Puczko, L., in Rátz, T. (2013). Social tourism in Hungary: from trade unions to cinema tickets. In L. Minnaert, R. Maitland, in G. Miller (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp. 61–75). London: Routledge.
- Pullman, M. E., in Thompson, G. M. (2002). Evaluating Capacity and Demand Management Decisions at a Ski Resort. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 43–6.
- Qu, H., Li, L., in Chu, G. K. T. (2000). The comparative analysis of Hong Kong as an international conference destination in Southeast Asia. *Tourism Management*, 21 (6), 643–648.
- Reberšak, G., (2002). *Italijanska igralniška zakonodaja in strateško obnašanje HIT-a*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Reberšak, G., (2006). *Analiza kakovosti turistične ponudbe na igralniški destinaciji Nova Gorica in možnosti razvoja destinacije*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

- Ritchie, B., in Adair, D. (2004). *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues*. Clevedon: Channel View.
- Ritchie, B. W., Shipway, R., in Cleeve, B. (2009). Resident's perceptions of mega-sporting events: A non-host city perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2), 143–167.
- Ritchie, J. R. B., in Crouch, G. I. (2011). *A Model of Destination Competitiveness and Sustainability*, In *Tourism Destination Marketing and Management Collaborative strategies*, Wang, Y., Pizam, A. (eds.). London: CABI.
- Ritchie, J. R. B., in Yangzhou, J. (1987). *The role and impact of mega-events and attractions on national and regional tourism: A conceptual and methodological overview*. Proceedings of the 37th Congress of AILEST, 28, 17–57.
- Robertson Vernhes, J. (2013): UNESCO Statement for the World Summit on Ecotourism. Dostopno 24. 4. 2014 na: <http://www.unep.fr/shared/publications/cdrom/WEBx0139xPA/statmnts/pdfs/rouneef>.
- Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity*. London: Routledge.
- ROD Ajdovščina. (2008). Lokalna razvojna strategija za območje Zgornje Vipavske doline in Komenskega Krasa (občine: Ajdovščina, Komen in Vipava) za programsko razvojno obdobje 2007–2013. ROD Ajdovščina. Dostopno na: <http://www.las-razvojpodzelja.si/> (15.10.2011).
- Rogers, T. (1998). *Conferences: a twenty-first century industry*. Harlow: Addison Wesley Longman
- Rogers, T. (2008). *Conferences and conventions: a global industry*. London: Routledge.
- Romano, M. F., in Natilli, M. (ur.) (2012). *Wine and Food Tourism: First European Conference*. Pisa, Edizioni ETS.
- Rosulnik, M. (2008). *Izziv uspeha: kongresni gostje, njihove navade in potrošnja. (Challenge of success: conference delegates, their customs and expenditure.)*. Ljubljana: Go Mice.
- RRA Južne Primorske. (2006). Regionalni razvojni program Južne Primorske 2007–2013. Strateški in izvedbeni del programa. Regionalna razvojna agencija Južne Primorske. Dostopno na: <http://www.rrc-kp.si/programi/76> (15.10.2011).
- RRA Severne Primorske. (2006a). Razvojni program podeželja občin Šempeter – Vrtojba, Brda in Miren – Kostanjevica 2007–2013. Regionalna razvojna agencija Severne Primorske. Dostopno na: <http://www.sem-peter-vrtojba.si/?vic=gds&id=20081002123608> (15.10.2011).

- RRA Severne Primorske. (2006b). Regionalni razvojni program Severne Primorske 2007–2013. RRA Severne Primorske. Dostopno na: <http://www.prc.si/dokumenti> (15.10.2011).
- RRC Koper. (2008). Lokalna razvojna strategija za območje občin Koper, Izola in Piran. Regionalni razvojni center Koper. Dostopno na: <http://www.las-istre.si/akti-in-dokumenti> (15.10.2011).
- Sadd, D. (2010). What is event-led regeneration? Are we confusing terminology or will London 2012 be the first games to truly benefit the local existing population. *Event Management*, 13, 265–275.
- Salizzoni, E. (2012). *Tourism and Biodiversity along the Euro-Mediterranean Coasts: prospects for overcoming a deeply rooted conflict*. PARKS: The International Journal of Protected Areas and Conservation. 18/2. IUCN/WCPA. www.iucn.org/parks
- Schreiber, M-T. (2012). *Kongresse, Tagungen und Events: Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft*. Muenchen: Oldenbourg Verlag.
- Sedgley, D., Pritchard, A., in Morgan, N. (2012). »Tourism poverty« in affluent societies: voices from inner-city London. *Tourism Management*. 43, 212–245.
- Sedmak, G., in Mihalič, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35–4.
- Seekings, D. (1992). *How to organize effective conferences and meetings*. London: Kogan Page.
- Shor, N., in Mansfeld, Y. (2009). Between wine consumption and wine tourism: Consumer and spatial behaviour of Israeli wine tourists. *Tourism*, 57 (4), 381–403.
- Simčič Humar, M. (2013). Slovene wine tourism: the good practice case of Goriška Brda. Power-point predstavitev na okrogli mizi v okviru sejma Alpe-Adria (»Wine roads as a part of wine tourism«, Ljubljana, 24.1.2013).
- Smith, V., in Hughes, H. (1999). Disadvantaged families and the meaning of the holiday. *International Journal of Tourism Research*, 1(2), 123–133.
- Sovinc, A. (2011). *Oblikovanje modela za učinkovito upravljanje zavarovanih območij narave*. Doktorska disertacija. Koper: Univerza na Primorskem.
- Sovinc, A. (2013). Solinarstvo kot trajnostna raba v zavarovanem območju narave. V: Bogataj, N.: *Znamenja trajnosti*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.

- Spangenberg, J. H. (2005) Economic sustainability of the economy: concepts and indicators, *International Journal of Sustainable Development*, Vol. 8, No. 1/2, pp.47–64.
- Spilling, O. R. (2000). Beyond intermezzo? On the long-term industrial impacts of mega-events: The case of Lillehammer 1994. *Festival Management & Event Tourism*, 5,101–122.
- Standeven J., in De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Stanič, I., Ploštajner, Z., Pavliha, M., in Jakoš, A. (2000): Bivalne navade Slovencev in njihov vpliv na prostor – občasna bivališča: raziskovalna študija za potrebe prostorskega plana Slovenije: Slovenski prostor 2020. Ljubljana, Urbanistični inštitut Republike Slovenije.
- Stanković, M., (2011). *Igralništvo: od prvotne igre do igralniškega turizma*. diplomaska naloga. Koper: Fakulteta za humanistične študije.
- Stewart, J., Bramble, L., in Ziraldo, D. (2008). Key challenges in wine and culinary tourism with practical recommendations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20 (3), 303–312.
- STO (2003). Slovenska turistična organizacija.
- Strategija razvoja slovenskega turizma 2012 – 2016, Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma, (2012). Vlada Republike Slovenije. Ljubljana. Dostopno na http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/Turizem-strategije_politike/Strategija_turizem_sprejeto_7.6.2012.pdf
- Strateške usmeritve razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 – 2020 (2013). Turizem Ljubljana. Dostopno na <http://www.visitljubljana.com/si/turizem-ljubljana/>
- Struc, M., Zega, P., Geiger Bukovec, S., Perko, M., Sánchez, K. E., in Švaljek, Z. (2013). *60 let za dobro otrok*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
- SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (1971): Popis stanovanj, 1971: Knjiga VI, Stanovanja za počitek in rekreacijo. Beograd, Zvezni zavod za statistiko.
- SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (1981): Popis stanovanj, 1981: Stanovanja, Rezultati raziskovanj 323. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.
- SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (1991): Popis stanovanj, 1991: Statistične informacije, Stanovanja za počitek in rekreacijo, št. 185. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.

- SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (2002): Popis stavb in stanovanj, 2002: Stanovanja za počitek in rekreacijo. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.
- SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (2011): Registrski popis, 2011: Naseljena in nenaseljena stanovanja, občine 2011. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.
- SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (2014): Stanovanja, Slovenija, 1. januar 2011 – končni podatki. Dostopno 22. 1. 2014 na: [Http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4771](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4771).
- The World Database on Protected Areas, UNEP-WCMC, Cambridge. [Http://www.wdpa.org](http://www.wdpa.org).
- Tomljenović, R. (ur.) (2009). Wine tourism in Mediterranean. *Tourism*, 57 (4), 361–500.
- Tomljenović, R. (2012). Introduction. V: Romano, M. F. in Natilli, M. (ur.), *Wine and Food Tourism: First European Conference*. Pisa, Edizioni ETS, 9–16.
- Tselentis, B. S., Prokopiou, D. G., Toanoglou M., in Bousbouras, D. (2007). Carrying capacity assessment in tourism: the case of the Dodecanese archipelago. *Management of natural resources, sustainable development and ecological hazards*. Southampton, Boston.
- Turistična zveza Slovenije (2006): Turizem v zavarovanih območjih. Ljubljana, Turistična zveza Slovenije. Dostopno 24. 4. 2014 na: [Http://www.turisticna-zveza.si/Misel/1/zavarovana ObmocjaLR.pdf](http://www.turisticna-zveza.si/Misel/1/zavarovana%20ObmocjaLR.pdf).
- Turk, S. (2012). Vinski turizem v vinorodni deželi Primorski: zaključna projektna naloga. Portorož, UP FTŠ Turistica.
- Twynam, G., in Johnston, M. (2004). Changes in host community reactions to a special sporting event. *Current Issues in Tourism*, 7(3), 242–261.
- UL RS. (2001). Uredba o Krajinskem parku Sečoveljske soline. Uradni list Republike slovenije št.29/2001.
- UL RS. (2011). Uredba o Načrtu upravljanja Krajinskega parka Sečoveljske soline za obdobje 2011–2021. Uradni list Republike Slovenije št.53/2011.
- United Nations (2012): Rio+20. Report on the UN Conference on Sustainable Development. Dostopno 22. 4. 2014 na: [Http://www.un-csd2012.org/content/documents/814UNCSD%20REPORT%20ofinal%20revs.pdf](http://www.un-csd2012.org/content/documents/814UNCSD%20REPORT%20ofinal%20revs.pdf).

- UNPIS (2005). Urad Republike Slovenije za nadzor prirejanja iger na srečo.
- UNWTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid, Spain: UNWTO.
- UNWTO (2001). *Tourism 2020 Vision: Global Forecasts and Profiles of Market Segments*. World Tourism Organization: Madrid.
- UNWTO (2006). *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a Tourism Satellite Account Extension*. Madrid, Spain: UNWTO.
- UNWTO, (2012). Tourism can contribute to the three pillars of sustainability. Pridobljeno 25. 4. 2014 na <http://media.unwto.org/en/press-release/2012-06-22/tourism-can-contribute-three-pillars-sustainability>
- UNWTO – United Nations World Tourism Organisation (2013): The Guidebook “Sustainable Tourism for Development”, Brussels. Dostopno 24. 4. 2014 na: [Http://icr.unwto.org/content/guidebook-sustainable-tourism-development](http://icr.unwto.org/content/guidebook-sustainable-tourism-development)
- UNWTO (2014). UNWTO World Tourism Barometer. World Tourism Organization: Madrid.
- UNWTO (2014). Tourism Highlights. Privzeto z <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>
- Uran, M., in Ovsenik, R. (2006). Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011. Ministrstvo za gospodarstvo.
- Urh, M. (2005): *Sekundarna bivališča v bohinjskih planinah*. Diplomaska naloga. Ljubljana, Fakulteta za arhitekturo Univerze v Ljubljani.
- Vesenjak, P., Alič, A., Omersel Weeks, B., Rakovec, A., Jurinčič, I., Novak, M., Komel, M., in Piliš, T. (2006). *Regionalna strategija trajnostnega razvoja turizma Južne Primorske 2006–2012*. Kopet.
- Vlada Republike Slovenije (2012): *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012 – 2016. Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma*, Ljubljana. Dostopno 19. 4. 2014 na: [Http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2012%5CStrategija_turizem_sprejeto_7.6.2012_14561.pdf](http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2012%5CStrategija_turizem_sprejeto_7.6.2012_14561.pdf).
- Vodeb, K. (2010). *Turistična destinacija kot sistem*. Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica, Portorož.
- Vodeb, K. (2014). *Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*. Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica, Portorož.
- Vojvoda, M. (1965): *Razvoj kulturne pokrajine v Bohinju*. Doktorska disertacija. Ljubljana, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.

- Waitt, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194–215.
- Walker, P., Greiner, R., McDonald, D., in Lyne V. (1999). The Tourism Futures Simulator: A Systems Thinking Approach, *Environmental Modelling & Software*, 14: 59–67.
- Weber, K. (2001). Meeting planners' use and evaluation of convention and visitor bureaus. *Tourism Management*, 22 (2001), 599–606.
- Weber, K., in Chon, K. (2002). *Convention tourism: international research and industry perspectives*. New York; London; Oxford: THHP – The Haworth Hospitality Press.
- Weber, K., in Ladkin A. (2005). Trends affecting the convention industry in the 21st century. *Journal of Convention in Event Tourism*, 7(4), 47–63.
- Weed, M. E. (2008). *Sport & tourism: A reader*. London: Routledge.
- Weed, M.E. (2009). Progress in sports tourism research? A meta – review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30, 615–628.
- Weed, M. E., in Bull, C. J. (2004). *Sports tourism: Participants, policy & providers*. Oxford: Elsevier.
- Whitfield, J., Dioko, L. D. A., Webber, D., in Zhang, L. (2014). Attracting Convention and Exhibition Attendance to Complex MICE Venues: Emerging Data from Macao. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 169–179.
- Wineinstitute. (2014). World Statistics. World wine production by country. Privzeto s http://www.wineinstitute.org/files/World_Production_by_Country_2011.pdf
- Wolf, E. (2006). *Culinary tourism: The hidden harvest*. Dubuque, IA, Kendall/Hunt
- Ylikännö, M. (2013); Away from daily routines – holiday as a societal norm and a manifestation of an unequal society. In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, (eds.), *Social Tourism: Perspectives and Potential* (pp. 77–88). London: Routledge.
- Zakon o Triglavskem narodnem parku (1981): Uradni list Socialistične Republike Slovenije, št. 17. Ljubljana.
- Zakon o Triglavskem narodnem parku (2010): Uradni list, št. 52. Ljubljana.
- Zagoršek, H., in Jaklič, M. (2007). *Resort Casino Development and its Linkage to National and International Tourism: A Slovenian Perspective*. V Symposium on the economic and social implications of destination resort casino hotels, 24.–25. september. Nova Gorica. Pridobljeno 23. 4. 2014 na <http://www.fuds.si/media/pdf/organizacija/nova.gorica.zagorsek.jaklic.pdf>

- Zagoršek, H., in Jaklič, M. (2009): Resort Casino Development and Its Linkage to National and International Tourism: A Slovenian Perspective. V *Eadington, W. R. & Doyle, M. R. (eds): Integrated Resort Casinos, Implications for Economic Growth and Social Impacts*. Institute for the Study of Gambling & Commercial Gaming College of Business: Reno, Nevada.
- Zagoršek, H., Jaklič, M., in Zorič, J. (2008). *Analiza in usmeritve glede primernega obsega ponudbe klasičnih in posebnih iger na srečo v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2008.
- Zakrajšek, M. (2008): *Razvoj turizma v Bohinjski Bistrici*. Diplomsko naloga. Ljubljana, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Zaninetti, J. M. (2013): Vacation homes in France since 1962. V: Roca, Z. (ur.): *Second home tourism in Europe: lifestyle issues and policy responses*. Farnham, Burlington, Ashgate, str. 141–163.
- Zhang, H. Z., Leung, V., in Qu, H. (2007). A refined model of factors affecting convention participation decision-making. *Tourism Management*, 28(4), 1123–1127.
- ZON. (2004). Zakon o ohranjanju narave. Uradno prečiščeno besedilo 2. Uradni list Republike slovenije, št. 96/2004.
- Zveza prijateljev mladine Slovenije. 2014. <http://www.zpms.si/letovanja/>
- Zygband, P., Collignon, H. Sultan, N., Santander, C., Valensi, U. (2011). The sport market. Major trends and challenges in an industry full of passion. Dostopno na: <http://www.atkearney.com/documents/10192/6f46b880-f8d1-4909-9960-cc605bb1ff34>

Imensko kazalo

A

Adair 63
Ahlert 66
Allen 44, 154
Andranovich 66
Antoniou 64
Ap 68
Attle 63

B

Back 45
Bajuk Senčar 28, 33
Baloglu 44, 51
Barth 66
Bartoluci 66
Berčić 63
Bernini 44
Blažević 45
Bojnec 134, 149, 163
Bosley 81
Boström 22
Bowdin 68
Brown 128, 157
Bull 63
Burbank 66

C

Campbell 20
Cantelon 65
Carlsen 45, 127
Carretero 84, 100
Casado Diaz 28
Cashman 66
Castellanos-Verdugo 68
Chalip 61, 66, 67
Charters 127, 129, 130, 137
Chen 51, 52, 54, 58, 67, 155
Chon 44, 45, 46, 47, 58
Christie 19
Chu 44
Chunxiao 100
Cigale 15, 28
Coccossis 140
Collins 65
Connell 18
Cope 46, 47
Coppock 27
Correia 126
Couveia 87
Cracolici 18
Crouch 18, 20, 21, 22, 44, 46, 51, 52, 54,
58, 156, 169

D

D'Angella 45
Davidson 46, 47, 49, 50
Davies 62
Deery 44, 46, 47, 58
De Knop 62, 63
Delamere 67
Del Chiappa 51, 58
Dempsey 22
Dickmann 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90
Dimanche 61
Dudley 105, 107, 108, 119, 120, 121, 122
Dwyer 18, 44, 45, 67

E

Eadington 71
Eagles 122
Eastman 141
Elgar 21
Evans 20, 67

F

Ferri 84, 100
Fourie 61
Frost 27

G

Gačnik 128, 131
Gammon 63
Garces 84, 100
Getz 64, 67, 125, 126, 127, 128, 159
Gibson 63
Glyptis 63
Goeldner 65
Goluža 28
Goodland 23
Gosar 15, 16, 28, 29, 32, 33, 34, 37, 81, 160
Griffin 84, 91
Gursoy 68

H

Hall 63, 64, 127, 128, 157, 159, 161, 166

Harris 44
Haulot 87
Heying 66
Higgins-Desbiolles 84
Higham 63, 67
Hiller 51
Hiltunen 28, 30
Hinch 63
Hjalager 126
Holloway 27
Horne 64
Hrvatini 150
Hughes 84, 166
Humar 136
Hunziker 87
Huo 52
Huyskens 44

J

Jackson 129
Jafari 83, 86, 87, 98
Jago 44, 46, 47
Jaklič 74
Jeršič 29, 31, 34, 37, 38, 40
Johnson 66
Johnston 68
Joldersma 100
Jones 65, 84, 166
Jurinčič 15, 16, 38, 113, 134, 139, 141, 148,
149, 162, 163, 168, 173
Jurowski 68

K

Kalan 33
Kasimati 66
Kendall 68
Kerma 131, 132, 133, 134, 136
Kim 44, 63, 66
Klarič 139, 140
Kozak 18
Kurtzman 63

L

Ladkin 44, 45
 Lawrence 19, 45
 Laws 19
 Lee 44, 45, 66
 Leiper 19, 45
 Letters 65
 Leung 44
 Li 44
 Livaic 18
 Long 23
 Louviere 44, 46, 52
 Love 44, 51
 Lucianović 44, 46

M

MacLeod 66
 Mair 44, 51
 Maitland 83, 85, 86, 87, 88, 90, 92
 Malakauskaite 18
 Mansfeld 128
 Manzenreiter 64
 Marjavaara 27, 28
 Markulev 23
 Martin 66
 Martin-Ruiz 68
 Mascardo 68
 Matheson 66
 Mazanec 18
 McCabe 45, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91,
 100, 164, 165
 McGuirly 61, 67
 McKenzie 22
 McKercher 44
 Mellor 18
 Mesec 92, 93, 94
 Mihalič 13, 142
 Mihelič 71, 72
 Mikulić 46
 Mill 19
 Miller 51, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 92, 166
 Minnaert 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90, 91,
 92, 102

Mistilis 44, 45
 Morelli 23
 Morgan 84, 85
 Morrison 19
 Müller 27
 Munday 65

N

Natilli 125
 Navickas 18
 Nemeč Rudež 113
 Nijkamp 18
 Ntloko 66
 Nunkoo 68

O

Opperman 44, 46, 49, 51, 52, 54, 58
 Orožen Adamič 31
 Oviedo-Garcia 68
 Ovsenik 132, 160

P

Page 18
 Pahor 72
 Perko 31, 150
 Peručič 46
 Petrick 66
 Pintar 63
 Planinc 113
 Plut 14
 Pogačnik 28
 Poole 45
 Poon 18, 21
 Prebežac 46
 Preuss 66
 Pritchard 84, 85
 Puczkó 84
 Pullman 140

Q

Qu 44
 Quintè 45

R

Ramkisson 68
 Rätz 84
 Rebersak 80, 81
 Richards 126
 Rierveld 18
 Ritchie 18, 20, 21, 22, 44, 46, 51, 52, 54,
 58, 63, 66, 67, 156, 163, 169
 Robertson Vernhes 13
 Robinson 63, 125, 126
 Roche 64
 Rogers 44, 45, 46, 47, 49, 50
 Romano 125

S

Sadd 68
 Salizzoni 120
 Santana-Gallego 61
 Schreiber 45
 Sedgley 84, 85
 Sedmak 142
 Seekings 44, 45
 Shor 128
 Sila 63
 Simčić 136
 Slak Valek 63
 Smith 84, 126
 Sovinc 106, 112, 114, 120
 Spangenberg 23
 Spilling 66
 Stacey 84, 91
 Standeven 62
 Stanič 29
 Stanković 79, 80
 Stewart 125
 Stonehous 20
 Swart 66

Š

Škornik 115, 120

T

Taylor 27, 66
 Thompson 44, 51, 140
 Tomljenović 129, 130, 137
 Trampuš 110
 Tselentis 140
 Turk 134
 Twynam 66, 68

U

Uran 132
 Urh 33

V

Vesenjak 149
 Vodeb 17, 18, 20, 21
 Vojvoda 33

W

Wait 68
 Waitt 68
 Walker 19
 Weber 44, 45, 46, 47, 58
 Weed 63
 Weeks 45
 Whitfield 51, 52, 54
 Williment 62
 Wolf 126

X

Xiao 126

Y

Yangzhou 66
 Yiannakis 63
 Ylikännö 84

Z

Zagoršek 72, 74
 Zaninetti 30
 Zauhar 63
 Zhang 44
 Zygband 62





Založba Univerze na Primorskem