

izvirni znanstveni članek
prejeto: 2011-06-16

UDK 316.334.56:711.452(497.472)

AVTOMOBILIZACIJA IN SPREMINJANJE URBANIH PROSTOROV POTROŠNJE NA SLOVENSKI OBALI – OD »MESTA PEŠČEV« K »MESTU AVTOMOBILSKIH POTROŠNIKOV«

Matjaž URŠIČ

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Center za prostorsko sociologijo, Kardeljeva ploščad 5,
1000 Ljubljana, Slovenija
e-mail: matjaz.ursic2@guest.arnes.si

IZVLEČEK

Kako so procesi avtomobilizacije Slovenije vplivali na spreminjanje ponudbe prostorov potrošnje v središčih slovenskih obalnih mest? V članku je na podlagi analiz različnih podatkovnih baz in raziskav prikazano, kako je prišlo do sprememb v hierarhiji pomembnosti lokacije urbanih prostorov potrošnje v slovenskih obalnih mestih. Pri tem so podrobno prikazani nakupovalni vzorci novih »avtomobilskih potrošnikov«, ki odločitev za obisk trgovine utemeljujejo na podlagi njene dostopnosti z avtomobilskim prevozom. Vloga potrošnje je v tem kontekstu prikazana dvoplatno – kot nujen element delovanja mest, brez katerega dejansko ni možno v doglednem času ustvariti pogojev za uspešen ekonomski razvoj, in kot potencialno škodljiv element masovne potrošnje, ki postoma razgrajuje obstoječe družbene strukture v obalnih mestih.

Ključne besede: avtomobilizacija, prostori potrošnje, nakupovalni vzorci, dostopnost, mobilnost, revitalizacija

“L’AUTOMOBILIZZAZIONE” E IL MUTAMENTO DEGLI SPAZI URBANI DI CONSUMO NEL LITORALE SLOVENO – DALLA “CITTÀ DEI PEDONI” ALLA “CITTÀ DEI CONSUMATORI MOTORIZZATI”

SINTESI

Come hanno i processi di motorizzazione della Slovenia fatto cambiare l’offerta degli spazi di consumo nei centri delle città del litorale sloveno? Basandosi su analisi di vari database e studi, l’autore spiega le ragioni che hanno portato ai cambiamenti di gerarchia concernenti l’importanza dell’ubicazione degli spazi urbani di consumo nelle città del litorale sloveno. Il contributo mostra in dettaglio i modelli di acquisto dei nuovi ‘consumatori motorizzati’, che basano la propria visita di un certo negozio sulla sua accessibilità con l’automobile. Il ruolo del consumo in questo contesto viene presentato in due prospettive distinte – da una parte, come un elemento necessario per il funzionamento delle città senza il quale non è possibile in un tempo soddisfacente creare le condizioni per uno sviluppo economico di successo, e dall’altra, come un elemento del consumo di massa potenzialmente nocivo che gradualmente scompone le esistenti strutture sociali delle città litorali.

Parole chiave: motorizzazione, spazi di consumo, modelli di acquisto, accessibilità, mobilità, rivitalizzazione

UVOD

Zgodovina mediteranskih mest je pravzaprav zgodovina prostorov potrošnje. Slovenska obalna mesta niso v tem pogledu nobena izjema. Njihova urbana struktura in funkcionalna zasnova sta se skozi zgodovino izoblikovali na podlagi zagotavljanja optimalnih možnosti bivanja, produkcije in trgovanja z dobrinami, ki so prisotne v širšem mediteranskem prostoru. Prostori potrošnje, kot so tržnice, trgovine in delavnice, so v tem kontekstu predstavljali konstitutivno urbano sestavino, brez katere mesta ne bi mogla vzdrževati svojih osnovnih funkcij in infrastrukture. Kot omenja Harvey, brez prostorov potrošnje mesta sploh ne bi obstajala: »Če ni geografske koncentracije družbenega presežnega proizvoda, tudi ni urbanizma.« (1973, 240) Kjer torej ni zmožnosti za zgoščevanje tokov in izmenjavo dobrin, tudi ni diferenciacije dela, ni možnosti razvoja specializirane proizvodnje, ni presežnega proizvoda ne zadostne gostote ljudi, posledično pa umanjka tudi kompleksnejši urbani razvoj prostora, iz katerega bi lahko nastali urbani prostori, ki bi vzdrževali tak krogotok.

Slovenska obalna mesta s svojimi strnjjenimi ulicami in zgodovinskimi mestnimi središčem predstavljajo tipična mediteranska mesta, kjer je bila največja pozornost namenjena »prometu pešcev« oz. tokovom, ki jih ustvarjajo ljudje med hojo od ene do druge lokacije. Temu se je skozi zgodovino prilagajala tudi strnjena struktura mestnega središča in postavitev trgovin, ki je bila prirejena dostopnosti pešcev. Ker so trgovci zahtevali čim večjo elastičnost množičnega gibanja potrošnikov, so bile ustvarjene velike »peš cone«, območja za pešce, ki naj bi pospeševala kroženje in menjavo ljudi v mestnem središču. Prostori potrošnje so v sistemu 'mesta pešcev'¹ (Southworth, 2005) imeli vlogo povezovalcev oz. vozlišč, kjer se niso menjavali le denar, dobrine in storitve, temveč je prihajalo tudi do izmenjave socialnih stikov, kultur, družbenih interesov in najrazličnejših informacij. Na ta način so prostori potrošnje predstavljali pomembna družbena žarišča in ključne točke ekonomskega življenja mesta.

S procesi industrializacije in ekonomskimi spremembami se je vloga strnjenih mestnih središč začela postopoma spreminjati. Staremu, zgodovinskemu zgoščene-mu mestnemu središču se je pridružil novi, bistveno bolj razpršen del mesta z novimi vsebinami, infrastrukturami in drugačno funkcionalno zasnovo. Če je bilo staro, str-

njeno mestno središče prilagojeno potrebam pešcev, je bila za novi, »razpršeni« del mesta značilna usmeritev k zadovoljevanju najprej potreb železniškega in nato motoriziranega prevoza ter zagotavljanju ustrezne prometne infrastrukture, ki naj bi pospeševala razvoj industrije in drugih ekonomskih dejavnosti. Zlasti v obdobju po drugi svetovni vojni, ko je sledila obsežna motorizacija prometa, so postajala strnjena mestna središča vse bolj neprimerna za tovrstne oblike prevoza, čemur je sledilo bodisi prilagajanje stare mestne strukture novim oblikam prometa ali pa premikanje pomembnih mestotvornih funkcij na obrobje (Mumford, 1988; Duany, Plater-Zyberk, 2001).

Slovenska obalna mesta so se v obdobju po drugi svetovni vojni uspela do določene mere prilagoditi modernizacijskim spremembam in zadržati pomemben del aktivnosti v mestnih središčih. K temu so v veliki meri pripomogli tudi sistemi kolektivnih javnih prevoznih sredstev,² ki so do osamosvojitve igrali pomembno v prevozu in so zavirali procese suburbanizacije ekonomskih dejavnosti. Velik del trgovskih, storitvenih in industrijskih dejavnosti je tako začasno ostal v mestih ali v njihovi neposredni bližini. Največje spremembe so se zato zgodile v obdobju po osamosvojitvi, ko je zaradi uvedbe tržne ekonomije in pospešene avtomobilizacije Slovenije prišlo do izrazite preobrazbe funkcionalne strukture obalnih mest in njihovih zaledij. Pocenitev avtomobilov in relativno nizke cene naftnih derivatov so pomenile hiter razmah individualiziranega prevoza, ki je zmanjšal pomen kolektivnih prevoznih sredstev in mestnega središča kot ključnega vozlišča prometnih infrastruktur ter ekonomskih dejavnosti. Pospešena gradnja (avto)cestne infrastrukture in skokovit porast uporabe avtomobilskega prevoza sta težišče družabnega in ekonomskega življenja preselila v nove prostore na mestnem obrobju. K procesom suburbanizacije so nedvomno veliko pripomogle tudi specifične politično-ekonomske razmere, naraščanje cen nepremičnin in splošno pomanjkanje prostora za obsežnejše gradnje v mestnih središčih. S tega vidika sta procesa suburbanizacije in avtomobilizacije potekala sinergično oz. sta vzročno povezana. Gre torej za vzajemen proces sočasnega naraščanja avtomobilizacije in širitve mest na suburbana območja, pri čemer se procesa medsebojno dopolnjujeta (glej npr. Wollen, Kerr, 2002; Champion, 1997). Medtem ko je mestno središče še vedno zadržalo nekatere pomembne kul-

1 Gre za neposredno navezavo na koncept *walkable city* (Southworth, 2005), ki ga lahko prevedemo kot 'mesto pešcev' ali 'peš dostopno mesto', po katerem naj bi se v dosegu približno 0,5 do največ 1 kilometra od središča mesta oz. središča četrti nahajali vsi nujno potrebni elementi za doseganje visoke kvalitete življenja (šole, zdravstveni dom, hišni servisi, trgovine, restavracije, zelene površine, prometne povezave itd.). Temu precej soroden model, ki je bil pogosteje uporabljen tudi v kontekstu Slovenije, je koncept »soseske« (za več glej Filipovič, 2007).

2 Slovenska obalna mesta imajo dolgo zgodovino uporabe različnih javnih prevoznih sredstev. Zaradi svoje izjemne strateške pozicije so bile na tem območju hitro zgrajene najrazličnejše prometne infrastrukture. Sistem železniških prog Divača–Pulj, ki so ga odprli leta 1876, je bila prva velika prometna sprememba na tem območju. Leta 1909 je sledil razvoj trolejbusa na relaciji Piran–Lucija in leta 1912, po ukinitvi trolejbusa, odprtje tramvajske proge na isti relaciji. Po ukinitvi železnice Trst–Poreč leta 1935 in tramvaja 1953 je vloga ključnega javnega prevoznega sredstva na Obali prevzel avtobus (več o tem glej Brate, 1990; 2007).

Tabela 1: Primerjava izbire prometnega sredstva na obalnem območju, v Ljubljani in v Zürichu (Guzelj, 1996):
Table 1: Comparison of means of transport used by inhabitants of the Coast-Karst region, Ljubljana and Zürich (Guzelj, 1996):

Prometno sredstvo \ Delež opravljenih potovanj (v %)	Koper, Izola, Piran	Ljubljana	Zürich ⁴
peš	35	27	28
kolo	2	10	7
moped, motor	1	1	1
osebni avto – voznik	40	32	21
osebni avto – sopotnik	13	10	6
javni promet	9	20	37
skupaj	100	100	100

turne, izobraževalne in administrativne funkcije, pa je z vidika ponudbe prostorov potrošnje prišlo do radikalnih sprememb, ki so uporabnost mestnega središča za lokalno prebivalstvo bistveno omejili ter sprožili procese selitve posameznih ekonomskih dejavnosti in intenzivne turistifikacije obalnih mest.

V nadaljevanju bomo na podlagi analiz različnih podatkovnih baz in raziskav prikazali, kako so procesi avtomobilizacije vplivali na spreminjanje oz. omejevanje ponudbe prostorov potrošnje v središčih slovenskih obalnih mest. Prvi del članka predstavlja teoretično-analitski del, v katerem je zajet nabor pomembnih konceptov in teorij, ki so služile v drugem, analitičnem delu pri analizi sekundarnih podatkov iz raziskav. Uporabljena metodologija v članku sloni na »utemeljevalni teoriji«³ (Strauss, Corbin, 1998; Thomas, James, 2006), kjer se različne podatke iz kvantitativnih in kvalitativnih raziskav združuje z namenom dokazovanja oz. pojasnjevanja specifičnih družbenih trendov. Gre za strategijo razločanja raziskovalnih podatkov, kjer se po induktivni poti, od spodaj navzgor, prek nabora pomembnih faktorjev oz. indikatorjev prostorskega razvoja in analize posameznih dejavnikov ter značilnosti prostorskega razvoja prehaja h generalnejši sliki trenutnih trendov, ki vplivajo na prostorski razvoj slovenske obale. Posebna pozornost bo v analizi namenjena vlogi Kopra kot ključni točki v sistemu slovenskih obalnih mest. Pri tem bomo prikazali, kako je prišlo do sprememb v hierarhiji pomembnosti lokacije urbanih prostorov potrošnje ter kakšni in kako močni so nakupovalni vzorci novih »avtomobilskih potrošnikov«, ki odločitev za obisk trgovine utemeljujejo na podlagi njene dostopnosti z avtomobilskim prevozom. V samem zaključku bomo skušali na podlagi analiziranih podatkov odgovoriti na vprašanje,

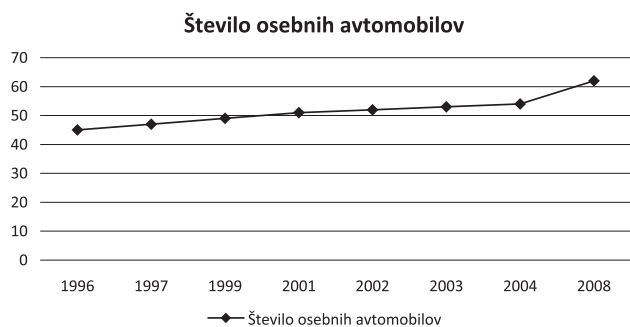
kakšne so dejanske koristi in stroški novih potrošniških vzorcev, ki temeljijo na avtomobilskem prevozu, ter prikazali smernice nadaljnega prostorskega razvoja na slovenski obali.

PROCESI AVTOMOBILIZACIJE OBALNIH MEST IN PREMİK POTROŠNJE NA OBROBJE

Delitev na »strnjeno, zgoščeno zgodovinsko« in na drugi strani »razpršeno novejšo« mesto je ponazoritev dveh različnih hitrosti in načinov prostorskega razvoja v sodobnih pogojih globalizacije in tržne ekonomije. Gre za idealno-tipski koncept dualne, dialektične strukture mesta, kjer se del mesta razvija hitreje in po drugačnih načelih od ostalega mesta. Medtem ko en del mesta pretežno ohranja značilnosti prejšnjih obdobj, je tempo sprememb v drugem precej hitrejši in pogosteje prihaja do večjih gradbenih posegov, uvajanja novih infrastruktur in tehnologij (glej npr. Mollenkopf, Castells, 1991; Gareau, 1991; Koolhaas, 1999). Omenjena delitev je uporabna za ponazoritev sodobnih družbeno-prostorskih sprememb v mediteranskih mestih, kjer strnjena mestna središča predstavljajo pomemben del urbane strukture. Arhaična zasnova starega mestnega jedra ima zaradi svojih kulturnih, ambientalnih in simbolnih »dobrin« posebno vrednost in temu primerno je mestno jedro tudi zaščiten s strani države in njenih institucij. Nivo sprememb je v strnjem mestu bistveno manjši in počasnejši v primerjavi z razpršenim mestom, kjer je stopnja zaščite manjša in osredotočena le na posamezne mikro lokacije. Strnjeno mesto je zaradi počasnejšega ritma sprememb, bogatejšega ambientalnega konteksta in posebne zakonske zaščite bolj odporen na fizične spremembe oz. posege v prostor, ki jih na-

3 Utemeljevalna teorija oz. *grounded theory approach* je primerna metoda za analizo velikega števila raziskovalnih podatkov. Pri tem se iz analize bodisi primarnih ali sekundarnih podatkov pridobiva novo znanje, pri čemer raziskava ne poteka po načinu preverjanja neke vnaprej postavljene, točno določene hipoteze (ki bi jo lahko preverjali), temveč na način postopne izdelave teorije, prek katere se pojasnjuje družbene in prostorske spremembe na slovenski obali (za več glej npr. Glasser, Strauss, 1967; Strauss, Corbin, 1998).

4 Mesto Zürich je v primerjavo rabe prometnih sredstev vključeno kot primer mesta s trajnostno prometno ureditvijo, kjer večina opravljenih potovanj poteka prek javnega prometa.

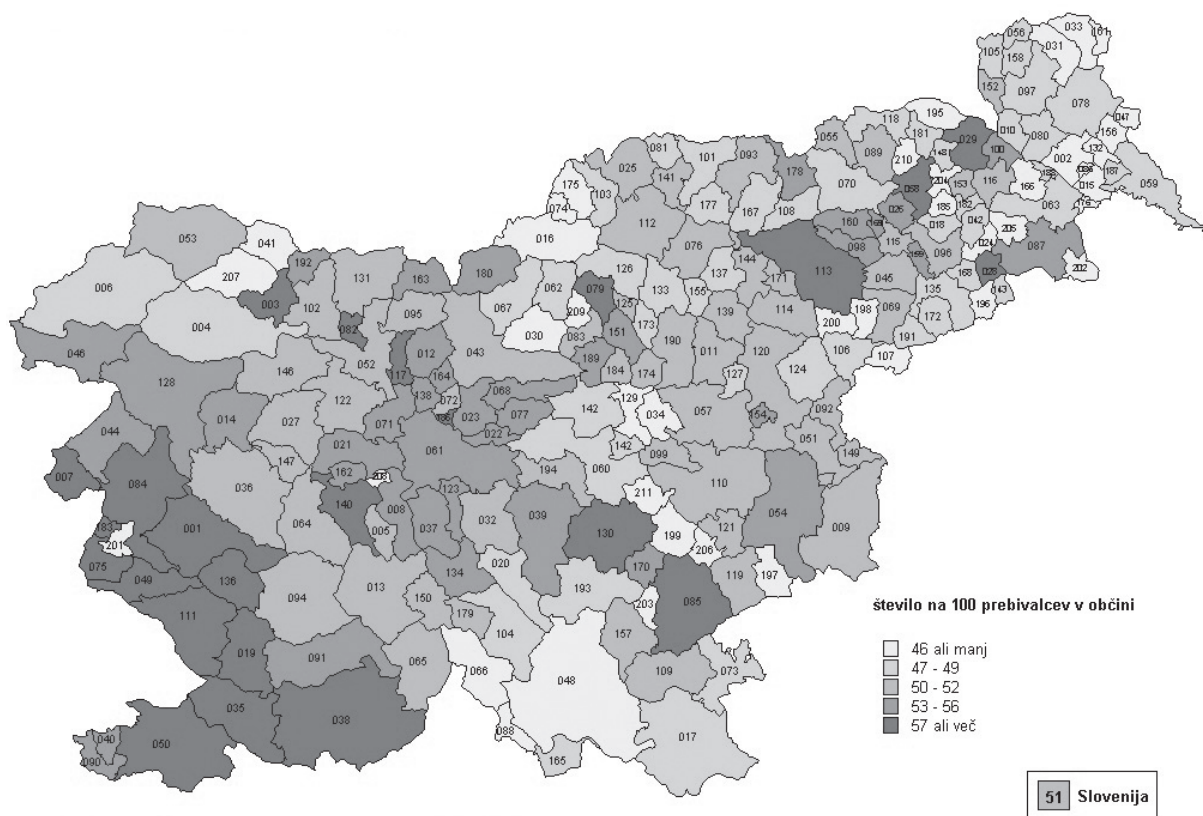


Grafikon 1: Naraščanje števila registriranih osebnih vozil v obalno-kraški regiji (v tisočih) (SURs, 2009).
Graph 1: Increase in the number of private cars in the Coast-Karst region (in 1000) (SURs, 2009).

rekujejo globalno-ekonomski trendi. Razpršeno mesto ima drugačne razvojne možnosti, ki jih ne gre enačiti z zgodovinsko funkcionalno zasnovano strnjenege mesta. Medtem ko so v strnjenege mestu dopuščene le manjše

modifikacije in so prostorski posegi prilagojeni osnovni zgodovinski matrici, v razpršenege mestu ključni princip delovanja temelji na spremembah in inovacijah. Globalizacijski vplivi, tehnološke inovacije, novi morfološki kriteriji ter ostale kulturne in družbeno-ekonomske spremembe imajo v zaledjih strnjenege mestnih središč bistveno več možnosti za uveljavitev. Stopnja nadzora je manjša, več je praznih površin in odprtih je več razvojnih opcij.

Prav zato ne preseneča vznik množice velikih nakupovalnih prostorov na obrobjih mest. Nakupovalni centri so presek specifičnih družbeno-ekonomskih situacij, ki za razvoj zahtevajo velike prazne površine in možnost priklopa oz. prilagoditve na pomembnejše prometne povezave. Mestno središče v nasprotju z nakupovalnimi središči na obrobju ne more prilagajati svojega zgodovinskega prostorskega ustroja potrebam velikih nakupovalnih središč in avtomobilskih potrošnikov, ki zahtevajo najvišjo možno mero dostopnosti. Vrsta raziskav (Mlinar, 1998, 2000; Guzelj, 1996) nakazuje, da je mobilnost prebivalcev obalne regije v največji meri odvisna prav od avtomobilskega prometa. Guzelj (v



Sl. 1: Število osebnih avtomobilov na 100 prebivalcev po slovenskih občinah (SURs, 2010).
Fig. 1: Number of private cars per 100 inhabitants by Slovene municipalities (SURs, 2010).

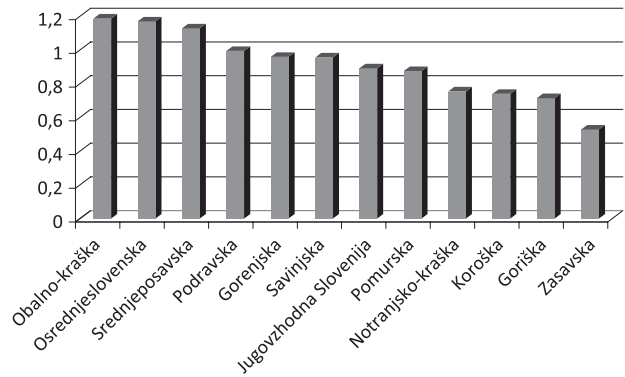


Sl. 2: Parkirišče nakupovalnega središča na obrobju Koper (osebni arhiv M. Uršič, 2010).

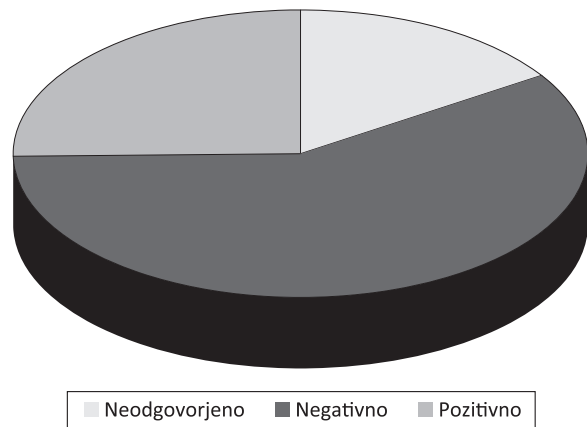
Fig. 1: Car park in front of a shopping centre on the outskirts of Koper (personal archive of M. Uršič, 2010).

Mlinar, 2008, 266) navaja, da odnos med osebnim avtomobilom in javnim prometom na obalnem območju znaša 85 : 15, kar obalna območja uvršča med območja z neprimerno urejenim prometom, to pa povzroča vrsto problemov (glej tabelo 1).

Kljub različni socialni, zgodovinski, kulturni in morfološki osnovi mest oz. območij, ki so bila izbrana za primerjavo, je njihov izbor ustrezen za ponazoritev različnih stopenj oz. stadijev v razvoju prometne ureditve, ki sega od močne navezanosti na avtomobilski promet do prehoda na pretežno uporabo javnih prevoznih sredstev. Podatki kažejo, da za razliko od drugih mest prebivalci obalnih območij zaradi strnjenih mestnih središč nekoliko več hodijo peš. Navzlic temu podatku pa je za slovenske razmere prisotna presenetljivo majhna oz. podpovprečna raba koles in nadpovprečna uporaba avtomobilskega prevoza. Ko povežemo vse dejavnike mobilnosti na Obali, ugotovimo, da največje število potovanj prebivalci obalnih območij opravijo z avtomobilom, kar posledično vodi v izoblikovanje posebnih družbenih vzorcev delovanja in bivanja, ki nakazujejo na veliko odvisnost prebivalcev od avtomobilskega prevoza. To nenazadnje potrjujejo tudi podatki o naraščanju števila registriranih osebnih vozil na obalnem območju po posameznih letih (glej graf 1) in podatki o številu osebnih avtomobilov na 100 prebivalcev po slovenskih občinah (slika 1), kjer obalno-kraška regija še posebej izstopa.



Grafikon 2: Površina prodajnega prostora (v m²) na prebivalca po statističnih regijah v Sloveniji (SURs, 2006).
Graph 2: Shopping surface area (in m²) per capita by statistical regions in Slovenia (SURs, 2006).



Grafikon 3: Kako ocenjujete razvoj trgovine/storitev v mestnem jedru v zadnjih desetih letih? (RRC, 2010b).
Graph 3: How do you assess the development of retail/services in the town core in the last 10 years? (RRC, 2010b).

Naraščanje števila uporabnikov avtomobilov je sprožilo pomembne prostorske in družbene spremembe na obalnem območju. Nastanek t. i. »družbe avtomobilije«⁵ (Urry, 1999, 1) oziroma družbenih vzorcev vedenja, ki temeljijo na avtomobilskem prevozu, je spremenilo način gibanja in pomembnost posameznih mestnih lokacij ter sprožilo nastanek novih družbenih prostorov, ki zgoščujejo tokove ljudi ob ključnih prometnih infrastrukturah, tj. ob cestah in avtocestah. Urry (1999,

5 Urry (1999, 1) razlikuje med »avtomobilizacijo« in »avtomobilijo«. Prva se nanaša na delež naraščanja avtomobilov glede na število prebivalstva, medtem ko druga označuje družbene vzorce vedenja, ki so utemeljeni na povečani rabi avtomobilskega prevoza. Urry (1999, 1) navaja, da je avtomobilija sposobna popolnoma preoblikovati civilno družbo z vključevanjem novih oblik premikanja, bivanja, socializacije in z novimi prostorsko-časovnimi dimenzijami avtomobilske dostopnosti. Urry zato zahodne civilne družbe poimenuje za »družbe avtomobilije«.



Sl. 3: Zaprti trgovski prostori na eni pomembnejših nakupovalnih ulic v mestnem središču Kopra – Župančičeva ulica (osebni arhiv M. Uršič, 2010).

Fig. 3: Closed commercial premises along the major shopping street in the town core of Koper – Župančičeva ulica (personal archive of M. Uršič, 2010).

1) ugotavlja, da večino tistega, kar ljudje poznajo pod pojmom »družbenega življenja«, niti ne bi moglo obstajati brez fleksibilnosti avtomobila in njegove 24-urne dostopnosti. Uporaba avtomobila posamezniku omogoča večje možnosti pri gibanju v prostoru in mu prepusti samostojno odločanje o potovalnem času, ali kot je že leta 1909 zapisal angleški pesnik Davidson: »Kar vlak ukazuje, to avto odsluži.« Avtomobilija posameznikom predstavlja hkrati izvor svobode in povezanosti s širšo skupnostjo. Fleksibilnost avtomobila omogoča vozniku hitro potovanje ob kateremkoli času in v katerokoli smer ali lokacijo, ki leži na prepletenih sistemih cestnih in avtocestnih povezav, ki povezujejo dom, delovni prostor in zabavne, prostočasovne lokacije (sl. 2).

Velika odvisnost prebivalcev od avtomobilskega prevoza je eden izmed pomembnih dejavnikov, ki spodbujajo procese suburbanizacije prebivalstva in ekonomskih dejavnosti na obalnih območjih. Kako se v zaledjih večjih urbanih središč na Obali povečuje število prostorov potrošnje, prikazujejo podatki o površini prodajnega prostora na prebivalca po posameznih statističnih regijah. Obalno-kraška regija v tem kontekstu izstopa kot

območje z največjo površino prodajnega prostora med vsemi slovenskimi regijami (glej grafikon 2).

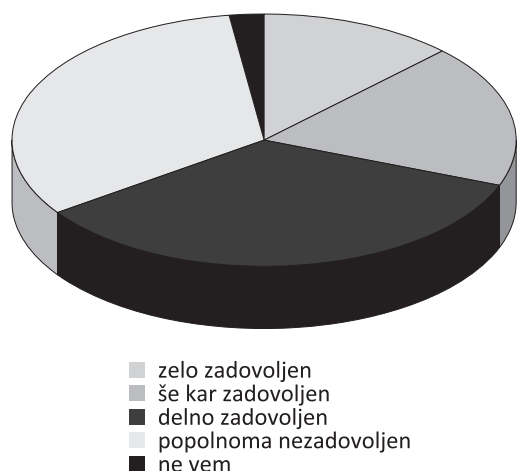
Povečevanje števila prodajnih površin izstopa tudi pri analizi manjših prostorskih enot. Če se z regionalnega nivoja osredotočimo na območje Kopra, lahko opazimo, da ima mesto Koper vlogo najpomembnejšega nakupovalnega središča na Obali. Prav zaradi izredne zgoščenosti prodajnih površin bo Kopru v nadaljevanju analize potrošnih prostorov namenjena posebna pozornost. Podatki kažejo, da ima občina Koper največje število prodajnih površin na Slovenski obali, pri čemer največji delež odpade na obrobje mesta Koper, kjer so locirani največji prodajni kompleksi (npr. Supernova, Tuš, Mercator itd.). Po podatkih SURS (2006) je v občini Koper 72.470 m² prodajnih površin, kar močno presega število prodajnih prostorov v občinah Piran in Izola (17.637 m² in 12.861 m² prodajnih površin). Nadaljnja analiza statističnih podatkov o površini prodajnega prostora po posameznih občinah pokaže, da je površina prodajnega prostora v mestni občini Koper leta 2003 znašala približno 0,9 m² na prebivalca, leta 2005 je narasla na 1,5 m², leta 2010 pa je znašala približno 2,4 m².⁶ Rast prodajnih površin je povezana predvsem s hitro rastjo nakupovalnih središč na obrobju in ne s širitvijo ponudbe prodajnih površin v središču mesta. Kljub temu da je v mestni občini Koper v obdobju 2001–2010 sicer prišlo do povečanja števila trgovin, se je razvoj trgovine in storitev v mestnem jedru v zadnjih 10 letih po mnenju trgovcev, ki so bili zajeti v raziskavo iz leta 2010,⁷ močno poslabšal (glej grafikon 3).

Anketirani ekonomski subjekti iz mestnega središča so svojo negativno oceno razvoja v največji meri utemeljevali predvsem na podlagi praznjenja površin trgovskih in poslovnih prostorov, nestalnosti oz. nenehni fluktuaciji odpiranja in zapiranja trgovin, prevelikem vplivu »konkurenčnih« nakupovalnih centrov⁸ z večjo ponudbo in nizki kakovosti oz. izbiri produktov ter ponudbe trgovin v mestnem središču. Ocene in utemeljitve trgovcev dajejo slutiti, da je po vstopu v tržno ekonomijo v mestnem središču Kopra prišlo do nenadzorovanega razvoja trgovine. Pri tem je zaradi tekmovanja trgovcev (lastnikov, najemnikov prodajnih prostorov) v mestnem središču z nakupovalnimi prostori na obrobju prišlo do izrinjanja tržno manj uspešnih, a funkcijsko edinstvenih in unikatnih trgovin, ki so ponujale posebne proizvode in storitve ter privabljele obiskovalce v mesto (glej sl. 3).

6 V izračun za leto 2010 so vključene le nove prodajne površine v Mercator centru 2, zgrajenem leta 2008 (5105 m² prodajnih površin), in Tuš centru, zgrajenem leta 2010 (44000 m² prodajnih površin).

7 Raziskava »Mestno jedro Koper in položaj dejavnosti v njem – stališča trgovcev in drugih ponudnikov storitev« je bila izdelana na RRC Koper (Regionalni razvojni center Koper) v okviru projekta Innocité novembra 2010. Vanjo je bilo vključenih 127 trgovcev in ostalih ponudnikov storitev na območju mestnega jedra Koper.

8 Po podatkih iz raziskave (RRC, 2010a) velik delež trgovcev v mestnem središču Kopra (34,6 %) navaja, da jim največjo konkurenco predstavljajo nakupovalna središča, približno 28 % trgovcev ne opaža konkurentov na svojem področju, 16,5 % jih navaja druge oblike konkurence, 10,2 % pa kot največjo konkurenco opisuje podobne dejavnosti z višjo kakovostjo.

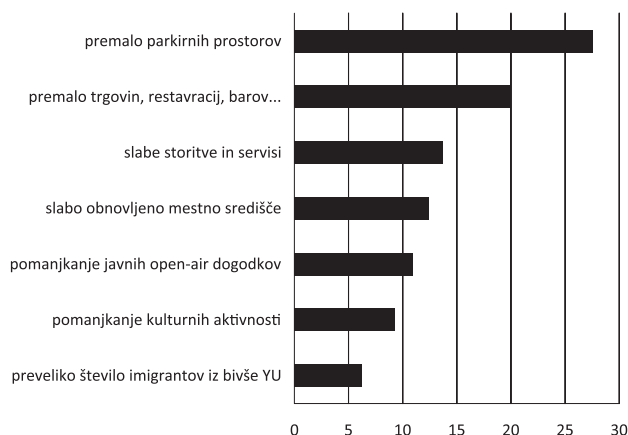


Grafikon 4: Kako ste zadovoljni s številom parkirišč? (Stanič et al., 2005).

Graph 4: Are you satisfied with the number of parking lots? (Stanič et al., 2005).

Nadomeščanje unikatnih, a tržno manj uspešnih prodajaln in storitev z ekonomsko uspešnejšimi trgovinami standardne ponudbe⁹ je trgovcem, ki so se uspeli obdržati v mestnem središču, sicer prineslo kratkoročne ekonomske koristi, vendar je po drugi strani prispevalo k zmanjševanju pestrosti ponudbe in k postopnemu zmanjševanju števila obiskovalcev v mestnem središču. Poskus izenačevanja ponudbe v mestnem središču s ponudbo na mestnem obrobju je bila voda na mlin nakupovalnim središčem, ki si lahko poleg konkurenčne ponudbe izdelkov zagotovijo tudi boljši dostop in večje parkirne ter prodajne površine.

S premikom potrošnje na mestno obrobje in standardizacijo trgovine in storitev v mestnem središču Koper neuspešno tekmuje z nakupovalnimi središči na obrobju. Pri tem mestno središče zaradi slabe dostopnosti in manjše ponudbe trgovin izgublja na pomembnosti za obalno prebivalstvo. Z razvojem velikih nakupovalnih središč, ki so vezana na naraščanje avtomobilskega prometa, prihaja do uveljavljanja tržnih razmer znotraj neurejenega urbanega sistema brez razpoznavne strategije razvoja drugih mestnih prostorov. V kaotičnih liberalnih tržnih razmerah se zaradi neenakopravnega tekmovanja premoč »avtomobiliziranih« prostorov potrošnje na obrobju Kopra kaže v prevzemanju trgovine in nekaterih storitev, ki bi jih lahko ponujalo mestno središče.



Grafikon 5: Kaj najbolj pogrešate v mestnem središču oz. kaj vas najbolj moti v starem delu mesta? (prikazano glede na odstotek anketirancev) (Hočevar, 2000).

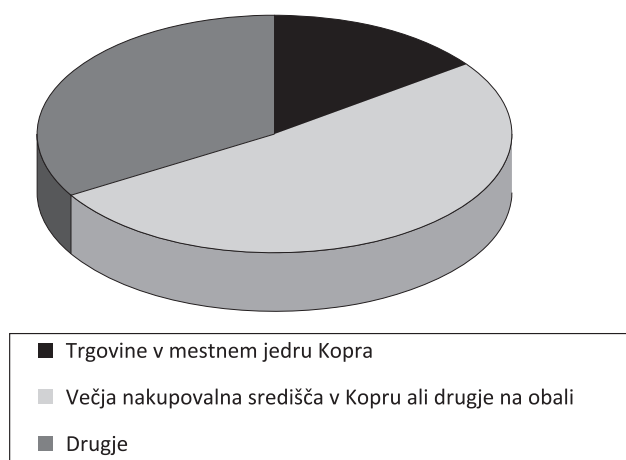
Graph 5: What do you miss most in the town centre or what do you find most upsetting in the old town core? (by percentage of respondents) (Hočevar, 2000).

»MOBILNOST BREZ DOSTOPNOSTI« – AVTOMOBILIZACIJA IN ZMANJŠANA DOSTOPNOST MESTNIH SREDIŠČ NA OBALI

Povečevanje uporabe avtomobilskega prometa po eni strani lahko razumemo kot »povečevanje stopnje svobode gibanja« za posameznika (Urry, 1999, 12–14), ki mu je s tem omogočena večja fleksibilnost v vsakdanjem življenju. Urry ob tem simptomatično opozarja, da gre v primeru avtomobilije pravzaprav za lažno fleksibilnost oz. »prisiljeno fleksibilnost« (Urry, 1999, 12–14). In sicer v smislu, da razširjeni, suburbanizirani deli mesta, ki jih avtomobilija generira, povzročajo tudi fragmentacijo urbanega prostora oz. naraščanje ločene rabe površin v mestu.¹⁰ V tem kontekstu ni nujno, da množična (avto)mobiliteta povzroča tudi množično dostopnost. Avtomobil spada med tehnologije, ki spodbujajo »časovno-prostorsko destanciacijo« (Giddens, 1984, 171) oz. omogočajo ločevanje socialnih interakcij od materialne, fizične navzočnosti, kar hkrati povečuje razdalje med posamezniki, za uporabnika pomembnimi točkami v prostorskem sistemu. Pogosta uporaba ali velika odvisnost od avtomobilskega prevoza posameznika spodbuja k uporabi določenih mobilnostnih vzorcev, pri čemer se lahko povečuje razdalja med krajem dela, bivanja in prostorom nakupovanja.

⁹ Ponudba se glede na nakupovalne navade čedalje bolj usmerja v gostinske dejavnosti, tekstil in obutev, druge izdelke in storitve pa zanemarija. Po podatkih iz raziskave Innocité (RRC, 2010a) anketiranci v mestnem jedru Kopra najpogosteje kupujejo obutev (32 %), oblačila (27 %) in v manjši meri knjige (10 %), zdravila (8 %) in živila (12 %).

¹⁰ Zlasti v Severni Ameriki se je za sistem regulacije uporabe zemljišč, ki spodbuja izrecno ločevanje funkcij prostorov na velikih površinah, uveljavil izraz *coning* (za več glej Pacione, 2001).



Grafikon 6: Lokacija najpogostejšega nakupovanja med študentsko populacijo (prikazano glede na odstotek anketirancev) (Bugarič, 2008).

Graph 6: The most popular shopping location among students (by percentage of respondents) (Bugarič, 2008).

Koncepta dostopnosti in mobilnosti sta ključnega pomena za razumevanje vplivov, ki jih ima avtomobilija na razvoj obalnih mestnih središč. Dostopnost se nanaša na »število priložnosti ali prizorišč dejavnosti, ki so dostopna v določeni razdalji ali času potovanja« (Handy, Niemeier, 1997, 1175–1194), mobilnost pa se nanaša na »zmožnost premikanja med različnimi prizorišči, kjer se odvijajo dejavnosti« (Handy, Niemeier, 1997, 1175–1194). S tem ko je mobilnost večine potrošnikov obalnega območja odvisna od avtomobilskega prometa, se je dostopnost strnjenih mestnih središč avtomatično zmanjšala, saj bi vztrajanje potrošnikov pri enaki frekventnosti obiskovanja mestnih središč z avtomobilom predstavljalo prekomeren strošek oz. dodaten napor in preveliko porabo časa. Ob tem je primerno omeniti, da gre v razmerju med avtomobilijo in naraščanjem ločene rabe površin v obalnih mestih za dvostranski proces. Avtomobilija ni le vzrok naraščanja ločene rabe prostorov v mestu, temveč je obenem tudi posledica naraščanja ločene rabe površin v mestu, ki jo je generiralo pomanjkanje prostora v strnjenih mestnih jedrih, visoke cene nepremičnin v urbanih središčih, specifični politično-ekonomski razvojni programi¹¹ in druge okoliščine. Na tem mestu se ne bomo podrobneje ukvarjali z opisom

Tabela 2: Spodaj so naštetne nekatere značilnosti, ki so pomembne pri odločanju kupcev pri izbiri kraja nakupovanja. Prosimo, ocenite ustreznost mestnega središča Kopra z vidika navedenih kriterijev (RRC, 2010b).

Table 2: Please consider the list of characteristics taken into account when consumers adopt decisions where to shop, and assess the adequacy of Koper's town core from the point of view of such criteria (RRC, 2010b).

Kriterij	Povprečna ocena
Dostop s kolesom	2,57
Privlačno urbano okolje	2,85
Čistoča, urejenost	2,88
Prireditve v mestu	3
Varnost	3,35
Dostopnost z javnim transportom	3,76
Gostinska ponudba	3,79
Kvaliteta trgovin	3,83
Izbor trgovin	3,93
Dostopnost za gibalno ovirane	4,13
Širok nabor aktivnosti/ponudbe poleg trgovin	4,15
Razpoložljiva parkirišča	4,28
Dostopnost z osebnim avtomobilom	4,28

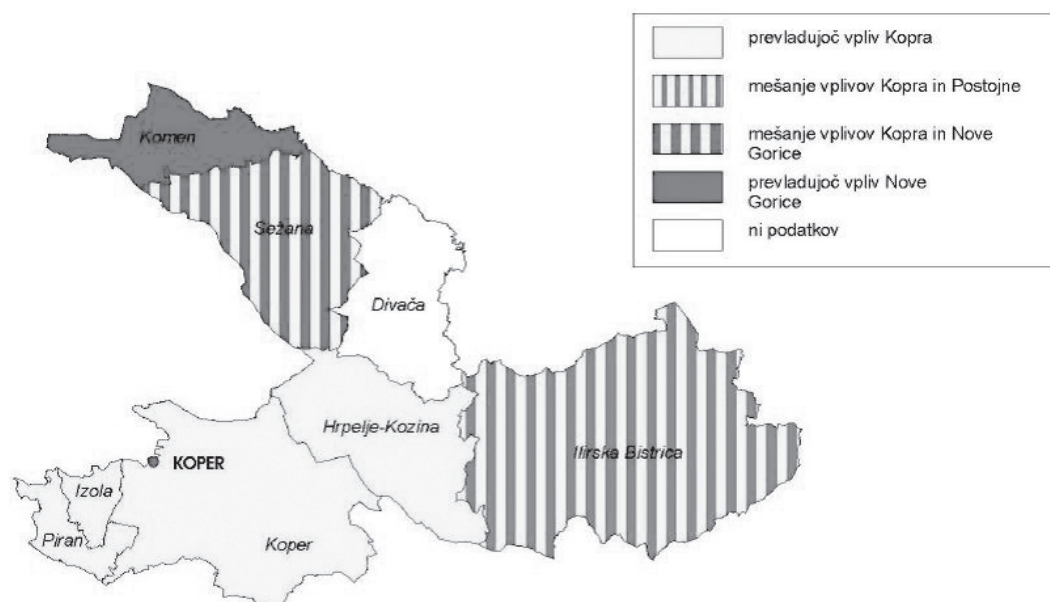
zgodovinskih vzrokov,¹² ki so privedli do nastanka specifičnega prometnega sistema, temveč bomo predvsem izpostavili nekatere ključne značilnosti avtomobilije, ki jih opažamo v vrsti raziskav, opravljenih na slovenski obali.

Kako močno je avtomobilija ukoreninjena v družbeni sistem prebivalcev obalnih mest, kažejo na primer podatki iz raziskav 2004 in 1998, kjer se je izkazalo, da je večina anketirancev iz Izole in Kopra kot največji problem mesta izpostavilo pomanjkanje parkirišč, medtem ko je bila problematika, povezana z oživljanjem mestnega središča in razvijanjem alternativnih storitev in servisov, šele v drugem planu (glej grafikona 4 in 5).

Podatki iz raziskav kažejo, da se anketiranci na obalnih območjih v veliki meri zavedajo večplastnosti problematike revitalizacije mestnih središč. Pri tem izpostavljajo vrsto problematik, ki vključujejo tako promet kot tudi družbene, ambientalne in ekonomske značilnosti oz. pomanjkljivosti obalnih mestnih središč. Čeprav anketiranci navidez celostno pristopajo k obravnavi revitalizacijske problematike, pa v hierarhiji navedenih

11 Kos (1994, 223) pojasnjuje, da je usmerjanje velikih ekonomskih vložkov v izgradnjo avtocestnega sistema posledica »legitimizacijske vloge gradbeništva v razmerah prevladujoče populistične (avtomobilistične) naravnosti modernizma«. V razmerah nestabilne konsolidacije novonastajajočih postsocialističnih modernizmov se je gradnja avtocestnega sistema prikazovala kot ključni »ideološki« generator razvoja, ki takoj daje otipljive rezultate in je v primerjavi s počasnejšim, manj otipljivim razvojem kolektivnih javnih prevoznih sredstev neprimerno bolj priljubljena med prebivalstvom. S pospešeno gradnjo avtocestnega omrežja je država lažje prikazovala, kako se nadešča zamudo pri razvoju prometne infrastrukture in gradi nujno potrebno infrastrukturo, ki je sicer osnova za nadaljnji ekonomski razvoj (za več glej Uršič, 2009).

12 Več o tem glej v Mlinar, 1999; 2000; 2008; Kos, 1994; Uršič, 2003; Uršič, Hočevar, 2007.



Sl. 4: Vplivna območja Kopra in sosednjih mezoregionalnih središč (2009) (RRC, 2010a).

Fig. 4: Influential areas of Koper and neighbouring mezzo-regional centres (2009) (RRC, 2010a).

problematik premočno izstopa problem pomanjkanja parkirnih mest, ki kaže na globoko zakoreninjenost oz. odvisnost prebivalcev obalnih območij od uporabe avtomobilskega prometa. Da je avtomobilija najpomembnejši generator družbenih in ekonomskih aktivnosti na Obali, se najboljše zavedajo trgovci v mestnem središču Kopra, ki jim težavnost privabljanja avtomobilskih potrošnikov povzroča nemalo preglavic (glej tabelo 2).

Z ocenami od 1 (odlično) do 5 (nezadovoljivo, slabo) so trgovci ocenjevali ustreznost posameznih značilnosti, ki so pomembne za kupce pri obiskovanju prostorov potrošnje v mestnem središču Kopra. Pri tem so močno izstopali vidiki dostopnosti z avtomobilom, razpoložljivosti parkirišč, dostopnosti za gibalno ovirane in premalo raznolika ponudba trgovin in storitev. Trgovci v mestnem središču se na ta način skušajo čimbolj prilagoditi trendu avtomobilije, ki je popolnoma spremenila razmerja v trgovini na drobno in vplivala celo na tiste dele populacije, za katero bi predpostavljali, da je najbolj »odporna« na procese suburbanizacije nakupovalnih dejavnosti. Raziskava, ki je bila opravljena na študentski populaciji treh fakultet Univerze na Primorskem (Bugarič, 2006), je pokazala, da tudi ena izmed skupin, ki najpogosteje uporablja mestno središče Kopra, v največji meri nakupe opravlja v večjih trgovskih središčih na obrobju ali drugje na Obali (glej grafikon 6).

Podatki iz množice navedenih raziskav kažejo, da v Kopru, podobno kot v večini velikih razvitih sodobnih evropskih mest, poteka oster boj med mestnim središčem in obrobni predeli, ki tekmujejo za množice obiskovalcev. Velika nakupovalna središča na obrobjih mest so se zelo hitro in učinkovito prilagodila spremembam v vsakdanjih navadah in praksah potrošnikov. Medtem ko so se nakupovalna središča dobro prilagodila na nove (avto)mobilitne vzorce, pa mestno središče v nasprotju z nakupovalnimi središči na obrobju ne more prilagajati svoje spomeniško zaščitene zgodovinske strukture vsakdanjim potrebam avtomobilskih potrošnikov, temveč za revitalizacijo potrebuje dodatne spodbude in vlaganja s strani pristojnih institucij. V tržnih razmerah spontana tekmovalnost med prostori potrošnje v mestnem središču in na obrobju poteka v smeri degradacije mestnih središč in delno tudi manjših regionalnih središč v okolici večjih obalnih mest.

Gradnja avtocest in posodabljanje regionalnega cestnega omrežja v Sloveniji je namreč razširila meje urbanih območij oziroma povezala mesto daleč v zaledje. Mesta in zaledja se ob tem spreminjajo v fizičnem (na primer rast novih naselij in infrastrukture), družbenem (spremembe v načinu zaposlitve, preživljanju prostega časa, medosebnih odnosih na ravni soseske)¹³ in

13 Za več o tem glej npr. Filipovič Hrast, 2008.

Tabela 3: Delež anketirancev, ki pogosto ali zelo pogosto nakupujejo v določenem kraju (podatki po občinah) (RRC, 2010a):**Table 3: Percentage of respondents who often or very often shop in a certain place (data according to municipalities) (RRC, 2010a):**

Občina	Občinsko središče	Koper	Ljubljana	Trst, Italija	Reka, Hrvaška	Internet	Drugo
Hrpelje-Kozina	33,4	100	46,7	33,4	0	26,7	33,3
Koper	71,9	94,3	12,8	28,2	4	3,9	9,1
Izola	68,9	70	0	14,3	0	10,3	28,6
Piran	48,9	68,1	9,3	15,2	4,5	17,1	50
Sežana	100	40	20	10	0	0	20
Ilirska Bistrica	85,4	25,7	33	11	5,5	11,2	28,6
Komen	33,3	0	0	0	0	0	100

Tabela 4: Kako pogosto anketiranci obiščejo Koper z namenom nakupovanja (RRC, 2010a).**Table 4: How often the respondents visit Koper in order to go shopping (RRC, 2010a).**

Občina	Nekajkrat tedensko	Enkrat tedensko	Nekajkrat mesečno	Nekajkrat letno	Enkrat letno ali redkeje
Ilirska Bistrica	0	1,8	14,7	67,9	15,6
Izola	34,5	31	31	3,4	0
Komen	0	0	0	11,1	88,9
Koper	55,2	21	20	3,8	0
Hrpelje - Kozina	6,3	31,3	50	6,3	6,3
Piran	10,6	38,3	44,7	6,4	0
Sežana	0	10	20	50	20

funkcijskem pogledu (spreminjanje vloge regionalnih središč in podeželskih naselij v poselitvenem sistemu). Manjša regionalna središča postajajo v funkcijskem pogledu vse bolj odvisna in povezana z večjimi urbani jedri, kjer se koncentrirajo pomembni servisi in storitve. Medtem ko se zaledje vse bolj povezuje z mestom prek novih infrastrukturnih povezav, se spreminja tudi samo mesto, kjer staro središče izgublja vlogo centralnega funkcijskega jedra, okoli katerega se vrtil ves ekonomski razvoj. Mestno središče sicer ostaja eno izmed pomembnih urbanih jeder, vendar se pojavljajo nova jedra na obrobjih, primestjih in obmestjih, ki so v primeru razvoja prostorov potrošnje precej uspešnejša od mestnega središča. Kako močno gravitacijsko moč imajo nova nakupovalna jedra na obrobju večjih obalnih mest, je prikazano v naslednjem poglavju, kjer so podrobneje obdelani nakupovalni vzorci novih avtomobilskih potrošnikov.

NAKUPOVALNI VZORCI »AVTOMOBILSKIH POTROŠNIKOV« V OBALNO-KRAŠKI REGIJI

Raziskava Innocité– Vloga mesta Koper v omrežju čezmejne regije (RRC, 2010a),¹⁴ ki je preučevala konkurenčnost malih in srednjih mest v vplivnem območju velikih alpskih urbanih centrov, je posebno pozornost namenila razvoju trgovine in prostorski usmerjenosti tokov, povezanih z nakupovanjem. Pri tem se je oprla na vrsto raziskav, ki so se predhodno ukvarjale s preučevanjem omrežja centralnih naselij (Kokole, 1971; Vrišer, 1988, 1990; Cigale, 2002) in so vključevala vprašanja o tem, kje običajno prebivalci določenega naselja zadovoljujejo svoje potrebe po različnih storitvah (nakupovanje, izobraževanje itd.). Primerjava raziskav iz leta 2000 (Cigale, 2002) in 2009 (Innocité, 2010) je pokazala, da je sistem »mezo«, »mikro« in »makro« regionalnih središč ostal približno enak oz. na obravnavanem

14 Raziskavo »Innocité – Kako okrepiti konkurenčnost malih in srednjih mest v vplivnem območju velikih alpskih urbanih centrov – Vloga mesta Koper v omrežju naselij čezmejne regije« (2010) je izvedel RRC Koper (Regionalni razvojni center Koper) na območju Južne Primorske (vključenih je bilo 8 občin: Koper, Izola, Piran, Hrpelje - Kozina, Sežana, Ilirska Bistrica, Komen, Divača). V vzorec je bilo zajetih 364 anketirancev (N=364) z navedenih območij. Metodološko je bila raziskava zastavljena na način, ki omogoča primerljivost podatkov iz raziskav iz let 2002 in 2009, pri čemer gre za naključni vzorec, enakomerno razporejen po centralnih naseljih 8 občin. Raziskava je bila izvedena v dveh časovnih točkah – v juniju in oktobru 2009.

Tabela 5: Kako pogosto anketiranci ob obisku mesta Koper obiščejo tudi mestno središče (RRC, 2010a).
Table 5: How often the respondents who visit Koper also visit its town core (RRC, 2010a).

Občina	Nekajkrat tedensko	Nekajkrat mesečno	Nekajkrat letno	Enkrat letno ali redkeje
Koper	26,9	49	17,3	6,7
Izola	14,3	39,3	32,1	14,3
Piran	4,3	19,1	51,1	25,5
Ilirska Bistrica	0	0	41,1	58,9
Komen	0	0	12,5	87,5
Hrpelje -Kozina	0	37,5	25	37,5
Sežana	0	10	30	60

območju veljajo iste značilnosti kot pred desetletjem (glej sliko 2).

Koper predstavlja najpomembnejše mezoregionalno središče na Obali, njegov vpliv pa je opazen tudi v zaledju, zlasti v občini Hrpelje - Kozina, nekoliko manj v občinah Sežana in Ilirska Bistrica, medtem ko se po podatkih iz leta 2000 (Cigale, 2002) v občini Divača prepletajo vplivi vseh treh mezoregionalnih središč (Kopra, Postojne in Nove Gorice). Vlogo dominantnega makroregionalnega središča za Obalo še vedno predstavlja Ljubljana, kar je po svoje nekoliko presenetljivo glede na procese integracije Slovenije v EU in odpiranja meja, ki naj bi povečali vpliv sosednjih makroregionalnih centrov iz bližnjih držav. Enako je tudi v primeru trgovine, kjer je vpliv Ljubljane večji od Trsta, nova nakupovalna središča in izboljšane cestne povezave pa so njeno vlogo makroregionalnega središča še okrepile (glej tabelo 3).

Za prebivalce obalno-kraške regije je Ljubljana kljub večji oddaljenosti pomembnejše nakupovalno središče kot Trst. To velja zlasti za občine v obalnem zaledju (Hrpelje - Kozina, Sežana in Ilirska Bistrica), medtem ko se vpliv Trsta zaradi njegove bližine še vedno pozna zlasti v koprski občini (28,2 %), manj pa v Izoli (14,3 %) in Piranu (15,2 %). V primeru Izole in Pirana igra Trst vlogo šele terciarne nakupovalne destinacije, v primeru Kopra pa ima vlogo druge najpomembnejše nakupovalne destinacije. Čeprav se vpliv Trsta kot nakupovalne destinacije v primeru Kopra pozna, pa je treba poudariti, da je Koper, ne glede na svojo relativno majhnost v odnosu do Trsta, uspel zadržati vlogo primarne, pa tudi dominantne nakupovalne destinacije na slovenski obali, saj večina anketirancev iz Kopra (94,3 %), Hrpelj - Kozine (100 %), Izole (70 %) in Pirana (68,1 %) odgovarja, da pogosto ali zelo pogosto nakupuje v Kopru, medtem ko so ostale nakupovalne destinacije znotraj posameznih občin ali v sosednjih državah bistveno manj pomembne. V občinah Sežana in Ilirska Bistrica ima občinsko središče vlogo primarne nakupovalne destinacije, sekundarno vlogo pa zaseda bodisi Koper bodisi Ljubljana, šele nato pa sledi Trst kot terciarna destinacija.

Podatki iz raziskave Innocité kažejo, da procesi odpiranja in povezovanja Slovenije z Evropsko unijo niso vplivali na spremembe prostorskih nakupovalnih vzorcev na slovenski obali. Koper ostaja primarna nakupovalna destinacija, Trst pa kljub bližini v večini občin obalno-kraške regije zaostaja za bolj oddaljeno Ljubljano. Vzroki za oblikovanje obstoječe hierarhije nakupovalnih destinacij so po vsej verjetnosti povezani s hitro vzpostavitvijo konkurenčne ponudbe v novih obrobni nakupovalnih centrih slovenskih obalnih mest in v Ljubljani, delno pa so k temu prispevale tudi jezikovne ovire in slabše parkirne možnosti v strnjem središču Trsta. V obdobju pred osamosvojitvijo je Trst nedvomno igral eno najpomembnejših občasnih nakupovalnih destinacij za prebivalce Slovenije. S spremembo politično-ekonomskega sistema se je spremenila intenzivnost potrošnje, ki je bila prej limitirana na »specifične produkte in občasne shopping izlete v zahodne države« (Luthar, 2006). Omejena potrošnja, ki je bila v obdobju socializma zakrita oz. s strani oblasti percipirana kot negativen družbeni in kulturni fenomen, vendar vselej prisotna prek procesov »transnacionalizacije in ekonomske propagande« (Pavlič, Splichal, 1981), se je po osamosvojitvi preoblikovala v množično potrošnjo. Skladno s procesi intenziviranja potrošnje so se prostori potrošnje lokacijsko in ponudbeno bistveno bolj približali potrošniku. Pri tem se je povečala tako raznovrstnost prostorov potrošnje na mestnem obrobju kot tudi njihova vsakodnevna dostopnost zaradi nove cestne infrastrukture.

Obenem lahko domnevamo, da so na procese ohranjanja ključnih nakupovalnih tokov v okvirih Slovenije vplivali tudi t. i. »novi lokalizmi« (Strassoldo, Tessarin, 1992), ki predstavljajo specifičen preplet povezanosti navznoter (v skupnost) ob hkratnem povečevanju pomena sodelovanja in odvisnosti od širših (zunanjih) vplivov. Lokalizem lahko definiramo kot odnos med prostorom (razumljenim kot prostor, ki je relativno majhen in omejen) in družbenimi fenomeni, ki se odvijajo v njem (Mlinar, 2001). Ta odnos je ocenjen in ponotranjen oz. ideologiziran z vidika opazovalca ali uporabnika in postane del njegove identitete. Če je za »stare« lokalizme veljalo, da so močno vezani na lokalno okolje in skuša-

jo minimizirati stike z zunanjim svetom,¹⁵ se novi lokalizmi »močno zavedajo zunanjega sveta in so dokaj odprti do interakcij z njim« (Strassoldo, 1992, 46–47). Za območja, kjer je prisoten novi lokalizem, je značilno, da prebivalci uporabljajo nove tehnologije in infrastrukturne sisteme ter zaradi določenih potreb spreminjajo vzorce gibanja po urbanem sistemu, vendar so obenem še vedno močno vezani na »domače« oziroma lokalno-specifično kulturno okolje. Novi lokalizmi so torej bolj odprti od lokalizmov, vendar obenem še vedno poudarjajo nujen obstoj specifičnih vrednot, ki morajo biti prisotne na območju. Pri tem lahko domnevamo, da so procesi odpiranja in povezovanja Slovenije navzven delovali tudi v smeri povečevanja notranje kohezivnosti in ohranjanja obstoječih kulturno-vrednotnih sistemov ter da so botrovali večji navezanosti na domače okolje v kontekstu hierarhije primarnih in sekundarnih nakupovalnih lokacij. Prostori potrošnje na mestnih obrobjih obalnih mest in Ljubljane so tako še vedno delovali bolj domače in privlačno za vsakodnevno rabo in večje nakupe, čeprav so prostori potrošnje čez mejo morda istovremno ponujali drugačne, bolj raznovrstne produkte in nekoliko ugodnejše cene.

Analiza nakupovalnih tokov v obalno-kraški regiji je pokazala, da kot ključno nakupovalno središče v regiji močno izstopa Koper. V nadaljevanju bomo bolj podrobno preučili vlogo posameznih mikro nakupovalnih lokacij v Kopru. Podatki iz raziskave Innocité (2010) namreč kažejo, da so ključno vlogo v hierarhiji nakupovalnih lokacij na slovenski obali zasedli novi nakupovalni centri na obrobju. Iz analize mikro lokacij, kjer so anketirance spraševali po tem, »kako pogosto obiščejo Koper z namenom nakupovanja« (glej tabelo 4) in »kako pogosto anketiranci ob obisku mesta Koper obiščejo tudi mestno središče« (glej tabelo 5), je razvidno, da mestno središče še vedno igra vlogo pomembnega ponudnika storitev in servisov, vendar ključno nakupovalno točko po novem predstavljajo nakupovalni centri na obrobju.

V tabeli 4 je prikazano, kako pogosto anketiranci iz Kopra in okoliških občin obiskujejo Koper z namenom nakupovanja. Pri tem seveda najbolj izstopajo anketiranci iz Kopra (55 %), Izole (34,5 %) in Pirana (10,6 %), ki Koper z namenom nakupovanja obiščejo vsaj nekajkrat tedensko. Te občine so najbolj izpostavljene v prvi kategoriji – »nekajkrat tedensko«. Nekoliko manj pogosto, tj. v kategoriji »enkrat tedensko«, od ostalih občin najbolj izstopa Hrpelje - Kozina (31,3 %), med preostalimi pa v kategoriji »nekajkrat mesečno« izstopata še občini Ilirska Bistrica (14,7 %) in Sežana (20 %). V tabeli 5 pa so anketiranci navedli, kako pogosto ob nakupih v Kopru obiščejo tudi mestno središče. Kot najbolj pogosti obiskovalci ponovno izstopajo anketiranci iz Kopra

(26,9 %), Izole (14,3 %) in Pirana (4,3 %), ki nekajkrat tedensko obiščejo mestno središče Kopra. V drugi kategoriji – »nekajkrat mesečno« med preostalimi občinami izstopata Hrpelje - Kozina (37,4 %) in Sežana (10 %), v tretjo kategorijo – »nekajkrat letno« pa spadajo anketirani iz občin Ilirska Bistrica (41,1 %) in Komen (12,5 %).

Primerjava podatkov iz tabel 4 in 5 pokaže, da obstajajo pomembne razlike pri pogostosti obiskovanja posameznih mikro lokacij v Kopru. Čeprav na primer anketiranci iz Kopra oz. domačini sicer pogosto obiskujejo Koper z namenom nakupovanja (55,2 %), pa jih ob tem mestno središče obišče le slaba polovica (26,9 %), več kot polovica pa jih obišče nakupovalne centre na obrobju, ki se jim zdijo privlačnejši za vsakodnevne nakupe. Podobno razmerje med obiskovalci mestnega središča in nakupovalnih centrov na obrobju velja tudi za anketirance iz Izole in Pirana. Čeprav 34,5 % anketirancev iz Izole (in 10,6 % iz Pirana) obišče Koper nekajkrat tedensko, jih ob tem mestno središče obišče le slaba polovica, tj. 14,3 % (4,3 % iz Pirana), večina pa se zadrži v nakupovalnih središčih na obrobju. Še manj pogosto mestno središče Kopra ob obisku nakupovalnih središč obiščejo anketiranci iz občine Hrpelje -Kozina, najmanj pogosto pa iz občin Ilirska Bistrica, Sežana in Komen.

Po mnenju anketirancev iz raziskav (2000, 2002, 2008, 2010) mestno središče Kopra sicer predstavlja ambientalno zelo privlačno nakupovalno okolje, ki pa se vendarle ne more kosati z boljšimi možnostmi parkiranja, večjimi prodajnimi površinami, raznovrstnostjo produktov in konkurenčnimi cenami, ki jih ponujajo množična nakupovalna središča na obrobju mesta. Anketiranci v raziskavi kot najbolj všečne elemente mestnega središča Kopra navajajo »tržnico«, »atraktivno sprehajališče ob obali« in »atraktivno staro mestno jedro«, medtem ko se izbor trgovin ne uvršča med najpogostejše odgovore. Navedbe kažejo, da se mestno središče Kopra ob selitvi potrošnikov postopoma »turistificira« in vse bolj prilagaja potrebam turistov in občasnih obiskovalcev, ki iščejo drugačno ponudbo servisov in storitev. Ob tem se lahko sprašujemo, ali navedeni procesi turistifikacije in zmanjšane dostopnosti lahko vplivajo tudi na zmanjšanje kvalitete življenja in procese gentrifikacije oz. selitve določenih skupin prebivalcev iz mestnega središča Kopra.

Relativno veliko število zaprtih trgovin in drugih prostorov potrošnje v mestnih središčih obalnih mest daje slutiti, da so bile dosedanje strategije revitalizacije obalnih mestnih središč prej neučinkovite kot učinkovite. Strategije revitalizacije so v primeru Kopra, delno pa tudi Izole in Pirana, kljub opozorilom strok, povezanih s prostorskim načrtovanjem (glej Mlinar, 1998, 2008; Ho-

15 Gre predvsem za lokalizme, vezane na ruralne vrednote (t. i. *Blut und Boden* ideologije), ki se kažejo prek močne navezanosti na zemljo in življenje v tesno povezani skupnosti. Razliko med klasičnim lokalizmom in novim lokalizmom dobro ponazarja tudi Töennisov koncept razlikovanja med družbenimi skupnostmi, tj. bolj tradicionalno, teritorialno orientirano *Gemeinschaft* in bolj funkcionalno, univerzalistično orientirano *Gesselschaft* (1887).

čev, 1998, 2000),¹⁶ temeljile pretežno na inkrementalistični strategiji turistifikacije mesta, premalo pozornosti pa so posvečale holistični obravnavi delovanja urbanih struktur. Pri tem se je po majhnih, spontanih korakih in nepovezanih akcijah večinoma preurejalo zunanji oz. fizični izgled mesta ter se ga prilagajalo potrebam turističnega razvoja, zapostavljalo pa se je razvoj novih vidikov mobilnosti, ki ne temeljijo le na avtomobilskem prevozu in bi lahko povečale dostopnost različnim skupinam obiskovalcev in prebivalcev obalnih mestnih središč. Prav mobilnost in zagotavljanje večje dostopnosti prostorov potrošnje v mestnem središču bo v prihodnosti nedvomno predstavljala enega izmed ključnih izzivov bodočemu razvoju in revitalizaciji obalnih mest.

ZAKLJUČEK – AVTOMOBILIJA KOT PODPORA DEGRADACIJI ALI REVITALIZACIJI OBALNIH MEST?

V obdobju po osamosvojitvi se je z dokončanjem avtocestnega križa in nadaljevanjem procesov suburbanizacije močno povečal vpliv prostorov potrošnje na obrobjih obalnih mest. Razvoj obrobni prostorov potrošnje sam po sebi ne more biti opredeljen za škodljiv proces urbanega razvoja in predstavlja logičen potek prehoda nakupovalnih prostorov v obdobje tržne ekonomije. Raznolikost produktov in storitev, ki jih ponujajo obrobna nakupovalna središča, pomeni obogatitev ponudbe za prebivalce in obiskovalce, ki bi v nasprotnem primeru podobno ponudbo iskali v mestih sosednjih držav. V analizi smo se osredotočili predvsem na primer Kopra, kjer je na njegovem obrobju zgoščeno največje število prodajnih površin v obalnih mestih. Kot ključna točka avtomobilskih potrošnikov na slovenski obali in v celotni obalno-kraški regiji, je Koper s tega vidika predstavljal logično izbiro za analizo omenjenih trendov. Z vidika ekonomskega razvoja obrobna nakupovalna središča v Kopru prinašajo pomembne prednosti in koristi ter predstavljajo nadgradnjo ponudbe na Obali, vendar le če to ne pomeni tudi hkratnega propadanja ponudbe in degradacije ostalih območij. Ponudbo obrobni prostorov potrošnje je treba v naslednjih fazah razvoja obalnih mest vključiti oz. integrirati v celostno strategijo razvoja obalno-kraške regije.

onudbo prostorov v mestnem središču bi bilo treba preoblikovati na način, da se razlikuje od ponudbe obrobni prostorov potrošnje, ki ne premorejo zgodovinsko-arhitekturnih kvalitete starih mestnih jeder. Proces turistifikacije, ki trenutno potekajo v mestnem središču Kopra, so v tem kontekstu le eden izmed načinov spreminjanja te ponudbe, ki pa jo bo treba v nadaljevanju nadgraditi s ponudbo servisov in storitev, ki dvigujejo

kvaliteto življenja prebivalcem, ki ostajajo v mestnem središču. »Urbanosti kot načina življenja« (Wirth, 1938) ne more zagotavljati še tako pestra ponudba turističnih storitev in množičnih prireditev, ki s svojimi aktivnostmi zapolnijo zgolj določena časovna obdobja dneva oz. sezone, medtem ko mesto ne ohranja trajnega življenja utripa zaradi neusklajene celostne ponudbe trgovin, dogodkov in storitev za lokalno prebivalstvo.

Podatki o številu potrošnikov in pogostosti nakupovanja v obalnih nakupovalnih centrih kažejo, da fizično povezovanje mest s podeželjem prek novega avtocestnega omrežja sproža vrsto dilem glede nadaljnjega prostorskega razvoja Obale. Slovenija je v obdobju po osamosvojitvi prostorski razvoj usmerjala zgolj na podlagi začasnih prostorskih načrtov in brez podrobno razdelanih prostorskih razvojnih strategij. Posledica tega je slabo sodelovanje med mesti in podeželjem, navzlic dejstvu, da postajajo del enotnega in za evropske razmere relativno majhnega urbanega sistema. Slabo sodelovanje med mesti in suburbanimi oz. podeželskimi območji pospešuje destruktivno tekmovalnost v prostorskem sistemu, pri čemer prihaja do neracionalne rabe virov in potencialov. Zdi se, da bo z nadaljevanjem razpršene suburbanizacije in širjenjem urbanih območij prihajalo do še ostrejših konfliktov zaradi neurejenih upravno-političnih razmerij med mesti in podeželjem. V tej luči bi bilo morda potrebno izoblikovanje tesneje povezanega integriranega sistema revitalizacije mest in naselij v obalno-kraški regiji. Tovrstno povezovanje seveda kot nujno sestavino predvideva tudi bolj usklajeno diferenciacijo ponudbe trgovin, storitev in pristočnih dejavnosti na ravni celotne regije. Usklajena diferenciacija ponudbe na ravni regije sicer pomeni tudi večjo nevarnost specializacije posameznih urbanih območij, ki pa je zaradi relativne majhnosti urbanega omrežja na Obali in njegovih omejenih naravnih, kulturnih in ekonomskih virov, vsaj do določene mere, nujno potrebna, če hočejo v prihodnosti še naprej konkurirati metropoliziranim območjem v sosednjih državah, ki bodo skušala v bodoče vse bolj uveljavljati svoje prednosti. Racionalizacija ponudbe in koordinacija tekmovalnosti (omejevanje destruktivne tekmovalnosti) med strnjenim mestnim središčem, obrobjem in zaledji obalnih mest je s tega vidika nujen predpogoj hitrejšega prostorskega razvoja obalno-kraške regije.

V zaključku velja omeniti, da imajo morda obalna mesta v primerjavi z nekaterimi drugimi slovenskimi mesti, kjer prav tako avtomobilski prevoz močno prevladuje nad ostalimi oblikami potovanja, celo rahlo prednost. Kljub visokemu odstotku opravljenih potovanj z avtomobilom nadpovprečno visok delež peš opravljenih

16 Izhajajoč iz rezultatov raziskave »Sociološki vidiki razvoja občine Koper – Razvojni projekt Koper 2020 (Bivalno in delovno okolje ter javna, mestna sfera)« (1998) Hočevar opiše različne modele revitalizacije (konzervacija, turistifikacija, trgovinska revitalizacija, genetrifikacija) mestnega središča Kopra. Pri tem opozarja, da revitalizacija ne sme temeljiti le na »fizični«, temveč tudi »družbeni prenovi mesta«, kar naj bi vodilo h konceptu »integrirane revitalizacije mesta« (2000, 70–76).

potovanj daje slutiti, da je prehod iz obstoječih avtomobilskih vzorcev vedenja v bolj trajnostno naravnane oblike mobilnosti za odtenek lažje izvedljiv. Prebivalci strnjene obalne mest so namreč zaradi razmer v večji meri kot drugje v Sloveniji v svoje življenjske ritme oz. mobilnostne vzorce že vključili alternativne možnosti gibanja. Pri tem mnogi raziskovalci prometnih navad (Guzelj, 1996; Maher, 2000; Mlinar, 2008) ugotavljajo, da je predvsem kolesarstvo ena izmed najbolj zastavljenih oblik mobilnosti na slovenski obali in predstavlja velik razvojni potencial za prihodnost. Če torej v razmerah sodobnih družb, ki zahtevajo visoko mobil-

nost, popoln povratek k mestu pešcev ni več mogoč, bi bilo morda treba razmisliti o prehodu iz mesta avtomobilskih potrošnikov v »mesto kolesarjev«. Prav večja sprejemljivost alternativnih načinov gibanja, v katere so zaradi specifičnih kontekstualnih okoliščin (strnjena mestna središča, visoka stopnja obremenjenosti cestnih infrastruktur v turistični sezoni) porinjeni prebivalci obalnih mest, bi lahko predstavljala odsokočno desko za zaustavitev procesov funkcijskega in prebivalstvenega praznjenja obalnih mestnih središč ter hkrati ponujalo ključno oporno točko prihodnjih revitalizacijskih strategij.

AUTOMOBILIZATION AND CHANGES IN URBAN SHOPPING AREAS ON THE SLOVENE LITTORAL – FROM “A PEDESTRIAN TOWN” TOWARDS “A TOWN OF AUTOMOBILE CONSUMERS”

Matjaž URŠIČ

University of Ljubljana, Faculty of Social Sciences, Centre for Spatial Sociology, Kardeljeva ploščad 5,
1000 Ljubljana, Slovenia
e-mail: matjaz.ursic2@guest.arnes.si

SUMMARY

Historically, Mediterranean towns located on the Slovene Littoral have always been considered archetypal images of densely populated towns with a high degree of urban complexity and social diversity. Having begun after WWI and intensified in the last twenty years, the process of spreading traffic infrastructure and urban areas to the hinterland not only changed their physical appearance, but also had an impact on their social and functional characteristics. Their densely packed urban structure has been complemented by the dispersed structure of the (sub)urban hinterland to which many town-forming activities (e.g. retail, crafts), previously characteristic of old town cores, have spread. Concomitantly, the town centres have tried to retain at least part of these activities by introducing various revitalization strategies that often combine shopping with processes of touristification and cultural heritage protection. The aim of the article is to consider such models of revitalization of the coastal town centres on the Slovene Littoral in a wider context and to address their changing role from the point of view of automobilization, changing patterns of mobility and increased consumption. The role of consumption is shown from two points of view – as a prerequisite for successful economic development and as a potentially detrimental element of mass consumption causing gradual disintegration of the existing social structure in the coastal towns. Methodologically speaking, the article is based on the grounded theory approach (Strauss, Corbin, 1998). It takes into account data compiled in national statistics (Statistical Office of the Republic of Slovenia) and provides a detailed analysis of results of several research projects conducted on the Slovene Littoral. It addresses several issues related to spatial planning of traffic and shopping areas.

Key words: automobilization, shopping areas, shopping patterns, accessibility, mobility, revitalization

VIRI IN LITERATURA

- Brate, T. (1990):** Ljubljanski tramvaj: 1901–1958. Ljubljana, Državna založba Slovenije.
- Brate, T. (2007):** Parenzana – železnica za vse čase. Ljubljana, Kmečki glas.
- Bugarič, B. (2008):** Vprašanje razvojnega modela Univerze na Primorskem – Mestna univerza ali kampus? *Annales, Series Historia et Sociologia*, 19, 1. Koper, 1–14.
- Champion, A. (1997):** Urbanization, Suburbanization, Counterurbanisation and Reurbanisation. V: *Padison, R. Lever, W. (ur.): Handbook of Urban Studies*. Beverly Hills (California), Sage.
- Cigale, D. (2002):** Centralna naselja v Sloveniji in njihova vplivna območja v letu 1999. *Geografski vestnik*, 74, 1. Ljubljana, 43–56.
- Duany, A., Plater-Zyberk, E. (2001):** Suburban nation: the rise of sprawl and the decline of the American Dream. New York, North Point Press.
- Filipovič-Hrast, M. (2007):** Družbena kohezija in soseska v pozni moderni. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede.
- Filipovič-Hrast, M. (2008):** Influences on the sense of neighborhood: case of Slovenia. *Urban affairs review*, 43, 5. Thousand Oaks (California), 718–732.
- Giddens, A. (1984):** *The Constitution of Society – Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge, Polity Press.
- Garreau, J. (1991):** *Edge City - Life on the New Frontier*. New York, Doubleday.
- Glasser, B., Strauss, A. L. (1967):** *The Discovery of Grounded Theory – Strategies for Qualitative Research*. Chicago, Aldine.
- Guzelj, T. (1996):** Zasnova prometnega sistema na obalnem območju. Ljubljana, Projekt nizke zgradbe.
- Handy, S., Niemeier, D. (1997):** Measuring Accessibility: An Exploration of Issues and Alternatives. *Environment and Planning*, 29, 1175–1194.
- Harvey, D. (1973):** *Social Justice and the City*. London, Arnold.
- Hočevar, M. (1998):** Analiza revitalizacijske problematike kopskega mestnega jedra; fizični prostor in družbene vsebine. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 8, 12. Koper, 79–94.
- Hočevar, M. (2000):** The Planning and Revitalization of Koper's Old Town: Physical Space and Social Content Issues. V: *Mlinar, Z.: Local Development and Socio-spatial Organization – Trends, Problems and Policies: The Case of Koper*. Budapest, Local Government and Public Service Reform Initiative - Open Society Institute, 65–85.
- Kokole, V. (1971):** Centralni kraji v SR Sloveniji. Problemi njihovega omrežja in njihovih gravitacijskih območij. *Geografski zbornik*, XII, 5–133.
- Koolhaas, R. (1999):** Generično mesto. V: *Mestomorfoze*. Ljubljana, *Cf, 5–33.
- Kos, D. (1994):** Postsocialistična obnova: Narava avtocestnega projekta. *Časopis za kritiko znanosti*, 22, 170/171. Ljubljana, 217–227.
- Luthar, B. (2006):** Remembering socialism: on desire, consumption and surveillance. *Journal of consumer culture*, 6, 2, 229–259.
- Maher, I. (2000):** Kolesarske povezave v Istri: perspektive razvoja omrežja kolesarskih povezav v občinah Koper, Izola in Piran. Koper, Mestna občina Koper.
- Mlinar, Z., Hočevar, M., Trček, F. (1998):** Sociološki vidiki razvoja občine Koper – Razvojni projekt Koper 2020 (Bivalno in delovno okolje ter javna, mestna sfera). Ljubljana - Koper, Fakulteta za družbene vede - Mestna občina.
- Mlinar, Z., Kos, D., Hočevar, M., Trček, F. (2000):** Local development and socio-spatial organization: trends, problems and policies: the case of Koper, Slovenia. Budapest, Open Society Institute.
- Mlinar, Z. (2001):** Krepitev in slabitev moči lokalnih akterjev ter nastajanje in izginjanje lokalnih posebnosti v procesu glokalizacije. *Teorija in praksa*, 38, 5, 765–785.
- Mlinar, Z. (2008):** Življenjsko okolje v globalni informacijski dobi - prostorsko-časovna organizacija bivanja. Ljubljana, FDV - SAZU.
- Mollenkopf, J. H., Castells, M. (1991):** *Dual City – Restructuring New York*. Russell Sage Foundation.
- Mumford, L. (1988):** *Grad u historiji*. Zagreb, Naprijed.
- Pacione, M. (2001):** *Urban Geography – A Global Perspective*. New York - London, Routledge.
- Pavlič, B., Splichal, S. (1981):** Transnacionalizacija ekonomske propagande kot faktor razvoja potrošniške miselnosti v naši družbi (Transnationalisation of economic propaganda as a developmental factor of consumerism in our society). Ljubljana, CPSDVR.
- RRC (2010a):** *Innocité – Kako okrepi konkurenčnost malih in srednjih mest v vplivnem območju velikih alpskih urbanih centrov – Vloga mesta Koper v omrežju naselij čezmejne regije*. Koper, Regionalni razvojni center.
- RRC (2010b):** *Mestno jedro Koper in položaj dejavnosti v njem – stališča trgovcev in drugih ponudnikov storitev*. Koper, Regionalni razvojni center.
- Southworth, M. (2005):** Designing the walkable city. *Journal of Urban Planning and Development*, 131, 4, 246–257.
- Stanič, I., Golobič, M., Kos, D., Uršič, M., Mušič, B. (2005):** Celovita študija nosilne zmogljivosti za področje poselitve v občini Izola. Ljubljana, Urbanistični inštitut Republike Slovenije.
- Strassoldo, R., Tessarin, N. (1992):** *Le radici del localismo*. Trento, Reverdito.

Strauss, A., Corbin, J. (1998): Basics of Qualitative Research – Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. Thousand Oaks, Sage Publications.

SURS (2006): Statistične informacije (Rapid Reports) – Trgovina in druge storitvene dejavnosti. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.

SURS (2009): Statistični letopis 2009. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.

SURS (2010): Osebni avtomobil, občine, Slovenija. Statistični urad Republike Slovenije. [Http://www.stat.si/](http://www.stat.si/) (25. 1. 2011).

Thomas, G., James, D. (2006): Reinventing Grounded Theory – Some Questions about theory, Ground and Discovery. British Educational Research Journal, 32, 6, 767–795.

Tönnies, F. (1887/1999): Skupnost in družba: temeljni pojmi čiste sociologije. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede.

Urry, J. (1999): Automobility, Car Culture and Weightless Travel. Lancaster University, Department of Sociology. [Http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc008ju.html](http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc008ju.html) (10. 11. 2003).

Uršič, M. (2003): Urbani prostori potrošnje. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede.

Uršič, M., Hočevar, M. (2007): Protiurbanost kot način življenja. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede - Ost.

Uršič, M. (2010): Destruktivna tekmovalnost med slovenskimi mesti in podeželjem. Teorija in praksa, 47, 2/3, 476–494.

Vrišer, I. (1988): Centralna naselja v SR Sloveniji leta 1987. Geografski zbornik, XXVIII, 123–151.

Vrišer, I. (1990): Ekonomskogeografska regionalizacija Republike Slovenije (Na podlagi vplivnih območij centralnih naselij in dejavnostne sestave aktivnega prebivalstva). Geografski zbornik, XXX, 129–247.

Wirth, L. (1938): Urbanism as a Way of Life. V: Le Gates, R. T., Stout, F: The City Reader - Second Edition. New York - London, Routledge, 97–105.

Wollen, P., Kerr, J. (2002): Autopia - Cars and Culture. London, Reaktion Books.