

2014

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

SIMON LOKOVŠEK

SIMON LOKOVŠEK

KOPER, 2014



UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

# TURIZEM V SLOVENIJI V ČASU KRIZE

Simon Lokovšek

Koper, 2014

Mentor: viš. pred. mag. Dušan Gošnik



## **POVZETEK**

Zaključna naloga predstavlja turizem kot dejavnost, njene sestavne dele in dejavnike, ki vplivajo na spremembe turističnega trga ter spremembe kupnih in potovalnih navad turistov. Ob tem so opisani tudi dejavniki sprememb turistične potrošnje in vpliv na spremembe BDP-ja v narodnem gospodarstvu. V empiričnem delu je poudarek na predstavitvi podatkov za turizem v času gospodarske krize, primerjava Slovenije s tujino in trendi prihodnosti. Opisane so tudi nekatere priložnosti Slovenije v prihodnosti in Strategija razvoja slovenskega turizma, ki prikazuje ukrepe Republike Slovenije za razvoj turizma.

*Ključne besede:* turizem, turist, gospodarska kriza, razvoj turizma Slovenija.

## **SUMMARY**

This final project describes tourism as activity, its integral parts and factors which have influences on tourism market changes and changes of consumer and travel habits of tourists. We have also described factors of changes of tourist consumption and impact on changes of GDP in national economy. Empirical part is consisted of presentation of tourism data for the time of financial crisis, comparison of Slovenia with foreign countries and future trends. There are also described some future opportunities for Slovenia and Strategy of development, which shows actions of Slovenia for tourism development.

*Keywords:* tourism, tourist, economic crisis, tourism development, Slovenia.

UDK: 338.48:338.124.4(043.2)



## VSEBINA

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Uvod</b> .....   | <b>1</b>  |
| 1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč.....        | 1         |
| 1.2 Namen in cilji diplomske naloge .....                                  | 2         |
| 1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev .....                            | 2         |
| 1.4 Predpostavke in omejitve.....  | 3         |
| <b>2. Opredelitev pojmov</b> .....   | <b>4</b>  |
| 2.1 Turizem.....   | 4         |
| 2.2 Turist.....  | 4         |
| 2.2 Kriza .....  | 5         |
| <b>3. Dejavniki turističnega povpraševanja in turistične ponudbe</b> ..... | <b>6</b>  |
| 3.1 Dejavniki turističnega povpraševanja.....                              | 6         |
| 3.1.1 Potreba po potovanju in turistični rekreaciji .....                  | 6         |
| 3.1.2 Dohodek .....  | 6         |
| 3.1.3 Cena .....   | 8         |
| 3.1.4 Prosti čas .....   | 9         |
| 3.2 Turistična ponudba .....   | 10        |
| <b>4. Ekonomski vplivi turizma na narodno gospodarstvo</b> .....           | <b>12</b> |
| 4.1 Dejavnost turizem in turistično gospodarstvo .....                     | 12        |
| 4.2 Turistična potrošnja .....   | 14        |
| 4.3 Vrste ekonomskih vplivov turizma.....                                  | 15        |
| 4.3.1 Vpliv turizma na višino BDP in gospodarsko rast.....                 | 15        |
| 4.3.2 Vpliv turizma na plačilno bilanco države .....                       | 16        |
| 4.3.3 Vpliv turizma na zaposlenost.....                                    | 16        |
| 4.3.4 Vpliv turizma na inflacijo .....                                     | 17        |
| 4.3.5 Negativni in pozitivni zunanji učinki turizma.....                   | 17        |
| <b>5. Letne analize statističnih podatkov na področju turizma</b> .....    | <b>19</b> |
| 5.1 Analiza podatkov v turizmu v času krize .....                          | 19        |
| 5.1.1 Leto 2008 .....  | 19        |
| 5.1.2 Leto 2009 .....  | 19        |
| 5.1.3 Leto 2010 .....  | 20        |
| 5.1.4 Leto 2011 .....  | 21        |
| 5.1.5 Leto 2012 .....  | 21        |
| 5.1.6. Leto 2013 .....   | 22        |

|   |           |
|---|-----------|
| 5.2 Analiza podatkov za zaposlene v turizmu in vpliv krize na zaposlenost v turizmu v Sloveniji ..... | 22        |
| 5.3 Primerjava podatkov v času krize v Sloveniji s časom pred krizo .....                             | 22        |
| 5.4. Primerjava podatkov za Slovenijo po letih.....   | 22        |
| 5.4 Primerjava podatkov v turizmu v času krize s tujino .....   | 24        |
| <b>6. Zaznani trendi v turizmu in prihodnost turizma v sloveniji .....</b>                            | <b>26</b> |
| 6.1 Trendi v turizmu in priložnosti .....   | 26        |
| 6.2 Strategija razvoja slovenskega turizma .....  | 28        |
| <b>7. Sklep .....</b>   | <b>30</b> |



## PREGLEDNICE

|   |    |
|---|----|
| Preglednica 1: Struktura neposredne in posredne turistične potrošnje po dejavnostih turističnega gospodarstva.....                                  | 13 |
| Preglednica 2: Turistična dodana vrednost in turistični bruto domači proizvod (BDP), neposredni in posredni učinki turistične potrošnje, 2009 ..... | 20 |
| Preglednica 3: Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2011 .....  | 21 |
| Preglednica 4: Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2012.....   | 21 |
| Preglednica 5: Gospodarski prispevek potovanj in turizma: Rast.....   | 23 |
| Preglednica 6 : Deleži za Slovenijo, Evropo in Svet.....  | 24 |
| Preglednica 7: Napovedi za leto 2023.....   | 26 |

## KRAJŠAVE

|        |  |
|--------|--|
| BDP    | bruto domači proizvod  |
| EU     | Evropska unija   |
| MG     | Ministrstvo za gospodarstvo  |
| MIO    | milijonov  |
| OECD   | Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (angl. Organisation for Economic Co-operation and Development) |
| SPIRIT | Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma.   |
| STO    | Slovenska turistična organizacija  |
| SURS   | Statistični urad republike Slovenije   |
| TSA    | satelitski izračun za turizem (angl. tourism satellite accounts)   |
| UNWTO  | svetovna turistična organizacija (angl. <i>United Nations World Tourism Organization</i> )                       |
| WEF    | World economic forum (svetovni ekonomski forum)  |
| WTTC   | World travel and tourism council (svetovni potovalni in turistični svet)   |

## 1. UVOD

Predstavili bomo teoretična izhodišča naloge, namen in cilje naloge ter metode za doseg ciljev.

### 1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

V nalogi se osredotočamo predvsem na ugotavljanje trendov na področju turizma v času od začetka gospodarske krize (od leta 2008) in primerjavi le-tega s časom pred začetkom krize.

Po statističnih podatkih o slovenskem turizmu je bilo leto 2008 za turizem zelo uspešno. Priliv iz naslova izvoza potovanj v letu 2008 je znašal 2,04 milijard EUR, kar je 12,7 % rast v primerjavi z letom 2007 (STA 2009a).

Zaključki UNWTO so:

- rahla negativnost turističnega povpraševanja,
- turizem ima lahko pozitiven vpliv na gospodarstvo s podporo vlade,
- nujno prilagajanje novo nastalim razmeram.

UNWTO pričakuje tudi določene kratkoročne posledice, kot so:

- manjši upad gostov,
- padec dobe bivanja ter padec potrošnje,
- cenejše bodo imele prednost, saj cena postaja vse bolj pomemben dejavnik,
- potrebna bo učinkovita povezava ukrepov in aktivnosti med javnim in zasebnim sektorjem,
- turistični promet se bo v veliki meri odvijal na bližnjih trgih, s posebnim poudarkom na domačem trgu. (MG 2009).

Zaradi tega nas zanima (in bomo poskušali ugotoviti) ali so takšni trendi značilni tudi za Slovenijo.

Ob tem je treba ločiti podatke, kot so:

- delež turizma v BDP,
- delež skupnih učinkov turizma v BDP,
- število nočitev,
- število prihodov.

Poznamo več načinov pojmovanja turističnega gospodarstva, in sicer:

- kot področje turizma povezanega z gostinstvom (podatke objavlja statistični urad Republike Slovenije);
- skupek tistih področij in panog, kjer turisti trošijo svoja sredstva. Po dozdajšnjih ugotovitvah spadajo v to področje turistične agencije, promet, gostinstvo in trgovina (Planina 1997, 6).

Delež prihodkov od turizma znaša okoli 12 % BDP (delež skupnih učinkov turizma v BDP). Turizem odpira vedno nova delovna mesta, skrbi za trajnostni razvoj, vpliva na prepoznavnost naše države ter je ena redkih panog, ki kljub gospodarski krizi v zadnjih letih po svetu ne upada (Gruden 2011).

Osnovni obravnavan problem v nalogi je ugotoviti vpliv gospodarske krize na turizem v Sloveniji oziroma predstavitev konkretnih statističnih podatkov, ki nam bodo razkrili, v kolikšni meri je kriza dejansko vplivala na rast/upad turizma.

## **1.2 Namen in cilji diplomske naloge**

V nalogi smo analizirali podatke o turizmu, saj gre za panogo (globalno, ne samo v Sloveniji), ki je kriza ni prizadela tako kot druge panoge gospodarstev, zato bi radi spoznali nekaj novega na področju turističnih aktivnosti naše države ter obenem tudi, kako se s temi izzivi spopadamo v času krize.

Cilji zaključne naloge so:

- predstavitev turizma, pomen turizma in predstavitev dejavnikov, ki vplivajo nanj,
- ekonomski vpliv turizma na bruto domači proizvod,
- ugotoviti, kako je gospodarska kriza vplivala na turizem v Sloveniji,
- predstaviti dejanske spremembe v številkah.

Za doseg ciljev se poslužujemo metod, opisanih spodaj.

## **1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev**

Za zbiranje podatkov in ugotavljanje obstoječega stanja smo kot instrument raziskovanj uporabili naslednje metode:

- deskriptivno metodo,
- komparativno metodo,
- zgodovinsko metodo,
- metodo statistične analize.

Z deskriptivno metodo smo predstavili področje turizma, dejavnike, ki vplivajo na turizem ter ostale osnovne pojme. Komparativna metoda, ki je povezana z zgodovinsko nam je pomagala pri primerjavi turizma v času gospodarske krize s časom pred krizo. Metoda statističnih podatkov bo uporabljena za prikaz konkretnih števil, povezanih s turizmom.

V empiričnem delu predstavljamo statistične analize za posamezno leto. Za raziskovanje smo uporabili podatke Statističnega urada Republike Slovenije, SPIRIT-a Slovenija (sektor za

turizem z vrsto aktivnosti skrbi za promocijo in trženje slovenske turistične ponudbe doma in v tujini) ter domačo literaturo. Podatki segajo do leta 2002. Ob tem predstavljamo tudi podatke o potovalnih navadah in namerah Slovencev, ki bodo prikazali spremembe navad v času krize.

#### **1.4 Predpostavke in omejitve**

Predpostavke:

- delež turistov v času krize upada,
- statistični podatki so uradni in zanesljivi,
- turizem je ena pomembnejših panog v gospodarstvu in pričakujemo njeno rast tudi v prihodnosti.

Omejitve:

- statistični podatki so omejeni na celoletne prikaze po posameznih letih,
- pri proučevanju potovalnih navad smo se osredotočili na državljane oziroma področje Slovenije,
- pri proučevanju podatkov smo se omejili na področje panoge turizma v Sloveniji in svetu,
- v teoretičnem delu smo se omejili na analizo dejavnikov, ki vplivajo na spremembe turizma,
- v empiričnem delu smo se omejili na obdobje finančne krize (2008-2013).

## **2. OPREDELITEV POJMOV**

Sledi predstavitev ključnih pojmov naloge.

### **2.1 Turizem**

Po definiciji UNWTO je turizem opredeljen kot »aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in zadrževanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov.« (Mihalič 2008, 8).

Po navedbah SURS-a je turizem »dejavnost oseb, ki potujejo v kraje zunaj svojega običajnega okolja zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov in tam nekaj časa tudi ostanejo, vendar manj kot eno leto brez prekinitve.« (Mihalič 2008, 5).

Glede na smer gibanja ločimo emitivni in receptivni turizem. Emitivni turizem pomeni potovanja turistov izven kraja stalnega prebivališča, receptivni pa pomeni sprejemanje turistov v turističnem kraju.

UNWTO deli turizem glede statističnih namenov na (Mihalič 2008, 10):

- domači,
- mednarodni receptivni,
- mednarodni emitivni.

Domači turizem je povezan s potovanji prebivalcev domače države v okviru njenih meja, mednarodni receptivni turizem predstavlja potovanja prebivalcev tujih držav znotraj domače države. Mednarodni emitivni turizem pomeni potovanja prebivalcev domače države v tujino.

Zgoraj navedene vrste turizma nas pripeljejo do izrazov:

- notranji turizem;
- narodni turizem;
- mednarodni turizem.

Notranji turizem predstavlja domači in mednarodni receptivni turizem, tj. vsota vseh domačih in tujih turistov v neki državi. Narodni turizem je skupek mednarodnega in domačega turizma (vsa potovanja prebivalcev neke države, doma in po svetu). Mednarodni turizem pa predstavljata mednarodni emitivni in receptivni turizem (Mihalič 2008, 10).

### **2.2 Turist**

Po podatkih UNWTO-ja se izraz turist uporablja za statistične potrebe, in sicer za katero koli osebo, ki odpotuje izven njenega običajnega bivalnega okolja za dobo krajšo od 12 mesecev (Mihalič 2008). Nas bolj zanima opredelitev statističnega urada Slovenije (SURS-a), ki pravi,

da je turist oseba, ki prenoči vsaj eno noč, toda manj kot eno leto, v kraju zunaj svojega običajnega bivanjskega okolja. Turist je oseba, ki se na potovanje odpravi zaradi preživljanja prostega časa, sprostitev, poslov, toda ne zaradi zaslužka. Ob prihodu je registriran v vsakem objektu, v katerem se nastani, zato je lahko med bivanjem v določenem kraju ali državi registriran večkrat. Domači turist predstavlja osebo, ki ima stalno prebivališče v republiki Sloveniji, vendar občasno prebiva v kakšnem drugem kraju v Sloveniji iz razloga preživljanja prostega časa, poslov, sprostitev vsaj en dan. Pred letom 1992 so bili med domače turiste všteti tudi prebivalci nekdanjih republik Jugoslavije. Tuji turist je oseba iz tujine, ki občasno prebiva v Sloveniji iz razloga preživljanja prostega časa, poslov, sprostitev, vsaj eno noč v gostinskem ali katerem drugem nastanitvenem objektu. Prihodi turistov predstavljajo število turistov, prispelih v nastanitveni objekt, v katerega se prijavijo. Prenočitev predstavlja vsako noč, ki jo turist preživi v objektu, v katerem je prijavljen, tudi če tam takrat ni fizično prisoten (SURS 2007).

## **2.2 Kriza**

Definicija pravi: »Gospodarska kriza je po definiciji točka v cikličnem gibanju gospodarstva, v kateri pride do vrhunca motnje produkcije, ki se najprej opazi v ekonomiji, kasneje pa zavzame vse sfere družbenega življenja.« (Štor 2002, 3).

Znaki krize so:

- počasnejša rast gospodarstva v svetu (v razvitih državah to pomeni recesijo, v nerazvitih nižjo rast),
- upočasnjena rast svetovne trgovine,
- padec cen surovin.

Krizo predstavljajo še nekatere druge dejavnosti, ampak glavne so zgoraj naštet. (Štiblar 2008, 106).

Več kot očitno je, da so krizo sprožila prezadolžena, mednarodno nekonkurenčna podjetja, ki so poslovala z nizko dodano vrednostjo ter banke, ki so odobravale kredite brez obzira na to ali jih komitenti lahko vračajo. Banke so si zaradi tega nakopale preveč posojil z visokimi obrestnimi merami, zato so bile nekatere prisiljene v stečaj, večina pa jih je morala svojo dejavnost v veliki meri skržiti. To je pomenilo težjo dostopnost do kreditov za podjetja in posledično do odpuščanj delavcev. Upadanje gospodarske aktivnosti in odpuščanje delavcev sta privedla do gospodarske krize (Umek 2012).

### **3. DEJAVNIKI TURISTIČNEGA POVPRASEVANJA IN TURISTIČNE PONUDBE**

#### **3.1 Dejavniki turističnega povpraševanja**

Dejavnike turističnega povpraševanja predstavljajo (Mihalič 2008, 83):

- potreba po potovanju;
- dohodek,
- cena,
- prosti čas.

Na splošno vemo, da je povpraševanje odvisno od cene. Če hočemo analizirati turistično povpraševanje, moramo poznati tudi dejavnike, ki vplivajo nanj.

##### ***3.1.1 Potreba po potovanju in turistični rekreaciji***

Potreba predstavlja enega izmed dejavnikov povpraševanja, saj predstavlja občutek pomanjkanja in v posamezniku budi željo po zadovoljitvi le-te. Potreba po turizmu je nastala predvsem zaradi industrializacije, saj ta povzroča spremembe v človekovem okolju. Zaradi življenja v onesnaženih in hrupnih mestnih okoljih, življenjski ritem ter ponavljajoče se vsakodnevne obveznosti vzbudijo v človeku potrebo po spremembi okolja. Od začetka je edino obliko rekreacije predstavljalo spanje in pasivni počitek, obe pa je človek zadovoljeval le kot najnujnejšo fiziološko potrebo. Fiziološko potrebo so spremenili dejavniki, kot so količina prostega časa, višina denarnih sredstev itd. Potreba po rekreaciji kot dejavniku turističnega povpraševanja je zato potreba v ekonomskem pomenu in jo štejemo med ekonomsko modificirane potrebe (Mihalič 2008, 83).

##### ***3.1.2 Dohodek***

V večini primerov je eden izmed pomembnejših dejavnikov turističnega povpraševanja dohodek, vendar to ne pomeni, da vedno določa turistično povpraševanje. Sredstva za turistično potrošnjo izvirajo iz 2 virov, in sicer (Mihalič 2008, 91):

- sredstva podjetij, vlad in drugih institucij,
- lastni viri – osebni prejemki in premoženje.

Iz sredstev podjetij se razen poslovnih potovanj financirajo nekatere najnujnejše oblike turizma. S tega naslova izvirajo sredstva za regrese za letni dopust, za izgradnjo počitniških domov ali znižanje cen za bivanje v le-teh, sredstva za zdravljenje v zdraviliščih, sredstva za kritje popustov za prevoze na počitnice ipd. Čeprav je bilo teh virov v preteklosti veliko, se praviloma manjšajo in ukinjajo. Pri nas so ti viri za turistično potrošnjo prevladovali v letih po drugi svetovni vojni, ko je bilo potrebo po turizmu vzbuditi. Po letu 1965 in reformi so se začeli ti viri postopoma ukinjati (npr. popusti za prevoz na letni dopust ali delna omejitev pravic socialnih zavarovancev do plačanega zdravljenja v naravnih zdraviliščih). Spremembe po osamosvojitvi Slovenije so močno zmanjšale zmogljivosti slovenskih podjetij, ki so pred



tem omogočale dopustovanje zaposlenih po nižji ceni. Glavna, če ne edina, preostala pomoč, so dandanes regresi za letni dopust, črpani iz dohodka podjetij. Večina prebivalcev se v Sloveniji za turistično potrošnjo financira iz lastnih virov, se pravi iz osebnih prejemkov oziroma premoženja. Količina sredstev je odvisna od dohodkov in njegove delitve. Naslednji vir financiranja so sredstva za tekočo potrošnjo. Ta predstavljajo del osebnega dohodka, ki tudi po zadovoljitvi nujnih potreb ostane na voljo za izboljšanje življenjske ravni in se porabi sprti, brez oblikovanja prihranka. Iz tega naslova se po navadi financirajo tiste oblike turizma, ki ne zajemajo daljšega strnjenege obdobja prostega časa ali potrošnje večjih denarnih sredstev. K tem področju prištevamo kratkotrajne oblike turizma npr. izletni turizem, tj. enodnevni turizem.

Še en vir financiranja turistične potrošnje so prihranki, ki predstavljajo del osebnega dohodka, ki se ne porabi v istem obdobju, v katerem je bil zaslužen. Nujen je pri tistih vrstah turizma, ki zahtevajo v kratkem času visoka denarna sredstva npr. dolgo potovanje, dolgotrajno odsotnost od stalnega bivališča, drage vrste bivanja. Prihranek predstavlja glavni vir financiranja turistične potrošnje v Sloveniji tako kot drugod po svetu. (Hunziker in Krapf 1942, 218 in 257, 260, po Mihalič 2008, 92) sta zapisala, da dohodek določa količino turističnega povpraševanja s temeljno ugotovitvijo, da pri rastočih dohodkih turistično povpraševanje ne raste sorazmerno, ampak celo močnejše kot dohodek.

Odvisnost intenzivnosti potovanj od dohodka pa ima naslednje značilnosti:

- intenzivnost potovanj v neki državi je višja v razredih z višjim mesečnim osebnim dohodkom,
- v gospodarsko razvitih državah, ki imajo višji dohodek na prebivalca, je povprečna stopnja odhodov na počitnice višja,
- višji dohodkovni razred v gospodarsko manj razvitih državah je približno enak nižjemu dohodkovnemu razredu v državi z višjim narodnim dohodkom.

Odvisnost turističnega povpraševanja od dohodka je pogosto analizirana na podlagi podatkov o fizičnem prometu, se pravi na osnovi števila nočitev ali števila obiskovalcev. Tako kot rastejo izdatki za turistična potovanja, ob predpostavki, da se večja domači proizvod, praviloma narašča tudi število turističnih vstopov ali nočitev.

Za gospodarstvo je značilen ciklični razvoj. Dohodki ne rastejo enakomerno, ampak lahko v času recesije<sup>1</sup> stagnirajo ali se celo zmanjšajo. Po različnih dohodkovnih razredih reagira turistično povpraševanje med recesijo različno. Po teoriji družbenih slojev na področju turizma:

---

<sup>1</sup> Recesijo v posamezni državi predstavlja formalni kriterij negativne rasti produkta najmanj dve zaporedni četrtletji (Štiblar 2008, 106).

- prebivalstvo v najvišjem dohodkovnem razredu, za katerega sta postali vsaj dve potovanji na leto samoumevni, na poslabšane gospodarske razmerje skoraj ne reagira;
- prebivalstvo v nižjih družbenih razredih reagira na zmanjšanje dohodka močnejše, v skladu s tem, koliko nižje je družbeni sloj, tem bolj se pozna reakcija;
- zgoraj omenjena reakcija se pokaže v tem, da se dražja potovanja nadomestijo s cenejšimi, hotelske nastanitve se zamenjajo z ugodnejšimi zasebnimi nastanitvami. Druga faza je nadomeščanje dražjih tujih potovanj s cenejšimi potovanji v domači državi. Tretja faza so dohodkovno najšibkejši sloji, ki se odpovedo potovanjem.

Posebno obliko predstavlja poslovni turizem, ki se financira iz sredstev organizacij, podjetij in vlad, ki takšna poslovna potovanja financirajo. V teh primerih se po navadi prepletata poslovna in zasebna potrošnja (Mihalič 2008, 92).

### 3.1.3 Cena

Reakcijo med spremembo cene in povpraševanjem merimo s koeficientom cenovne elastičnosti povpraševanja, ki ga izračunamo kot razmerje med odstotno spremembo obsega povpraševanja in odstotno spremembo cene, pri čemer predstavljajo:

- $E_p$  – koeficient cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja,
- $P$  – cena,
- $\Delta$  – sprememba,
- $TD$  – količina turističnega povpraševanja.

$$E_p = \frac{\% \Delta TD}{\% \Delta P}$$

Med spremembo cene in posledično spremembo turističnega povpraševanja je obratno-sorazmerna povezava, zato ima koeficient cenovne elastičnosti negativen predznak. Če se cena poviša, se ob drugih nespremenjenih dejavnikih količina turističnega povpraševanja zmanjša. Za večino oblik turizma velja, da povpraševanje zmerno reagira na spremembo cene. Gre za cenovno:

- neelastično,
- usklajeno elastično,
- elastično turistično povpraševanje.

*Neelastično* povpraševanje pomeni, da se cena poveča, količina povpraševanja pa se zmanjša relativno manj, kot se je spremenila cena. Povpraševanje se večino samo odloži za določen čas, če se cene povečajo. Koeficient elastičnosti povpraševanja glede na ceno je negativen, absolutna vrednost je manjša od 1.

*Usklajeno elastično* povpraševanje pomeni, da turistično povpraševanje zmerno reagira na spremembo cene. Koeficient elastičnosti znaša -1.

*Elastično* povpraševanje pomeni, da se pri malenkostnem povišanju cene količina povpraševanja zelo zmanjša ali izgine in obratno: znižanje cene pomeni povečanje obsega povpraševanja bolj, kot se je znižala cena.

Povezava s spremembami cen in razpoložljivosti finančnih sredstev se odraža v lastnostih turističnega povpraševanja (Mihalič 2008, 110):

- turistično povpraševanje je cenovno elastično,
- cenovna elastičnost je večja pri nizkih cenah in veliki količini, manjša pri visokih cenah ter majhni količini,
- cenovna elastičnost povpraševanja je večja pri majhnih dohodkih in manjša pri visokih dohodkih,
- cenovna elastičnost je večja v ekonomsko slabše razvitih državah ter manjša v ekonomsko visoko razvitih državah.

Zakovitost padanja cenovne elastičnosti modernega turističnega povpraševanja pravi, da se »z ekonomskim razvojem vrednost koeficienta cenovne elastičnosti manjša, ker raste dohodek in ker se večja stopnja nujnosti turističnih potreb.«(Mihalič 2008, 110). Turistično povpraševanje torej postaja vse bolj cenovno neelastično.

### **3.1.4 Prosti čas**

Prosti čas ne more nastati brez dela. Od količine dela je odvisna tudi količina prostega časa in posledično potovanj v prostem času.

Razmerja med prostim časom in turističnim povpraševanjem (Mihalič 2008, 119):

- turistično povpraševanje se ne oblikuje brez prostega časa;
- možna količina turističnega povpraševanja je večja, tem večja je količina prostega časa;
- možnost turističnega povpraševanja je manjša, tem krajši je prosti čas.

Običajno bi lahko sklepali, da sta delovni čas in dohodek sorazmerna, torej več delovnega časa, večji dohodek, prosti čas in dohodek pa v nasprotnem razmerju. Ob predpostavki, da produktivnost dela raste, to omogoča podaljšanje prostega časa na eni strani ter na drugi skrajšanje delovnega časa ter tudi povečanje dohodka.

Z razvojem produktivnosti prihaja do:

- skrajšanja delovnega časa in podaljšanja prostega časa ob enakih dohodkih,
- povečanih dohodkov kot posledica povečane produktivnosti ob enaki količini delovnega časa in prostega časa,
- istočasnega povečanja dohodkov ter skrajšanja delovnega časa.

V primeru narodnega gospodarstva velja ob pogoju, da se BDP na prebivalca ne zmanjša:

- če se prosti čas podaljša v enaki meri, kot se je povečala produktivnost dela, potem ostane dohodek na prebivalca enak, če se ni spremenilo število prebivalcev,
- če se skrajša delovni čas in ob tem podaljša prosti čas, ampak v manjši meri, kot se je povečala produktivnost dela, potem dohodek na prebivalca naraste, ob predpostavki, da se ni povečalo število prebivalcev.

Prosti čas torej pomeni predpogoj za turistično povpraševanje. Za turistično povpraševanje je najpomembnejša razporeditev dopustov in šolskih počitnic. Splošno je znano, da se je dolžina prostega časa v 20. st. hitro povečevala in posledično tudi stopnja izrabe prostega časa v turistične namene (Mihalič 2008, 119).

### 3.2 Turistična ponudba

Turistična ponudba je v primerjavi z povpraševanjem veliko bolj statična. Če velja, da je turistično povpraševanje cenovno elastično, pa velja za turistično ponudbo, da se počasi odziva na spremembe cen na trg. Količina ponudbe in povpraševanja se tako zelo razlikujeta. Ponudba se težka prilagaja potencialnemu povpraševanju, realno povpraševanje je v celoti odvisno od ponudbe. Definicija turistične ponudbe pravi: »Turistično ponudbo označuje tista količina turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen in pri danem stanju deviznih tečajev« (Hunziker in Krapf 1942, 246, po Mihalič 2008, 147).

Poznamo več vrst delitve turistične ponudbe. Najstarejša delitev je delitev na ponudbo:

- materialnih proizvodov (izdelkov),
- storitev ali nematerialnih proizvodov,
- naravnih dobrin.

Pri ponudbi *materialnih izdelkov* turisti povprašujejo po vrstah proizvodov, po katerih stalni prebivalci ne povprašujejo. Ta vrsta ponudbe obstaja predvsem ali izključno zaradi turističnega povpraševanja. Turisti teh materialnih izdelkov v veliko primerih ne izkoristijo v celoti, jih natančneje povedano samo uporabljajo, tako da jih najamejo. Takšen proizvod menja samo uporabnika in ne lastnika (primer: najeti avtomobil). Potrošnja takšnih proizvodov, ki se ne porabijo dokončno, ampak imajo še vedno uporabno vrednost, meji med potrošnjo materialnih proizvodov in storitev, saj ima za ponudnika predmet uporabe značilnosti opredmetenega proizvoda, za kupca pa lastnosti storitve.

*Storitve* zato predstavljajo velik delež turistične ponudbe. So nadgradnja materialnega proizvoda in jih je težko ločiti od materialnega proizvoda (npr. gostinstvo - priprava v kuhinji je materialni proizvod, postrežba je storitev). Bolj jasen primer storitve je na primer smučarska šola.

*Naravne dobrine* neposredno ne nastopajo na turističnem trgu (npr. znana plaža), ampak nastopajo kot dejavnik, ki pomeni povečanje atraktivnosti neke lokacije in tako posredno vplivajo na ponudbo.

Modernejša je delitev na (Mihalič 2008, 152):

- primarno turistično ponudbo;
- sekundarno turistično ponudbo.

Primarno turistično ponudbo predstavljajo dobrine, ki jih človek ne more proizvajati v enaki kakovosti oziroma z enako uporabno vrednostjo in niso proizvod dela. V to področje spadajo naravne dobrine (morje, gore, podnebje itd.) in antropogeni del ponudbe, kateri obsega dobrine iz preteklosti in jih ni možno proizvajati v enaki kakovosti (npr. piramide v Egiptu).

Sekundarna turistična ponudba je sestavljena iz proizvodov, ki so plod človeškega dela in jih človek lahko še vedno proizvaja v isti kakovosti. Sem spadajo osnovna infrastruktura (turist jih uporablja posredno npr. vodovod, elektrika) in turistična infrastruktura (objekti, ki ponujajo turistične storitve npr. hoteli, marine).

Primarna in sekundarna turistična ponudba sta odvisna ena od druge. Primarna (naravne in kulturne) ponudba se večinoma ne more uporabljati brez sekundarne (infrastrukturne delovne) ponudbe, saj je potrebno npr. urediti ceste, letališča, hotele, smučišča ali kopališča, da se lahko primarna ponudba sploh koristi. Lep primer primarne ponudbe je sneg, ki je privlačen za turista, ampak le v primeru, da se mu doda sekundarna ponudba, kot so urejena smučišča, cestni dostop, žičnice, nastanitveni in prehrambni obrati (Mihalič 2008, 153).

## 4. EKONOMSKI VPLIVI TURIZMA NA NARODNO GOSPODARSTVO

Ekonomski vplivi turizma izhajajo iz obravnave učinkov na BDP ali pa iz vplivov na plačilno bilanco, razvoj ali zaposlovanje. Bistvo vseh ekonomskih funkcij turizma je potrošnja finančnih sredstev, ki jih turisti potrošijo v najrazličnejših sektorjih gospodarstva (Mihalič 2008, 223).

### 4.1 Dejavnost turizem in turistično gospodarstvo

Turizem temelji na številnih gospodarskih in negospodarskih dejavnostih. Številni neposredni in posredni vplivi se kažejo ne samo v gostinstvu, ampak tudi v drugih gospodarskih dejavnostih, kot npr: trgovina, transport, drobno gospodarstvo, komunalno gospodarstvo, kmetijstvo, bančništvo, energetika, transport itd.

Pojem turističnega gospodarstva je zaradi tega možno razumeti kot (Mihalič 2008, 24):

- sektor HoReCa/Ta (Hotels and similar establishments, Restaurants, Cafes and bars and Travel Agencies,
- turistični sektor, upoštevajoč neposredno in posredno turistično potrošnjo. Turistično dejavnost predstavljajo vsa področja in panoge, kjer turisti trošijo svoja sredstva,
- turistično gospodarstvo, v širšem pomenu, ki ga predstavljajo vsa podjetja, ki poslujejo zaradi obstoja turističnega povpraševanja, tako posrednega kot neposrednega.

Turistično gospodarstvo je najpreprosteje razumeti kot sektor *HoReCa/Ta*, ker so preko SURS-a za to na voljo vsi podatki, toda ta sektor ni sinonim za turizem, zato ker turistične agencije, gostinski obrati in organizatorji potovanj svoje storitve ponujajo še navadnim državljanom in ne samo turistom. Gostinstvo je prišteto k področju turizma, kar daje vtis, kot da je vse gostinstvo turistično, kar pa seveda ni res. Leta 1990 je bilo namreč ocenjeno, da je delež turističnega gospodarstva 56 %, delež ne-turističnega pa 44 %. Takšna ocena ni najbolj relevantna, ker so npr. v gostinstvo všteti tudi podatki o ne-turističnem gostinstvu, manjkajo pa podatki kot so potrošnja turistov v trgovini na drobno, prometu itd.

V *turističnem sektorju* je lažje razumeti turistično gospodarstvo kot zbirko dejavnosti, panog in področij, kjer turisti neposredno trošijo svoja sredstva (Mihalič 2008, 24):

- nastanitvene storitve,
- hrana in pijača,
- promet in zveze,
- organiziranje in vodenje,
- igre na srečo,
- kultura in rekreacija,
- trgovina.

Zgoraj naštetu so področja, ki jih uvrščamo med turistično dejavnost.

## Turistično gospodarstvo

Z vidika turizma nas zanima najbolj natančna členitev turizma glede potrošnje. Turistična potrošnja se kot neposredna potrošnja tako domačih kot tujih turistov pretaka iz tipičnih turističnih dejavnosti v ne-turistične. Podjetja, ki prodajajo proizvode in storitve turistom, morajo le-te kupiti v ne-turističnih organizacijah. Primer je gostinsko podjetje, ki mora kupovati surovine v ne-turističnih panogah, kot so trgovine oziroma kmetijstvo. S tem se pokažejo posredni učinki turistične potrošnje. S seštevkom neposredne in osebne potrošnje turistov s posrednimi vplivi potrošnje je rezultat spremenjena struktura turističnega gospodarstva. Sedaj dobimo sliko turističnega gospodarstva, ki ni omejena samo na dejavnosti umerjenosti osebne potrošnje turistov, ampak tudi dejavnosti, ki proizvajajo oziroma prodajajo za turistična podjetja.

**Preglednica 1: Struktura neposredne in posredne turistične potrošnje po dejavnostih turističnega gospodarstva**

| Dejavnost             | Struktura potrošnje v % |
|-----------------------|-------------------------|
| Prehrambna industrija | 25                      |
| Gostinstvo            | 10                      |
| Proizvodnja pijač     | 11                      |
| Kmetijstvo            | 10                      |
| Trgovina              | 8                       |
| Promet in zveze       | 5                       |
| Energetika            | 5                       |
| Obrtne storitve       | 4                       |
| Ostale dejavnosti     | 22                      |
| Skupaj                | 100                     |

Vir: Mihalič, 2008, 27.

Evropska unija deli dejavnosti, ki so odvisne od turizma, v 3 skupine, in sicer:  
- *dejavnosti 100 % do 50 % odvisne od turizma*: organizirana potovanja turističnih agencij, hotelov, restavracij, transportnih podjetij, zdravilišč, zabavišnih parkov, turističnih

- združenj, rezervacijskih in informacijskih sistemov, menjalnic, založnikov turistične literature itd,
- *dejavnosti v 50 % do 25 % odvisnosti od turizma*: železniške postaje, proizvodnja športnih izdelkov, proizvodnja zabavnih in fotografskih naprav, proizvajalci letal, avtomobilov, ladij, novinarji, pisci, umetniki, zabavni ansambli, trgovina, oglaševalske agencije, kmetijstvo, urejanje okolja itd,
  - *dejavnosti v manj kot 25 % odvisnosti od turizma*: pristaniške službe, šole, banke, gradbeništvo itd.

Zaradi tega je potrebno klasificirati turizem tako, da zajema proizvodnjo vseh izdelkov in storitev, nastalih zaradi potrošnje turistov v neki državi. Te učinke poskuša zajeti *metodologija satelitskih izračunov za turizem (TSA)* (Mihalič 2008, 27).

Metodologija satelitskih izračunov za turizem je najbolj celovit in razdelan pristop k ocenjevanju turizma v določenem narodnem gospodarstvu. Sestavljen je iz računovodski konceptov, sprejetih s strani OZN, OECD in UNWTO. Namenjeni so merjenju turističnih proizvodov in storitev v skladu z mednarodnimi standardi. Osnovni namen TSA pa je:

- oceniti pomen turizma na ravni narodnega gospodarstva, skozi delež turizma v BDP in - ustvarjeni dodani vrednosti skozi turizem v BDP,
- izdelati statističen pregled turizma na narodnogospodarski ravni,
- predstaviti zaposlovanje in trg delovne sile na področju turizma, mednarodna primerjava turizma.

Naloga TSA je analiziranje povpraševanja po blagu in storitvah, ki so povezane s turizmom. S to metodo se meri obseg ponudbe in povpraševanja v turističnem sektorju ter vlogo le- tega v narodnem gospodarstvu, vrednosti blaga. Vrednotijo tudi število kapitalskih vlaganj in javnofinančnih prihodkov (MG 2006).

## **4.2 Turistična potrošnja**

Vsoto vseh potrošenih izdatkov turistov, ki nastanejo zaradi potovanja ali med potovanjem, lahko imenujemo turistična potrošnja. Vire turistične potrošnje predstavljajo denarna sredstva, prihranki ali drugi viri gospodinjstva oziroma posameznika. Če gre za poslovna potovanja, so lahko viri tudi podjetniški skladi in sredstva drugih ustanov. Turistično potrošnjo delimo na 2 načina (Mihalič 2008, 225):

- bruto turistična potrošnja,
- neto turistična potrošnja.

*Bruto turistična potrošnja* predstavlja finančna sredstva, porabljena s strani turistov neposredno, za nakup vseh vrst turističnih dobrin. Ta potrošnja vpliva na ponovno sektorsko delitev BDP-ja, pomembna pa je zato, ker v meddržavnem turizmu prikazuje količino finančnih sredstev, ki pritekajo ali odtekajo iz narodnega gospodarstva.



*Neto turistično potrošnje* dobimo tako, da od bruto turistične potrošnje odštejemo znesek, za katerega se zaradi odsotnosti s stalnega prebivališča in potovanja zmanjša potrošnja v stalnem kraju bivanja. Neto turistična potrošnja je odločilna predvsem v domačem turizmu znotraj države (Mihalič 2008, 225).

### **4.3 Vrste ekonomskih vplivov turizma**

V državnem gospodarstvu turizem vpliva na (Mihalič 2008, 226):

- gospodarsko rast oziroma višino BDP,
- ponovno delitev BDP-ja, saj vpliva na ponovno prostorsko delitev BDP-ja med državami, - kraji in regijami,
- ponovno delitev BDP-ja po sektorjih med področji dejavnosti, panogami in podjetji,
- plačilno bilanco, ker prinaša sredstva od zunaj (inozemni turizem),
- naravne in kulturne dobrine, saj se s pomočjo turizma pretvarjajo v del turistične ponudbe,
- zaposlenost,
- inflacijo,
- nagnjenost k uvozu,
- negativne zunanje učinke oziroma škodo.

Neekonomski vplivi so zelo obširen pojem, kar v nadaljevanju podrobneje predstavljamo.

#### ***4.3.1 Vpliv turizma na višino BDP in gospodarsko rast***

Velikost BDP-ja je vsota vrednosti celotne proizvodnje narodnega gospodarstva v razdobju enega leta. Tako domači kot tujski turizem vplivata na njegovo velikost. Vrednost turizma v BDP-ju dobimo tako, da seštevek domače in inozemske turistične potrošnje zmanjšamo za seštevek vseh nakupov sektorja turizma. Poznamo direktne, indirektne in inducirane vplive turizma na BDP. *Direktni vplivi* predstavljajo neposredno turistično potrošnje, npr. transakcije med turistom in hoteli, agencijami. Takšni podatki o vplivih na narodno gospodarsko niso dovolj obširni, zato je potrebno upoštevati tudi *indirektne vplive*. Izračunamo jih tako, da upoštevamo tudi druge transakcije, ki nastanejo kot posledica prve transakcije. To so npr. sredstva iz prve transakcije, ki se porabijo za nabavo plače, investicije itd. Iz ekonomsko bolj razvitih držav prihajajo turisti v večini primerov v slabše razvita območja oziroma države. Za to se odločajo zaradi urbanizacije, goste naselitve, visoke stopnje industrializiranosti, kar prinese slabo kakovost okolja. V ekonomsko slabše razvitih okoljih je okolje bolj ohranjeno, kulturne dobrine niso tako skomercializirane, BDP je nižji kot v matični državi. Ker turisti svoja sredstva zaslužijo v industrializiranih, razvitih regijah z visokim dohodkom, jih trošijo v cenejših, manj razvitih regijah. Takšna turistična potrošnja je koristna tudi za manj razvite regije, saj pomeni povečanje števila zaposlenih v turizmu in povečanje BDP-ja na prebivalca (Mihalič 2008, 230).

### **4.3.2 Vpliv turizma na plačilno bilanco države**

Narodno gospodarstvo in turizem sta v teoriji prvič povezala v okviru plačilne bilance. Najprej je bil obravnavan samo aktivni turizem, šele kasneje pasivni turizem, kar je imelo vpliv tudi na plačilno bilanco držav. Domači turizem, omejen samo na narodno gospodarstvo, ni imel vpliva na plačilno bilanco države, saj se njegovi prejemki niso kazali kot prejemki v devizni bilanci. Ker finančna sredstva za turistično potrošnjo izvirajo iz iste države, v kateri so bila tudi porabljena, se ne pojavljajo ne na aktivni in ne na pasivni strani bilance. Nevidni uvoz ali nevidni izvoz pa predstavljajo sredstva, ki so jih turisti nosili preko državne meje v tujino, zato so ga prištevali v neblagovne devizne prejemke ali izdatke. Če primerjamo klasičen izvoz blaga v tujino s turističnim izvozom, so vidni višji neto devizni učinki izvoza (Mihalič 2008, 231):

- turistični izvoz dosega višje cene kot klasičen izvoz blaga. Primer: Prodaja vina tujemu turistu v restavraciji prinaša višji zaslužek kot prodaja vina v obliki blaga na police trgovin;
- izvozimo lahko tudi kulturne ali naravne dobrine, ki jih kot ne-turistično navadno blago ne bi mogli;
- ker ni transporta, so stroški manjši pri turističnem izvozu, odpadejo tudi stroški kala, loma itd.

Izvozni učinki nam dajo drugačno sliko in več kot očitno vplivajo na plačilno bilanco države.

### **4.3.3 Vpliv turizma na zaposlenost**

Zaposleni v turizmu predstavljajo zelo pomemben del turističnega gospodarstva, saj je le-to v turističnih agencijah, gostinstvu, prehranski industriji, trgovini na drobno, obrti ter tudi v kulturi in zdravstvu, delovno intenzivna dejavnost. Kadar želimo povečati obseg proizvodnje in ponudbe v teh dejavnostih, je to mogoče le s skoraj sorazmernim povečanjem števila zaposlenih. Zaposleni vedno ostajajo odločilni produkcijski dejavnik, saj so avtomatizacija, robotizacija in mehanizacija na področju turizma zelo omejene. Veliko delovne sile je na voljo v *državah in regijah v razvoju*. S teh območij se prebivalci izseljujejo v industrijsko bolj razvita urbana središča, za sabo pa puščajo manj razvita agrarna območja. Kot smo že predhodno omenili, se turizem najhitreje razvija na ekonomsko slabo razvitih območjih, saj je tam dovolj naravnih dobrin. Ob tem je na razpolago tudi veliko nekvalificirane delovne sile, ki se lahko najhitreje zaposli prav v turističnem gospodarstvu, ki pogosto ne zahteva visoke kvalifikacije v začetni fazi. V tem primeru se prebivalstvo zadržuje v manj razvitih regijah, kar pomeni pozitiven vpliv turističnega gospodarstva na migracije prebivalstva. Omenjene zakonitosti so značilne samo za začetne faze razvoja turizma. Kasneje, ko pride do večjih vložkov kapitala v turizem na teh območjih, se zahteva visokokvalificirana delovna sila. Nasprotni problemi se pojavljajo v *visoko razvitih regijah in državah*. Prihaja namreč do mehanizacije in avtomatizacije in posledično do zmanjševanja števila zaposlenih v primarnih in sekundarnih dejavnostih, zato visoko razvita gospodarstva preusmerjajo te nezaposlene iz

primarnih in sekundarnih v terciarne in kvartarne dejavnosti. To pomeni zaposlovanje posredno in neposredno v turistične dejavnosti npr. gostinstvo, promet agencije, trgovina itd. Zaposlovanje v turističnih dejavnostih pa prinaša tudi nekaj negativnih vplivov. Zaposleni v sezonskih podjetjih zahtevajo redno zaposlitev in zato se delež značaja sezonske zaposlitve manjša. Naslednji problem so osebni dohodki zaposlenih, ki so bili v začetnih fazah nizki, zaradi investicij kapitala pa je potrebno znati gospodariti s kapitalom. To zahteva boljšo kvalificiranost delavcev, kar je seveda povezano z višjimi plačami. Turizem torej generalno gledano pozitivno vpliva na probleme nezaposlenosti, tako v regijah in državah v ekonomskem razvoju, kot tudi v razvitih državah, navkljub nekaterim problemom in nizki stopnji dobička (Mihalič 2008, 234).

#### ***4.3.4 Vpliv turizma na inflacijo***

Pri pojmu inflacije ali deflacije v nekem gospodarstvu ima navadno vpliv samo meddržavni turizem, saj le-ta vpliva na spremembo kupne moči v državi. Receptivni oziroma aktivni turizem prinaša denar v državno blagajno in s tem posledično novo kupno moč, emitivni pa predstavlja odliv v tujino. Razmerje med blagovnimi in denarnimi skladi je pomembno za inflacijo, saj se v primeru vnosa turističnih deviz poveča pritisk na obstoječe blagovne sklade, kar posledično prinaša inflacijo. Kupna moč prebivalcev in turistov se lahko izenači z razpoložljivimi blagovnimi skladi samo pri višji ravni cen. Na primer Španija, Grčija, Portugalska so receptivne države, v katerih prevladuje manjša ali večja inflacija, zaradi velikega števila prihodov gostov, ki povzročijo povečanje kupnih skladov, blagovni skladi pa se ne povečajo v isti meri. To posledično pripelje do inflacije. Te države stremijo k povečanju turističnega deviznega priliva, ki sicer pozitivno vpliva na uravnovešenje plačilne bilance, obenem pa povečuje tudi stopnjo inflacije. Emitivni turizem pa, nasprotno od receptivnega, povzroča deflacijo. Nemčija, Danska, Nizozemska so tipične emitivne države, saj imajo močan izvoz blaga, obenem pa velik odliv turistične potrošnje v tuje države, tako da je razmerje med kupnimi in blagovnimi skladi uravnovešeno, kar pripelje do manjše inflacije. Emitivnim državam je zaradi tega z vidika inflacije v interesu emitivni turizem. Za razvite države, ki so posledično emitivne, je značilna nizka stopnja inflacije, ki se s turističnim odlivom še zmanjšuje, obratno pa je pri državah v razvoju, ki imajo že brez turizma visoko inflacijo (Mihalič 2008, 235).

#### ***4.3.5 Negativni in pozitivni zunanji učinki turizma***

O negativnih učinkih govorimo takrat, ko govorimo o škodi, ki bremeni samo oškodovanca, ne pa tudi povzročitelja. Primer negativnih učinkov turizma so zaprte ribiške poti na škodo lokalnih ribičev zaradi razvoja turizma. Zaradi izgradnje turističnih objektov (hotelov) se pojavlja onesnaženje voda, za kar graditelj objektov ne plača. Škoda pa se pojavlja v primeru ribičev, onesnaženih voda, izgleda turističnega kraja itd. Probleme povezane z okoljem lahko

rešujemo z uvedbo ekoloških davkov, ali pa, če bi npr. ribiči lahko dokazali škodo tistemu, ki je turistične objekte gradil, vendar je to težko dokazljivo. Pozitivni učinki turizma se lahko kažejo skozi urejanje okolice turističnega kraja, ki v lahko v ob primerni urejenosti zelo pripomorejo k izgledu in s tem k promociji kraja, države. Negativni zunanji vplivi lahko povzročijo tudi negativen vpliv na BDP države, če so preveliki, kar pa seveda ni dobro za državo (Mihalič 2008, 236).

## **5. LETNE ANALIZE STATISTIČNIH PODATKOV NA PODROČJU TURIZMA**

Predstavljamo podatke v času od nastopa gospodarske krize, kratko primerjavo z pred kriznim obdobjem in primerjavo z tujino.

### **5.1 Analiza podatkov v turizmu v času krize**

V tem empiričnem delu se osredotočamo na konkretne podatke o turizmu za področje Slovenije v času gospodarske krize in jih na kratko primerjali s časom pred začetkom gospodarske krize. Ker se je gospodarska kriza pojavila leta 2008, začnemo s tem letom.

#### **5.1.1 Leto 2008**

V letu 2008 je bila metodologija satelitskih izračunov še v uvajanju, zato ni bilo mogoče priti do rezultatov na enak način kot v prihodnjih letih. V tem letu je število prihodov turistov znašalo 2.766.199, kar je pomenilo 8.411.716 prenočitev. Delež domačih turistov je znašal 36 % in tujih preostalih 64 %, pri prenočitvah pa je bilo 42.4 % domačih turistov in 57.6 % tujih. Vrednost izvoženih potovanj je znašala 2.040.595.000 €. Leto 2008 je bilo torej tisto prehodno leto, v katerem so se začeli kazati učinki krize (STA 2009b).

#### **5.1.2 Leto 2009**

Število prihodov turistov v letu 2009 je znašalo 2.722.002 oziroma 8.302.231 prenočitev, kar je manj kot leto poprej. Padeč števila prihodov turistov je znašal -1.6 % glede na leto poprej, padeč števila prenočitev pa -1.3 % glede na prejšnje leto. Skupni izdatki turistične potrošnje v tem letu so znašali 3.262 milijonov €. Gledano s strani domačih in tujih obiskovalcev so izdatki domačih obiskovalcev znašali 36 % ali 1.163 milijonov €, izdatki tujih obiskovalcev pa 64 % ali natančneje 2.099 milijonov €. Tuji turisti so predstavljali 54,52 %, delež, preostalo domači. V letu 2009 je turistični bruto domači proizvod v Sloveniji predstavljal 4,9 % BDP, kar predstavlja 1.736 milijonov EUR. Povprečna doba bivanja je znašala 3.1 dneva. Ob vseh neposrednih učinkih turistične potrošnje na BDP, proizvodnjo in dodane vrednosti, lahko izračunamo tudi že v teoretičnem delu naloge omenjeno posredno potrošnjo. Dodana vrednosti turistične proizvodnje je znašala v tem letu 2.312 milijonov €, kar predstavlja 7,5 % dodane vrednosti gospodarstva. Skupni BDP kot posledica turistične potrošnje pa je znašal 8,5 % BDP gospodarstva ali 3.022 milijonov €, delež skupnih učinkov turizma v BDP pa kar 12,3 %. (SURS 2012a).

**Preglednica 2: Turistična dodana vrednost in turistični bruto domači proizvod (BDP), neposredni in posredni učinki turistične potrošnje, 2009**

|  | Leto 2009 |
|--|-----------|
| Turistična dodana vrednost, mio EUR  | 1.102     |
| Celotna dodana vrednost gospodarstva, mio EUR  | 31.024    |
| Delež turistične dodane vrednosti v celotni dodani vrednosti, %                      | 3,6       |
| ..   |           |
| Turistični BDP, mio EUR  | 1.736     |
| Celoten BDP gospodarstva, mio EUR  | 35.557    |
| Delež turističnega BDP v celotnem BDP, %   | 4,9       |
| ..   |           |
| Neposredni in posredni učinki turistične potrošnje, 2009                             |           |
| Skupna dodana vrednost v gospodarstvu, ki je posledica turistične potrošnje, mio EUR | 2.312     |
| Delež v celotni dodani vrednosti, %  | 7,5       |
| ..   |           |
| Skupni BDP, ki je posledica turistične potrošnje, mio EUR                            | 3.022     |
| Delež v celotnem BDP, %  | 8,5       |

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SURS 2012a).

V letu 2009, ko je kriza močneje udarila, je bilo opaziti spremembe nekaterih dosedanjih trendov. Turisti so začeli postajati vse bolj občutljivi na razmerje med ceno in vrednostjo destinacije, kar pomeni, da so začeli še bolj očitno iskati destinacije, pri katerih za manj denarja dobijo čim več. V raziskavi o potovalnih namerah Slovencev je 48 % anketirancev odgovorilo, da za se za potovanja niso odločili zaradi pomanjkanja denarja (STA 2010a).

### **5.1.3 Leto 2010**

V letu 2010 so se začeli kazati prvi znaki okrevanja turističnega gospodarstva. Rast števila prihodov turistov je znašala 0.7 % glede na prejšnje leto in je tako predstavljala 3.006.272 prihodov, število prenočitev pa je upadlo za - 1.2 %. Delež prenočitev tujih turistov je znašal 56 %, preostalih 44 % so predstavljali domači turisti. Povprečna doba bivanja je znašala 3 dni, kar je malo manj kot v letu poprej. Vrednost izvoženih potovanj je bila tega leta 1.742.999.000 €. Delež skupnih učinkov turizma v Sloveniji v BDP je znašal 11,8 %, kar je zopet manj kot v prejšnjemu letu (STA 2011).

#### 5.1.4 Leto 2011

**Preglednica 3: Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2011**

|                  | Število   | Indeksi      | Struktura (%) |
|------------------|-----------|--------------|---------------|
|                  | 2011      | 2011<br>2010 | 2011          |
| Prihodi turistov |           |              |               |
| Skupaj           | 3.217.966 | 107,0        | 100,0         |
| Domačih          | 1.181.314 | 103,9        | 36,7          |
| Tujih            | 2.036.652 | 109,0        | 63,3          |
| Prenočitve       |           |              |               |
| Skupaj           | 9.388.095 | 105,4        | 100,0         |
| domačih turistov | 3.924.164 | 100,4        | 41,8          |
| tujih turistov   | 5.463.931 | 109,3        | 58,2          |

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SURS 2012b).

V letu 2011 je Slovenski turizem začel pot popolnega okrevanja z vidika števila prihodov in prenočitev, saj je število prihodov in prenočitev povečalo tudi glede na rekordno leto 2008. Rast števila prenočitev je znašala 5 % in se je dvignila na 9.388.000 prenočitev, medtem ko se je število prihodov turistov povečalo za kar 7 %, oziroma 3.218.000 prihodov (SURS 2012b).

#### 5.1.5 Leto 2012

**Preglednica 4: Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2012**

|                     | Število   | Indeksi      | Struktura (%) |
|---------------------|-----------|--------------|---------------|
|                     | 2012      | 2012<br>2011 | 2012          |
| Prihodi turistov    |           |              |               |
| Skupaj              | 3.297.556 | 102,5        | 100,0         |
| Domači              | 1.141.944 | 96,7         | 34,6          |
| Tuji                | 2.155.612 | 105,8        | 65,4          |
| Prenočitve turistov |           |              |               |
| Skupaj              | 9.510.663 | 101,3        | 100,0         |
| Domači              | 3.733.459 | 95,1         | 39,3          |
| Tuji                | 5.777.204 | 105,7        | 60,7          |

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SURS 2013).

Leto 2012 je bilo znova rekordno po številu prenočitev in prihodov turistov. Prihodov turistov je bilo 2 % več kot prejšnje leto in 1 % več prenočitev. Delež skupnih učinkov BDP je glede na leto 2011 narasel, in sicer na 13 %. Vrednost izvoženih potovanj je znašala 2.006.712.000 € (STA 2013).

#### **5.1.6. Leto 2013**

Uradni celoletni podatki po izračunih SURSA še niso na voljo, po podatkih Banke Slovenije pa so prilivi iz izvoženih potovanj višji za 0.4 % kot prejšnje rekordno leto 2012. Višji je prav tako saldo izvoz-uvoz potovanj za 2.9 % v korist izvoza (Pavlin 2014).

### **5.2 Analiza podatkov za zaposlene v turizmu in vpliv krize na zaposlenost v turizmu v Sloveniji**

Leta 2012 je bilo število oseb, neposredno zaposlenih v turizmu v Sloveniji, 31.500 (3.9 vseh zaposlenih). Celotno število (posredno) zaposlenih v turizmu je znašalo 105.500, kar predstavlja 13,1 % vseh zaposlenih. Če primerjamo te podatke z Evropo (2,8 % neposredno in 8 % posredno zaposlenih), lahko vidimo, da je delež neposredno in posredno zaposlenih v turizmu v Sloveniji višji od Evropskega, kot tudi od svetovnega povprečja (3,4 % neposredno in 8,7 % posredno zaposlenih). Število zaposlenih v času krize gledano po posameznih letih je rahlo nihalo. Vidi se namreč padec števila zaposlenih v letu 2010 in 2012 glede na predhodni leti (WTTC 2013).

### **5.3 Primerjava podatkov v času krize v Sloveniji s časom pred krizo**

V pred kriznem letu 2007 je bilo 2.681.178 prihodov turistov ter 8.261.308 nočitev turistov, kar sicer pomeni manjši delež kot naslednje, leto v katerem je nastopila gospodarska kriza. Pri deležu tujih turistov lahko opazimo vsakoletno povečanje vse od leta 2000, medtem ko so pri domačih turistih opazna posamezna letna nihanja (STA 2008). V času krize so vsakoletna nihanja pri prihodih vseh turistov, še večja razlika in najbolj očitna razlika v primerjavi z letom 2007 se opazi pri direktnem prispevku potovanj k BDP, ter skupnem prispevku k BDP pri katerih je viden občuten pade deležev prispevka (WTTC 2013).

### **5.4. Primerjava podatkov za Slovenijo po letih**

Po zgoraj predstavljenih podatkih SURSA, predvsem po številu prenočitev in prihodov lahko vidimo, da so bile številke negativne na prehodih let 2008/2009 in 2009/2010, potem pa se je stanje začelo popravljati. V naslednji tabeli pa prikazujemo še naslednje bolj konkretne podatke rasti s finančnega vidika, ki nam pokažejo spremembe rasti v % še s finančnega vidika po podatkih UNWTO. Iz teh podatkov je razvidno, da sta bili najbolj črni leti za slovenski turizem leti 2009 in 2012, ko se je delež skupnih prispevkov k turizmu zmanjšal.



**Preglednica 5: Gospodarski prispevek potovanj in turizma: Rast**

| Slovenija - rast (%)   | 2007 | 2008 | 2009  | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|------|------|-------|------|------|------|------|
| 1. Izvoz obiskovalcev  | 13.5 | 7.7  | -5.4  | 6.3  | 0.4  | -0.6 | 4.5  |
| 2. Domači izdatki  | 2.5  | 0.0  | -3.4  | -3.0 | 8.4  | -1.5 | -1.3 |
| 3. Notranja poraba v turizmu (1+2)   | 8.7  | 4.7  | -4.6  | 2.7  | 3.3  | -1.0 | 2.3  |
| 4. Nakupi turističnih ponudnikov (vključno uvoz)                             | 9.4  | 4.6  | -5.5  | 3.2  | 3.2  | -0.9 | 2.3  |
| 5. Direktni prispevek potovanj in turizma k BDP-ju (3+4)                     | 7.9  | 4.7  | -3.2  | 1.9  | 3.5  | -1.0 | 2.4  |
| 6. Drugi končni učinki (posredni in posledični)                              | 7.9  | 4.7  | -3.2  | 1.9  | 3.5  | -1.0 | 2.4  |
| 7. Kapitalske investicije  | 36.2 | 23.4 | -22.3 | 16.5 | 13.3 | -0.2 | 0.4  |
| 8. Skupna potrošnja vlade  | -1.5 | 9.0  | 2.7   | 4.5  | 1.4  | -2.2 | -2.7 |
| 9. Uvoženo blago iz posredne porabe  | 30.1 | 14.1 | -14.5 | 9.9  | 4.2  | -2.1 | 0.9  |
| 10. Inducirane spremembe   | 4.7  | 6.6  | 4.1   | -2.3 | 1.4  | -0.3 | 1.0  |
| 11. Skupni prispevek potovanj in turizma k BDP-ju (= 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10) | 6.8  | 6.5  | -2.9  | 2.1  | 4.4  | -0.7 | 1.7  |

Vir: WTTC 2013.

Prihaja torej do razhajanj med podatki o prenočitvah in finančnih kazalcih rasti, saj povečanje števila turistov ne pomeni nujno tudi večje potrošnje.

#### 5.4 Primerjava podatkov v turizmu v času krize s tujino

Slovenija spada po podatkih UNWTO-ja na 71. mesto izmed 184 držav po prispevku turizma k BDP-ju. Zaradi majhnosti Slovenije in natančnejše primerjave v naslednjih tabelah prikazujemo relativne deleže:

**Preglednica 6 : Deleži za Slovenijo, Evropo in Svet**

| Leto  | 2012    | 2012     | 2013     |
|---|---------|----------|----------|
|   |         | %        |          |
| Slovenija   | Eur mn  | skupnega | Rast v % |
| Direktni prispevek BDP-ju                               | 1,276.0 | 3        | 2.4      |
| Celotni prispevek(+posredni učinki) k BDP-ju            | 4,648.0 | 12.8     | 1.7      |
| Direktni prispevek k zaposlenosti                       | 32      | 3.9      | 3.1      |
| Celotni prispevek (+ posredno zaposleni) k zaposlenosti | 106     | 13.1     | 2.2      |
| Izvoz obiskovalcev                                      | 2,102.4 | 7.8      | 4.5      |
| Domača poraba   | 1,288.6 | 3.6      | -1.3     |
| Poraba za prosti čas                                    | 2,925.0 | 3.0      | 2.8      |
| Poslovna poraba   | 456.9   | 0.6      | -0.9     |
| Kapitalske investicije                                  | 818.5   | 13.1     | 0.4      |
|   |         |          |          |
| Leto  | 2012    | 2012     | 2013     |
|   |         | %        |          |
| Evropa  | US \$   | skupnega | Rast     |
| Direktni prispevek BDP-ju                               | 612.9   | 2.9      | 0.8      |
| Celotni prispevek(+posredni učinki) k BDP-ju            | 1,736.1 | 8.2      | 0.6      |
| Direktni prispevek k zaposlenosti                       | 10,968  | 2.8      | 1.2      |
| Celotni prispevek (+ posredno zaposleni) k zaposlenosti | 30,804  | 8.0      | 0.7      |
| Izvoz obiskovalcev                                      | 513.8   | 5.3      | 1.2      |
| Domača poraba   | 771.4   | 3.6      | 1.0      |
| Poraba za prosti čas                                    | 998.8   | 2.2      | 0.9      |
| Poslovna poraba   | 286.4   | 0.6      | 0.9      |
| Kapitalske investicije                                  | 185.9   | 4.7      | 0.8      |

| Leto  | 2012    | 2012       | 2013     |
|---|---------|------------|----------|
| Svet  | US\$    | % skupnega | Rast v % |
| Direktni prispevek BDP-ju                               | 2,056.6 | 2.9        | 3.1      |
| Celotni prispevek(+posredni učinki) k BDP-ju            | 6,630.4 | 9.3        | 3.2      |
| Direktni prispevek k zaposlenosti                       | 101,118 | 3.4        | 1.2      |
| Celotni prispevek (+ posredno zaposleni) k zaposlenosti | 261,394 | 8.7        | 1.7      |
| Izvoz obiskovalcev                                      | 1,243.0 | 5.4        | 3.1      |
| Domača poraba   | 2,996.3 | 4.2        | 3.2      |
| Poraba za prosti čas                                    | 3,222.1 | 2.2        | 3.2      |
| Poslovna poraba   | 1,017.4 | 0.7        | 3.1      |
| Kapitalske investicije                                  | 764.7   | 4          | 4.2      |

Vir: WTTC 2013.

V teh podatkih lahko zasledimo, da je Slovenski prispevek turizma, tako direktni kot celotni k BDP-ju, višji od svetovnega in tudi evropskega, največje pozitivno odstopanje predstavljajo kapitalske investicije.

Z vidika indeksa turistične konkurenčnosti v letu 2013 spada Slovenija na 36. mesto izmed 140 držav. Indeks turistične konkurenčnosti je sestavljen iz politične regulative, poslovnega okolja in infrastrukture ter turističnih, kulturnih in naravnih virov. Politično regulativo sestavljajo (WEF 2013):

- pravila in predpisi,
- trajnost okolja,
- varnost,
- zdravje,
- prioritizacija turizma.

Poslovno okolje in infrastrukturo sestavljajo:

- zračni promet,
- cestni promet,
- turistična infrastruktura,
- informacijske in komunikacijske tehnologije,
- primerjava cen v turistični industriji.

Turistični, kulturni in naravni viri:

- človeški viri,
- privlačnost,
- naravni viri,
- kulturni viri.

Indeks se ocenjuje od 1 do 7 ( Travel & Tourism report, 2013).

## 6. ZAZNANI TRENDI V TURIZMU IN PRIHODNOST TURIZMA V SLOVENIJI

V tem poglavju predstavljamo trende in potencialne napovedi za prihodnost turizma.

### 6.1 Trendi v turizmu in priložnosti

V letu 2014 in nadaljnji prihodnosti se obetajo turistični trendi odvisni od:

- gospodarskih razmer,
- sociološkega razumevanja obnašanja turistov (analiza podatkov o stroških kreditov, - upoštevanje stroškov srednjega razreda, pozornost na delniške trge),
- varnosti (problemi terorizma, v letu 2014 se bo odvijalo nekaj pomembnih svetovnih - dogodkov npr. Olimpijske igre),
- prometa,
- novih alternativnih oblik potovanj,
- večjih pričakovanj poslovnih gostov.

Ponudniki se bodo morali prilagoditi tem trendom skozi svojo turistično ponudbo za konkurenčno prihodnost (STA 2014a).

#### Preglednica 7: Napovedi za leto 2023

|   | 2023 delež celote v % | 2023 letna rast |
|---|-----------------------|-----------------|
| Slovenija   |                       |                 |
| Direktni prispevek BDP-ju                               | 3,8                   | 3,3             |
| Celotni prispevek(+posredni učinki) k BDP-ju            | 13,8                  | 3,3             |
| Direktni prispevek k zaposlenosti                       | 4,5                   | 1,5             |
| Celotni prispevek (+ posredno zaposleni) k zaposlenosti | 14,6                  | 1,3             |
| Izvoz obiskovalcev                                      | 7,9                   | 3,7             |
| Domača poraba   | 3,5                   | 2,6             |
| Poraba za prosti čas                                    | 3,3                   | 3,4             |
| Poslovna poraba   | 0,5                   | 2,6             |
| Kapitalske investicije                                  | 13,8                  | 4,6             |

## Preglednica 8: Napovedi za leto 2023

|   | 2023 delež celote v % | 2023 letna rast |
|---|-----------------------|-----------------|
| Evropa  |                       |                 |
| Direktni prispevek BDP-ju                               | 3,0                   | 2,9             |
| Celotni prispevek(+posredni učinki) k BDP-ju            | 8,4                   | 2,7             |
| Direktni prispevek k zaposlenosti                       | 3,2                   | 1,4             |
| Celotni prispevek (+ posredno zaposleni) k zaposlenosti | 8,6                   | 1,0             |
| Izvoz obiskovalcev                                      | 4,9                   | 3,3             |
| Domača poraba   | 3,8                   | 2,8             |
| Poraba za prosti čas                                    | 2,3                   | 3,0             |
| Poslovna poraba   | 0,6                   | 2,8             |
| Kapitalske investicije                                  | 4,8                   | 3,8             |
|   | 2023 delež celote v % | 2023 letna rast |
| Svet  |                       |                 |
| Direktni prispevek BDP-ju                               | 3,1                   | 4,4             |
| Celotni prispevek(+posredni učinki) k BDP-ju            | 10,0                  | 4,4             |
| Direktni prispevek k zaposlenosti                       | 3,7                   | 2,0             |
| Celotni prispevek (+ posredno zaposleni) k zaposlenosti | 9,9                   | 2,4             |
| Izvoz obiskovalcev                                      | 4,8                   | 4,2             |
| Domača poraba   | 4,7                   | 4,6             |
| Poraba za prosti čas                                    | 2,3                   | 4,6             |
| Poslovna poraba   | 0,7                   | 4,1             |
| Kapitalske investicije                                  | 4,9                   | 5,3             |

Vir: WTTC 2013.

Napovedi za leto 2023 kažejo nadpovprečne rasti v primerjavi z Evropo na vseh področjih z izjemo zaposlenosti in domače porabe, na svetovni ravni pa ostajamo pod povprečjem v večini dejavnikov glede rasti, glede deleža v BDP-ju so podatki za Slovenijo v primerjavi z svetom in Evropo malo višji. Do leta 2030 naj bi se srednji sloj prebivalstva na globalni ravni

podvojlil. Trend, ki se zelo povečuje v razvitem svetu, je globalno staranje prebivalstva. Ob tem, da so najbogatejša starostna skupina, so Seniorji tudi najzahtevnejša, saj pričakujejo predvsem počitek in sprostitev na mirnih lokacijah. Mladi turisti (18–35 let) predstavljajo 20 % turistov. Njihova značilnost je daljše bivanje in večja poraba denarja. Turizem prispeva 9 % globalnega BDP-ja in v povprečju zaposluje vsakega enajstega človeka. Z rastjo turizma je povezanih več dejavnikov, kot so npr. napredki v zračnem prometu ali večja blaginja srednjega razreda. Leta 2012 je bila presežena meja milijarde potovanj na leto, po napovedih Svetovne turistične organizacije pa naj bi do leta 2030 število turističnih potovanj preseglo 1,8 milijona potovanj (STA 2014b). Priložnosti Slovenskega turizma se kažejo skozi zeleni (ekološki) turizem, tudi kot dolgoročna konkurenčna prednost Slovenije na vseh področjih. Zeleni turizem predstavlja filozofijo Slovenske turistične organizacije. Pri zelenem turizmu pa najbolj izstopa naše podeželje, ker imamo več kot 250 turističnih kmetij, od tega 25 mednarodno konkurenčnih. Produkt turistične kmetije ima zelo velik potencial, saj se zelo dobro razvija. Največja težava večine naših turističnih kmetij je to, da se lastniki ne posvetijo izključno turistični dejavnosti, ampak jim turistična kmetija predstavlja obstransko dejavnost. V zelo dobri luči so se v času krize prikazala tudi zdravilišča, saj imajo tudi visok delež domačih gostov. Aktivne počitnice so druga možnost, ki bi lahko pomenile veliko priložnost, saj so zelo povezane z neokrnjeno naravo. Cilj Slovenije seveda ni ponudba ekstremnih športov, ampak v določenih mejah. Izobražen in inovativen kader v turizmu bi lahko predstavljal prednost pred tujino, saj v turizmu vedno prihaja do prevetritve produktov in sprememb trendov. Dobro reklamo predstavlja enotna blagovna znaka I Feel Slovenia, katera pripomore k prepoznavnosti v tujini. V kolikor bi Slovenija izkoristila vse potencialne, inovativnost v turizmu in dostopnost, bi lahko slovenski turizem dosegel tudi do 15 % BDP-ja (STA 2010b).

## **6.2 Strategija razvoja slovenskega turizma**

Strategijo razvoja turizma je bilo potrebno oblikovati, ker (pozitivno) vpliva na naravni, kulturni in družbeni razvoj naravnega in tudi družbenega okolja. Strategija je usmerjena v prihodnost s čim višjimi cilji. Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016, s polnim delovnim imenom Partnerstvo za trajni razvoj slovenskega turizma 2012–2016, je osnovana na preteklih izkušnjah od osamosvojitve naprej ter v skladu z sodelovanjem s Slovensko turistično organizacijo ter Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo. Cilj Slovenije je trajnostni razvoj, skozi katerega bi nas mednarodno poznali kot odlično, aktivno in zdravo destinacijo.

Glavni kvantitativni cilji Slovenije na področju turizma do leta 2016 so (STA 2012):

- letna rast prenočitev za 2 %,
- letna rast števila turistov za 4 %,
- letna rast prilivov iz izvoza potovanj 6–8 %.

Glavni vsebinski cilji Slovenije so konkurenčnost, zagotavljanje kakovosti življenja in blaginje, zagotavljanje ugleda in razvoja slovenskega turizma ter prepoznavnost in ugled Slovenije v svetu.

Strateški ukrepi za slovenski turizem pa so spodbujanje povečanja konkurenčnosti, zagotavljanje ugodnega poslovnega okolja, učinkovito trženje in promocija Slovenije.

Spodbujanje povečanja konkurenčnosti (ukrepi) (STA 2012):

- vsi sodelujoči v slovenskem turizmu bi spodbujali nadaljnji razvoj turističnih destinacij (regionalne in lokalne turistične organizacije),
- spodbujanje razvoja in raziskovalnega dela,
- povečanje usposobljenosti zaposlenih v turizmu in povečanje inovativnosti pri razvoju - turističnih proizvodov,
- naložbe države v zeleno turistično ponudbo ter razvoj prometnih povezav,
- razvijanje turistične ponudbe izven glavne turistične sezone.

Zagotavljanje ugodnega poslovnega okolja predstavljajo (STA 2012):

- učinkovito usklajevanje med ministrstvi pri razvoju trajnostnega turizma,
- zagotovitev ugodnega poslovnega okolja s strani vlade za hitrejši razvoj turizma,
- učinkovito izvajanje državnih, regionalnih in lokalnih nalog.

Učinkovito trženje in promocijo Slovenije pa bi dosegli (STA 2012):

- s tem da Slovenija postane prepoznavna in visoko pozicionirana destinacija s pomočjo kontinuirane uporabe blagovne znamke,
- z zagotovitvijo ustreznih sredstev za promocijo,
- z intenzivnim trženjem,
- z inovativnim trženjem, tudi v virtualnem svetu.

Turizem naj bi tako postal v naslednjih letih ena izmed vodilnih sektorjev slovenskega gospodarstva in kot takšen v veliki meri pripomogel k rasti BDP-ja, konkurenčnosti, povečanju zaposlovanja itd. (STA 2012).

## 7. SKLEP

Osnovni cilj zaključne projektne naloge je bil ugotoviti dejansko stanje v številkah na področju turizma v Sloveniji v času finančne krize in ugotoviti ali je kriza prizadela turizem tako kot ostale sektorje gospodarstva. Zato smo v nalogi analizirali razpoložljive podatke za turizem v Sloveniji od leta 2008 naprej. Predstavili smo dejavnike, ki vplivajo na spremembe v turistični ponudbi in prišli do sklepa, da je turizem eden izmed najpomembnejših in najmočnejših gospodarskih panog. Z analiziranjem podatkov smo ugotovili, da kriza sicer je vplivala na rast turističnega gospodarstva, vendar je bil njen učinek manjši, saj beležimo le 2 slabši leti za razliko od celotnega gospodarstva Slovenije, ki je imel vseskozi negativno gospodarsko rast. Predpostavko, da delež turistov v času krize pada, lahko samo delno potrdimo, saj delež ni upadal skozi celotno obdobje krize. Turizem jo je torej v času krize odnesel boljše kot ostali sektorji gospodarstva. V primerjavi s tujino slovenski turizem predstavlja višje deleže v narodnem gospodarstvu, predvsem v primerjavi z Evropo. Na področju prihodnosti in priložnosti slovenskega turizma bi izpostavili strateško usmeritev v trajnostni razvoj, predvsem zelenega turizma in pa enotno blagovno znamko. Cilji so načeloma dobro zastavljeni, potrebno jih je še uresničiti, s skupnim delovanjem na vseh področjih. Glede napovedi za prihodnost pa lahko potrdimo predpostavko, da se bo delež turizma v gospodarstvu povečeval, saj tako pravijo napovedi UNWTO-ja, tako da smo lahko za področje turizma optimistični.



## LITERATURA IN VIRI

- Gruden, Mateja. 2012. *Slovenski turizem letos močno pogreša Italijane*.  
<http://www.delo.si/zgodbe/nedeljskobranje/slovenski-turizem-letos-mocno-pogresa-italijane.html> (26. 8. 2012).
- MG (Ministrstvo za gospodarstvo). 2006. *Projekt »Ocena satelitskih računov za turizem(SRT) za leto 2003 ter ekstrapolacija za leto 2006« - POVZETEK*.  
[Http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/TSA\\_-\\_POVZETEK\\_STUDIJE.pdf](Http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/TSA_-_POVZETEK_STUDIJE.pdf) (1. 10. 2007).
- MG (Ministrstvo za gospodarstvo). 2009. *Turizem in mednarodna finančna kriza- nabor ukrepov in aktivnosti*.  
[Http://www.sindikagit.si/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102:rturizem-in-mednarodna-finanna-kriza-nabor-ukrepov-in-aktivnostil&catid=1:latest-news&Itemid=83](Http://www.sindikagit.si/index.php?option=com_content&view=article&id=102:rturizem-in-mednarodna-finanna-kriza-nabor-ukrepov-in-aktivnostil&catid=1:latest-news&Itemid=83) (12. 5. 2009).
- Mihalič, Tanja. 2008. *Turizem:Ekonomski vidiki*. Ljubljana: Copis.
- Pavlin, Barbara. 2014. *Leto 2013 rekordno za slovenski turizem*.  
<Http://www.delo.si/gospodarstvo/posel/let-2013-rekordno-za-slovenski-turizem.html> (18. 2. 2014).
- Planina, Janez. 1997. *Ekonomika Turizma*. Ljubljana : Copis.
- STA. 2008. *Slovenski turizem v številkah 2007*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures%5CTB\\_board%5Catachments\\_1%5C2008%5CSTO\\_v\\_stevilkah\\_2007\\_6187.pdf](Http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2008%5CSTO_v_stevilkah_2007_6187.pdf) (1. 1. 2008).
- STA. 2009a. *Leta 2008 več kot 12% rast vrednosti izvoza potovanj*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures%5Cpress%5Catachments\\_1%5C2009%5CMicrosoft\\_Word\\_-\\_Za\\_127\\_vecja\\_vrednost\\_izvoza\\_turisticnih\\_potovanj\\_\\_3\\_\\_7742.pdf](Http://www.slovenia.info/pictures%5Cpress%5Catachments_1%5C2009%5CMicrosoft_Word_-_Za_127_vecja_vrednost_izvoza_turisticnih_potovanj__3__7742.pdf) (20. 2. 2009).
- STA. 2009b. *Slovenski turizem v številkah 2008*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB\\_board/atachments\\_1/2009/Slo.\\_turizem\\_v\\_stevilkah\\_8006.pdf](Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2009/Slo._turizem_v_stevilkah_8006.pdf) (1. 1. 2009).
- STA. 2010a. STA. 2010 *Slovenski turizem v letu 2009 z manj tujimi in več domačimi gosti*  
<Http://www.dnevnik.si/clanek/1042327035> (1. 1. 2010).
- STA. 2010b. Dimitrij Piciga. 2010. *Dimitrij Piciga: Turizem bi lahko dosegel 15 odstotkov BDP*. <http://www.dnevnik.si/poslovni/novice/1042345202> (16. 3. 2010).
- STA. 2011. *Slovenski turizem v številkah 2010*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB\\_board/atachments\\_1/2011/tvs\\_slo\\_e\\_12434.pdf](Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2011/tvs_slo_e_12434.pdf) (1. 1. 2011).
- STA. 2012. *Strategija razvoja Slovenskega turizma 2012–2016*.  
[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) (7. 6. 2012).
- STA. 2013. *Slovenski turizem v številkah*  
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB\\_board/atachments\\_1/2013/tvs\\_brosura\\_2012\\_slo\\_web\\_16569.pdf](Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2013/tvs_brosura_2012_slo_web_16569.pdf) (1. 6. 2013).

- STA. 2014a. *Aktualno, trendi in analize*.  
[Http://www.slovenia.info/si/Aktualno,-trendi-in-analize.htm?analize\\_in\\_trendi=0&lng=1](http://www.slovenia.info/si/Aktualno,-trendi-in-analize.htm?analize_in_trendi=0&lng=1)  
(27. 2. 2014).
- STA. 2014b. *Trendi v turizmu*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures%5Cpress%5Catachments\\_1%5C2014%5Cturizem\\_114\\_apr\\_pop\\_17912.pdf](http://www.slovenia.info/pictures%5Cpress%5Catachments_1%5C2014%5Cturizem_114_apr_pop_17912.pdf) ( 1. 2. 2014).
- SURS (Statistični urad Republike Slovenije). 2007. *Metodološka pojasnila*.  
[Http://www.stat.si/letopis/2007/MP/25-07\\_slo.pdf](http://www.stat.si/letopis/2007/MP/25-07_slo.pdf) (25. 7. 2007).
- SURS (Statistični urad Republike Slovenije). 2012a. *Ekonomski računi za turizem*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5247](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5247) (28. 12. 2012).
- SURS (Statistični urad Republike Slovenije). 2012b. *Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2011*. [Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=4589](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4589) (30. 3. 2012).
- SURS (Statistični urad Republike Slovenije). 2013. *Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2012 – končni podatki*. [Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5429](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5429) (30. 3. 2012).
- Štiblar, Franjo. 2008. *Svetovna kriza in Slovenci*. Ljubljana: ZRC SAZU
- Štor, Marko. 2002. *Največje ekonomske krize in njihov vpliv na svetovne kapitalske trge*  
Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, Ekonomska Fakulteta.
- Umek, Andrej. 2012. *Gospodarska kriza ni samo finančna*.  
[Http://www.delo.si/mnenja/gostujoce-pero/gospodarska-kriza-ni-samo-financna.html](http://www.delo.si/mnenja/gostujoce-pero/gospodarska-kriza-ni-samo-financna.html) (9. 1. 2012).
- WEF. 2013. *The Travel & Tourism Competitiveness Report. 2013*.  
[Http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013](http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013) (19. 4. 2013).
- WTTC. 2013. *Travel & Tourism Economic impact 2013 Slovenia*.  
[Http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/slovenia2013.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/slovenia2013.pdf) (1. 10. 2013).