

Ljubica Knežević Cvelbar  
Mojca Mayr  
Damjan Vavpotič  
Tanja Mihalič  
Aleš Smrekar  
Katarina Polajnar Horvat  
Daniela Ribeiro  
Kir Kuščer

# Smernice za management turističnih destinacij na podlagi modelov nosilnih zmogljivosti in turističnih tokov

Znanstvene monografije Ekonomske fakultete

**Ljubica Knežević Cvelbar, Mojca Mayr, Damjan Vavpotič, Tanja Mihalič, Aleš Smrekar, Katarina Polajnar Horvat, Daniela Ribeiro, Kir Kuščer**

**Smernice za management turističnih destinacij na podlagi modelov nosilnih zmogljivosti in turističnih tokov**

Založila: Ekonomska fakulteta v Ljubljani,  
Za založnika: dekanja prof. dr. Metka Tekavčič

Uredniški odbor: prof. dr. Mojca Marc (predsednica), doc. dr. Mateja Bodlaj,  
prof. dr. Andreja Cirman, lekt. dr. Nadja Dobnik,  
prof. dr. Marko Košak, prof. dr. Tjaša Redek  
prof. dr. Miha Škerlavaj

Recenzenta: izr. prof. dr. Maja Turnšek in izr. prof. dr. Boštjan Udovič

Lektorica: Danijela Čibej

Oblikovna zasnova

naslovnice: Robert Ilovar

Priprava za tisk: Nina Kotar

Tisk: Copis, d.o.o., Ljubljana

Naklada: 100 izvodov

Ljubljana, 2021

---

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

338.48-4:005

SMERNICE za management turističnih destinacij na podlagi modelov nosilnih zmogljivosti in turističnih tokov / Ljubica Knežević Cvelbar ... [et al.]. - Ljubljana : Ekonomska fakulteta, Založništvo, 2021. - (Znanstvene monografije Ekonomske fakultete)

ISBN 978-961-240-376-8

COBISS.SI-ID 84347907

---

Vse pravice pridržane. Noben del gradiva se ne sme reproducirati ali kopirati v kakršni koli obliki: grafično, elektronsko ali mehanično, kar vključuje (ne da bi bilo omejeno na) fotokopiranje, snemanje, skeniranje, tipkanje ali katere koli druge oblike reproduciranja vsebine brez pisnega dovoljenja avtorja ali druge pravne ali fizične osebe, na katero bi avtor prenesel materialne avtorske pravice.

## KAZALO

<b>POVZETEK</b>	<b>1</b>
<b>UVOD</b>	<b>9</b>
<b>1 PREGLED MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI TURISTIČNIH DESTINACIJ</b>	<b>13</b>
1.1 PREGLED MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI V TURIZMU	15
1.2 DIAGNOSTIČNI MODELI OBREMENITEV OKOLJA	23
1.3 DIAGNOSTIČNO-IZVEDBENI MODELI: ORODJA IN UKREPI	25
1.4 VLOGA KOMPONENT V MODELIH NOSILNE ZMOGLJIVOSTI	32
1.5 VLOGA TURISTIČNE NOSILNE ZMOGLJIVOSTI IN TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA PRI PREPREČEVANJU POJAVOV PRETURIZMA IN ANTITURIZMA	34
1.6 LITERATURA IN VIRI	36
<b>2 PREGLED PRIMEROV DOBRIH PRAKS (EVROPSKIH DESTINACIJ) SOOČANJA Z IZZIVI PRETURIZMA</b>	<b>45</b>
2.1 METODE	48
2.2 IZBOR PREUČEVANIH TURISTIČNIH DESTINACIJ	51
2.3 ANALIZE STANJA IN UKREPOV NA PODROČJU PRETURIZMA V IZBRANIH DESTINACIJAH	53
2.3.1 Analiza destinacije DUBROVNIK	55
2.3.2 Analiza destinacije RIGI	57
2.3.3 Analiza destinacije Amsterdam	62
2.3.4 Analiza destinacije Altamira	66
2.4 RAZPRAVA	68
2.5 SKLEP	70
2.6 LITERATURA IN VIRI	72
<b>3 IDENTIFIKACIJA TURISTIČNIH TOKOV V SLOVENIJI IN SOSEDNIH DESTINACIJAH</b>	<b>77</b>
3.1 UPORABA SPLETNIH UPORABNIŠKIH VSEBIN V TURISTIČNEM RAZISKOVANJU	80

3.2	METODA PREPOZNAVANJA TURISTIČNIH TOKOV Z UPORABO SPLETNIH UPORABNIŠKIH VSEBIN	82
3.3	TURISTIČNI TOKOVI V SLOVENIJI IN OKOLIŠKIH DESTINACIJAH	86
3.4	UPORABA TURISTIČNIH TOKOV ZA RAZUMEVANJE IN PREPREČEVANJE PRETURIZMA	91
3.5	LITERATURA IN VIRI	94
<b>4</b>	<b>DIAGNOSTIČNI MODEL ZA SPREMLJANJE IN USMERJANJE TURISTIČNEGA RAZVOJA NA RAVNI DESTINACIJE</b>	<b>101</b>
4.1	UVOD	101
4.2	MODEL NA RAVNI DESTINACIJE	103
4.3	STRUKTURA MODELA Z METODOLOGIJO ZA IZRAČUN INDIKATORJEV	106
4.4	SEMAFOR RAZVOJA TURIZMA	114
4.4.1	Semafor razvoja - ekonomsko področje	115
4.4.2	Semafor razvoja - družbeno-kulturni steber	120
4.4.3	Semafor razvoja - okoljski steber	126
4.4.4	Semafor razvoja - politično-participatorni steber	129
4.5	MODEL NA RAVNI KRIZNIH TOČK	132
4.6	ZAKLJUČEK	133
4.7	LITERATURA IN VIRI	135
<b>5</b>	<b>EMPIRIČNO TESTIRANJE MODELA</b>	<b>139</b>
5.1	ANALIZA EKONOMSKEGA STEBRA	140
5.1.1	Analiza ekonomskega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019	142
5.2	ANALIZA DRUŽBENO-KULTURNEGA STEBRA	147
5.2.1	Analiza družbeno-kulturnega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019	149
5.3	ANALIZA OKOLJSKEGA STEBRA	152
5.3.1	Analiza okoljskega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019	153
5.4	ANALIZA POLITIČNO-PARTICIPATORNEGA STEBRA	155
5.4.1	Zaznava medijev o vplivih turizma za destinacijo Ljubljana	156
5.5	DISKUSIJA	158
5.6	LITERATURA IN VIRI	161
5.7	PRILOGE	162

## POVZETEK

Monografija pred vami je rezultat dela na Ciljem raziskovalnem projektu (CRP) »Smernice za management turističnih destinacij na podlagi modelov nosilnih zmogljivosti in turističnih tokov«, financiranem s strani Javne agencije za raziskovalno dejavnost RS in Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo.

Številne turistične destinacije po vsem svetu se soočajo s problemi velike rasti in koncentracije turizma, ki jih v stroki danes imenujemo prekomerni turizem ali preturizem. Trenutno v literaturi in stroki ni uveljavljene diagnostike pojava prekomernega turizma, ki bi prispevala k zagotovitvi trajnosti, kot ultimativnega cilja turističnega razvoja.

V tem projektu smo na podlagi:

- › ključnih raziskav, ki so jih objavile vodilne institucije in strokovnjaki: UNWTO (2018, 2019), Fabian Weber et al. (2017), MCKinsey&Company and WTTC (2017); (Fabian Weber et al., 2017); Fabian Weber et al. (2017);
- › podrobnega pregleda znanstvene literature na temo nosilnih zmogljivosti turističnih destinacij;
- › razgovorov s ključnimi deležniki na področju razvoja turizma v Sloveniji in
- › znanja ter izkušenj na projektu sodelujočih strokovnjakov (Ekonomska fakulteta in Fakulteta za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani, Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Geografski inštitut Antona Melika, Zavod Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace),

oblikovali sodoben model za diagnostiko turističnega razvoja v izbrani destinaciji.

Model temelji na konceptu trajnosti in je zasnovan na štirih ključnih stebrih. V splošni literaturi, posebej pa v strokovnih razpravah, koncept trajnosti vključuje tri stebre: ekonomskega, okoljskega in družbeno-kulturnega. Tem smo dodali še politično-participatorni steber (Mihalic, 2016), ki zajema politično in širšo družbeno podporo razvoju turizma v nekem kraju. To dimenzijo, ki se uveljavlja tudi z delom slovenskih znanstvenikov in strokovnjakov, že dlje časa kot pomembno prepoznava tudi UNWTO. Politično-participativna dimenzija postaja izjemno pomembna posebej

v času, ko se številne destinacije srečujejo s pritiski turizma na okolje in se zahteva širši politično-družbeni konsenz za razvoj turizma.

Štirje stebri v modelu skupaj vključujejo 17 kazalnikov za diagnostiko turističnega razvoja. Ekonomski steber temelji na štirih kazalnikih za merjenje turistične rasti in sezonskosti. Družbeni steber vsebuje šest kazalnikov za merjenje koncentracije povpraševanja, koncentracije ponudbe in zadovoljstva turistov ter lokalnih prebivalcev. Okoljski steber je zasnovan na štirih kazalnikih za merjenje kakovosti zraka, količine odpadkov, kakovosti prometa in splošnega stanja okolja. Trije kazalniki v politično-participatornem stebru pa merijo participacijo lokalnega prebivalstva, politično podporo razvoju turizma in zaznavo medijev o razvoju turizma na destinaciji. Večina kazalnikov (12) je kvantitativnih in merljivih z javno dostopnimi drugotnimi podatki. Preostalih pet kazalnikov je kvalitativnih in merljivih z analizo primarnih raziskav ali s subjektivnimi ocenami turističnih deležnikov.

Predlagani model ne vzpostavi samo sistema kazalnikov po štirih ključnih stebrih turističnega razvoja, temveč razvije diagnostiko za prepoznavo njihovih kritičnih mej. Kritične meje so določene glede na raziskane izkušnje in prakse v destinacijah in predlagane v obliki semaforja z barvno signalizacijo: zeleno (sprejemljive meje), rumeno (potrebne intervencije), rdeče (nujno ukrepanje). Obravnavo kritičnih mej v modelu semaforja ponazarjamo s primerom povprečne stopnje rasti števila turistov na neki destinaciji v zadnjih petih letih. Znotraj zelenega območja sprejemljivega razvoja je do pet odstotna letna turistična rast, rumeno območje in z njim predvideno načrtovanje ukrepov vključuje pet- do desetodstotno letno turistično rast, medtem ko letna rast nad deset odstotkov pomeni rdeče območje in nujno delovanje za aktivno usmerjanje turistične rasti. Na podoben način so kritične meje predlagane tudi pri drugih kazalnikih.

Poleg določanja kritičnih mej model predlaga tudi ukrepe, ki jih je treba implementirati na ravni destinacije glede na stanje posameznega kazalnika. Ukrepe smo oblikovali na podlagi analize štirih študij primerov (destinacij ali atrakcij, ki so imele težave s preturizmom): Amsterdam (Nizozemska), Dubrovnik (Hrvaška), Riga (Švica) in Altamira (Španija). K temu smo dodali izsledke pet poglobljenih razgovorov z destinacijskimi menedžerji vodilnih destinacij v Sloveniji in fokusne skupine, v kateri so sodelovali člani projektne ekipe in predstavniki destinacij na lokalni, regionalni in nacionalni ravni. Predlagane ukrepe smo strukturirali v pet sklopov, in sicer: Ozaveščanje in komunikacija, menedžment, razvoj infrastrukture, dvig politične podpore ter omejevanje turistične ponudbe in povpraševanja.

Model smo empirično testirali na 73 slovenskih občinah, ki sodijo med vodilne turistične destinacije glede na opredelitev Strategije trajnostnega razvoja turizma v Sloveniji. Na splošno rezultati kažejo, da se v Sloveniji (še) ne spopadamo s preturizmom ali z antiturizmom. Obstoječi prostor za rast pa je treba zapolniti pametno, načrtovano in predvsem trajnostno.

Analiza je pokazala, da 35 destinacij (od 73) beleži več kot desetodstotno povprečno letno rast števila turistov v zadnjih petih letih. Med njimi so najbolj obiskane turistične destinacije v Sloveniji, kot so Bled, Izola, Ljubljana, Bohinj, Bovec in Tolmin.

Nadalje analiza kaže, da je v 61 destinacijah (od 73) povprečna letna rast števila hotelskih sob v zadnjih petih letih nižja od 5 %. To se izraža v počasni rasti turistične ponudbe, ki je eden izmed največjih izzivov implementacije trenutne turistične strategije. Hkrati pa je bila prepoznana izjemna rast ponudbe zasebnih nastanitvev. Na podlagi podatkov AirDNA je imela Slovenija v letu 2019, 31.539 ležišč v ponudbi na spletni platformi Airbnb. Za primerjavo: V letu 2018 so hoteli in podobni nastanitveni obrati v ponudbi imeli 55.316 ležišč. Samo v petih občinah (od 73) je bila povprečna rast števila ležišč Airbnb v zadnjih petih letih nižja kot 5 %, kar kaže na izjemno rast ponudbe ležišč v zasebnih namestitvenih kapacitetah.

Izzivi zaradi sezonskosti bremenijo kar 51 občin, v katerih je delež turističnega prometa v dveh najbolj obiskanih mesecih večji od 30 % celotnega letnega prometa (promet je merjen kot število turistov).

Rezultati analize niso pokazali večjih težav na področju koncentracije turistične ponudbe. Le 12 (od 73) destinacij ima več kot deset turistov na prebivalca. Med njimi so večinoma destinacije v Panonski in Alpski Sloveniji: Zreče, Dobrna, Kobarid, Ankaran, Moravske Toplice, Piran, Podčetrtek, Bohinj, Bovec, Kranjska Gora, Bled, Solčava in Šmarno ob Paki. Nobena destinacija nima čezmerne turistične ponudbe na prebivalca, merjeno kot število ležišč v hotelih in zasebnih nastanitvah na prebivalca. Analiza kaže, da smo na tem področju podhranjeni in ima celo premalo turistične ponudbe.

Pri empiričnem testiranju modela smo imeli izzive z dostopom do sekundarnih podatkov za diagnostiko okoljskega stebra. Kakovost zraka (merjena s PM<sub>10</sub>) se meri v samo 8 izmed 73 občin, ki so del vodilnih destinacij v Sloveniji. Nobena izmed njih ne presega kritične meje delcev PM<sub>10</sub>, kar kaže na dobro kakovost zraka. Količina odpadkov na prebivalca je zaradi turizma višja v 14 občinah, v rdečem območju (več kot 500 kilogramov odpadkov na prebivalca na leto) pa samo v Piranu, Kranju in Bovcu.

Kakovost prometa smo merili s številom pripeljanih vozil na glavnih vpadnicah. Kritične meje so zabeležene v Bohinju, na Bledu, v Izoli in Ljubljani.

Politično-participatorni steber smo ocenili kvalitativno, in sicer z uporabo podatkov iz Zelene sheme slovenskega turizma. Analiza je pokazala pozitivne kvalitativne ocene deležnikov o vključenosti prebivalstva v razvoj turizma in politično podporo razvoju turizma. Tudi mediji (še vedno) podpirajo razvoj turizma, sicer pa raste število objav (v zadnjih treh letih), ki pa vse bolj poudarjajo negativne družbene vplive turizma na okolje. Ti so povezani s kakovostjo bivanja lokalnega prebivalstva, predvsem v Ljubljani in na Bledu in njihovega sobivanja v turistično obremenjenem okolju.

Rezultate empirične analize diagnostičnega modela lahko strnemo v naslednjih točkah:

1. V Sloveniji destinacije: Bled, Ljubljana, Dolina Soče in Piran/Portorož ter termalne destinacije Podčetrtek, Moravske Toplice in Dobrna kažejo izzive zaradi hitre rasti turizma.
2. Trend turističnega povpraševanja se v zadnjih petih letih krepi, zato ga je treba spremljati in ustrezno upravljati, posebej v najbolj obiskanih destinacijah (Ljubljana, Bled, Piran, Dolina Soče).
3. Večina destinacij ima še zmeraj močan sezonski značaj, kar je treba omiliti. Primer dobre prakse je Ljubljana, ki je v zadnjih letih značilno podaljšala sezono.
4. Rast turistične ponudbe ni usklajena z rastjo turističnega povpraševanja. Na ravni države in na ravni posameznih destinacij ima Slovenija (primerjalno s sosednjimi državami) značilno manj hotelskih ležišč na prebivalca. V tem segmentu turističnega razvoja je torej potencial za rast in treba je spodbuditi turistično ponudbo. V Ljubljani je načrtovanih 1000 novih hotelskih sob, tudi v Bovcu so v teku investicije za povečanje hotelskih kapacitet. Žal na drugih destinacijah trenutno ni zaslediti značilnih novih investicij v hotelske namestitve.
5. Rast ponudbe zasebnih namestitev je izjemna in s tega vidika netrajnostna. V Sloveniji je v ponudbi zasebnih namestitev več kot 31 tisoč ležišč (podatki AirDNA). To je povzročilo hitro naraščanje povpraševanja, ki mu ni sledila rast ponudbe. Ustvarili so se pogoji za razvoj trga zasebnih namestitev. Trg zasebnih namestitev je največji v Ljubljani, Dolini Soče, na Bledu in v Piranu/Portorožu. Na tem področju so potrebne nadaljnje analize in ukrepi morebitne regulacije in limitacije.



6. Koncentracija turistične ponudbe je v Sloveniji obvladljiva, saj večinoma, niti ob izjemni rasti, ne povzroča izzivov. Težava s koncentracijo se pojavlja v posameznih točkah (npr. Ljubljanski grad ali Tolminska korita). Zato je poleg diagnostične analize na ravni destinacije treba izvesti tudi diagnostično analizo na ravni posameznih točk.
7. Za merjenje obremenjenosti določene točke pa so potrebni primarni podatki in diagnostika, le s podatki iz drugotnih virov ni mogoča. Točke, ki zaznajo problem z obremenjenostjo, morajo zagotoviti opremo merjenja števila obiskovalcev in izvedbo primarne raziskave na lokaciji. Merjenje obremenjenosti pa smo strukturirali kot oceno na podlagi statističnih podatkov rasti, koncentracije in sezonskosti ter zaznave uporabniške izkušnje.
8. Z izjemo prometa, ki je ozko grlo v najbolj obiskanih destinacijah: Ljubljana, Bled, Bohinj, Dolina Soče, Piran/Portorož, nismo zaznali večjih težav z okoljsko trajnostjo. Kljub temu je navedeno trditev treba tolmačiti z nekaj rezerve, ker je merjenje in ocena stanja okoljske trajnosti omejeno zaradi zelo slabe dostopnosti podatkov o kakovosti naravnega okolja.
9. Visoko zaznana raven participacije lokalnega prebivalstva v razvoju turizma vse bolj spremljajo tudi medijske zaznave o negativnih vplivih turizma na kakovost življenja. To izraža prihodnjo potrebo po aktivnem menedžmentu sobivanja turistov in prebivalcev v ključnih destinacijah.

Ključne ukrepe za destinacijski menedžment, s ciljem zagotavljanja trajnostnega razvoja turizma na dolgi rok, smo oblikovali v naslednjih sklopih:

- › ukrepi na področju ozaveščanja in komunikacije;
- › ukrepi na področju učinkovitega menedžmenta na ravni turističnih destinacij;
- › ukrepi na področju razvoja splošne in turistične infrastrukture;
- › ukrepi za dvig politične podpore;
- › ukrepi na področju omejevanja turistične ponudbe in/ali povpraševanja.

Predlagani ukrepi na področju ozaveščanja in komunikacije so: povečanje zelenega duha med turističnimi ponudniki in širitev Zelene sheme na gospodarstvo; ozaveščanje in informiranje lokalnega prebivalstva o turističnih dogodkih, ki lahko vplivajo na kakovost njihovega bivanja v destinaciji; aktivno ozaveščanje in informiranje turistov

z uporabo turistične signalizacije, s pomočjo ponudnikov in s kodeksom obnašanja; promocija manj znanih atrakcij (preusmeritev promocije z »ikonskih točk« na manj obiskane atrakcije). Komunikacija in ozaveščanje sodita med mehke ukrepe in sta primerni za destinacije, ki se aktivno ne soočajo z izzivi preturizma.

Ukrepi na področju menedžmenta se med destinacijami značilno razlikujejo. Model z »ena številka za vse« rešitvijo ne obstaja. Kot uspešni so se pokazali: Podrobno in stalno spremljanje ter evalvacija stanja; ukrepi na področju menedžmenta zasebnih namestitev (predvsem v smeri zagotavljanja kakovosti in infrastrukture zasebnih ponudnikov, npr. zagotovitve parkirišča); uvedbe dodatnih pristojbin ali vstopnin (npr. takse za avtobuse ali vstopnine za najbolj obremenjene točke); zagotavljanje števcov obiska na najbolj obiskanih lokacijah s ciljem boljšega monitoringa obiskovalcev; oblikovanje ukrepov prihodkovnega menedžmenta na ravni destinacije; zagotavljanje pogostejšega odvoza smeti v glavni sezoni; razvoj orodij za usmerjanje turističnih tokov na ravni destinacije v sodelovanju z mobilnimi operaterji itn.

Ukrepi na področju razvoja infrastrukture so ključni, vendar večinoma izven pristojnosti turističnih deležnikov, še posebej destinacijskih organizacij. Reševanje težav na področju prometne infrastrukture je tako izven dometa destinacijskih organizacij, čeprav je njihova razrešitev ključnega pomena za trajnostni razvoj turizma. Zraven prometne infrastrukture sta ponekod zelo obremenjeni tudi komunalna in ostala javna infrastruktura. Zato je v tem delu potrebna predvsem izjemna politična podpora turističnemu razvoju in participacija na lokalni ter tudi nacionalni ravni. Morebitni ukrepi so: zagotavljanje zadostnega števila javnih in plačljivih parkirišč; zagotavljanje kakovostne prometne dostopnosti destinacije; zagotavljanje trajnostne turistične infrastrukture (pitniki za vodo, recikliranje odpadkov, kolesa, e-mobilnost); ureditev javnega prometa v sodelovanju z Ministrstvom za promet; merjenje kakovosti zraka v destinacijah, povečan odvoz smeti, merjenje kakovosti vode itn.

Sklop politične podpore je izjemno povezan s sklopom razvoja infrastrukture in tudi ta je žal izven dometa vpliva turističnih deležnikov. Nanaša se predvsem na regulatorni okvir, ki je izjemno pomemben za turistični razvoj. V okviru tega sklopa so smotrni naslednji ukrepi: Aktivno sodelovanje turističnih deležnikov v prvi vrsti destinacijskih organizacij pri oblikovanju prometne zakonodaje (parkirišča in prometnice), aktivno sodelovanje destinacij pri oblikovanju prostorskih načrtov, regulacija na področju mobilnosti (povezave z vlaki, taksi službe, regulacija delitvene ekonomije s ciljem zagotavljanja kakovosti, večji nadzor namestitev delitvene ekonomije, razvoj območij

brez ponudbe delitvene ekonomije, obvezne vodniške službe v najbolj obremenjenih točkah ipd.).

V zadnjem sklopu so ukrepi na področju omejevanja turistične ponudbe. Omejevalni ukrepi so na vrsti zadnji in se izvajajo samo v destinacijah, ki imajo resne težave s preturizmom. V Sloveniji danes takšnih destinacij nimamo. Ukrepi v tem sklopu lahko zajemajo: omejevanje parkiranja avtobusov v mestnem jedru; omejevanje dnevnega obiska v kritičnih točkah; omejevanje gradnje hotelov in gostinskih obratov v kritičnih točkah; omejevanje ponudbe delitvene ekonomije v kritičnih točkah; omejevanje dnevnega števila turistov; omejevanje dnevnega števila obiskovalcev itn.

Poleg predloga in empiričnega testiranja diagnostičnega modela smo v tem projektu na podlagi spletnih dostopnih podatkov (objave na spletni platformi TripAdvisor) naredili projekcijo turističnih tokov za Slovenijo in okoliške destinacije. Turistični tokovi so ponavljajoči se prostorski vzorci vedenja turistov, ki pokažejo, katere destinacije turisti obiskujejo skupaj med svojim bivanjem v Sloveniji. Gre za metodološko zahtevne analize velikih količin podatkov na podlagi razvitega protokola projektne ekipe. Rezultati so pokazali vključenost manjšega števila ključnih destinacij v vse glavne turistične tokove. Te destinacije so Ljubljana, Bled, Blejski Vintgar, Piran, Postojna, Bohinj in Kranjska Gora. To so ikonske, dobro razvite in prepoznavne slovenske destinacije. Vse so bile testirane v diagnostičnem modelu. Analiza turističnih tokov je naprej pokazala, da se turisti v Sloveniji večinoma gibajo med destinacijami zahodne in osrednje Slovenije, medtem ko destinacije v širšem vzhodnem delu Slovenije niso vključene v strateške turistične tokove.

Trajnost ni samoumevna. Za njeno doseganje je treba trdo delati. Diagnostika razvoja turizma za Slovenijo je spodbudna in kaže na nekatere izzive, nikakor pa ne na preplah zaradi preturizma. Na podlagi ključnih rezultatov je za nemoten razvoj turizma na ravni menedžmenta turističnih destinacij potreben podroben monitoring turistične rasti in dvig politične podpore za razvoj infrastrukture. Rezultati naprej opozarjajo na izjemno rast ponudbe v zasebnih namestitvah, ki jo je treba natančno spremljati, smiselni so tudi ukrepi za dvig njene kakovosti. V prepoznanih kritičnih točkah (atrakcijah) turistične obremenjenosti niso potrebni ukrepi omejevanja, temveč ukrepi boljšega menedžmenta (vključno z razvojem infrastrukture in uvajanjem vstopnin) in ozaveščanja. K temu spada tudi promocija, ki jo je smotrno usmerjati tudi na znamenitosti in destinacije, ki so manj obiskane. Cilj tega je boljša razporeditev turističnega povpraševanja in bolj učinkovit menedžment turističnih tokov.



## UVOD

Prekomerni turizem ali preturizem, njegovo prepoznavanje, spremljanje in ukrepanje za njegovo preprečevanje so bile do še nedavnega najpomembnejše teme destinacijskega menedžmenta. Številne evropske in svetovne destinacije so v preteklem desetletju zaječale pod težo večletne visoke rasti turističnega povpraševanja. V letu 2018 so evropske destinacije, kot so Dubrovnik, Benetke, Barcelona in Amsterdam, zasedle prve strani medijev. Mediji so poročali predvsem o negativnih posledicah preturizma in ena izmed najbolj izpostavljenih je bila nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva, ki se je odražalo kot do turistov odklonilno obnašanje posameznikov in skupin.

Prekomeren obisk evropskih mestnih destinacij ob sočasni visoki sezonskosti in delitveni ekonomiji ima na lokalna okolja številne negativne ekonomske in družbene vplive, ki v destinacijah nižajo kakovost življenja in turistične ponudbe. Na evropski in tudi svetovni ravni pa se destinacije zaradi prekomernega turizma spopadajo tudi z uničenjem naravne ali kulturne dediščine. Jame, kot je Altamira, in tropski otoki, npr. Boracay, so v preteklih letih zapirali vrata pred turisti in jih ponovno odpirali z izboljšanimi ukrepi za preprečevanje negativnih posledic turističnega obiska.

Tudi v Sloveniji smo v preteklih letih beležili visoko turistično rast. Posamezne atrakcije in destinacije so se v javnem diskurzu in medijih v zadnjih letih začele prevečkrat prikazovati v konotaciji negativnih vplivov takšnega turističnega razvoja. Za pravilno razumevanje obsega in narave izzivov je bilo potrebno razviti ustrezen model. Pričujoče delo opisuje razvoj sodobnega modela za diagnostiko turističnega razvoja v izbrani destinaciji na podlagi:

- › ključnih raziskav, ki so jih objavile vodilne institucije in strokovnjaki: UNWTO (2018, 2019), F. Weber et al. (2017), MCKinsey&Company and WTTC (2017); (Fabian Weber et al., 2017); F. Weber et al. (2017);
- › podrobnega pregleda znanstvene literature na temo nosilnih zmogljivosti turističnih destinacij;
- › razgovorov s ključnimi deležniki na področju razvoja turizma v Sloveniji in
- › znanja ter izkušenj na projektu sodelujočih strokovnjakov (Ekonomska fakulteta in Fakulteta za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani, Slovenska akademija znanosti in umetnosti – SAZU, Zavod GoodPlace).

Model temelji na konceptu trajnosti in je zasnovan na štirih ključnih stebrih. V splošni literaturi, posebej pa v strokovnih razpravah, koncept trajnosti vključuje tri stebre: ekonomskega, okoljskega in družbeno-kulturnega. Tem smo dodali še politično-participatorni steber (Mihalic, 2016), ki zajema politično in širšo družbeno podporo razvoju turizma v nekem kraju. To dimenzijo, ki se uveljavlja tudi z delom slovenskih znanstvenikov in strokovnjakov, že dlje časa kot pomembno prepoznava tudi UNWTO. Politično-participativna dimenzija postaja izjemno pomembna posebej v času, ko se številne destinacije srečujejo s pritiski turizma na okolje in se zahteva širši politično-družbeni konsenz za razvoj turizma.

Štirje stebri v modelu skupaj vključujejo 17 kazalnikov za diagnostiko turističnega razvoja. Ekonomski steber temelji na štirih kazalnikih za merjenje turistične rasti in sezonskosti. Družbeni steber vsebuje šest kazalnikov za merjenje koncentracije povpraševanja, koncentracije ponudbe in zadovoljstva turistov ter lokalnih prebivalcev. Okoljski steber je zasnovan na štirih kazalnikih za merjenje kakovosti zraka, količine odpadkov, kakovosti prometa in splošnega stanja okolja. Trije kazalniki v politično-participatornem stebru pa merijo participacijo lokalnega prebivalstva, politično podporo razvoju turizma in zaznavo medijev o razvoju turizma na destinaciji. Večina kazalnikov (12) je kvantitativnih in merljivih z javno dostopnimi drugotnimi podatki. Preostalih pet kazalnikov je kvalitativnih in merljivih z analizo primarnih raziskav ali s subjektivnimi ocenami turističnih deležnikov.

Predlagani model ne vzpostavi samo sistema kazalnikov po štirih ključnih stebrih turističnega razvoja, temveč razvije diagnostiko za prepoznavo njihovih kritičnih mej. Kritične meje so določene glede na raziskane izkušnje in prakse v destinacijah in predlagane v obliki semaforja z barvno signalizacijo: zeleno (sprejemljive meje), rumeno (potrebne intervencije), rdeče (nujno ukrepanje). Obravnavo kritičnih mej v modelu semaforja ponazarjamo s primerom povprečne stopnje rasti števila turistov na neki destinaciji v zadnjih petih letih. Znotraj zelenega območja sprejemljivega razvoja je do pet odstotna letna turistična rast, rumeno območje in z njim predvideno načrtovanje ukrepov vključuje pet- do desetodstotno letno turistično rast, medtem ko letna rast nad deset odstotkov pomeni rdeče območje in nujno delovanje za aktivno usmerjanje turistične rasti. Na podoben način so kritične meje predlagane tudi pri drugih kazalnikih. Poleg določanja kritičnih mej model predlaga tudi ukrepe, ki jih je treba implementirati na ravni destinacije glede na stanje posameznega kazalnika.

Model smo empirično testirali na 73 slovenskih občinah, ki sodijo med vodilne turistične destinacije glede na opredelitev Strategije trajnostnega razvoja turizma v

Sloveniji. Na splošno rezultati kažejo, da se v Sloveniji (še) ne spopadamo s preturizmom ali z antiturizmom. Obstoječi prostor za rast pa je treba zapolniti pametno, načrtovano in predvsem trajnostno.

Delo, ki je pred vami, je razdeljeno na pet ključnih vsebinskih poglavij. V prvem poglavju prikazujemo pregled obstoječih, mednarodno priznanih modelov nosilne zmogljivosti turističnih destinacij in modelov turističnega načrtovanja v destinacijah. Drugo poglavje temelji na študijah primerov tujih destinacij, ki so se v preteklosti soočale z negativnimi vplivi preturizma. V tretjem poglavju za boljše razumevanje slovenskih destinacij, njihovega obiska in medsebojne povezanosti predstavimo rezultate analize strateških turističnih tokov v slovenskih destinacijah na podlagi turističnih spletnih uporabniških vsebin. Četrto in peto poglavje sta namenjena razvoju modela in njegovemu testiranju na 73 vodilnih slovenskih turističnih destinacijah.

Čeprav je leto 2020 pozornost tako v turističnih destinacijah kot tudi širši družbi usmerilo v reševanje povsem novih problemov, ob katerih se zdi preturizem stvar preteklosti, je potrebno razumevanje izzivov velike turistične rasti preteklih let graditi naprej. Kljub številnim adaptacijam bo turizem še naprej in morda bolj kot kdaj koli prej kmalu stremel k večanju števil in ponovni rasti. Rast pa bo ob neustreznem menedžmentu prej ko slej trčila v že zoznane probleme.





# 1 PREGLED MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI TURISTIČNIH DESTINACIJ

Številne turistične destinacije se v zadnjih letih zaradi velike turistične rasti spopadajo z izzivi zaradi prekomernega turističnega obiska, ki povzroča prenatrpanost, uničevanje naravne in kulturne dediščine, nezadovoljstvo obiskovalcev in nezadovoljstvo lokalnih prebivalcev (Becker, 2017; Butler, 1996; Carrell, 2017; Coldwell, 2017; H., 2017; K.S., 2017; MCKinsey&Company & WTTC, 2017; Simpson, 2017; UNWTO, 2017; Weber et al., 2017). Vezano na negativne vplive turizma se pojavljajo novi izrazi, kot sta preturizem (prekomerni turizem) in antiturizem (nasprotovanje turizmu). Ob navidezno novih izzivih in izrazih pa se včasih pozablja, da je diskurz na temo negativnih vplivov turizma prisoten že več kot pol stoletja (Dredge, 2017).

Njegovi začetki so vezani na načrtovanje zmogljivosti v turizmu. Načrtovanje (planiranje) zmogljivosti je široko uporabljena tehnika načrtovanja turizma in izvira predvsem iz problematike prostorske (in časovne) koncentracije turizma. Na splošno se pojem turistična zmogljivost opredeljuje kot "maksimalno število turistov, ki ga prenese določeno turistično območje" (O'Reilly, 1986, p. 254). Načrtovanje turistične zmogljivosti se torej nanaša na maksimalno število ljudi, ki lahko uporabljajo prostor, tako da pri tem ne vplivajo na okolje in ne zmanjšujejo zadovoljstva bodisi lokalnih prebivalcev ali obiskovalcev pod sprejemljivo mejo (Mihalič & Kaspar, 1996). To poimenujemo tudi kot nosilno zmogljivost nekega okolja.

Pri natančnejši obravnavi turistične zmogljivosti sicer ločimo dva koncepta. Prvi koncept obravnava turistično zmogljivost z vidika destinacije oziroma lokalnega prebivalstva. Maksimalna zmogljivost je omejena s tem, koliko turistov želimo, in ne s tem, koliko bi jih lahko pritegnili. Po drugem konceptu se pojem turistična zmogljivost nanaša na obseg turističnega prometa z vidika obiskovalcev, pri katerem začne le-ta upadati, ker se je zaradi prevelikega števila turistov njihovo zadovoljstvo začelo zmanjševati.

Koncept nosilne zmogljivosti se je v turizmu prenesel iz študij o ohranjanju naravnih habitatov divjih živali. Na tem področju je bila nosilna zmogljivost v 60. letih 20. stoletja razumljena kot gornje število živali neke vrste v danem naravnem habitatu (Manning, Lime, Hof, & Freimund, 1995). V turizmu se je potreba po razvoju metodologije za turistično nosilno zmogljivost sprva pojavila v ameriških narodnih parkih, kjer so se zaradi povečanega števila obiskovalcev začeli kazati negativni vplivi na okolje.

Prve študije turistične nosilne zmogljivosti so se osredotočale na določanje okoljske in infrastrukturne nosilne zmogljivosti glede na uporabo (število obiskovalcev). Te študije so poudarjale fizično komponento nosilne zmogljivosti nekega območja, ki je vključevala oceno vplivov na naravno okolje in/ali oceno nosilne zmogljivosti glede na obstoječo infrastrukturo (Butler, 1996). Temeljile so na izračunih za določanje zgornje meje uporabe oziroma zgornjega števila obiskovalcev. Kasnejše tovrstne študije vključujejo tudi dinamično in prostorsko modeliranje, simulacije in scenarije različnih obsegov turistične uporabe nekega območja.

Nosilna zmogljivost naravnih območij, ki so namenjena uporabi obiskovalcev, pa je odvisna tudi od občutenja obiskovalcev glede prenatrpanosti prostora. Metodologija za razumevanje nosilne zmogljivosti turističnih območij, ki vključuje samo fizično komponento, se je zato kmalu izkazala kot nezadostna. To je bila podlaga za razvoj študij turistične nosilne zmogljivosti, ki so temeljile na ali vključevale družbeno komponento (Shelby & Heberlein, 1987). Kjer so bila obravnavana območja naseljena, je nastala potreba po še dodatnem vidiku družbene komponente, in sicer občutenja lokalnih skupnosti glede prekomernega obiska in negativnih vplivov razvoja turizma na njihova življenja (Bezzola, 1975).

Z vključevanjem družbene komponente v konceptualizacijo turistične nosilne zmogljivosti je sodba o maksimalnih zgornjih mejah uporabe nekega območja postala vrednostna sodba (McCool & Lime, 2001). Odvisna je postala namreč od subjektivnih občutenj obiskovalcev in drugih deležnikov turističnega razvoja tega območja. Ta občutja se med posamezniki razlikujejo. Posledično obstaja več različnih nosilnih zmogljivosti istega območja. Katera bo obvladala kot osrednja, je naloga turističnega načrtovanja.

Nato so v 80. in 90. letih prejšnjega stoletja v ospredje stopili modeli nosilne zmogljivosti, ki so namesto zgornjih mej raje iskali sprejemljive meje sprememb v nekem območju, ki nastanejo zaradi njegove turistične uporabe. Ti modeli so utrdili metodološko-konceptualne delitve na opisno, vrednotno in/ali načrtovalno fazo. Delitev na faze omogoča ločevanje med objektivnim opisovanjem stanja od subjektivnega načrtovanja in določanja pogojev turističnega razvoja izbranega območja (McCool & Lime, 2001; Shelby & Heberlein, 1984). Pri tem se vse bolj poudarja pomen participatornega načrtovanja v sodelovanju z lokalnimi skupnostmi in drugimi deležniki turističnega razvoja.

V zadnjih desetletjih so se modeli nosilne zmogljivosti in iskanja sprejemljivih mej združili v diskurz trajnostnega razvoja turizma. Trajnostni turizem spodbuja nastajanje okoljsko občutljivih in trajnostno naravnanih modelov turističnega razvoja. Takšen razvoj cilja k uresničevanju potreb zdajšnjih generacij brez pogojevanja zmožnosti uresničevanja potreb kasnejših generacij (WCED, 1987, p. 43). V turizmu se v osnovi povezuje s tremi ključnimi stebri: okoljskim, družbeno-kulturnim in ekonomskim (Edgell Sr, 2016).

Trajnostni turizem spodbuja nastanek novih, kompleksnih modelov nosilnih zmogljivosti za turistične destinacije. To so celostni modeli s številnimi vključenimi komponentami: fizično, ki je lahko okoljska (naravno okolje) ali infrastrukturna, družbeno (socialno) z vidikov turistov in lokalnih skupnosti, komponento političnosti, participatornosti, ohranjanja kulturne dediščine itn. Zaradi pomembne vloge trajnostnega turizma v novejših modelih in prisotnosti njegovih posameznih prvin v zgodnejših modelih je pregled modelov nosilnih zmogljivosti v turističnih destinacijah umeščen v konceptualni okvir treh stebrov trajnostnega razvoja turizma.

## 1.1 PREGLED MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI V TURIZMU

V nadaljevanju opisujemo ključne modele nosilnih zmogljivosti in omejevanja turistične rasti. Modeli so obravnavani glede na razvito tipologijo na podlagi vsebinske analize pregledane literature. Tipologija temelji na komponentah nosilnih zmogljivosti, ki so bile prepoznane v proučevanih modelih. Komponente so razvrščene v stebre trajnostnega razvoja: okoljskega, družbeno-kulturnega in ekonomskega, kot je opisano v nadaljevanju in razvidno s Slike 1. Podobne klasifikacije so prisotne tudi v drugih obravnavanih virih, vendar niso umeščene v konceptualne stebre trajnostnega razvoja turizma.

Komponente:

- › *komponenta nosilne zmogljivosti turistov* (družbeno-kulturni steber), ki vključuje vidike dojetja turistične rasti s strani turistov;
- › *komponenta nosilne zmogljivosti lokalnega prebivalstva* (družbeno-kulturni steber), ki vključuje vidike dojetja turistične rasti s strani lokalnega prebivalstva;
- › *politična komponenta* (družbeno-kulturni steber), ki vključuje vidike političnega vpliva na vprašanja turistične rasti;

- › *kulturno-dediščinska komponenta* (družbeno-kulturni steber), ki obravnava vlogo atrakcij kulturnega in zgodovinskega pomena v konceptualizaciji rasti, razvoja in/ali nosilne zmogljivosti;
- › *komponenta participatornosti* (družbeno-kulturni steber), ki se nanaša na v konceptualizaciji modelov predvideno vključevanje lokalnih skupnosti, javnosti in/ali drugih zainteresiranih deležnikov;
- › *ekonomska komponenta* (ekonomski steber), ki vključuje ekonomski vidik turističnega razvoja nekega območja;
- › *infrastrukturna komponenta* (okoljski steber), ki se navezuje na vprašanja infrastrukturne podpore turistični rasti nekega območja;
- › *komponenta naravnega okolja* (okoljski steber), ki se navezuje na vprašanja zaščite naravnega okolja v kontekstu turističnega razvoja nekega območja.

Slika 1: Komponente nosilne zmogljivosti po stebrih trajnostnega razvoja v turizmu



Na podlagi opisane tipologije analizirane modele smo razvrstili v dve glavni skupini:

- › *diagnostični modeli obremenitev okolja* – ti modeli so namenjeni ugotavljanju zgornjih mej uporabe nekega turističnega območja. Temeljijo na kvantitativnih postopkih izračunavanja. Nekateri izmed njih vključujejo izračunavanja različnih scenarijih ali simulacij uporabe. Vsi diagnostični modeli vključujejo komponente nosilnih zmogljivosti iz okoljskega stebra trajnostnega razvoja, ki so lahko kombinirani s komponentami iz ekonomskega ali družbeno-kulturnega stebra trajnostnega razvoja. Diagnostični modeli včasih podpirajo širši sistem ukrepov za trajnostno rast, načrtovanje in menedžment turističnega/rekreativnega območja in so v taki

uporabi podlaga za izvedbene modele (Zhang, Li, Su, & Hu, 2017). Mednje smo uvrstili skupine modelov ali modele, ki smo jih poimenovali okoljska nosilna zmogljivost, ocenjevanje turističnega okoljskega odtisa, ekonomski modeli in trajnostno-diagnostični modeli.

- › *diagnostično-izvedbeni modeli: orodja in ukrepi* – ti modeli so razviti kot orodja in sistemi ukrepov za izvajanje načrtovanja in menedžmenta turističnih/rekreativnih območij. Temeljijo na kvalitativnem določanju zelenih pogojev. To je lahko podprto s kvantitativnim ocenjevanjem in spremljanjem doseganja zelenih pogojev ali/in z oblikovanjem priporočil na podlagi dobrih praks in raziskav. Zgodnji diagnostično-izvedbeni modeli večinoma ne vključujejo ekonomske komponente. Novejši diagnostično-izvedbeni modeli so celostni in vključujejo številne komponente iz vseh stebrov, vendar pogosto ne vključujejo komponent političnosti in participatornosti. Med izvedbene modele smo uvrstili skupine modelov ali modele, ki smo jih poimenovali družbena nosilna zmogljivost, zgodnji načrtovalni modeli in napredni načrtovalni modeli.

Slika 2: Modeli merjenja nosilne zmogljivosti



Slika 2 prikazuje osnovno razdelitev modelov glede na pregledano literaturo. Natančnejši prikaz ključnih v literaturi obravnavanih modelov pa vsebuje Tabela 1. Tabelarni prikaz vključuje informacijo o poimenovanju modela, času nastanka modela in njegovih avtorjih (v kolikor so znani), enoti obravnave, tipu modela in komponentah, ki jih vključuje. V Tabeli 1 prikazani modeli so združeni v skupine modelov, prikazane na Sliki 2.



KOMPONENTE MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI PO STEBRIH TRAJNOSTNEGA RAZVOJA V TURIZMU													
LETO	IME MODELA / PRISTOPA	AVTORJI	ENOTA OBRAVNAVE	TIP MODELA	DRUŽBENO-KULTURNI						OKOLJSKI		EKONOMSKI
					Turisti	Prebivalci	Participatornost	Politična komp.	Kulturno-dediščinska komp.	Infrastruktura	Naravno Okolje		
1985	VAMP (Visitor activity management process)	PARKS CANADA	narodni parki	Diagnostično-izvedbeni	x						x	x	
1990	VIM (Visitor impact management)	US NATIONAL PARK SERVICE (Graefe et al., 1990)	narodni parki - raven specifičnih lokacij	Diagnostično-izvedbeni	x						x	x	
1993	VERP (Visitor experience resource protection)	US NATIONAL PARK SERVICE	narodni parki	Diagnostično-izvedbeni	x	x	x				x	x	
1997	TOMM	Manidit Roberts Consultants	otoki, ruralne destinacije	Diagnostično-izvedbeni	x	x	x				x	x	x
1997	Nosilna zmogljivost kot orodje sistema ICAM	PAP/RAC., regionalni center Split	obalne turistične destinacije	Diagnostično-izvedbeni	x	x	x				x	x	x

KOMPONENTE MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI PO STEBRIH TRAJNOSTNEGA RAZVOJA V TURIZMU													
LETO	IME MODELA / PRISTOPA	AVTORJI	ENOTA OBRAVNAVE	TIP MODELA	DRUŽBENO-KULTURNI						OKOLJSKI		EKONOMSKI
					Turisti	Prebivalci	Participatornost	Politična komp.	Kulturno-dediščinska komp.	Infrastruktura	Naravno Okolje		
2002	Nosilna zmogljivost evropskih destinacij	Environmental Planning Laboratory of the University of the Aegean, Greece	Obalna območja, otoki, zavarovana območja, ruralna območja, Gorski resorti, zgodovinska naselja in mesta	Diagnostično-izvedbeni		x	x		x		x		x
2002	PAVIM	Farrell, T. A., & Marion, J. L.	zavarovana območja	Diagnostično-izvedbeni	x					x			x
2002	Ocenjevanje turističnega okoljskega odtisa	Prenos modela: različni	turistične destinacije	Diagnostični						x		x	
2004	Dinamični model turizma	Patterson, T., Gulden, T., Cousins, K., & Kraev, E.	Otoki	Diagnostični		x						x	x



KOMPONENTE MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI PO STEBRIH TRAJNOSTNEGA RAZVOJA V TURIZMU														
LETO	IME MODELA / PRISTOPA	AVTORJI	ENOTA OBRAVNAVE	TIP MODELA	DRUŽBENO-KULTURNI						OKOLJSKI		EKONOMSKI	
					Turisti	Prebivalci	Participatornost	Politična komp.	Kulturno-dediščinska komp.	Infrastruktura	Naravno Okolje			
2007	Ekonomski modeli	različni	turistične ekonomije – destinacije	Diagnostični								x		x
2013	Večkratna turistična nosilna zmogljivost	Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E. C., Caroli, P., Thakuri, S., & Tartari, G.	zavarovana naravna območja	Diagnostično-izvedbeni	x					x				
2012	Nosilna zmogljivost DPSIR	Castellani, V., & Sala, S. (2012)	turistične destinacije	Diagnostični						x			x	
2017	Nosilna zmogljivost glede na povpreševalne attribute	Wang, E., Wang, Y., & Yu, Y.	narodni parki	Diagnostični	x								x	
2017	Nosilna zmogljivost temarskih parkov	Zhang, Y., Li, X., Su, Q., & Hu, X.	tematski park	Diagnostični	x						x			x

KOMPONENTE MODELOV NOSILNIH ZMOGLJIVOSTI PO STEBRIH TRAJNOSTNEGA RAZVOJA V TURIZMU													
LETO	IME MODELA / PRISTOPA	AVTORJI	ENOTA OBRAVNAVE	TIP MODELA	DRUŽBENO-KULTURNI						OKOLJSKI		EKONOMSKI
					Turisti	Prebivalci	Participatornost	Politična komp.	Kulturno-dediščinska komp.	Infrastruktura	Naravno Okolje		
2017	Menedžment turističnih destinacij pod pritiskom	Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Tauffer, B., Ponnascoreddy, S., Fux, S., ... Barth, M.	turistične destinacije	Diagnostično-izvedbeni	x	x					x	x	x
2017	Menedžment prenatrpanosti v turističnih destinacijah	McKinsey&Company, & WTTC	turistične destinacije	Diagnostično-izvedbeni	x	x				x	x		x
2018, 2019	Menedžment preturizma v urbanih destinacijah	UNWTO, CELTH, NHTV/Breda University of Applied Sciences, NHL Stenden University of Applied Sciences	Urbane turistične destinacije	Diagnostično-izvedbeni	x	x	x	x		x			x

## 1.2 DIAGNOSTIČNI MODELI OBREMENITEV OKOLJA

Med diagnostične modele obremenitev okolja smo uvrstili modele za obravnavo okoljske nosilne zmogljivosti in pristope za ocenjevanje turističnega okoljskega odtisa, ekonomske modele in trajnostno-diagnostične modele. Trajnostno diagnostični modeli vključujejo model nosilne zmogljivosti na podlagi metodologije DPSIR (ang. *Drivers, Pressures, State, Impacts, Responses*), model nosilne zmogljivosti glede na povpraševalne attribute, model nosilne zmogljivosti tematskih parkov in dinamični model turizma (Tabela 1).

Za diagnostične modele obremenitev okolja je značilna metodologija za določanje zgornje meje uporabe nekega območja. V Tabeli 2 so našteje obravnavane študije znotraj posameznih modelov / skupin modelov. Iz Tabele 1 so razvidne komponente, značilne za posamezne modele / skupine modelov. V kolikor posamezna študija vključuje dodatne komponente glede na druge študije v okviru istega modela / iste skupine modelov, je to v Tabeli 2 označeno z zvezdico (\*) in opredeljeno v opisnem delu.

Tabela 2: Študije in primeri uporabe diagnostičnih modelov obremenitev okolja

IME MODELA / SKUPINE MODELOV	ŠTUDIJE IN PRIMERI UPORABE
OKOLJSKA NOSILNA ZMOGLJIVOST	<ul style="list-style-type: none"> <li>- študije z metodologijo EIA (Environmental impact assesment)</li> <li>- Lee &amp; Chang (2014)</li> <li>- Lobo (2015)</li> </ul>
OCENJEVANJE TURISTIČNEGA OKOLJSKEGA ODTISA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gössling, Hansson, Hörstmeier &amp; Saggel, S. (2002)</li> <li>- Castellani and Sala (2012b)</li> <li>- Chen, Chen, Chang, &amp; Hsieh, T. (2014)</li> <li>- Cadarso, Gómez, López &amp; Tobarra (2016)</li> <li>- Lin, Li, Li, &amp; Xu (2018)</li> </ul>
EKONOMSKI MODELI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerina (2007)</li> <li>- López Bonilla, &amp; López Bonilla (2008)</li> <li>- Cole (2009)*</li> <li>- Marsiglio (2017)</li> </ul>
TRAJNOSTNO-DIAGNOSTIČNI MODELI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Castellani and Sala (2012a)</li> <li>- Wang, Wang, and Yu (2017)</li> <li>- Zhang et al. (2017)</li> <li>- Patterson, Gulden, Cousins, and Kraev (2004)</li> </ul>

Prvi diagnostični modeli so se pojavili že v 70. letih prejšnjega stoletja kot modeli **okoljske nosilne zmogljivosti** (Butler, 1996). Ti modeli obravnavajo vplive prekomerne turistične/rekreativne uporabe na naravno okolje in proučujejo destinacije z občutljivimi naravnimi habitati, na primer naravnimi parki (ibid.), rečnimi ekosistemi (Lee & Chang, 2014) in sistemi podzemnih jam (Lobo, 2015). Med zgodnje študije okoljske nosilne zmogljivosti uvrščamo tudi študije, ki uporabljajo v turizmu preneseno metodologijo ocenjevanja okoljskega vpliva EIA (ang. *environmental impact assesment*) (Duffield & Walker, 1984; Green, Hunter, & Moore, 1990; Rajotte, 1978).

V zadnjih desetletjih so se zraven študij okoljske nosilne zmogljivosti začeli pojavljati metodološki pristopi za **ocenjevanje turističnega okoljskega odtisa**, konkretneje ogljičnega odtisa. Tudi pri teh pristopih gre za prenos že obstoječe metodologije na področje turizma. Zraven okoljske komponente vsebujejo ti pristopi tudi infrastrukturno komponentno, saj vplive turizma pogosto obravnavajo z vidika mednarodnih turističnih poti (Gössling, Hansson, Hörstmeier, & Saggel, 2002) ali vpliva investicij v turistično infrastrukturo (Cadarso, Gómez, López, & Tobarra, 2016). Ocenjevanje turističnega okoljskega odtisa se izvaja v raznolikih destinacijah, kot so otoki (Gössling et al., 2002), narodni parki (Chen, Chen, Chang, & Hsieh, 2014) in tudi mestne destinacije (Lin, Li, Li, & Xu, 2018). Včasih je ocenjevanje okoljskega odtisa v turističnih destinacijah konceptualno oprto na teorije življenjskega cikla destinacije (Cadarso et al., 2016; Castellani & Sala, 2012b).

Konceptualni okviri življenjskega cikla destinacije so prisotni tudi v študijah, ki uporabljajo **ekonomske modele** (Lozano, Gomez, & Rey-Maqueiera, 2008). Ekonomski modeli temeljijo na ekonomskih teorijah, npr. teoriji kaosa (S. Cole, 2009) ali teoriji ekonomske rasti (Cerina, 2007; López Bonilla & López Bonilla, 2008; Marsiglio, 2017). Ti modeli večinoma vključujejo ekonomsko in okoljsko komponento, ena izmed obravnavanih študij (S. Cole, 2009) pa vključuje tudi komponenti turistov in infrastrukture.

Zadnjo skupino diagnostičnih modelov obremenitev okolja tvorijo **trajnostno-diagnostični modeli**. Mednje uvrščamo kompleksno zasnovane modele nosilne zmogljivosti, ki ocenjujejo nosilno zmogljivost nekega območja na podlagi številnih komponent in kvantitativne metodologije. Na tak način pridobljene ocene so opora načrtovalnim in menedžerskim procesom turističnih območij. Kompleksnost trajnostno-diagnostičnih modelov je na primer razvidna s slikovnega prikaza modela nosilne zmogljivosti za tematske parke (Zhang et al., 2017) v Dodatku (1). Nekateri trajnostno-diagnostični modeli vključujejo različne simulacije oziroma metodologijo

za preizkušanje različnih scenarijev glede na različno stopnjo obremenitve (Patterson et al., 2004).

### 1.3 DIAGNOSTIČNO-IZVEDBENI MODELI: ORODJA IN UKREPI

Med diagnostično-izvedbene modele smo uvrstili družbene modele, zgodnje načrtovalne modele in napredne načrtovalne modele. Družbeni modeli vključujejo družbeno nosilno zmogljivost, mednje pa smo šteli tudi model večkratne nosilne zmogljivosti.

Zgodnji načrtovalni modeli vključujejo koncept planiranja turistične zmogljivosti, spektralni model rekreacijskih možnosti ROS (ang. *Recreation Opportunity Spectrum*), model za določanje mej sprejemljivih sprememb LAC (ang. *Limits of Acceptable Change*), načrtovalni model upravljanja aktivnosti obiskovalcev VAMP (ang. *Visitor Activity Management Planning*), model za upravljanje vpliva obiskovalcev VIM (ang. *Visitor Impact Management*), model občutenja obiskovalcev in varovanja virov VERP (ang. *Visitor Experience and Resource Protection*), turistični optimizacijski model upravljanja TOMM (ang. *Tourism Optimization Management Model*) in model za upravljanje vpliva obiskovalcev v zavarovanih območjih PAVIM (ang. *Protected Areas Visitor Impact Management*).

Napredni načrtovalni modeli vključujejo model nosilne zmogljivosti kot orodja sistema ICAM (ang. *Integrated Coastal and Marine Areas Management*) za obalne mediteranske destinacije, večkratno turistično nosilno zmogljivost, model nosilne zmogljivosti evropskih destinacij, menedžment turističnih destinacij pod pritiskom, menedžment prenatrpanosti v turističnih destinacijah in menedžment preturizma v urbanih destinacijah (Tabela 1).

Diagnostično-izvedbeni modeli so pogosto oblikovani kot orodja za načrtovanje trajnostne rasti neke destinacije oziroma kot sistem ukrepov, ki podpira menedžment destinacije. Iz Tabele 1 so razvidne komponente, značilne za posamezne modele / skupine modelov. Študije v okviru posameznega modela / skupine modelov so razvidne v Tabeli 3. V kolikor posamezna študija vključuje dodatne komponente glede na druge študije v okviru istega modela / iste skupine modelov, je to v tabeli 3 označeno z zvezdico (\*) in opredeljeno v opisnem delu.

Tabela 3: Študije in primeri uporabe diagnostično-izvedbenih modelov

IME MODELA / SKUPINE MODELOV	ŠTUDIJE IN PRIMERI UPORABE
DRUŽBENA NOSILNA ZMOGLJIVOST	-Shelby and Heberlein (1984) -De Ruyck, Soares, & McLachlan (1997) -Saveriades (2000)* -Salerno, Viviano, Manfredi, Caroli, Thakuri, & Tartari (2013) -Mokry (2013) -Alvarez-Sousa (2018)*
ZGODNJI NAČRTOVALNI MODELI	
KONCEPT PLANIRANJA TURISTIČNE ZMOGLJIVOSTI	-Bezzola (1975)
ROS	-Driver, Brown, Stankey & Gregoire (1987) -Kaltenborn & Emmelin (1993) -Boyd & Butler (1996) -Stanis, Schneider, Shinew, Chavez & Vogel (2009) -Harshaw & Sheppard (2013)
LAC	-Stankey, McCool & Stokes (1984) -Stankey, Cole, Lucas, Petersen & Frissell (1985) -Cole & McCool (1997) -Ahn, Lee & Shafer (2002) -Lawson, Manning, Valliere & Wang (2003) -Frauman & Banks, S. (2011) -Diedrich, Huguet & Subirana (2011)
VAMP	-Graham, Nilsen, and Payne (1988)
VIM	-Kuss, Graefe, and Vaske (1990)
VERP	-Manning, Lime, Hof & Freimund, W. A. (1995) -Hof & Lime (1997) -Lawson, Manning, Valliere & Wang (2003)
TOMM	-Arnberger, Eder, Jiricka, Pröbstl, and Salak (2013) -Matt, Daniels, Ellermann, Hödl, and Solis-Sosa (2015)
PAVIM	-Farrell and Marion (2002)
NAPREDNI NAČRTOVALNI MODELI	-PAP/RAC., regionalni center Split (1997) -Environmental Planning Laboratory of the University of the Aegean, Greece (2002) -Weber, Stettler, Priskin, Rosenberg-Taufer, Ponnappureddy, Fux, . . . Barth (2017) -Mckinsey&Company & WTTC (2017) -UNWTO et. al (2018, 2019)

Diagnostično-izvedbeni modeli – orodja in ukrepi za načrtovanje uporabe turističnih območij so nastali z vključitvijo družbene komponente v modele turistične nosilne

zmogljivosti. Prve pobude po vključitvi družbene komponente so se pojavile že v 60. letih 20. stoletja (Butler, 1996). Najbolj znano konceptualno zasnovo **modelov družbene nosilne zmogljivosti** pa sta postavila Shelby and Heberlein (1984) v 80. letih 20. stoletja za naravna območja, namenjena rekreativni uporabi. Avtorja sta izpostavila pomen pričakovanj in občutenj turistov glede prenatrpanosti, ki morajo biti v kakovostnem turističnem načrtovanju upoštevana za opredelitev nosilne zmogljivosti nekega območja.

V navezavi na to sta Shelby in Heberlein razvila model z opisno (ang. *descriptive*) in vrednotno (ang. *evaluative*) dimenzijo (Shelby & Heberlein, 1987). Prva dimenzija je vezana na objektivne parametre o vplivih uporabe nekega območja, ki jih je moč manipulirati z načrtovalnimi odločitvami. Druga dimenzija temelji na subjektivni oceni obiskovalcev o prenatrpanosti, npr. na podlagi frekvenc srečanj z drugimi obiskovalci. Pomemben za delovanje modela je konsenz o načinu uporabe nekega območja in sporazumno določanje parametrov med predvidenimi deležniki (Watson, 1988). Tak konsenz nakazuje zametke participatornih procesov pri določanju nosilne zmogljivosti nekega območja.

Širjenje trajnostnih načel turističnega razvoja in poudarjanje pomena turističnega načrtovanja sta vplivala na prenos metodologije družbene nosilne zmogljivosti iz naravnih območij na še druge turistične destinacije (De Ruyck, Soares, & McLachlan, 1997; Mokry, 2013). S tem se je razširilo tudi pojmovanje družbene komponente nosilne zmogljivosti. Ta je začela vključevati občutenja lokalnih skupnosti glede turističnega vpliva (Saveriades, 2000). Modeli družbene nosilne zmogljivosti večinoma vsebujejo družbeno (in njej podrejeno fizično) komponento ter komponento participatornosti. Novejše študije družbene nosilne zmogljivosti na evropskih mestnih destinacijah, kot je npr. Barcelona, vključujejo še politično in kulturno-dediščinsko komponento (Alvarez-Sousa, 2018).

Med družbene modele nosilne zmogljivosti smo uvrstili tudi model večkratne turistične nosilne zmogljivosti (Salerno et al., 2013), saj sta v njem dve najbolj izpostavljeni komponenti ravno občutenja obiskovalcev in fizična komponenta. Model večkratne turistične nosilne zmogljivosti (ibid.) ima močno izraženo participatorno komponento in je namenjen zavarovanim naravnim območjem. Zaradi kompleksnosti, dobrega združevanja diagnostične in izvedbene dimenzije ter upoštevanja konceptualnega okvira trajnostnega turizma pa bi lahko ta model uvrstili tudi med napredne načrtovalne modele.

Subjektivna merila glede na občutenja obiskovalcev in spremenljive meje nosilne zmogljivosti glede na sprejete konsenze med deležniki turističnega razvoja so vplivali na razvoj **zgodnjih načrtovalnih modelov**. Zgodnji načrtovalni modeli so večinoma nastajali kot pristopi za upravljanje naravnih območij v ameriških in kanadskih narodnih parkih. Razviti kot načrtovalna orodja so povzročili premik od statičnih pojmovanj omejitev zmogljivosti na sistematizacijo procesov za doseganje zelenih pogojev razvoja nekega območja (Stankey et al., 1985). Kasneje so bili uporabljeni in prilagojeni za še druga naravna območja in območja rekreativne uporabe po svetu.

Ti pristopi so bili razviti za prepoznavanje priložnosti razvoja rekreativnih in turističnih območij ter za ocenjevanje razmerja med človeško uporabo in vplivi na neko območje. Omogočili so sistematizacijo korakov pri odločanju o sprejemljivih pogojih in pri izbiri ustreznih menedžerskih strategij (Farrell & Marion, 2002). Čeprav se zgodnji načrtovalni modeli v posameznih dimenzijah razlikujejo, jim je skupna obravnava mej nosilnih zmogljivosti, vzpostavljanje ustrezne in zelene obiskovalčeve uporabe ter prepoznavanje fizičnih vplivov kot posledic rekreacijske uporabe. Vsi torej vključujejo fizično in družbeno komponento nosilne zmogljivosti. Načrtovanje zelenih pogojev in ciljev (standardov kvalitete) podkrepijo z vzpostavitvijo kvantitativno ali kvalitativno merljivih indikatorjev glede na dogovorjene standarde kvalitete. To je podprto s spremljanjem in preverjanjem doseganja rezultatov (Hof & Lime, 1997).

Eden prvih in glede na vključene komponente zelo celostni tovrstni model je nastal kot koncept planiranja turističnih zmogljivosti za švicarske gorske destinacije (Bezzola, 1975). Sledili so mu modeli za obravnavo ameriških narodnih parkov. Mednje spada spektralni model rekreacijskih možnosti ROS (ang. *Recreation Opportunity Spectrum*). ROS je pristop za prepoznavanje razpona prostočasnih rekreacijskih možnosti razvoja nekega območja ob sočasnem upoštevanju okoljske in družbene nosilne zmogljivosti, ki temelji na metodologiji razredov priložnosti.

Tudi model za določanje mej sprejemljivih sprememb LAC (ang. *Limits of Acceptable Change*) vsebuje metodologijo razredov priložnosti na podlagi modela ROS. Model LAC se od modela ROS razlikuje v konceptualizaciji participatornih procesov vključevanja javnosti in relevantnih deležnikov v definiranje zelenih standardov (Clark & Stankey, 1979). Model LAC je večinoma sestavljen iz devetih, ne nujno zapovrstnih stopenj: (1) opredelitev področja obravnave in izzivov, (2) definiranje in opis razredov priložnosti, (3) izbor indikatorjev za vire in družbene pogoje, (4) popis virov in družbenih pogojev, (5) opredelitev zelenih standardov za vire in družbene indikatorje, (6) opredelitev alternativnih možnosti dodelitev razredov priložnosti, (7) opredelitev



ukrepov za vsako od alternativnih možnosti, (8) ocena in izbor alternativne možnosti in (9) implementacija ukrepov in pogojev spremljanja izvajanja (Stankey et al., 1985).

Kasnejša različica modela LAC je model občutenja obiskovalcev in varovanja virov VERP (ang. *Visitor Experience and Resource Protection*) (Manning et al., 1995). Modelu LAC je podoben tudi model za upravljanje vpliva obiskovalcev VIM (ang. *Visitor Impact Management*), saj je prenosljiv na raznolika okolja. Za razliko od modela LAC pa je namenjen menedžmentu specifičnih lokacij in nima poudarjenega regionalnega vidika. Obenem temelji na profesionalni oceni zelenih standardov brez sodelovanja javnosti in zainteresiranih deležnikov (Kuss et al., 1990).

Zgodnji načrtovalni modeli so se razvijali tudi drugje po svetu. Načrtovalni model upravljanja aktivnosti obiskovalcev VAMP (ang. *Visitor Activity Management Planning*) se osredotoča na menedžment dnevnih aktivnosti obiskovalcev in se je primarno razvil v kanadskih narodnih parkih (Graham et al., 1988). Turistični optimizacijski model upravljanja TOMM (ang. *Tourism Optimization Management Model*) je podoben modeloma LAC in VIM. Bil je razvit za otok Fraser v Avstraliji (Manidis, 1997; *TOMM Tourism optimisation management model. Annual Report, 2000*), od tam pa se je preselil tudi drugod (Arnberger et al., 2013; Matt et al., 2015). Za destinacije centralne in južne Amerike pa je nastal model za upravljanje vpliva obiskovalcev v zavarovanih območjih PAVIM (ang. *Protected Areas Visitor Impact Management*) (Farrell & Marion, 2002).

Zadnjo skupino med diagnostično-izvedbenimi modeli smo poimenovali **napredni načrtovalni modeli**. Ti modeli so povečini nastajali po letu 2000, ko se je koncept trajnostnega turizma že dodobra ustalil v znanstveni in strokovni obravnavi. Večinoma so oblikovani za turistične destinacije in ne več za območja rekreativne uporabe. Njihova metodologija pogosto omogoča obravnavo različnih tipov destinacij. Zanje so značilne številne komponente in vključevanje raznolikih deležnikov (komponenta participatornosti).

Nosilna zmogljivost v naprednih načrtovalnih modelih je združena v širše zastavljeno konceptualizacijo bodisi trajnostnega razvoja v turizmu (Coccosis, Mexa, & Collovini, 2002), specifičnih sistemov menedžmenta kot npr. integriranega sistema obalnega menedžmenta ICAM (ang. *integrated coastal area management*) (PAP/RAC, 1997) ali ukrepanja v destinacijah, obremenjenih zaradi pojavov prenatrpanosti, preturizma in antiturizma (McKinsey&Company & WTTCm 2017, Weber et al, 2017, UNWTO et al., 2018 in 2019). Skupna značilnost večine teh pristopov je uspešno združevanje diagnostičnega opredeljevanja zgornjih mej z dinamičnimi in včasih participatornimi procesi načrtovanja v destinacijah.

Zgodnji model, ki smo ga uvrstili med napredne načrtovalne modele, je model nosilne zmogljivosti kot orodja sistema ICAM (ang. *Integrated Coastal and Marine Areas Management*), razvit za obalne mediteranske destinacije (PAP/RAC, 1997). Ta model v marsičem spominja na zgodnje načrtovalne modele, saj predvideva participatorno odločitev o enem oziroma maksimalno dveh razvojnih možnostih, ki pogojujeta opredelitev nosilne zmogljivosti. Od zgodnjih načrtovalnih modelov pa se razlikuje po obravnavanih komponentah: njihovi številčnosti in upoštevanju občutenja lokalnih skupnosti namesto občutenja turistov v družbeni komponenti. Zanj značilna je tudi uporabna vrednost za destinacije hkratne naravne in kulturno-zgodovinske dediščine.

Eden osrednjih trajnostno naravnanih modelov nosilne zmogljivosti v evropskem prostoru je model nosilne zmogljivosti evropskih destinacij v državah EEA. Nastal je v okviru mednarodne študije Okoljsko-načrtovalnega laboratorij Univerze v Egejih, objavljene v poročilu *Defining, measuring and evaluating carrying capacity in European tourism destinations* (Coccosis et al., 2002). Metodologija modela po vzoru Shelbyja in Hebersteina (1987) vključuje (1) opis stanja v neki destinaciji, ki zajema fizične, ekološke, družbene, politične in gospodarske vidike ter identificiranje ovir in turističnih vplivov; in (2) oceno turistične nosilne zmogljivosti te destinacije, ki vsebuje definiranje ciljev in sprejemljivih, merljivih vplivov ter je povezana z načrtovanjem in upravljanjem destinacije.

Opisovani model (Coccosis et al., 2002) nudi konceptualni okvir za identifikacijo ključnih omejitvenih faktorjev turističnega razvoja v različnih tipih destinacij (primorske destinacije, otoki, zavarovana območja, podeželska območja, gorski resorti in zgodovinske naselbine). Skupine indikatorjev so v modelu oblikovane po komponentah nosilne zmogljivosti: fizično-okoljska, socio-demografska in politično-ekonomska. Indikatorji so različno obteženi glede na tip destinacije, kar je razvidno v Dodatku (2).

V zadnjih letih so v ospredju modeli, orodja in priporočila, ki nastajajo kot odgovor na pojave prenatrpanosti, preturizma in protiturističnih protestov v turističnih destinacijah. Sem spadajo pristop za menedžment turističnih destinacij pod pritiskom (Weber et al., 2017), pristop za menedžment prenatrpanosti v turističnih destinacijah (MCKinsey&Company & WTTC, 2017) in najnovejši pristop za razumevanje in menedžment preturizma v urbanih destinacijah (UNWTO et al., 2018, 2019).

Prvi pristop (Weber et al., 2017) temelji na primerjalni študiji enajst raznolikih destinacij po svetu, objavljeni v poročilu '*Tourism destinations under pressure: Challenges and innovative solutions*'. Glede na rezultate študije izzivi v destinacijah

nastopijo, ko je nosilna zmogljivost presežena. Na podlagi analize različnih destinacij avtorji izpostavijo principe uspešnega menedžmenta v destinacijah. Ti temeljijo na identifikaciji gonilnikov turistične rasti, dejavnikov nosilne zmogljivosti destinacije, izzivov in rešitev. To je prikazano v Dodatku (3).

Drugi pristop (MCKinsey&Company & WTTC, 2017) je opisan v poročilu '*Coping with success: Managing overcrowding in tourism destinations*'. Vključuje nabor taktik za vodenje in načrtovanje prenatrpanih turističnih destinacij, orodje za diagnostiko prenatrpanosti v mestnih destinacijah in pregled dobrih praks. Turistična prenatrpanost (ang. overcrowding) je v poročilu opredeljena kot kompleksen pojav, ki povzroča odtujevanje lokalnega prebivalstva, degradiranje turističnega doživetja, preobremenitev infrastrukture, škodo naravi in grožnjo kulturni dediščini. Nastalo orodje vsebuje metodologijo za ocenjevanje obremenjenosti destinacij na podlagi petstopenjske lestvice in primerjalnih vrednosti – indikatorjev.

Indikatorji v McKinseyevi študiji (MCKinsey&Company & WTTC, 2017) so razviti v naslednjih v kategorijah: splošno stanje (indikatorji: odstotek turističnega GDP-ja in zaposlitve, rast turističnih prihodov), odtujenost lokalnega prebivalstva (indikatorja: število obiskovalcev na kvadratni kilometer, število obiskovalcev glede na število lokalnih prebivalcev), degradirano turistično doživetje (indikator: delež slabih ali zelo slabih komentarjev atrakcij na spletnem omrežju Tripadvisor), okoljska škoda (indikator: letna povprečna vrednost trdih delcev PM 10 v zraku), grožnja kulturni dediščini (delež zgodovinskih atrakcij med TOP 20 atrakcijami na spletnem omrežju Tripadvisor), preobremenjenost infrastrukture (indikatorji: razlika v turističnih letalskih prihodih med visoko in nizko sezono obiska, delež komentarjev 5 najbolj popularnih destinacij na spletnem omrežju Tripadvisor). Primer uporabe diagnostičnega orodja na mestu Barcelona je prikazan v Dodatku (4).

Najnovejše smernice za preprečevanje pojavov preturizma v urbanih destinacijah je pripravila Svetovna turistična organizacija (2018, 2019) v sodelovanju s partnerji (CELTH, NHTV Breda University of Applied Sciences, NHL Stenden University of Applied Sciences) v obliki dveh poročil z naslovom '*Overtourism? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*'. Preturizem je v obeh poročilih opredeljen kot nova beseda za že obstoječe koncepte upravljanja preobremenjenosti in nosilne zmogljivosti destinacij.

V prvem poročilu (UNWTO et al., 2018) je vzpostavljen konceptualni okvir preturizma in predlagane so široko zastavljene smernice za preprečevanje izzivov in izkoriščanje priložnosti turistične rasti v urbanih destinacijah. Smernice so konkretizirane

v obliki 11 strategij in 68 ukrepov. Strategije vključujejo prostorsko in časovno razpršitev turistov, spodbujanje razvoja novih poti/atrakcij, pregled in posodobitev regulacij, spodbujanje večje segmentacije obiskovalcev, zagotavljanje koristi turizma za lokalne skupnosti, ustvarjanje doživetij, ki združujejo lokalno prebivalstvo in turiste, izboljšanje infrastrukturnih zmogljivosti, vključevanje lokalnih deležnikov in turistov v implementacijo ukrepov ter razvoj ukrepov za spremljanje in odzivanje na izzive.

Drugo poročilo je nabor 18 študij primerov, ki proučujejo strategije za spopadanje s preturizmom v 18 urbanih destinacijah po svetu (Amsterdam, Antwerpen, Barcelona, Berlin, Besalú, Cambridge, Dubrovnik, Edinburgh, Gent, Hangzhou, London, Lucern, Macao, New York, Lizbona, Seul, Porto, Praga in Benetke). Študije potrjujejo, da morajo biti uspešne strategije umeščene v realnost posamezne destinacije in da ne obstajajo enotne rešitve za vse destinacije. Izzivi v destinacijah – časovno in prostorsko pogojena preobremenjenost, šibka mobilnost, nezadostna infrastruktura in viri, izgubljanje avtentičnosti destinacije in negativni vplivi na vsakdanje življenje v destinaciji – so medsebojno povezani.

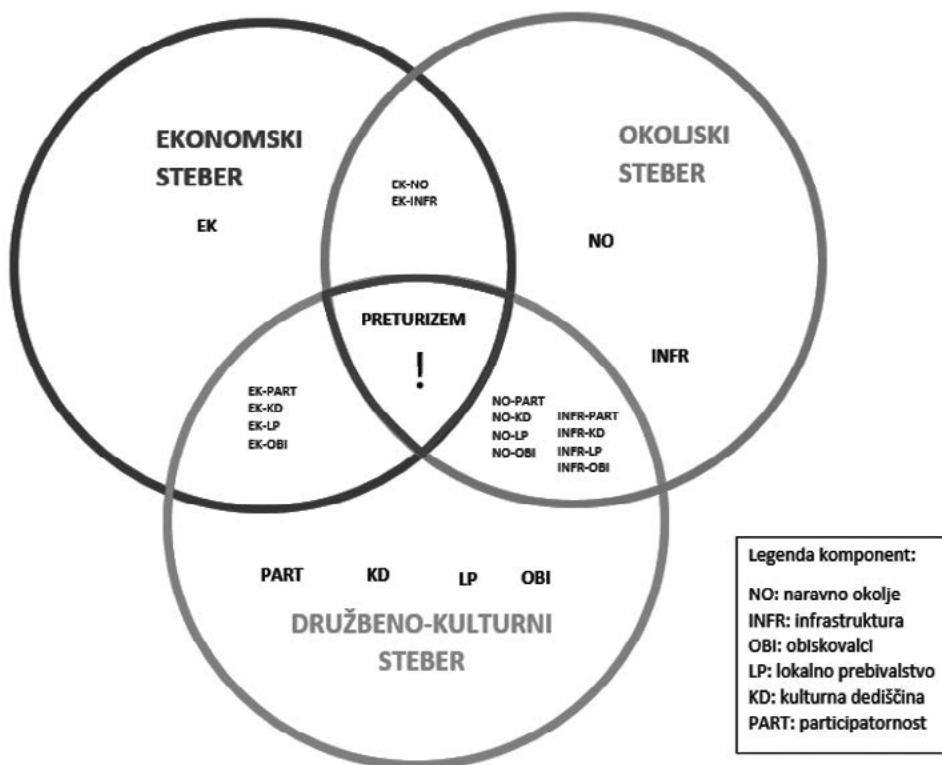
#### **1.4 VLOGA KOMPONENT V MODELIH NOSILNE ZMOGLJIVOSTI**

Pregled modelov turistične nosilne zmogljivosti in omejevanja (ali načrtovanja) turistične rasti kaže na različno vlogo komponent v modelih ali skupinah modelov. Zgodnji diagnostični modeli so večinoma vsebovali samo komponente iz okoljskega stebra, medtem ko so diagnostično-izvedbeni modeli že od začetka vključevali tako komponente iz okoljskega kot tudi iz družbeno-kulturnega stebra. Ekonomski steber je pri številnih zgodnjih modelih ne glede na izvedbeno ali diagnostično naravo odsoten, kasnejši modeli pa ga tudi zaradi poudarjanja trajnostnega razvoja turizma vse bolj upoštevajo. Novejši modeli bolj celostno vključujejo številne komponente iz vseh stebrov trajnostnega razvoja.

Čeprav je zastopanost posameznih komponent v modelih nosilne zmogljivosti odvisna od značaja preučevanega območja (neposeljeni naravni parki, območja za rekreacijo, poseljena turistična območja, mesta itn.), lahko neuravnovešenost med komponentami pri načrtovanju in določanju nosilne zmogljivosti povzroči večje izzive od izvirnega problema. Neuravnotežena zastopanost različnih komponent lahko sproži spreminjanje destinacije glede na njen življenjski cikel. Čeprav je spreminjanje pogosto plod participatornega odločanja različnih deležnikov, je za občutljive naravne

ekosisteme nesprejemljivo (Butler, 1996). Problematično pa je to tudi za ostale destinacije.

Slika 3: Kombinacije različnih komponent nosilne zmogljivosti na stičiščih stebrov trajnostnega turizma



Destinacija se lahko npr. osredotoči na komponento turistov in spremeni ciljno skupino gostov. Različni tipi obiskovalcev imajo različna občutenja glede prenatrpanosti. Če destinacija privablja obiskovalce z večjo toleranco do prenatrpanosti, bo zadostila kriterijem zadovoljstva obiskovalcev in vsaj začasno zagotovila nadaljevanje turistične rasti, vendar bo s tem poslabšala negativne vplive na okolje in lokalne skupnosti. Ti se v zadnjih letih izražajo v obliki preturizma in antiturizma. Novejši modeli, ki nastajajo kot odgovor na omenjene pojave, zato težijo k celostni obravnavi različnih komponent turistične nosilne zmogljivosti in omejevanja (načrtovanja) turistične rasti.

## 1.5 VLOGA TURISTIČNE NOSILNE ZMOGLJIVOSTI IN TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA PRI PREPREČEVANJU POJAVOV PRETURIZMA IN ANTITURIZMA

Globalna rast ekonomskih standardov, relativna obdobja miru za večino svetovnega prebivalstva z večjo kupno močjo in tehnološki napredek (internet, mobilnost), ki je temeljito spremenil prakse v turizmu, so številnim turističnim destinacijam po svetu v zadnjih desetletjih prinesli visoko turistično rast. Visoka, celo nenadzorovana turistična rast pa je povzročila izzive zaradi prevelike koncentracije turistov v času in prostoru in preseganja okoljske in družbene nosilne zmogljivosti. To se izraža z nezadovoljstvom lokalnih skupnosti, ki so se ponekod začele organizirati proti turističnemu razvoju (Coldwell, 2017). V navezavi na izzive se uveljavljata izraza preturizem (prekomerni turizem - ang. *overtourism*) in antiturizem oziroma protiturizem (ang. *antitourism*).

Preturizem ali pretirani turizem se vsebinsko pogosto povezuje z evolucijo netrajnostnih praks masovnega turizma. Dickinson (2018) pretirani turizem razlaga kot fenomen popularnih destinacij, ki so preplavljene s turisti na netrajnosten način. Milano (2017) ga kot takega povezuje s turistično fobijo (ang. *tourism phobia*), ki je medijska skovanka za legitimno družbeno nezadovoljstvo zaradi prevelikega turističnega pritiska. Oklevik et al. (2019) menijo, da preturizem nastane zaradi disproporcionalnega dotoka turistov, ki dominira lokalnim ekonomijam in krajinam. Visoko koncentracijo turistov v omejenih prostorskih in časovnih nišah pa povezujejo tudi z nepredvidljivostjo delovanja priporočil in vzdrževanja ugleda na spletnih sodelovalnih omrežjih (ibid.).

Vse pogosteje pa je preturizem definiran tudi z nezadovoljstvom lokalnih skupnosti ali turistov, kar v navezavi na našo klasifikacijo modelov nosilnih zmogljivosti kaže na šibkost v družbeno-kulturnem stebru trajnostnega razvoja (Tabela 1). Ali (2016) definira preturizem kot negativni vpliv turizma na občuteno kvaliteto življenja lokalnega prebivalstva ali obiskovalcev v neki destinaciji ali njenih delih. Organizacija Responsible Tourism (2018) opredeljuje preturizem z vidika negativnega vpliva prevelikega obiska na lokalne prebivalce, kar znižuje kakovost življenja. Svetovna turistična organizacija (2018) povezuje koncept preturizma z nekontroliranim razvojem in odsotnostjo kakovostnega menedžmenta, kar negativno vpliva tako na lokalne prebivalce kot na obiskovalce.

Negativni vplivi preturizma se kažejo v degradaciji občutka pripadnosti domačemu kraju, naraščajočih turističnih zastojev in privatizaciji javnih prostorov, porastu nepremičninskih špekulacij in upad paritete kupne moči lokalnih prebivalcev v primerjavi z obiskovalci (Seraphin, Sheeran, & Pilato, 2018). Nezadovoljstvo lokalnega prebivalstva je povezano s kulturno distanco med turisti in lokalnimi skupnostmi, pa tudi z nezadovoljivo prostorsko in časovno distribucijo turistov (Postma & Schmuecker, 2017).

Oba vidika – evolucija netrajnostnega razvoja masovnega turizma in šibkosti v zagotavljanju družbeno-kulturnega stebra trajnostnega razvoja – sta seveda povezana. Seraphin (2018) ob povzemanju še drugih avtorjev meni, da preturizem nastane, ko število turistov preseže število lokalnih prebivalcev, ko destinacija doseže zgornje meje turističnega razvoja (nosilne zmogljivosti) oziroma ko začne turizem destinacijo prekomerno obremenjevati.

Čeprav številni avtorji poudarjajo (Dredge, 2017; UNWTO, 2018), da je preturizem le nova besede za že obstoječe pojave, je v svojem bistvu preturizem posledica nepravilnega reševanja predhodnih izzivov masovnega turizma v destinacijah. Ti izzivi so ob turistični rasti, ki ni bila uravnoteženo obravnavana v vseh stebrih trajnostnega turizma, povzročili preseganje nosilnih zmogljivosti v več komponentah. To preseganje se je v očeh širše javnosti najbolj očitno izrazilo prav v družbeno-kulturnem stebri trajnostnega razvoja. A ob natančnejši obravnavi destinacij pod pritiskom lahko zaznamo, da je nosilna zmogljivost pogosto presežena tudi v drugih stebrih trajnostnega razvoja.

Preturizem je ob politizaciji nezadovoljstva nad negativnimi vplivi netrajnostnega razvoja turizma prerasel v antiturizem. Izvorno ima antiturizem dvojen pomen. V sociologiji turizma je "anti-tourism" uveljavljen pojem za "potnike", ki ne želijo biti videni kot turisti (Miller & Auyong, 1998; Welk, 2004). Pri tem se izraz "turisti" navezuje na masovni turizem in njegove značilnosti, kot so okoljska škodljivost, ignoranca, konzumerizem, komercializacija, neavtentičnost doživetij. V novem pomenu pa se izraz uporablja v povezavi s protiturističnimi civilnimi in političnimi gibanji. Primer antiturizma se kaže npr. v organiziranih protestih v Barceloni spomladi 2017 ("*Tourists go home*") ali v nezadovoljstvu obiskovalcev ("*Wish you weren't here*") (Mihalic, SRT, 2019).

Antiturizem kot gibanje pogosto bolj vidno opozarja na preseganje nosilnih zmogljivosti v več stebrih trajnostnega razvoja turizma kot preturizem. Njegov vzpon se povezuje s prevelikim številom turistov, ki ogroža naravno in kulturno dediščino,

kvaliteto življenja lokalnih prebivalcev, povzroča okoljsko škodo in obenem spodbuja poslovne prakse, v katerih so lokalna podjetja vse bolj omejena (Seraphin et al., 2018). Antiturstična gibanja poudarjajo negativne vplive turizma, ki pomenijo presežanje nosilne zmogljivosti v vseh stebrih trajnostnega razvoja, vendar smo jih ustrezno zaznali šele, ko je bila presežena nosilna zmogljivost lokalnega prebivalstva, ki je odreagiralo na javen način.

Preprečevanje pojavov preturizma in antiturizma zahteva celostno obravnavo in vključenost številnih komponent iz vseh stebrov trajnostnega razvoja v modele za načrtovanje in menedžment turistične rasti v destinacijah.

## 1.6 LITERATURA IN VIRI

Ahn, B. Y., Lee, B. K., & Shafer, C. S. (2002). Operationalizing sustainability in regional tourism planning: an application of the limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 23(1), 1-15. doi:10.1016/S0261-5177(01)00059-0

Ali, R. (2016). Exploring the Coming Perils of Overtourism. In: Skift.

Alvarez-Sousa, A. (2018). The problems of tourist sustainability in cultural cities: socio-political perceptions and interests management. *Sustainability*, 10(2), 503.

Arnberger, A., Eder, R., Jiricka, A., Pröbstl, U., & Salak, B. (2013). VVTOMM –the Tourism Optimization Management Model for the needs of marginal areas. *Managing and steering sustainable tourism development processes. Final Report part II of the project Listen to the Voice of Villages implemented through the CENTRAL EUROPE Programme, co-financed by the ERDF*. Retrieved from [http://www.central2013.eu/fileadmin/user\\_upload/Downloads/outputlib/Listento\\_Tomm\\_indicators.pdf](http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/outputlib/Listento_Tomm_indicators.pdf)

Becker, E. (2017). Only governments can stem the tide of tourism sweeping the globe *TheGuardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/05/only-governments-can-stem-tide-of-tourism-sweeping-the-globe>

Bezzola, A. (1975). Problems of the suitability and bearing capacity of the tourist mountain regions in Switzerland. *Problems of the suitability and bearing capacity of the tourist mountain regions in Switzerland*.

Boyd, S. W., & Butler, R. W. (1996). Managing ecotourism: an opportunity spectrum approach. *Tourism Management*, 17(8), 557-566.



Butler, R. W. (1996). The concept of carrying capacity for tourism destinations: dead or merely buried? *Progress in tourism and hospitality research*, 2(3-4), 283-293.

Cadarso, M. Á., Gómez, N., López, L. A., & Tobarra, M. Á. (2016). Calculating tourism's carbon footprint: measuring the impact of investments. *Journal of Cleaner Production*, 111, 529-537.

Carrell, S. (2017). Skye islanders call for help with overcrowding after tourism surge *TheGuardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/aug/09/skye-islanders-call-for-help-with-overcrowding-after-tourism-surge>

Castellani, V., & Sala, S. (2012a). Carrying capacity of tourism system: assessment of environmental and management constraints towards sustainability. In *Visions for Global Tourism Industry-Creating and Sustaining Competitive Strategies*: InTech.

Castellani, V., & Sala, S. (2012b). Ecological Footprint and Life Cycle Assessment in the sustainability assessment of tourism activities. *Ecological Indicators*, 16, 135-147.

Cerina, F. (2007). Tourism specialization and environmental sustainability in a dynamic economy. *Tourism Economics*, 13(4), 553-582.

Chen, H.-S., Chen, C.-Y., Chang, C.-T., & Hsieh, T. (2014). The construction and application of a carrying capacity evaluation model in a national park. *Stochastic Environmental Research and Risk Assessment*, 28(6), 1333-1341. doi:10.1007/s00477-013-0844-5

Clark, R. N., & Stankey, G. H. (1979). The recreation opportunity spectrum: a framework for planning, management, and research. *Gen. Tech. Rep. PNW-GTR-098*. Portland, OR: US Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station. 32 p, 98.

Coccosis, H., Mexa, A., & Collovini, A. (2002). *Defining, measuring and evaluating carrying capacity in European tourism destinations*. B4-3040/2000/294577/MAR/D2 Athens: University of the Aegean. Department of environmental studies. Laboratory of environmental planning.

Coldwell, W. (2017). First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe *TheGuardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>

Cole, D. N., & McCool, S. F. (1997). The limits of acceptable change process: modifications and clarifications. *UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE FOREST SERVICE GENERAL TECHNICAL REPORT INT*, 61-68.

Cole, S. (2009). A Logistic Tourism Model. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 689-714. doi:10.1016/j.annals.2009.07.004

De Ruyck, M., Soares, A. G., & McLachlan, A. (1997). Social carrying capacity as a management tool for sandy beaches. *Journal of Coastal Research*, 822-830.

Diedrich, A., Huguet, P. B., & Subirana, J. T. (2011). Methodology for applying the limits of acceptable change process to the management of recreational boating in the Balearic Islands, Spain (Western Mediterranean). *Ocean & Coastal Management*, 54(4), 341-351.

Dredge, D. (2017). »Overtourism« Old wine in new bottles? Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/overtourism-old-wine-new-bottles-dianne-dredge/>

Driver, B. L., Brown, P. J., Stankey, G. H., & Gregoire, T. G. (1987). The ROS planning system: Evolution, basic concepts, and research needed. *Leisure Sciences*, 9(3), 201-212.

Duffield, B. S., & Walker, S. E. (1984). The assessment of tourism impacts. In *Perspectives on environmental impact assessment* (pp. 479-516): Springer.

Edgell Sr, D. L. (2016). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future*: Routledge.

Farrell, T. A., & Marion, J. L. (2002). The Protected Area Visitor Impact Management (PAVIM) Framework: A Simplified Process for Making Management Decisions. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 31-51. doi:10.1080/09669580208667151

Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework. *Tourism Management*, 32(1), 128-140. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.013>

Gössling, S., Hansson, C. B., Hörstmeier, O., & Saggel, S. (2002). Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability. *Ecological Economics*, 43(2), 199-211. doi:[https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00211-2](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00211-2)

Graham, R., Nilsen, P., & Payne, R. J. (1988). Visitor management in Canadian national parks. *Tourism Management*, 9(1), 44-61. doi:[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(88\)90057-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(88)90057-X)

Green, H., Hunter, C., & Moore, B. (1990). Assessing the environmental impact of tourism development: Use of the Delphi technique. *Tourism Management*, 11(2), 111-120. doi:[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(90\)90026-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(90)90026-6)

H., T. (2017). (Pre)polni Bled: »Pridite raje jeseni!« Bohinj: »Tudi doma ne parkirate na zelenici!«. Retrieved from <https://www.rtv slo.si/tureavanture/podobe-slovenije/pre-polni-bled-pridite-raje-jeseni-bohinj-tudi-doma-ne-parkirate-na-zelenici/429686>

Harshaw, H. W., & Sheppard, S. R. J. (2013). Using the recreation opportunity spectrum to evaluate the temporal impacts of timber harvesting on outdoor recreation settings. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1-2, 40-50. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jort.2013.03.001>

Hof, M., & Lime, D. W. (1997). Visitor experience and resource protection framework in the national park system: Rationale, current status, and future direction. *UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE FOREST SERVICE GENERAL TECHNICAL REPORT INT*, 29-36.

K.S. (2017). Benečanom prekipelo zaradi turistov. Retrieved from <https://www.rtv slo.si/tureavanture/evropa/benecanom-prekipelo-zaradi-turistov/428339>

Kaltenborn, B. P., & Emmelin, L. (1993). Tourism in the high north: Management challenges and recreation opportunity spectrum planning in Svalbard, Norway. *Environmental Management*, 17(1), 41.

Kuss, F. R., Graefe, A. R., & Vaske, J. J. (1990). Visitor impact management: A review of research. *Volume*, 1, 187-217.

Lawson, S. R., Manning, R. E., Valliere, W. A., & Wang, B. (2003). Proactive monitoring and adaptive management of social carrying capacity in Arches National Park: an application of computer simulation modeling. *Journal of Environmental Management*, 68(3), 305-313. doi:[10.1016/s0301-4797\(03\)00094-x](https://doi.org/10.1016/s0301-4797(03)00094-x)

Lee, L. H., & Chang, Z. Y. (2014). A model for predicting tourist carrying capacity and implications for fish conservation. *Environmental Biology of Fishes*, 98(3), 871-884. doi:[10.1007/s10641-014-0335-7](https://doi.org/10.1007/s10641-014-0335-7)

Lin, W., Li, Y., Li, X., & Xu, D. (2018). The dynamic analysis and evaluation on tourist ecological footprint of city: Take Shanghai as an instance. *Sustainable Cities and Society*, 37, 541-549.

Lobo, H. A. S. (2015). Tourist carrying capacity of Santana cave (PETAR-SP, Brazil): A new method based on a critical atmospheric parameter. *Tourism Management Perspectives*, 16, 67-75. doi:10.1016/j.tmp.2015.07.001

López Bonilla, L. M., & López Bonilla, J. M. (2008). Measuring social carrying capacity: an exploratory study. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 3 (1), 116-134.

Lozano, J., Gomez, C. M., & Rey-Maqueira, J. (2008). The TALC hypothesis and economic growth theory. *Tourism Economics*, 14(4), 727-749. Retrieved from <Go to ISI>://WOS:000261228100005

Manidis, R. (1997). Developing a Tourism Optimization Management Model (TOMM), A Model to Monitor and Manage Tourism on Kangaroo Island, South Australia. *New South Wales: Manidis Roberts Consultants*. Retrieved from: [http://www.utok.cz/sites/default/files/data/USERS/u28/TOMM% 20Tourism% 20optimisation% 20management% 20model.pdf](http://www.utok.cz/sites/default/files/data/USERS/u28/TOMM%20Tourism%20optimisation%20management%20model.pdf).

Manning, R. E., Lime, D. W., Hof, M., & Freimund, W. A. (1995). *The visitor experience and resource protection (VERP) process: the application of carrying capacity to Arches National Park*. Paper presented at the The George Wright Forum.

Marsiglio, S. (2017). On the carrying capacity and the optimal number of visitors in tourism destinations. *Tourism Economics*, 23(3), 632-646. doi:10.5367/te.2015.0535

Matt, B., Daniels, J., Ellermann, U., Hödl, C., & Solis-Sosa, R. (2015). *An Integrated Management Framework for the Clayoquot Sound Biosphere Reserve: An Application of TOMM in the Pacific Northwest. Final Project Report for SFU REM-647 (2015-1)*. Retrieved from <http://clayoquotbiosphere.org/wp-content/uploads/2012/11/Report-Indicators.pdf>

McCool, S. F., & Lime, D. W. (2001). Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality? *Journal of Sustainable Tourism*, 9(5), 372-388. doi:10.1080/09669580108667409

MCKinsey&Company, & WTTC. (2017). *Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations>

Mihalič, T., & Kaspar, C. (1996). *Umweltökonomie im Tourismus*: Haupt.

Milano, C. (2017). *Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.*

Miller, M. L., & Auyong, J. (1998). *Remarks on tourism terminologies: Anti-tourism, mass tourism, and alternative tourism*. Paper presented at the Proceedings of the 1996 World Congress on Coastal and Marine Tourism: Experiences in Management and Development.

Mokry, S. (2013). Concept of perceptual carrying capacity and its use in the creation of promotional materials of tourist destination. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61(7), 2547-2553.

O'Reilly, A. M. (1986). Tourism carrying capacity: Concept and issues. *Tourism Management*, 7(4), 254-258. doi:[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90035-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90035-X)

Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C. M., Steen Jacobsen, J. K., Grøtte, I. P., & McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21.

PAP/RAC. (1997). *Guidelines for carrying capacity assessment for tourism in Mediterranean coastal areas. PAP-9/1997/G.1. Priority Actions Programme Regional Activity Centre, Split.*

Patterson, T., Gulden, T., Cousins, K., & Kraev, E. (2004). Integrating environmental, social and economic systems: a dynamic model of tourism in Dominica. *Ecological Modelling*, 175(2), 121-136. doi:10.1016/j.ecolmodel.2003.09.033

Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144-156.

Rajotte, F. (1978). A method for the evaluation of tourism impact in the Pacific. *A method for the evaluation of tourism impact in the Pacific.*

ResponsibleTourism. (2018). OverTourism (online). Retrieved from <http://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>

Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E. C., Caroli, P., Thakuri, S., & Tartari, G. (2013). Multiple Carrying Capacities from a management-oriented perspective to operationalize sustainable tourism in protected areas. *J Environ Manage*, *128*, 116-125. doi:10.1016/j.jenvman.2013.04.043

Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, *21*(2), 147-156. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00044-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00044-8)

Seraphin, H. (2018). Destination branding and overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism management*, *38*(December 2018), 1-4.

Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*. doi:10.1016/j.jdmm.2018.01.011

Shelby, & Heberlein, T. A. (1984). A conceptual framework for carrying capacity determination. *Leisure Sciences*, *6*(4), 433-451. doi:10.1080/01490408409513047

Shelby, & Heberlein, T. A. (1987). *Carrying capacity in recreation settings*: Oregon State University Press.

Simpson, D. (2017). UNWTO and Tourism Ministers debate overtourism. Retrieved from <https://www.cabi.org/leisuretourism/news/64924>

Stanis, W., Sonja, A., Schneider, I. E., Shinew, K. J., Chavez, D. J., & Vogel, M. C. (2009). Physical Activity and the Recreation Opportunity Spectrum: Differences in Important Site Attributes and Perceived Constraints. *Journal of Park & Recreation Administration*, *27*(4).

Stankey, G. H., Cole, D. N., Lucas, R. C., Petersen, M. E., & Frissell, S. S. (1985). The limits of acceptable change (LAC) system for wilderness planning. *The limits of acceptable change (LAC) system for wilderness planning*. (INT-176).

Stankey, G. H., McCool, S. F., & Stokes, G. L. (1984). Limits of acceptable change: a new framework for managing the Bob Marshall Wilderness complex. *Western Wildlands*, *10*(3), 33-37.

TOMM Tourism optimisation management model. Annual Report. (2000). Retrieved from Kangaroo island, South Australia: <http://www.utok.cz/sites/default/files/data/USERS/u28/TOMM%20Tourism%20optimisation%20management%20model.pdf>

UNWTO. (2017). Communities' protests over tourism a wake-up call to the sector. UNWTO / WTM Ministers' Summit – Overtourism: growth is not the enemy, it is how we manage it [Press release]. Retrieved from <http://media.unwto.org/press-release/2017-11-08/communities-protests-over-tourism-wake-call-sector>

Wang, E., Wang, Y., & Yu, Y. (2017). Assessing recreation carrying capacity of the environment attributes based on visitors' willingness to pay. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(9), 965-976. doi:10.1080/10941665.2017.1357638

Watson, M. (1988). Social carrying capacity in recreational settings: a literature review.

WCED. (1987). *Our Common Future. The World Commission on environment and development*. Oxford: Oxford University Press.

Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnappureddy, S., Fux, S., . . . Barth, M. (2017). Tourism destinations under pressure. *Lucerne, Switzerland: Lucerne University of Applied Sciences and Arts*.

Welk, P. (2004). The beaten track: anti-tourism as an element of backpacker identity construction. *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*, 77-91.

Zhang, Y., Li, X., Su, Q., & Hu, X. (2017). Exploring a theme park's tourism carrying capacity: A demand-side analysis. *Tourism Management*, 59, 564-578. doi:10.1016/j.tourman.2016.08.019





## 2 PREGLED PRIMEROV DOBRIH PRAKS (EVROPSKIH DESTINACIJ) SOOČANJA Z IZZIVI PRETURIZMA

Številne turistične destinacije se soočajo z nepopravljivimi posledicami na okolje in družbo, zaradi nenadzorovanega razvoja turizma in vse večjega povpraševanja po turističnih produktih in storitvah (Zlatař Gamberožić in Tonković 2015). Rast turizma in prihod turistov ter obiskovalcev na gosto poseljena območja vpliva na kakovost prostora (Potsma s sodelavci 2017), gentrifikacijo (Opillard 2017), zniževanje ponudbe stanovanj z višanjem cen najemnin in nepremičnin (Gurran in Phibbs 2017), in na nižanje kakovosti življenja lokalnih prebivalcev (Gravari-Barbas in Maria Jacquot 2017; Potsma s sodelavci 2017). V trenutku, ko so mejne vrednosti presežene, se lahko turizem zaradi višanja cen, neprimerne obnašanja turistov, preoblikovanja stanovanjskih območij v turistična nastanitvena območja, pritiska turistov na nosilne zmogljivosti območij in prenatrpanosti, spremeni v neprijetno dejavnost za lokalno prebivalstvo (Koens in Postma 2017) in ga lokalno prebivalstvo začne zaznavati kot nekaj negativnega in ga zavrača.

To potrjuje vse večje število primerov. Eden izmed njih so potniške ladje na Karibih, ki letno proizvedejo več kot 70.000 ton odpadkov. Razvoj turistične infrastrukture v narodnem parku Yosemite v ZDA je povzročil takšno degradacijo okolja, da je prišlo do izgube zaščitene vrste rastlin in živali, poleg tega je bil v dolini, v preteklosti prisoten tako močan smog, da se doline Yosemite ni videlo z letala. Evropske destinacije, kot so Barcelona in Benetke ter z manjšo intenzivnostjo London in Dubrovnik se soočajo s protesti in anti-turističnimi gibanji, organizirani s strani lokalnih prebivalcev. Ti se zavzemajo za omejevanje prihodnjega razvoja turizma in njegove rasti (Coldwell 2017; Tapper 2017; Seraphin, Sheeran in Pilato 2018).

Nastanitvene kapacitete tako imenovane delitvene ekonomije, kot je platforma Airbnb, se soočajo z negativnimi odzivi, predvsem z vidika negativnega vpliva na mestna središča in soseske, predvsem na preveliko število turistov, na razpoložljivost nastanitvenih kapacitet za dolgoročni najem ter na višanje cen. Poleg tega tovrstne namestitvene kapacitete obremenjujejo javno infrastrukturo, kot so na primer javna parkirišča in zmanjšujejo dostop do teh lokalnim prebivalcem. Kot odgovor na vse pogostejše proteste v mestih po Evropi so mestne oblasti sprejele pravila oziroma omejitve glede kratkoročnih najemov nastanitve za turistične namene, s čimer so želele omejiti oddajanje na takšen način ter omogočiti dolgoročne najeme lokalnim prebivalcem ter študentom (IPK International 2017). Turistična dejavnost je prav tako

vstopila v obdobje velike potrošnje, s čimer močno vpliva na človekov globalni okoljski odtis predvsem z veliko potrošnjo vode, energije, hrane, rabe prostora in emisij CO<sub>2</sub> (Gössling in Peeters 2015). Tako lahko velika rast števila turistov in sezonskost turizma povzročita vedno večje pritiske na lokalno okolje z vidika okoljske, družbene in kulturne degradacije (González s sodelavci 2018).

Preturizem (v nadaljevanju preturizem) je v akademskih krogih precej nov izraz, do leta 2017 je bil praktično neznan. Kljub temu pa temeljna spoznanja, na katerih temelji njegov pomen, niso nova. Izraz je nastal iz medijskih objav, brez resnega teoretičnega ozadja (Koens at al. 2018). Po podatkih UNWTO (2018b) preturizem lahko označimo kot »vpliv turizma na destinacijo ali njene dele, ki znatno negativno vpliva na kakovost življenja prebivalcev ali doživetje obiskovalcev«. Trenutne razprave o preturizmu so pomagale opozoriti na negativne zunanje učinke množične rasti turizma (Koens s sodelavci 2018). Preturizem se v različnih destinacijah odraža različno, prav tako se problematika rešuje na različen način glede na lokalne posebnosti, tako ni enoznačnega odgovora za reševanje omenjene problematike. Rešitve morajo biti usmerjene in prilagojene lokalnemu okolju samemu (Koens s sodelavci 2018; Kumer et al. 2019).

Cilj pričujočega poglavja je, izvesti raziskavo o tem, v kolikšni meri so se izbrane evropske destinacije zmožne soočiti z izzivi preturizma. Naša analiza temelji na štirih izbranih pilotnih območjih: mesto Amsterdam, gorsko območje Rigi, mesto Dubrovnik ter jama Altamira.

Kot mestno destinacijo smo analizirali glavno mesto Nizozemske - Amsterdam, ki se v zadnjih letih sooča z velikim številom turistov in posledično negativnimi posledicami, ki jih ti prinašajo, kot so prenatrpanost ulic, onesnaževanje, prekomerna rast turističnih trgovin in zmanjševanje socialne kohezije. Zaradi turistične atraktivnosti mesta med drugim naraščajo cene nepremičnin, primanjkuje stanovanj za prebivalce, primanjkuje ponudb za prodajo in za najem. Tako so mestne oblasti sklenile uvesti kar nekaj ukrepov, med katerimi izstopajo: strožji pristop pri počitniškem najemu, prepoved odprtja novih turističnih prodajaln v središču, prepoved pivnic na kolesih, boljši nadzor mesta in prepoved taksijev v Red Light District.

Kot gorsko destinacijo smo izbrali gorovje Rigi z okolico v Švici, ki se sooča z velikimi pritiski turistov na ranljivo naravno okolje ter življenje domačinov. Velik porast domačih turistov je značilen od leta 2010, ko je železnica Rigi začela sprejemati potovalno kartico švicarskih železnic, in od leta 2015 kot posledica intenzivnejše promocije destinacije na državni ravni in na azijskih trgih. Destinacija se sooča s pretirano gnečo, problemi v prometu, pritožbami lokalnega prebivalstva glede

hrupa in neprimerne vedenja turistov kot tudi medkulturnimi izzivi. Začeli so uveljavljati ukrepe, kot so izboljšanje informiranja, večja komunikacija s turisti in z lokalnim prebivalstvom, izboljšanje menedžmenta destinacije, spodbujanje uporabe javnih prevoznih sredstev. Prav tako spodbujajo lokalno prebivalstvo k vključevanju v prostovoljstvo.

Kot obalno destinacijo predstavljamo Dubrovnik na Hrvaškem, ki se sooča z velikimi pritiski turistov na staro mestno jedro, in posledično izgubljanjem tradicionalnega načina življenja v njem. V središču mesta se soočajo predvsem z gnečo na ulicah, višjimi cenami nepremičnin, drastičnim zmanjšanjem interesa za dolgoročno oddajanje nepremičnin lokalnemu prebivalstvu, zmanjšanim številom storitev za lokalno prebivalstvo in izgubo prostora zanj v mestu. Kot ukrepe proti temu smo prepoznali omejevanje turistov v mestnem jedru, vzpostavitev video nadzora za štetje prometa, omejevanje prihoda križarskih ladij, vzpostavitev carsharing-a za preusmeritev v privlačno zaledje, vzpostavitev Dubrovnik Card za beleženje turističnih tokov in usmerjanje turistov.

Kot primer zavarovanega območja smo preučili jamo Altamira z okolico (Santillana del Mar) v Španiji, kjer so se s problematiko preturizma soočili že pred letom 2002, ko so jo zaprli za javnost. Ključni problem je bil porušenje stabilnosti klime v jami zaradi izmenjave jamskega zraka, spremenjenega zaradi obiska ljudi, zaradi česar so bile ogrožene jamske prazgodovinske slikarije. Sprejeti preventivni ukrepi so vsebovali tudi nakup zemljišč za nadzor možnih tveganj glede škodljive rabe tal. Odpravili so kmetijsko rabo ter odstranili podeželske poti, prav tako so preusmerili dostop do muzeja. V letu 2014 pa so jamo ponovno odprli pod strogim režimom nadzorovanih obiskov (250 obiskovalcev na leto) v skladu s strogim protokolom posebnih oblačil, razsvetljave ter s časom poti oziroma postanki na posameznih točkah v jami. Alternativno je bila zgrajena replika jame Altamira (Neocave – Nova jama). Replika je zelo kakovostna alternativa obisku prvotne jame, ki se ne nanaša samo na njeno ohranjanje, temveč omogoča prvovrstno izkušnjo ogleda izvirne jame, saj temelji na znanstvenih dognanjih in izvirnem muzeološkem konceptu.

Namen tega poglavja je podrobna analiza stanja v navedenih mestih s ciljem boljšega razumevanja, kako izbrane evropske destinacije obvladujejo trenutne negativne zunanje učinke turistične dejavnosti ter ugotoviti, kakšne ukrepe in strategije sprejemajo z namenom reševanja omenjene problematike.

## 2.1 METODE

Zaradi zagotavljanja enotnosti in primerljivosti med izbranimi primeri smo za analizo primerov oblikovali skupno metodologijo. Ta temelji na merilih trajnostnega turizma in ciljnih trajnostnega razvoja izhajajoč iz literature, ki obravnava nosilne zmogljivosti turističnih destinacij in preturizem (Coccosis s sodelavci 2002; McKinsey & Company & WTTC 2017, Weber s sodelavci 2017). Pregled omenjene literature je podrobno predstavljen v prvem poglavju. Kritična primerjava ukrepov na področju menedžmenta izbranih primerljivih tujih praks nam je omogočila lažje razumevanje različnih mehanizmov menedžmenta ter kritično presojo posameznih ukrepov in praks. Razvili smo seznam kazalnikov, ki nam omogočajo kvantitativno opredeljevanje turizma, s posebnim poudarkom na tistih, s katerimi lahko identificiramo preturizem. Poleg tega smo se usmerili predvsem na tiste dejavnike, ki so neposredno povezani s turističnim razvojem in ne na tiste, pri katerih turizem prispeva le majhen delež stanja. Usmerili pa smo se tudi na uporabo novejših, bolj inovativnih pristopov pridobivanja podatkov, in sicer smo uporabili razpoložljive podatke iz socialnih medijev, kot sta TripAdvisor in Airbnb. Metodologija temelji na naslednjih merilih:

1. Kvantitativnemu opisu destinacije (**profil destinacije**) in prikazu ključnih kazalnikov rasti ter gostote turistične dejavnosti (**diagnostika preturizma**). Pri diagnostiki preturizma smo sledili vsem trem stebrom trajnostnega razvoja: **ekonomskemu** (splošni kazalniki, kazalniki rasti, sezonskost), **družbeno-kulturnemu** (koncentracija povpraševanja, koncentracija ponudbe, zadovoljstvo turistov) in **okoljskemu** (zrak, odpadki, energija, voda).
2. Kvalitativnemu opisu prevladujočih izzivov destinacije, kjer smo prav tako sledili trem stebrom trajnostnega razvoja: **ekonomskim izzivom** (vpliv na infrastrukturo, ekonomska korist za skupnost, zaposlitve za lokalno prebivalstvo, priložnosti za investicije v turizem, odtekanje prihodkov zaradi tujih investitorjev, cene nepremičnin, cene storitev v destinaciji), **družbeno-kulturnim izzivom za prebivalce** (vpliv na kakovost življenja in tradicijo, vpliv na nepremičnine, zadovoljstvo prebivalcev, zaznavanje gneče, obnašanje turistov, pritožbe, cene, delovni pogoji ...), **družbeno-kulturnim izzivom za turiste** (raven zadovoljstva, zaznavanje gneče, pritožbe, nezaželeno vedenje turistov) in **okoljskim izzivom** (degradacija sestavin okolja, onesnaževanje, hrup, zmanjšanje rastlinskih in živalskih vrst, gostota poselitve, odlaganje odpadkov, poraba vode, poraba energije ...).

3. Kvalitativnemu opisu ukrepov, ki jih destinacije izvajajo, kjer smo poleg delitve ukrepov na tri stebre trajnosti dodali še politični vidik. Ukrepi so naslednji: **ekonomski ukrepi** (omejevanje povpraševanja, dvig cen in davkov, razvoj infrastrukture, razvoj tehnoloških rešitev, organizacijski ukrepi), **družbeno-kulturni ukrepi** (ukrepi za prebivalce, informiranje in komunikacija s turisti, trženje lokalnih produktov), **okoljski ukrepi** (prostorska in časovna razporeditev turistov, zmanjšanje rabe virov) ter **politični ukrepi** (zakonodaja, politična podpora turizmu).
4. Kvalitativnemu opisu odzivov na izvajanje ukrepov.

Preglednica 1: Metodologija analize turističnih destinacij z vidika preturizma.

1.	KVANTITATIVNI OPIS DESTINACIJE	PROFIL DRŽAVE		
		DIAGNOSTIKA PRETURIZMA	PROFIL DESTINACIJE	
2.	KVALITATIVNI OPIS DESTINACIJE		IZZIVI	<b>EKONOMSKI IZZIVI</b>
		<b>DRUŽBENO-KULTURNI IZZIVI</b>		Vpliv na prebivalce in turiste (npr. vpliv na kakovost življenja in tradicijo, raven turističnega zadovoljstva).
		<b>OKOLJSKI IZZIVI</b>		Npr. degradacija temeljnih okoljskih sestavin, onesnaževanje, hrup, izguba živalskih in rastlinskih vrst, gostota poselitve, odlaganje odpadkov, gostota poselitve, poraba vode, poraba energije
		<b>EKONOMSKI UKREPI</b>		omejevanje ponudbe
				dvig cen in davkov
				razvoj infrastrukture
				razvoj tehnoloških rešitev
				organizacijski ukrepi
				ukrepi za prebivalce
		<b>DRUŽBENO-KULTURNI UKREPI</b>	informiranje in komunikacija s turisti	
			trženje lokalnih produktov	
			prostorska in časovna razporeditev turistov	
<b>OKOLJSKI UKREPI</b>	zmanjšanje rabe virov			
	zakonodaja			
<b>POLITIČNI UKREPI</b>	politična (ali ne) podpora turizmu			
	<b>ODZIVI NA UKREPE</b>	odziv na družbeno-kulturne, okoljske in politične ukrepe		

## 2.2 IZBOR PREUČEVANIH TURISTIČNIH DESTINACIJ

Pri izbiri tipov turističnih destinacij smo uporabili modificirano klasifikacijo, ki je uveljavljena na Statističnem uradu Republike Slovenije in na podlagi katere se zbirajo uradni statistični podatki Republike Slovenije (Turizem v številkah 2017). Na podlagi omenjene klasifikacije ter dosedanjih študij preturizma (Coccosis s sodelavci 2002; McKinsey & Company & WTTC 2017; Weber s sodelavci 2017) smo identificirali potencialne destinacije, ki se soočajo s problematiko preturizma, in sicer kot gorske, mestne in obalne destinacije. Poleg tega pa smo na podlagi dosedanjih študij (Leung s sodelavci 2018) ugotovili, da so izredno pomembna z vidika okoljskih izzivov in povezane ranljivosti okolja tudi zavarovana območja, ki smo jih izluščili kot četrti tip destinacij (ali znamenitosti), potrebnih ukrepov na področju preturizma.

Izbrali smo tiste destinacije, v katerih so v zadnjih letih na podlagi različnih študij zaznali težave z nosilnimi zmogljivostmi zaradi negativnih vplivov preturizma in so že začeli izvajati ukrepe za zmanjšanje negativnih vplivov prekomerne turistične rasti. Izbor posameznih destinacij in konkretnih primerov, ki se soočajo z negativnimi vplivi preturizma, je neposredno povezan s ključnimi vprašanji, ki si jih zastavljamo. Razumevanje vsakega primera in s tem vsake od vrst destinacij je ključno za oblikovanje temeljev za analitični okvir, ki bo uporabljen v projektni nalogi. Tako so bili primeri izbrani v skladu z naslednjimi merili v posameznih destinacijah:

- › hitra rast turizma;
- › visoka koncentracija turizma;
- › velik pomen turizma za lokalno okolje;
- › izzivi zaradi rasti in koncentracije turizma v destinacijah;
- › izvajanje ukrepov za soočanje z izzivi preturizma;
- › dostopnost podatkov, obstoječih študij in literature.

Kot gorsko destinacijo smo izbrali gorovje Rigi z okolico v Švici, kot mestno destinacijo glavno mesto Nizozemske Amsterdam, kot obalno destinacijo Dubrovnik na Hrvaškem in kot primer zavarovanega območja jamo Altamira z okolico (Santillana del Mar) v Španiji.





### 2.3 ANALIZE STANJA IN UKREPOV NA PODROČJU PRETURIZMA V IZBRANIH DESTINACIJAH

V študiji smo analizirali štiri tipe turističnih destinacij (gorsko, mestno, obalno in zavarovano območje) s pomočjo štirih reprezentativnih primerov iz različnih evropskih držav (Švica, Nizozemska, Hrvaška in Španija), ki se med seboj razlikujejo tako po ekonomskih, družbeno-kulturnih kot tudi okoljskih značilnostih. Primeri se razlikujejo glede na vrsto turizma, geografski položaj ter tako na število turistov kot tudi na število prebivalcev, bodisi pozitivno ali negativno prizadetih s strani turizma.

Na vseh preučevanih primerih turizem predstavlja pomembno vlogo v gospodarskem razvoju. Delež turistične dejavnosti, ki prispeva k BDP držav, se razprostira od velike odvisnosti do turistične dejavnosti na Hrvaškem z 10,1 %, sledi Španija s 5,2 %, Švica z 2,8 % ter Nizozemska z najmanjšim deležem prispevka turizma k BDP, in sicer z 1,8 %. Poleg tega se razlikujejo tudi v deležu zaposlenih v turizmu, na primer na Hrvaškem je delež zaposlenih v turizmu precej visok in znaša 9,8 %, sledi Nizozemska s 6 % zaposlenih, Španija s 5,2 % ter Švica z le 2,8 % zaposlenih v turistični dejavnosti.

Glede na Indeks konkurenčnosti turizma in potovanj se najvišje uvršča Španija, in sicer kar na 1., sledi Švica, ki se uvršča na 10. mesto, Nizozemska na 17. in Hrvaška na 32. mesto med vsemi svetovnimi državami. Destinacije se precej razlikujejo glede na velikost območja in število prebivalcev, ki jih potencialno lahko ogroža turistična dejavnost. Največje preučevano območje je Amsterdam (219 km<sup>2</sup>), kjer živi kar 838.338 prebivalcev, sledi območje gorovja Rigi (90 km<sup>2</sup>), kjer živi okoli 56.000 prebivalcev, mesto Santillana del Mar (28,46 km<sup>2</sup>), kjer živi 4.154 prebivalcev in najmanjše mesto Dubrovnik (21,35 km<sup>2</sup>), kjer živi 42.615 prebivalcev.

Glede na pridobljene podatke so ključni trgi pri preučevanih destinacijah precej podobni, prevladujejo gostje iz Združenih držav Amerike, Francije, Nemčije in Velike Britanije, kar ni presenetljivo, saj omenjene države veljajo za države z največjim številom prebivalcev, ki si potovanja lahko privoščijo.

V precejšnji meri se destinacije razlikujejo tudi glede na število turistov in dolžino njihovega bivanja v destinaciji. Največ turistov obišče Amsterdam, kjer turisti v povprečju preživijo 1,9 dneva, sledi Dubrovnik, kjer je povprečna doba bivanja daljša, in sicer kar 3,4 dneva ter Rigi, kjer turisti v povprečju preživijo 1-1,5 dneva. Najmanjše število turistov pa obišče Jamo Altamira z okolico, vendar pa tam turisti v povprečju preživijo najdlje, kar 4,5 dneva. Največja gostota turistov je v Amsterdamu (50,3 turista na km<sup>2</sup>), sledi Dubrovnik (47,7 turistov na km<sup>2</sup>), v Altamiri pa je le (10,0 turistov na

km<sup>2</sup>), za Rigo pa ni na voljo podatkov. Največje število turistov na prebivalca je značilno za mesto Dubrovnik (21,4), v Amsterdamu pa jih je 9,9 na prebivalca.

Eden izmed vzrokov za precejšnje razlike v številu turistov ter dolžini bivanja je lahko različen tip turizma, ki je značilen za vsako izmed preučevanih destinacij. Tako je za mestne destinacije značilen krajši čas bivanja, medtem ko je za gorske in obmorske destinacije značilen daljši čas bivanja turistov. Prav tako se število turistov razlikuje glede na tradicijo in razvoj turistične destinacije, tako ima Amsterdam že zelo dolgo tradicijo in razvit turizem, med tem ko je Riga za tuje turiste dokaj nova destinacija, ki je v zgodnji fazi razvoja.

Turisti po večini izkazujejo zadovoljstvo s preučevanimi destinacijami in njihovimi znamenitostmi. Če izkazujejo nezadovoljstvo, je to povezano s sistemom vstopnic za znamenitosti (te so bodisi predrage bodisi je za nakup prevelika gneča ...), s preveliko gnečo pri ogledu in uporabi sanitarij, odsotnostjo košev za odpadke ... Na drugi strani na vseh destinacijah domačini izkazujejo precejšnje nezadovoljstvo s preveliko koncentracijo turistov.

To nezadovoljstvo pa je v veliki meri povezano s ključnimi izzivi v destinacijah:

- › prevelika koncentracija turistov v mestu in s tem posledično negativen vpliv na kulturno dediščino destinacij in okolja;
- › trg nepremičnin (npr. v Amsterdamu in v Dubrovniku so cene nepremičnin zaradi turistične dejavnosti izredno visoke, lastniki raje kot za dolgoročni najem nepremičnine oddajajo s pomočjo portala Airbnb);
- › cene storitev ter odsotnost storitev za domačine;
- › hrup in smetenje zaradi turistične dejavnosti sta prav tako ena izmed motečih dejavnikov za domačine;
- › koncentracija turistov je značilna za poletne mesece, kar negativno vpliva na možnost zaposlovanja skozi celo leto;
- › vedenje turistov, predvsem tistih, ki prihajajo iz popolnoma drugih kultur in ne spoštujejo lokalnih pravil;
- › problem z zagotavljanjem infrastrukture za lokalno prebivalstvo, kot so parkirišča, javni prostori, komunalna infrastruktura, ki ne zdrži pritiska;

- › problem s kakovostjo zraka, vode in/ali vpliva prevelikega števila ljudi na okolje itn.

Zato smo za navedene destinacije naredili natančen pregled stanja in izvedenih ukrepov. Primeri so bili analizirani glede na predstavljeno metodologijo. Za vse destinacije najprej povzamemo ključne izzive nato pa ukrepe, ki so jih sprejeli.

### 2.3.1 Analiza destinacije DUBROVNIK

Destinacija Dubrovnik se v zadnjih letih sooča z velikim številom turistov predvsem v poletnih mesecih. Ob tem prihaja do precejšnjega ogrožanja kulturne dediščine mestnega jedra, ki je uvrščen pod UNESCO seznam kulturne dediščine. Tamkajšnje prebivalstvo se sooča z zmanjšanjem kakovosti njihovega življenja. Soočajo se s pogosto gnečo na ulicah znotraj mestnega jedra, z vidika prometa z gnečo na cestah, ki vodijo do mestnega jedra ter z velikim hrupom. S stanovanjskega vidika se soočajo z višjimi cenami nepremičnin, oddajanjem nepremičnin preko portala AirBnB, ter posledično pomanjkanjem interesa za dolgoročno oddajanje nepremičnin lokalnemu prebivalstvu. Storitve za prebivalstvo se selijo izven mestnega jedra, kar lokalnemu prebivalstvu otežuje opravljanje svojih potreb. Poleg tega lokalno prebivalstvo nima svojega prostora v mestu, kar posledično vodi v izgubljanje tradicionalnega načina življenja v mestnem jedru. Soočajo se tudi s preveliko koncentracijo križarskih gostov, ki ne prinašajo dobička.

Za blaženje vplivov preturizma je destinacija Dubrovnik vpeljala nekaj ukrepov, in sicer: ekonomske, okoljske in družbeno-kulturne.

Med **ekonomskimi ukrepi** je največ ukrepov na področju omejevanja povpraševanja. Žal je Dubrovnik predolgo čakal z uvajanjem ukrepov in so na koncu kot učinkoviti ukrepi ostali le ukrepi na področju omejevanja povpraševanja. V te ukrepe sodijo:

- › Omejevanje dovoljeno za križarske ladje od leta 2016 naprej;
- › omejevanje števila turistov, in sicer v letu 2016 so v Dubrovniku začeli z omejevanjem števila dnevniških prihodov turistov v mesto. Takrat so število dnevniških gostov omejili na 8000. V letu 2017 so ukrep zaostri, želijo namreč dodatno zmanjšati število dnevniških turistov na 4000 gostov na dan do leta 2019.

Poleg ukrepov omejevanja so uvajali tudi ukrepe na področju organizacije in razvoja infrastrukture:

- › Namestili so 116 kamer, ki nadzorujejo število prihodov v mesto.
- › Križarske ladje časovno razporejajo na vse dni v tednu. Pazijo, da ladje prihajajo na različne dneve, s čimer zmanjšujejo koncentracijo turistov.

Med tehnološke ukrepe, ki so jih uvedli sodi:

- › Aplikacija, ki informira turiste o zasedenosti mesta in jih hkrati usmerja k ogledu ostalih znamenitosti, ki ležijo v zaledju mesta.

Poleg ekonomskih ukrepov so v Dubrovniku izpeljali nekaj aktivnosti na področju blaženja družbeno-kulturnih negativnih vplivov. Med **družbeno-kulturne ukrepe**, ki se nanašajo na izboljšanje kakovosti življenja lokalnega prebivalstva, sodijo:

- › Izboljšanje dostopnosti storitev za prebivalce, kot so trgovine z živili, ohranitev pošte v mestnem jedru ...
- › Spodbujanje vključevanja lokalnega prebivalstva pri razvoju turizma, kot je prodaja ročno izdelanih produktov, trženje tradicionalnih jedi ...
- › Vzpostavitev dobrih delovnih pogojev za zaposlene, kot so zagotovitev odmorov, prilagojen delovni čas, klimatske naprave na delovnem mestu ...

Destinacija Dubrovnik je uresničila tudi nekaj družbeno-kulturnih ukrepov na področju informiranja in komunikacije turistov z namenom blaženja učinkov preturizma. Med te ukrepe sodijo:

- › Vpeljava DUBROVNIK CARD: mesto je vzpostavilo sistem kartice Dubrovnik card, z namenom ugotavljanja gibanja turistov, njihovega usmerjanja na manj obiskane znamenitosti (popusti), usmerjanje turista k uporabi javnih prevoznih sredstev.
- › Spodbujanje trženja in nakupa lokalnih produktov, in sicer z vzpostavitvijo znamke »avtentičnih hrvaški spominek«, s čimer se spodbujata integracija in promocija lokalne kulture in tradicije ter trženje lokalnih produktov in same destinacije. Omenjeni produkti so označeni z znamko in jih prodajajo na določenih lokacijah v mestu. Turisti so o tem primerno in večkrat obveščeni.

- › Hrvaška 365: vzpostavitev znamke »Hrvaška 365« na nacionalni ravni, s čimer želijo prihod gostov razporediti skozi celo leto, s čimer bi se izognili pretirani sezonskosti gostov. Promovirajo aktivnosti v naravi, kot sta kolesarjenje in planinarjenje ter tudi spa in wellness storitve ...

Na področju **okoljskih ukrepov** ni opaziti posebnih procesov, ki bi jih uvedli v sami destinaciji. Edini ukrep, ki smo ga zasledili, je stimulacija zelene mobilnosti, in sicer:

- › Vzpostavili so souporabo avtomobila, s čimer želijo turiste usmeriti v privlačno zaledje in stimulirati zeleno transportno shemo. Stimulirali so predvsem uporabo električnih avtomobilov in koles za raziskovanje zaledja.

Na področju zmanjšanja rabe virov žal nismo prepoznali ukrepov, ki so bili izvedeni.

### 2.3.2 Analiza destinacije RIGI

V zadnjih letih se destinacija Rigi sooča z veliko rastjo števila turistov. Velik porast domačih turistov je značilen od leta 2010, ko je železnica Rigi začela sprejemati potovalno kartico švicarskih železnic. Nadalje se je število turistov naglo povečevalo od leta 2015 naprej. Omenjen vzrok je v intenzivnejši promociji destinacije na državni ravni in na azijskih trgih. Precejšnja rast števila turistov, predvsem kitajskih skupin, predstavlja vedno večje pritiske na destinacijo. Ta se tako sooča s pretirano gnečo, problemi v prometu (zastoji), pritožbami s strani lokalnega prebivalstva glede hrupa in neprimerne vedenja turistov kot tudi medkulturnimi izzivi.

Destinacija Rigi je svoje ukrepe usmerjala predvsem na področje razvoja turistične in generalne infrastrukture, ki je potrebna za nadaljnji razvoj turizma. Poleg razvoja infrastrukture so vpeljali nekaj ukrepov na področju menedžmenta in organizacije na ravni same destinacije ter na področju komunikacije in informiranja turistov ter lokalnega prebivalstva. Vse navedene ukrepe smo umestili na področje ekonomskega delovanja (iz stališča modela trajnosti). V te ukrepe sodijo:

- › Akcijski načrt območja Rige predstavlja pomembno orodje za izboljšanje turistične dejavnosti na območju in oblikovanje vizije prihodnjega turističnega razvoja. Vključuje širok nabor ukrepov in ima namen usmerjati turiste; večina ukrepov se nanaša na izboljšanje infrastrukture. Podroben načrt in ukrepi za posamezna območja na področju destinacije Rige zajemajo načrti za: Rigi Kulm, Rigi Staffel, Rigi Kaltbad in First, Rigi Scheidegg in Burggeist ter Seebodenalp. Kot je razvidno, se je destinacija Riga odločila za pripravo akcijskega načrta, ne le za celo destinacijo,

ampak za določena kritična območja v okviru destinacije, ki imajo težave s preturizmom. Ta pristop je izjemno učinkovit, saj se preturizem pogosto dogaja v posameznih točkah in redko na ravni celotne destinacije. V okviru celostnega akcijskega načrta in načrtov za posamezno območje so bili predlagani ukrepi, in sicer kratkoročni, srednjeročni in dolgoročni. Ukrepe povzemamo po posamezni kritični točki.

### **Kritična točka Rigi Kulm**

- **Kratkoročni ukrepi:** prostorska razporeditev turistov, izgradnja piknik prostorov za turiste, postavitve dodatnih začasnih toaletnih prostorov, signalizacija v azijskih jezikih.
- **Srednjeročni ukrepi:** izboljšanje 360 stopinjskega doživetja na vrhu gore, izboljšanje kulinarčne ponudbe za obiskovalce, ki preživijo na gori kratek čas, odprtje trgovine Švicarski trgovski svet, vzpostavitev prevozov do Rigi Staffel in usmeritev na progo Kulm-Staffel (na primer izboljšanje poti ter dostopnosti do navedenih točk).
- **Dolgoročni ukrepi:** izgradnja zgornje postaje Rigi Kulm za turiste, z možnostmi skupnega oblikovanja območij za nakupovanje in za piknik, oblikovanje turističnih produktov in dogodkov za Rigi Kulm (vrh gore).

### **Kritična točka Rigi Staffel**

- **Kratkoročni ukrepi:** signalizacija v azijskih jezikih, območje okrog prireditvenega prostora opremiti bolj »alpsko« in atraktivno, cvetlično okrasje, zagotoviti catering opremo, ki je uporabna tudi v primeru dežja.
- **Srednjeročni ukrepi:** izboljšati izkušnje turistov, ki prihajajo za krajši čas, izboljšanje izkušnje »švicarsko«, ponuditi različne trgovine s spominki, zagotoviti nadstreške na postajah.
- **Dolgoročni ukrepi:** zamenjava prireditvenega šotora z novim, nov kulinarčni koncept »nova alpska kuhinja«, odprtje trgovine Švicarski trgovski svet.

### **Kritična točka: Rigi Kaltbad in First**

- **Kratkoročni ukrepi:** signalizacija v azijskih jezikih, prostorska razporeditev turistov.

- Srednjeročni ukrepi: obogatiti kulinarčno ponudbo, oblikovanje začasnih bivališč za turiste, razpoložljivost trgovin s spominki, oblikovanje turistične ponudbe za družine.
- Dolgoročni ukrepi: postaja Rigi Kaltbad kot informacijska in rezervacijska točka za turistična doživetja, odprtje trgovine »Švicarski trgovski svet«.

### **Kritična točka: Rigi Scheidegg in Burggeist**

- Kratkoročni ukrepi: signalizacija v azijskih jezikih, začetek načrtovanja »Adrenalinski park Rigi«.
- Srednjeročni ukrepi: oblikovanje ponudb za družine, obnova železniške proge Krabel-Bahn za turistične namene, zunanje aktivnosti za turiste, nadgradnja turističnih izkušenj z navidezno resničnostjo.
- Dolgoročni ukrepi: razvoj zunanjih aktivnosti za turistične namene.

### **Kritična točka: Seebodenalp**

- Kratkoročni ukrepi: signalizacija za turiste.
- Srednjeročni ukrepi: integracija koncepta pohodništva v ponudbo in razvoj pohodniških poti Kulm-Seebodenalp-Chanzeli, nov turistični koncept za pivovarno Rigi Gold, promocija piva na tej turistični točki.
- Dolgoročni ukrepi: promocija destinacije skozi tematiko »piva« kot lokalnega turističnega produkta.

### **Kritična točka: Urmiberg, Hinterbergen, Wissifluh**

- Kratkoročni ukrepi: signalizacija za turiste.
- Srednjeročni ukrepi: trženje že obstoječih zunanjih aktivnosti in oblikovanje turističnih produktov, ki temeljijo na teh doživetjih.

Poleg navedenega so v letu 2015 na kritičnih točkah na ravni destinacije Rigi vzpostavili posebne gorske vlake za tuje turiste in se s tem izognili konfliktom med tujimi turisti in lokalnim prebivalstvom oziroma ostalimi uporabniki. Posebni, dodatni vlaki vozijo tudi pol ure prej in po voznem redu ter s tem zagotavljajo boljše izkušnje posameznikov

turistov in lokalnega prebivalstva. V Rigi so nanazadnje zaradi povečanega števila turistov, povečali tudi število košev za odpadke ter število začasnih in stalnih toaletnih prostorov. Destinacija Riga se je usmerila v oblikovanje novih produktov z namenom razpršitve turistov.

Med ukrepi za **blaženje negativnih družbeno-kulturnih vplivov** so predvsem ukrepi informiranja turistov, in sicer:

- › Lokalne turistične organizacije voznikom avtobusov delijo brošure z informacijami, kje lahko parkirajo, kje lahko odložijo potnike;
- › na posameznih območjih so dodatno angažirani reditelji, ki usmerjajo promet in parkiranje gostov;
- › azijske turiste informirajo o tem, da lahko na sedežih posamezne restavracije sedijo, le če se tam tudi prehranjujejo;
- › nameščene so table, ki ponazarjajo kulturo toaleta v zahodnem svetu;
- › v dneh velike gneče so turisti o odhodnih in prihodnih vlakov za turiste obveščeni po zvočnikih.

Poleg informiranja turistov so lokalne turistične organizacije osredotočene tudi na informiranje in izobraževanje lokalnega prebivalstva ter zaposlenih v turizmu in dejavnostih, povezanih s turizmom. Na tem področju so uvedli naslednje ukrepe:

- › Organizirajo se delavnice za lokalno prebivalstvo. Njihov namen je informirati lokalno prebivalstvo o tem, zakaj turisti prihajajo na to območje (katere znamenitosti oziroma točke bodo oblegane, kakšna je razlika v kulturi itn.).
- › V dneh velike gneče so prebivalci o odhodih in prihodih vlakov obveščeni po zvočnikih (informirani so, kdaj so odhodi vlakov, ki so prvotno namenjeni turistom in kdaj odhodi vlakov za domačine).
- › Informiranje in izobraževanje se izvajata tudi za zaposlene v turistični dejavnosti in ostalih dejavnostih, ki so povezane s turizmom. Železnice v Rigi vsako leto izobražujejo svoje zaposlene, na primer o medkulturnih tematikah ter razumevanju vedenja turistov.



Ukrepi za **blaženje negativnih vplivov turizma na okolje**; v ospredju so ukrepi za načrtovanje upravljanja obiskovalcev, ki so osredotočeni na optimizacijo prostorske razporeditve turistov. Med te ukrepe sodijo:

- › Od leta 2009 so v Rigi železnice začele sprejemati potovalno kartico Švicarskih železnic, namenjeno obiskovalcem, s čimer imajo imetniki zagotovljene brezplačne prevoze skoraj na vseh javnih prevoznih sredstvih ter popuste na vzpenjačah.
- › Na destinaciji deluje več kot 40 Riginih vodičev (lokalnih vodičev z lokalnim znanjem), ki so odgovorni za nadzor in upravljanje naravnih ter zavarovanih območij v destinaciji.
- › Vodiči so izobraženi in turistom podajajo potrebne informacije, nadzorujejo in lokalni upravi sporočajo vsakršno spremembo v okolju na vodovarstvenih območjih, zavarovanih območjih narave, poteh, na kmetijskih površinah in v mestih.
- › Zaradi povečanja števila turistov se je povečalo število zabojnikov za odpadke in sanitarnih objektov (stranišča).
- › Načrtovana je postavitev skupnega komunalnega podjetja, ki bo na celotnem območju skrbelo za čistočo in urejeno okolje.

Pri sami komunikaciji in informiranju turistov ter zagotavljanju infrastrukture za turizem je bil poseben poudarek na vodjih skupin azijskih turistov.

V ta namen so bili na voljo posebni vlaki za skupine, z namenom ločevanja individualnih gostov in skupin, večina skupin pa je bila azijskih gostov. Destinacija se je zavzemala za preusmerjanje avtobusov s skupinami do drugih destinacij (Goldau in Weggis) kje je več prostora in ni občutka utesnjenosti. Poleg tega so za skupinske turiste označili posamezne točke, primerne za fotografiranje, ter dodali oznake restavracijam, ki niso primerne za skupinske obiske (skupine so informirali, da v teh restavracijah preprosto ni zadosti prostora). Signalizaciji so dodali oznake ...

- oznake v kitajskem jeziku so namenjene kitajskim skupinam, in sicer kot pomoč pri njihovem usmerjanju, hkrati pa ostale goste opozarjajo na območje, kjer se zadržujejo velike skupine kitajskih gostov in se tem območjem lahko izognejo.

Poleg navedenega je bilo v Rigi zaznati politični pritisk s strani lokalnega prebivalstva za zmanjševanje turizma v kraju. Leta 2017 je znanstvenik in domačin Juerg Stettler na

spletu objavil peticijo, s katero je želel, s pomočjo političnega gibanja, zmanjšati število turistov v destinaciji Riga. Peticijo je poimenoval »NE za Rigi Disney svet«. V peticiji je izražena predvsem kritika na načrtovano širitev železniške infrastrukture, na načrtovan pustolovski park in stolp. Organizirana je bila okrogla miza, kjer so sestavili listino peticije. Peticijo je kmalu podprlo kar nekaj uglednih predstavnikov lokalne skupnosti ter drugih predstavnikov gospodarstva in politike. S tem se je na ravni destinacije pojavila organizirana skupina meščanov, ki so pozvali na zmanjševanje turizma v kraju. To pomeni, da so na destinaciji prisotne zaznave anititurizma.

### 2.3.3 Analiza destinacije Amsterdam

V destinaciji Amsterdam se v zadnjih letih soočajo z velikim številom turistov in posledično negativnimi posledicami, ki jih ti prinašajo. Soočajo se s prometnimi zastoji zaradi množičnega turističnega obiska ter s prenatrpanostjo trgov in ulic s turisti. Še posebej problematične so velike skupine turistov. Poleg tega se soočajo s smetenjem na ulicah in v parkih, s čezmernim hrupom, zlasti v nočnem času ter s čezmerno rastjo turističnih trgovin. Z vidika bivanja se soočajo z naraščanjem cen nepremičnin, predvsem zaradi naraščanja oddajanja nepremičnin turistom, kar vpliva na pomanjkanje ponudbe stanovanj za prodajo ali najem. Kakovost življenja prebivalcev se s tem niža.

Za **zmanjševanje negativnih ekonomskih vplivov preturizma** na ravni mestne destinacije Amsterdam so vpeljali ukrepe, ki se nanašajo na omejevanje povpraševanja, dvig cen turističnih storitev in davkov na turistične storitve, razvoj infrastrukture in razvoj tehnoloških rešitev za blaženje preturizma.

Konkretne ukrepe na področju omejevanja povpraševanja in dviga cen predstavljajo:

- › Omejevanje počitniškega najema: možnost oddaje stanovanj za turistični namen so znižali s 60 dni na največ 30 dni na leto.
- › Na ulicah okrog Red Light District so med 22. in 6. uro od četrтка do ponedeljka prepovedali vožnjo taksijem in ostalim dostavnim vozilom. Prebivalcem in intervencijskim službam je dostop dovoljen.
- › Prepoved odprtja novih turističnih prodajaln (trgovine s spominki, s hitro prehrano, podjetja za izposajo koles) v središču mesta.
- › Prepovedana so pivska kolesa.

- › Turistični ponudniki morajo za vsakega turista plačati tako imenovani davek na nudenje doživetja (ang. *entertainment tax*).
- › Uvedli so davek na oglaševanje turističnih doživetij.
- › Postopno zvišanje turistične takse v mestu.
- › Uvedli so turistično takso za turiste s križarskih ladij.

Ukrepi na področju razvoja infrastrukture zajemajo:

- › Mesto se je usmerilo v razširitev ponudbe na širše območje, in sicer z oblikovanjem doživetij v celotni regiji. Tako so na primer začeli oglaševanje tako imenovane plaže Amsterdama, ki je od mesta oddaljena 30 min. S tem želijo razpršiti turistično ponudbo in zmanjšati pritisk na kritične točke v mestu. Trenutno namreč regijo oziroma znamenitosti izven mesta obišče le 25 % obiskovalcev. S tem ukrepom želijo tudi podaljšati dobo bivanja in število turistov, ki se vračajo v mesto. Prav tako želijo s tem izboljšati ugled mesta, in sicer kot mesto z mlino na veter, cvetja in plaž v bližini. Doživetja so oblikovali tako, da so dostopni z javnim prevozom.
- › Ustvariti več javnega prostora, namenjenega lokalnim prebivalcem.

Na področju razvoja tehnoloških rešitev za blaženje preturizma je Amsterdam poskusno uvedel:

- › Prikazovanje čakalnih dob za najbolj obiskane znamenitosti na spletni strani turistične organizacije Amsterdam.
- › Mesto je oblikovalo aplikacijo »Odkrijte mesto«, ki turiste informira o dolgih čakalnih vrstah ter predlaga alternativne možnosti za obisk. Poleg tega aplikacija omogoča prilagoditev ogleda znamenitosti glede na interes posameznega turista.
- › Mesto je oblikovalo tudi aplikacijo, ki napoveduje gneče na posameznih znamenitostih. Ukvarjajo se tudi s sledenjem prometa ter gibanja turistov s kamerami in s sledenjem mobilnih telefonov. Ti podatki pomagajo mestu optimizirati prilagajanje voznih redov, čiščenje mesta ter lažje načrtovanje infrastrukturnih potreb.
- › Na voljo je tudi storitev AI-powered; ta na osnovi posameznikovega družbenega profila, njegovih všečkov in ogledov predlaga ogled znamenitosti.

Poleg tehnoloških rešitev je mesto vpeljalo številne ukrepe na področju menedžmenta, ki zajemajo:

- › Otvoritev poskusne pešpoti od glavne železniške postaje do soseske Plantaže. Njen namen je razpršiti tok obiskovalcev v središču mesta.
- › Mesto je vložilo 15,9 milijona evrov za izboljšanje nadzora. Zaposlilo je 140 nadzornikov, ki bodo preverjali nezakonite najeme nepremičnin ter vplačila turističnih taks.
- › Glavni cilj nove okvirne politike je ohraniti mesto, privlačno za vse uporabnike, še zlasti za prebivalce. Leta 2017 so sprejeli program Stad in Balans (uravnoteženo mesto) s sklopom ukrepov, ki prispevajo k doseganju ciljev: 1) izboljšana kakovost in raznolikost maloprodajaln in storitev v mestu; 2) zmanjšanje obremenjevanja okolja: hrup, odpadki, neželjeno vedenje, večja prisotnost policije v središču mesta ob koncih tedna z namenom zmanjšanja neprijetnosti in kriminalitete; 3) zagotoviti ljudem več prostora v najbolj obremenjenih območjih.
- › V določenih soseskah (Prins Hendrikkade, Geldersekkade in Kloveniersburgwal, Muntplein in Singel) je mesto Amsterdam sprejelo naslednje ukrepe:
  - Zagotavljanje neprofitnih stanovanj za lokalno prebivalstvo z namenom izboljšanja kakovosti življenja.
  - Vedenjski ukrepi (kazni, znakovna opozorila) za zagotavljanje zmanjšanja hrupa, smetenja, uriniranja na javnih mestih.
  - Parkiranje koles na Dam Square: smotrnejša in okolju prijaznejša postavitev (z uporabo cvetličnih loncev) kolesarskih postajališč.

Ob ukrepih za lokalno prebivalstvo je mesto sprejelo številne ukrepe na področju informiranja in komunikacije s turisti. Med njimi so:

- › Zmanjšanje proračuna za promocijo turizma: tržni urad Amsterdama, ki promovira mesto, je proračun zmanjšal za več kot 20 %, s 4,6 milijona evrov v letu 2016 na 3,8 milijona evrov v letu 2017. Glavni problem je, da je zelo uspešna tržna oglaševalska akcija povzročila razcvet turizma, ki je prešel v preturizem.
- › Program »Uživaj in spoštuj«, s čimer želijo poudariti, da je v mestu sicer precej svobode, vendar ima turizem lahko negativne posledice. Oglasi na ulicah in na

družbenih omrežjih poudarjajo, da je primerno obnašanje brezplačno. Program je namenjen najpogostejšim gostom Amsterdama, in sicer zabave željnim mladim moškimi med 18. in 34. letom, ljubiteljem alkohola in mamil. Ko se ti moški povežejo na splet v Red light district in predelu z živahnim nočnim življenjem Leidesplein, se jim začnejo prikazovati obvestila z nedvoumnimi gesli, ki jim dopovedujejo, da si Amsterdam zasluži spoštovanje, hkrati pa jih s temi gesli tudi seznanijo z zagroženimi kaznimi za glasno prepevanje, smetenje in uriniranje po ulicah (Erlers, 2018).

- › Mesto je s ciljem trženja lokalnih produktov začelo z omejevanjem globalnih blagovnih znamk v samem mestnem jedru Amsterdama.
- › Zmanjšanje števila trgovin, ki so namenjene izključno turistom in prodajajo izdelke, ki nimajo lokalnega porekla.

Za **zmanjševanje negativnih vplivov na okolje je mesto uvedlo ukrepe za spodbujanje k okolju prijaznemu vedenju**. Amsterdam je zeleno mesto s številnimi kolesi in kulinaricnimi kavarnami, ki so usmerjene v trajnostni razvoj. Mesto spodbuja turiste, da pametno načrtujejo svoj obisk in doživetja s tem, da obiščejo trajnostne ponudnike storitev (trajnostno igrišče, kjer so plavajoče hiše prirejene v delovne prostore in prizorišča; ekološko kavarno, ki uporablja kuhinjske odpadke za gnojenje svojega vrta in sadnih dreves; gostilne, kjer turisti lahko uživajo v ekološko pridelani hrani, ali pa prenočijo v hotelu z zeleno znamko Green Key, kot je Conscious Hotel Vondelpark itn.)

Mesto je naredilo tudi številne korake k vpeljavi ukrepov na področju zakonodaje, in sicer:

- › Zakon o urbanističnem načrtovanju, ki zahteva, da je ukrepe treba vedno oceniti in vrednotiti na podlagi vplivov na okolje.
- › Visoke globe za netrajnostno vedenje. V Amsterdamu ne dopuščajo več smetenja, hrupa, pijančevanja in uriniranja na javnih prostorih, storilce tovrstnih dejanj pa sankcionirajo.
- › Usmerjanje prometa, predvsem tistega z velikim številom turistov, in sicer s prepovedjo turističnih avtobusov v mestnem jedru in prestavitvijo terminala za križarke v drugi del mesta.

- › Dvig turističnih taks s ciljem povečanja mestnega proračuna iz naslova turizma. Denar iz pristojbin bo namenjen poostrenemu nadzoru turistične dejavnosti.
- › Prepoved odpiranja novih hotelov v mestnem jedru z geslom: »Ne, razen če«.
- › Omejevanje najema oziroma oddajanja stanovanj turistom za največ 30 dni na leto.
- › Uvedba dovoljenja za turistične vodnike na Red Light District. Namen dovoljenja je zmanjšanje prevelikih množic na majhnem prostoru in zaščita zasebnosti spolnih delavcev. Vsi vodiči, ki po tem delu mesta vodijo pet ljudi ali več, potrebujejo dovoljenje. Skupine turistov so omejene na največ 20 oseb. Vodniki morajo poskrbeti, da se ljudje v njihovi skupini ne ustavljajo pred trgovinami ali drugimi kraji, kjer lahko zavirajo tok peš prometa, turisti ne smejo fotografirati in morajo stati obrnjeni s hrbtom proti hišam, ko poslušajo turističnega vodiča. Vsi vodeni ogledi smejo potekati najkasneje do 23.00.
- › Omejitev hitrosti plovil je zmanjšana s 7,5 na 6 km/h v kanalih, v mestu.

### 2.3.4 Analiza destinacije Altamira

Destinacija Altamira se že več desetletij sooča z degradacijo jamskega okolja zaradi prevelikega obiska, ki je povzročil destabilizacijo jamske mikroklimе in s tem ogrožanje prazgodovinskih jamskih slikarij. Tako so morali leta 1979 jama popolnoma zapreti za obisk. Jama so kasneje, leta 1982 ponovno odprli, pri tem pa so omejili število obiskovalcev na 8.500 ljudi na leto. Destabilizacija mikroklimе se je kljub omejenemu številu obiska nadaljevala, tako je bila jama ponovno zaprta leta 2012. Danes je jama sicer odprta, vendar z omejitvijo zgolj 250 obiskovalcev letno.

Tudi na ravni destinacije oziroma zavarovanega območja je bilo treba implementirati nekaj ukrepov za blaženje negativnih **vplivov turizma na ekonomsko, družbeno-kulturno in naravno okolje**. V te ukrepe podobno kot v primeru destinacij sodijo ukrepi omejevanja turistične ponudbe ter izgradnje nove infrastrukture, ki je pripomogla razvoju turistične ponudbe. Ukrepi, implementirani v Altamiri zajemajo:

- › Omejevanje obiska, in sicer s strogim režimom obiskov, v okviru katerega je omogočen dostop do jame do 250 ljudem na leto, v 37-minutnih turah.
- › Z namenom informiranja in ozaveščanja obiskovalcev o vrednotah Altamire je bil sprva obnovljen muzej s stalno razstavo. Njegov namen je s pomočjo privlačne

razstave in besedil obiskovalcem predstaviti jamo. Leta 2001 je bila zgrajena replika jame (Neocave – Nova jama) in muzej, ki obiskovalcem na inovativen način predstavlja jamo in njeno umetnost. Replika omogoča bolj udoben pogled na slike glavne dvorane v jami, pa tudi izbor ostalih zanimivih znamenitosti v jami. Vključuje tudi nekaj skulptur človeških obrazov, ki jih ni mogoče obiskati v pravi jami. Neocave ni osamljen element, saj je zasnovan in razvit kot prostor, ki obiskovalcu poleg muzeja nudi dodatno izkušnjo in doživetje. Na ta način so z razvojem dodatne turistične infrastrukture zmanjšali pritisk na zavarovano območje jame.

- › Z namenom zaščite občutljivega jamskega okolja so namestili vrata ob vhodu v jamo, da bi preprečili vnos delcev, ki so vir hrane za jamske mikrobe. Odstranili so tudi umetno razsvetljava, ki je bila vir za fotosintezo bakterij. Ti ukrepi so vidno zmanjšali zelene madeže na jamskih stenah.
- › Od leta 2002 multidisciplinarna skupina Higher Research Council Scientific in Cultural Heritage Institute of Spain analizira okoljske parametre in stopnjo mikrobiološke kontaminacije jame, s čimer se sprti določajo potrebni klimatski pogoji za ohranjanje jamskega okolja ter režim obiska za prihodnja leta.
- › Muzej Altamira s svojo stalno razstavo seznanja obiskovalce o ranljivosti jame Altamira in potrebnih pogojih za ohranitev paleolitskih slik. V okviru muzeja imajo storitev »Talking museum«, ki je oblikovana kot storitev kratkih pogovorov z obiskovalci o ohranjanju jame Altamira in vidikih, povezanih z družbeno-kulturno vrednostjo te svetovne dediščine. Vsake seje »Talking museum« se udeleži tudi strokovnjak muzeja, v kateri izmenjujejo mnenja obiskovalci, strokovnjak pa odgovarja na vprašanja ter podaja strokovno mnenje o ohranitvi dediščine.
- › Za vstop v prvotno jamo morajo obiskovalci nositi jopič/zaščitno obleko za enkratno uporabo, posebno obutev in masko, da kar se da zmanjšajo vnos elementov, ki so potencialno škodljivi za okolje.
- › V jami potekajo stalne meritve okoljskih parametrov. Redno se izdeluje študija parametrov, ki je vključena v načrt zaščitnega varstva jame (Preventive Conservation Plan). Vloga predvideva prekinitev obiskov ob poslabšanju ali resni nevarnosti za ogrožanje naravnega sistema v jami. Zaradi tega se režim obiska jame lahko spreminja.

## 2.4 RAZPRAVA

Namen tega poglavja je analiza študij primerov izbranih tipov turističnih destinacij (mestne, gorske, obalne, zavarovana območja), kjer so bile zaznane težave z nosilnostnimi zmogljivostmi zaradi negativnih vplivov preturizma in so že dejansko začele izvajati ukrepe za zmanjševanje negativnih vplivov prekomerne turistične rasti. Glede na analizo študij primerov smo naredili sintezo. Rezultate sinteze oziroma najpogostejši ukrepi, ki so jih izbrane destinacije za boj proti izzivom preturizma izvajale, so povzeti v tabeli 3.

*Tabela 3: Najpogostejši ukrepi med izbranimi turističnimi destinacijami.*

<p>Ukrepi na področju blaženja negativnih ekonomskih vplivov</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Omejitev največjega možnega števila nočitev v namestitvah, ki jih ponujajo kapacitete delitvene ekonomije (Airbnb);</li> <li>-prepoved odpiranja novih trgovin s spominki;</li> <li>-zvišanje turistične takse;</li> <li>-izgradnja dodatne infrastrukture, namenjene turistom;</li> <li>-izdelava aplikacij, ki informirajo turiste o zasedenosti mesta in jih hkrati usmerjajo k ogledu ostalih znamenitosti, ki ležijo v zaledju mesta;</li> <li>-turizem »365«, s čimer želijo prihod turistov razporediti čez vse dni v letu in se izogniti sezonskosti;</li> <li>-gradnja muzeja ali podobnega interpretacijskega središča v bližini resnične znamenitosti, s čimer se predstavi določeno ranljivo okolje in se tako dejansko turisti preusmerijo iz ranljivih območij;</li> <li>-izgradnja replike ranljivega okolja (npr. izgradnja replike jame).</li> </ul>
<p>Ukrepi na področju blaženja negativnih družbeno-kulturnih vplivov</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Okrepitev števila varnostnikov v mestu, ki skrbijo za javni red in mir;</li> <li>-vzpostavitev znamke »avtentično s kraja«, s čimer spodbujajo integracijo in promocijo lokalne kulture ter tradicijo, trženje lokalnih produktov in destinacije same.</li> <li>- informiranje turistov o turistični ponudbi kraja in kodeksu vedenja v obiskani destinaciji;</li> <li>- informiranje lokalnih prebivalcev o kritičnih točkah obiska in možnih ravnanjih v cilju, da se izognejo konfliktov turistov in lokalnega prebivalstva.</li> </ul>



Ukrepi na področju blaženja negativnih okoljsko/fizičnih vplivov	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Omejitev oziroma prepoved vožnje taksijev v določenem časovnem in geografskem območju;</li> <li>-postavitev dodatnih sanitarnih blokov v turistični sezoni;</li> <li>-dodatna signalizacija za turiste;</li> <li>-omejevanje dovoljenj za križarke ali avtobuse;</li> <li>-omejevanje obiska mestnih jeder;</li> <li>-časovno razporejanje križarskih ladij čez vse dni v tednu;</li> <li>-vzpostavitev sistema kartice mesta, z namenom ugotavljanja gibanja turistov, njihovega usmerjanja na manj obiskane znamenitosti (popusti), usmerjanjem turistov na javna prevozna sredstva;</li> <li>-vzpostavitev carsharing, s čimer želijo turiste usmeriti v privlačno zaledje;</li> <li>-stroga omejitev števila gostov v ranljivih okoljih (npr. jamah in zavarovanih območjih);</li> <li>-vzpostavitev aplikacij za razporejanje obiska turističnih znamenitosti in usmerjanje turistov.</li> </ul>
Ukrepi na področju uvajanja zakonodajno/političnih sprememb	<ul style="list-style-type: none"> <li>-prepoved smetenja, razgrajanja, pijančevanja in uriniranja na javnih mestih;</li> <li>-prepoved vstopa turističnim avtobusom v mestna jedra in predstavitev ladijskih terminalov izven mest;</li> <li>-zvišanje turističnih taks;</li> <li>-prepoved gradnje novih hotelov in novih trgovin s spominki;</li> <li>-zmanjšanje dovoljenega največjega števila nočitev v zasebnih nastanitvah;</li> <li>-posebna dovoljenja za vodenje ogledov v nekaterih predelih mest.</li> </ul>

Če povzamemo, večina destinacij se je odločila za posamezne ukrepe na področjih:

1. Informiranja in komunikacije s turisti in/ali lokalnimi prebivalci.
2. Menedžmenta na ravni destinacije, ki zajema tudi aktivnosti na področju nadzora in trženja.
3. Uvajanje tehnoloških rešitev s ciljem zmanjšanja bremena, predvsem na kritičnih točkah, kjer obstaja zaznava preturizma s strani lokalnega prebivalstva in turistov.
4. Razvoj infrastrukture z namenom zmanjšanja pritiska na kritične točke. Poleg razvoja turistične infrastrukture so bili sprejeti tudi ukrepi na področju razvoja prometne infrastrukture.
5. Omejevanje ali regulacija turističnega obiska ali ponudbe zaradi preobremenjenosti v prostoru in času.

V okviru navedenih področij so destinacije uvajale različne posamične ukrepe, ki so se razlikovali predvsem glede na izziv, ki so ga imeli ter tip destinacije. Zanimivo je,

da so posamezne destinacije svoje akcijske načrte prilagodile ukrepanju, predvsem konkretnemu ukrepanju, na posameznih kritičnih točkah, v katerih je zaznan preturizem. V resnici se preturizem običajno pojavi na določenem geografskem območju in v določenem času ter so za učinkovito implementacijo potrebni konkretni ukrepi v kritični(h) točki(ah) in ne na ravni cele destinacije.

## 2.5 SKLEP

Ta raziskava temelji na najnovejših spoznanjih s področja menedžmenta turističnih destinacij. Verjamemo, da pričujoči rezultati lahko koristijo številnim evropskim turističnim destinacijam, ki lahko na podlagi predstavljenih študij primerov uporabljajo podobne predstavljene ukrepe, ki so se izkazali kot učinkoviti ter na ta način zmanjšajo ekonomske, okoljske in družbeno-kulturne izzive, ki jih preturizem lahko prinaša.

V okviru raziskave smo ugotovili, da lahko pri preučevanih destinacijah sicer najdemo veliko podobnih izzivov, s katerimi se soočajo zaradi preturizma, ampak je vseeno treba za vsako destinacijo ali vsak tip destinacije identificirati ukrepe, s katerimi je možno reševati posamezne izzive. V večini primerov so učinkoviti celostni ukrepi, usmerjeni k potrebam, ki jih vsaka destinacija zahteva.

Dejavniki preturizma se v različnih tipih destinacij med seboj razlikujejo, kljub temu pa je vsem skupna splošna rast in visoka koncentracija turistične dejavnosti. Če se na rast pravočasno in ustrezno ne odzovemo, se začnejo kopičiti težave v destinacijah z visoko koncentracijo turistov. To vpliva na fizično zmogljivost infrastrukture, kar povzroča negativne vplive na okolje. V naslednji fazi lahko zasledimo tudi ekonomske vplive, kot sta dvig cen in rast ponudbe alternativnih namestitvenih kapacitet, v prvi vrsti namestitve, ki jih podpira delitvena ekonomija. V naslednji fazi se pojavijo negativni družbeno-kulturni vplivi, ki jih zaznajo turisti in prebivalci. Stopnjevanje negativnih družbeno-kulturnih vplivov lahko dobi tudi politično podporo ali organizirane proteste lokalnega prebivalstva proti turizmu. Takrat že govorimo o anti-turizmu. Zato je smotrno čim zgodnejše in celostno prilagajanje novim razmeram, kar še posebej velja za nove turistične destinacije, ki so v vzponu, saj so te v zgodnji fazi razvoja še posebej ranljive.

Na podlagi analize različnih tipov destinacij ter študije literature lahko izločimo nekatere sklepe oziroma priporočila za reševanje problematike preturizma:

› **Potreba po preučevanju problematike iz širšega zornega kota**

Čeprav je turistična dejavnost močno odvisna od turističnih znamenitosti, njene podporne infrastrukture in menedžmenta, obstajajo tudi drugi dejavniki, ki lahko vplivajo na njen razvoj, med drugim trenutne družbeno-kulturne in politične razmere. Pri preučevanju vplivov na turistični razvoj je torej treba upoštevati tudi druge dejavnike razvoja, vse zavzete strani, vključno z nosilci odločanja in ostale organe.

› **Ključno je sodelovanje vseh relevantnih deležnikov**

Analiza primerov je pokazala, da je pogost problem premajhna informiranost in ozaveščenost tako prebivalstva kot tudi obiskovalcev ter ostale splošne javnosti. Tako je vključevanje različnih deležnikov, njihovo informiranje in izobraževanje ključno za doseganje učinkovitega menedžmenta turistične destinacije. Participacija vseh deležnikov je ključna za uspešen razvoj in implementacijo strategij, še posebej zato, ker je lokalna skupnost pogosto deležna tako koristi kot tudi negativnih učinkov turizma. Če so deležniki vključeni v tako imenovano participativno mrežo, se s tem vzpostavi celovit dialog, ozaveščenost se izboljša in stopnja strpnosti se poveča.

› **Raznolikost omogoča odpornost**

Učinkovita strategija za preprečevanje negativnih vplivov preturizma je zmanjšanje odvisnosti od enega samega tipa turizma, od ene same znamenitosti, s tem da se turistična ponudba razširi in obogati. Raznolikost ponudbe omogoča razpršitev potencialnih tveganj, boljšo razporeditev obiskovalcev in odpravljanje ozkih grl.

› **Sprejemanje odgovornosti**

Turistična destinacija, ki se sooča s preturizmom, je dolžna nase prevzeti neposredne in posredne vplive turistične dejavnosti na okolje, lokalno družbeno-kulturno okolje in prav tako zagotavljanje primerne kakovosti življenja za prihodnje generacije. Turistični deležniki morajo biti proaktivni, biti usmerjeni k trajnostnemu razvoju. Na ravni destinacij je smiselno oblikovanje turističnih načrtov, ki vsebujejo cilje in ukrepe za prihodnji razvoj, ki pa morajo temeljiti na trajnostnem razvoju celotne regije.

### › **Potreba po monitoringu**

Izrednega pomena je monitoring v turistični dejavnosti, saj se s tem lahko izognemo negativnim posledicam že v zgodnji fazi. Monitoring in evalvacija sta ključna za razumevanje trenutnega in prihodnjega razvoja ter za ocenitev trenutnih in potencialnih prihodnjih vplivov turizma na destinacijo. Prav tako je treba ugotoviti, kako so bili ukrepi, ki so bili uvedeni, uspešni, saj se lahko na tak način uspešno rešujejo izzivi preturizma.

Razvoj turizma mora biti namreč usmerjen tako, da zagotavlja visoke stopnje odgovornosti ne le do lastnega sektorja, ampak tudi do okolja, družbene skupnosti in prihodnjih generacij.

## **2.6 LITERATURA IN VIRI**

Coccosis, H., Mexa, A., Collovini, A. 2002: Defining, measuring in evaluating carrying capacity in European tourism destinations. University of the Aegean, Department of environmental studies, Laboratory of environmental planning. Athens.

Coldwell, W. 2017: First Venice in Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe TheGuardian. Medmrežje: <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona> (20. 8. 2018).

Dragičević, V., Bole, D., Bučić, A., Prodanović, A. 2015: European capital of culture: residents' perception of social benefits in costs – Maribor 2012 case study. Acta geographica Slovenica 55-2. DOI: 10.3986/AGS.747

European travel commission 2017: Annual Report. Medmrežje: [https://etc-corporate.org/uploads/ETC-Annual-Report-2017\\_web-version.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/ETC-Annual-Report-2017_web-version.pdf) (20. 8. 2018).

Fennel, D., A. 1999: Ecotourism: An introduction. London.

Geneletti, D., Dawa, D. 2009: Environmental impact assessment of mountain tourism in developing regions: A study in Ladakh, Indian Himalaya. Environmental impact assessment review 29-4. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.eiar.2009.01.003>

González, A., Fosse, J., Santos-Lacueva, R. 2018: Urban tourism policy in sustainability. The integration of sustainability in tourism policy of major European cities. Barcelona.

Goodwin, H. 2016: Managing Tourism in Barcelona. Responsible Tourism Partnership Working Paper 1. Medmrežje: <https://haroldgoodwin.info/RTPWP/01%20Managing%20Tourism%20in%20Barcelona.pdf> (20. 8. 2018).

Gössling S., Peeters P. 2015: Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050. *Journal of Sustainable Tourism* 23(5). DOI: 10.1080/09669582.2015.1008500

Gravari-Barbas, M., Jacquot, S. 2017: No conflict? Discourses in management of tourism-related tensions in Paris. V: Colomb C. in Novy J. (ur.), *Protest in Resistance in the Tourist City*. London.

Gurran N., Phibbs P. 2017: When tourists move in: how should urban planners respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association* 83-1.

IPK International 2017: ITB world travel trends report 2016/17. Berlin.

ITB Berlin 2017: 25th World Travel Monitor® Forum in Pisa: International travel industry needs new strategies to manage 'overtourism'. Medmrežje: [https://www.itb-berlin.de/Presse/Pressemitteilungen/News\\_49298.html?referrer=/de/Presse/Pressemitteilungen/](https://www.itb-berlin.de/Presse/Pressemitteilungen/News_49298.html?referrer=/de/Presse/Pressemitteilungen/) (20. 8. 2018).

Juutinen, A., Mitani, Y., Mantymaa, E., Mäntymaa, E., Shoji, Y., Siikamäki, P., Svento, R. 2011: Combining ecological in recreational aspects in national park management: A choice experiment application. *Ecological economics* 70-6. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolecon.2011.02.006>

Koens K., Postma A. 2017: Understining in Measuring Visitor Pressure in Urban Tourism. A Study Into the Nature in Methods Used to Manage Visitor Pressure in six Major European Cities. Centre of Expertise in Leisure, Tourism in Hospitality, Breda, Leeuwarden, Vlissingen.

Koens, K., Potsma, A., Papp, B. 2018: Is Overtourism Overused? Understining the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability* 10-4384; DOI:10.3390/su10124384

Leung, Y., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R. 2018: Tourism in visitor management in protected areas. Guidelines for sustainability. Glin.

Margaras V. 2017: Major challenges for EU tourism in policy responses. Brussels.

McKinsey&Company, & WTTC 2017: Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations. Medmrežje: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-in-logistics/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations> (20. 8. 2018).

Mokry, S. 2013: Concept of perceptual carrying capacity in its use in the creation of promotional materials of tourist destination. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61-7.

Navrátil, J., Lesjak, M., Pícha, K., Martinát, S., Navrátilová, J., White Baravalle Gilliam, V., L., Knotek, J., Kučera, T., Švec, R., Balounová, Z., Rajchard, J. 2014: The importance of vulnerable areas with potential tourism development: A case study of the Bohemian forest in south Bohemia tourism regions. *Acta Geographica Slovenica*, 54-1. DOI: <https://doi.org/10.3986/AGS54108>

Opillard F. 2017: From San Francisco's 'tech boom 2.0' to Valparaíso's UNESCO world heritage site: resistance to tourism gentrification in a comparative political perspective. V: Colomb C. in Novy J. (ur.), *Protest in Resistance in the Tourist City*. London.

Postma A., Buda D.-M., Gugerell K. 2017: The future of city tourism. *Journal of Tourism Futures* 3-2. DOI: [10.1108/JTF-09-2017-067](https://doi.org/10.1108/JTF-09-2017-067)

Seraphin, H., Sheeran, P., Pilato, M. 2018: Over-tourism in the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing in Management* 9. DOI: [10.1016/j.jdmm.2018.01.011](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011)

Stojanović, V., Đorđević, J., Lazić, L., Stamenković, I. 2014: The principles of sustainable development of tourism in the special nature reserve "Gornje podunavlje" in their impact on the local communities. *Acta geographica Slovenica*, 52-2. DOI: <https://doi.org/10.3986/AGS54407>

Tapper, J. 2017: As touting for punt trips becomes a crime, is tourism overwhelming Britain's cities. Medmrežje: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/jul/29/cambridge-tourist-boom-ruins-city> (20. 8. 2018).

UNWTO 1981: Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General. Madrid.

UNWTO 2018a: Overtourism? Understining in Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Madrid.

UNWTO 2018b: UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419876>

Vasiljević, D. A., Marković, S. B., Hose, T. A., Smalley, I., O'Hara-Dhin, K., Basarin, B., Lukić, T., Vujičić, M. D. 2011: Loess towards (geo) tourism – proposed application on loess in Vojvodina region (north Serbia). *Acta geographica Slovenica* 51-2. DOI: <http://dx.doi.org/10.3986/AGS51305>

Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnappureddy, S., Fux, S., . . . Barth, M. 2017: Tourism destinations under pressure. Lucerne University of Applied Sciences in Arts. Lucerne.

Zlatar Gamberožić J., Tonković Ž. 2015: From Mass Tourism to Sustainable Tourism: A Comparative Case Study of the Island of Brač. *Socialna Ekologija Zagreb* 24-2/3. DOI: [10.17234/SocEkol.24.2.1](https://doi.org/10.17234/SocEkol.24.2.1)





### 3 IDENTIFIKACIJA TURISTIČNIH TOKOV V SLOVENIJI IN SOSEDNIJH DESTINACIJAH

Novejši pristopi k razumevanju nosilne zmogljivosti v turizmu, predstavljeni v prvem poglavju, in v drugem poglavju predstavljeni ukrepi v destinacijah s prekomernim obiskom kažejo na prepletenost številnih področij oziroma dimenzij in deležnikov v razumevanju turističnega razvoja ter pojavov preturizma ali celo natiturizma. Ekonomsko, politično in okoljsko področje so samo nekatera področja, v katerih imajo turisti, lokalno prebivalstvo, turistični ponudniki in drugi deležniki turističnega razvoja stalne interakcije in različne interese, kar ima različne posledice na razvoj turizma.

Poleg omenjene strukturne dinamike je za razumevanje turističnega razvoja v nekem območju pomembno razumeti tudi dinamiko v prostoru in času. Ta je bila v preteklosti pogosto spregledana. Vse večje težave s preturizmom v evropskih destinacijah kažejo na veliko vlogo časa in prostora pri nastajanju kriznih točk prekomernega obiska. Turistične gneče so vezane na koncentracijo obiskovalcev v času in na relativno omejenem prostoru (UNWTO et al., 2018). To v praksi pomeni, da večina turistov obišče manjše število glavnih znamenitosti, in sicer v podobnem časovnem okvirju, kar lahko prispeva k dejanski ali zaznani prenatrpanosti, ki vpliva na uporabniško izkušnjo turista ali prebivalca in se strokovno tolmači kot fenomen preturizma.

Turistično načrtovanje je danes omejeno na geografski (teritorialni) prostor turistične destinacije. Turistično destinacijo lahko razumemo tudi kot povezane točke turističnega zanimanja na določenem geografskem območju (Beritelli, Reinhold, Laesser, & Bieger, 2015). Destinacijo lahko razumemo tudi kot dinamičen in kompleksen sistem medsebojnih odvisnosti, ki jih sprožijo turisti z obiskovanjem različnih točk v času in prostoru (Beritelli et al., 2015, p. 29). Celostno razumevanje prostorske in časovne diagnostike turizma v nekem prostoru mora zato vključevati razumevanje gibanja turistov med različnimi točkami obiska. Gibanje turistov v prostoru in času lahko razumemo s spremljanjem turističnih tokov.

»Turistični tokovi so ponovljive sekvence turističnih migracij v prostoru in času, ki povezujejo skupine geografskih lokacij« (Beritelli et al., 2015). Turističen tok torej predstavlja ponavljajoče se gibanje turistov med različnimi turističnimi točkami obiska. Takšna definicija turističnih tokov omogoča lažje razumevanje in spremljanje obnašanja obiskovalcev v prostoru in času. Do nedavnega so bili turistični tokovi v turizmu obravnavani samo kot enota povpraševanja (Garin-Munoz & Perez Amaral,

2000; Marrocu & Paci, 2011; Zhang & Jensen, 2007); kot tokovi ljudi od svojih emitivnih do receptivnih destinacij (Zhang & Jensen, 2007). Kot taki so turistični tokovi merjeni s številom turističnih prihodov iz različnih emitivnih destinacij v receptivno destinacijo, na agregirani ravni pa jih uporabljajo statistični uradi in turistične organizacije po vsem svetu.

Takšni podatki nudijo le omejen vpogled v prostorsko obnašanje turistov, vendar pa je bilo spremljanje gibanja večjega števila obiskovalcev še do nedavnega velik izziv. Ena od najstarejših metod spremljanja gibanja obiskovalcev je metoda opazovanja. S to metodo lahko spremljamo samo omejeno število opazovancev na manjših območjih. Ob opazovanju z udeležbo lahko raziskovalec nehote vpliva na obnašanje opazovancev (Shoval & Isaacson, 2007). Opazovanje brez udeležbe, ki danes poteka s pomočjo kamer ipd., to seveda prepreči, vendar je drago, prostorsko omejeno in potencialno etično sporno (Shoval & Isaacson, 2007).

Za spremljanje gibanja obiskovalcev so bile zelo značilne prostorsko-časovne tehnike. Z njimi je mogoče spremljati gibanje obiskovalcev (Pearce, 1988, p. 1) z vprašalniki (Debbage, 1991), z intervjuji (Bujosa, Riera, & Pons, 2015; Smallwood, Beckley, & Moore, 2011) ali turističnimi dnevniki (Fennell, 1996; Xia, Zeephongsekul, & Arrowsmith, 2009). V primerjavi z opazovanjem te tehnike zajamejo spoznavno večji vzorec populacije. Temeljijo na hitrih, razmeroma ugodnih načinih zbiranja podatkov in na preizkušenih metodah analize (Shoval & Isaacson, 2007). Vendar pa so pogosto odvisne od spominskih sposobnosti in predvsem motivacije opazovancev, da samostojno zbirajo podatke. Zato je zanje značilen padec kakovosti podatkov v dlje časa trajajočem obdobju (Shoval & Isaacson, 2007).

Tehnološki razvoj je vplival na nastanek novih metod za spremljanje gibanja obiskovalcev. Razvoj radijske in satelitske tehnologije je omogočil zbiranje podatkov z uporabo satelitskih in drugih sistemov, kot je na primer GPS (angl. global positioning system) (Shoval & Isaacson, 2007). Tako zbrani podatki so izjemno natančni (Pettersson & Zillinger, 2011; Shoval, 2008; Shoval & Isaacson, 2007), vendar so podobno kot metoda opazovanja omejeni na manjše število opazovancev, ki imajo pri sebi sledilne naprave. Slabe vremenske razmere, določena mestna arhitektura (npr. stavbe z visokimi in/ali debelimi zidovi) in naravni reliefi (npr. kanjoni, jame, ozke doline) pa lahko zmanjšajo kakovost podatkov zaradi prekinjenega prenosa podatkov.

Spremljanje turistov z mobilnimi sledilnimi napravami kljub visoko natančni prostorski informaciji, samo po sebi ne omogoči poglobljenega vsebinskega razumevanja poti. Zato je spremljanje pogosto kombinirano z drugimi načini zbiranja

podatkov: vprašalniki (Bauder & Freytag, 2015; De Cantis, Ferrante, Kahani, & Shoval, 2016; Pettersson & Zillinger, 2011), intervjuji (Edwards & Griffin, 2013), SMSi (Birenboim, Reinau, Shoval, & Harder, 2015; Reinau, Harder, & Weber, 2015), drugo uporabo pametnih telefonov (Phithakkitnukoon et al., 2015; Yun & Park, 2014) in z metodo primerjanja sekvenc (Shoval, McKercher, Birenboim, & Ng, 2015). Osip števila opazovancev je v dlje časa trajajočem obdobju visok, kar predstavlja omejitve metode.

V zadnjem desetletju je tehnološki in družbeni razvoj omogočil vse več zbiranja in obdelave velikih količin podatkov. Te podatke turisti ustvarjajo nezavedno (npr. signali iz mobilnega telefona) ali kot del turističnega doživetja (npr. recenzije na TripAdvisoru), s pomočjo Bluetooth, mobilne ali internetne tehnologije. Podatki, ki jih turisti javno delijo, so dostopni raziskovalnim institucijam za namene ustvarjanja znanja, v skladu s splošno uredbo o varstvu podatkov. Ti podatki omogočajo tudi razumevanje gibanja velikega števila turistov na poljubno velikih področjih in časovnih intervalih. S takšnim načinom zbiranja podatkov raziskovalci ne posegajo v turistično doživetje obiskovalcev – zato so podatki bolj realni in bliže dejanskemu doživetju.

Za namen razumevanja turističnih tokov v Sloveniji in bližnji okolici smo razvili metodologijo za uporabo spletnih uporabniških vsebin. Čeprav spletne uporabniške vsebine v turističnem raziskovanju uporabljamo že vsaj desetletje, smo njihovo vrednost za prostorsko raziskovanje začeli šele dobro odkrivati. Prednost drugotnega zbiranja in obdelave podatkov iz spletnih uporabniških vsebin za analizo turističnega gibanja je velika količina podatkov v daljšem časovnem obdobju. Podatki vsebujejo GPS lokacije in so zanesljivi, cenovno dostopni ter omogočajo izvedbo različnih analiz (različna območja, časovni intervali obiska, povezava z vsebinskimi analizami recenzij itn.).

V nadaljevanju tega poglavja opisujemo uporabo spletnih uporabniških vsebin v turizmu, razvoj metodologije za identificiranje turističnih tokov TER rezultate analize, ki smo jo izvedli na področju Slovenije in okoliških destinacij.

### 3.1 UPORABA SPLETNIH UPORABNIŠKIH VSEBIN V TURISTIČNEM RAZISKOVANJU

Spletne uporabniške vsebine so se pojavile in bliskovito razširile s tehnološko inovacijo na prelomu tega tisočletja (Gretzel, Fesenmaier, & O'Leary, 2006; Wang, Park, & Fesenmaier, 2012), ki je omogočila lažje deljenje podatkov in interakcijo v t. i. spletu 2.0. Vzroki za njihovo hitro širjenje so morda človekova notranja želja po interpretaciji sveta in deljenju idej ter vrednot z drugimi (Huang, 2017). Splet 2.0 je uporabnikom omogočil sodelovanje in interakcijo na bistveno bolj hiter, učinkovit in odziven način (Shirky, 2010).

Ena izmed prvih definicij opredeljuje spletne uporabniške vsebine (angl. *user generated content* ali *user created content*) (OECD, 2007; Vickery & Wunsch-Vincent, 2007) kot na spletu javno dostopne vsebine, ki so ustvarjene izven profesionaliziranih procesov in praks ter vsebujejo kreativno komponento. Spletna vsebina je uvrščena med spletne uporabniške vsebine, če ji je uporabnik, ki jo je ustvaril, dodal neko novo vrednost in ne preprosto delil že obstoječega. Pri tem je lahko sodeloval z drugimi spletnimi uporabniki (OECD, 2007).

OECD (2007) klasificira spletne uporabniške vsebine glede na obliko vsebine (besedilo, fotografija, podoba, glasba, posnetek itn.) in obliko spletne platforme (blog, viki, spletna stran, ki omogoča uporabniške odzive, virtualni svet itn.) Drugi avtorji (Baym, 2010; Munar & Jacobsen, 2013) uporabljajo podobne klasifikacije platform in poudarjajo njihove razlike na podlagi strukture, dosega informacij in obsega sporočil, bogatosti vsebine in tudi na podlagi hierarhije ter nadzora spletnih administratorjev.

Spletne platforme, ki omogočajo uporabniške vsebine v turizmu, so dinamične in nudijo možnost sodelovalnih modelov za posameznikovo načrtovanje turističnega doživetja. Obiskovalcem omogočajo prebiranje, razvrščanje in deljenje informacij o načrtovanju ter nakupu turističnih proizvodov s tehnologijami blogov, označevanja, kartiranja, meta iskalnikov vsebin ter cen itn. (Conrady, 2007). V poročilu iz leta 2017 je UNWTO (2017) turistične platforme s spletnimi uporabniškimi vsebinami uvrstil v podskupino novih turističnih storitveno naravnanih platform, ki omogočajo deljenje informacij.

TripAdvisor, Hotels.com, Priceline, Yelp, pa tudi večnamenska omrežja, kot so Facebook, Instagram in Twitter, so močno zaznamovali razvoj spletnih uporabniških vsebin v turizmu. Te so nadomestile nekdanja priporočila 'od ust do ust' (ang. *word of mouth*) (Fernandes & Fernandes, 2018). Izreden doseg in vpliv na spletnih

uporabniških vsebinah deljenih informacij je povzročil, da so jih podjetja začela obravnavati kot pomembne informacije za poslovne odločitve (ibid.). Ravnanje s spletnim ugledom organizacije je postala strateška aktivnost (Phillips, Zigan, Silva, & Schegg, 2015). Velike količine javno dostopnih podatkov so hitro pritegnile tudi turistično raziskovanje oziroma akademijo (Weilin Lu & Svetlana Stepchenkova, 2015).

Spletne uporabniške vsebine so v turističnem raziskovanju že desetletja raziskovane z vidikov sestave turističnih proizvodov (Hauthal & Burghardt, 2016); analize podobe turistične destinacije (Alcázar, Piñero, & Maya, 2014; Chiu, Chiu, Sung, & Hsieh, 2013; Duffy, 2015; Li, Lin, Tsai, & Wang, 2015; Stepchenkova & Zhan, 2013); razumevanja menedžerskih in trženjskih strategij (Marine-Roig & Anton Clavé, 2015); organizacijskega ugleda (Baka, 2016); turističnega obnašanja (Cezar & Ögüt, 2012; Del Chiappa, Alarcón-Del-Amo, & Lorenzo-Romero, 2015; Herrero, San Martín, & Hernández, 2015; Jin & Phua, 2015; Tham, Croy, & Mair, 2013; Ye, Law, & Gu, 2009; Ye, Law, Gu, & Chen, 2011); motivacije za deljenje podatkov s strani posameznika (Bilgihan, Barreda, Okumus, & Nusair, 2016; Marchiori & Cantoni, 2015; Munar & Jacobsen, 2013; Ye et al., 2011); in vpliva deljenja informacij na izobraževanje turistov (Guo, Sun, Schuckert, & Law, 2015; Liu & Park, 2015; Stepchenkova & Zhan, 2013).

Šele zadnja leta smo začeli nekoliko več uporabljati spletne uporabniške vsebine tudi za raziskovanje prostorskega gibanja v turizmu. Ko spletni uporabniki ocenjujejo prevoznika, hotel ali restavracijo, ali dokumentirajo svoje turistično doživetje s fotografijami, video posnetki in drugimi načini spletne interakcije, njihove deljene informacije značilno vsebujejo podatek o času in lokaciji. Informacijo s takšnimi podatki lahko uporabimo za identificiranje gibanja turistov v prostoru in času. Maloštevilne študije poročajo o uporabi spletnih uporabniških vsebin za prostorske analize v turizmu, število teh študij raste in pričakujemo, da jih bo v prihodnje značilno več.

Kádár (2014) je med prvimi primerjal turistične aktivnosti med različnimi evropskimi mesti s korelacijo prostorskih vzorcev, ki jih je pridobil iz podatkov s platforme Flickr.com. Amaral, Tiago, and Tiago (2014) so izrisali grozde turistov, ki so obiskali podobne restavracije. Hauthal and Burghardt (2016) sta raziskovala čustva turistov s pomočjo geo označenih fotografij Dresdena na platformah Flickr in Panoramio ter izrisala zemljevid turističnih občutij. Chua, Servillo, Marcheggiani, and Moere (2016) so z uporabo podatkov s Twitterja prepoznali turistične tokove v južni Italiji. Njihova metodologija je vključevala dejansko gibanje in ne poti, ki jih ustvariyo turisti,

ki obiskujejo znamenitosti. Shi, Zhao, and Chen (2017) so raziskovali urbane gneče v Šanghaju z uporabo geoprostorskih podatkov s platforme Weibo. Dve študiji sta uporabili spletne uporabniške podatke za vizualizacijo turističnih tokov na javnih prireditvah. Leung et al. (2012) so uporabili spletne popotniške dnevnike za analizo čezmorskih turističnih gibanj med olimpijskimi igrami v Pekingu. Kirilenko and Stepchenkova (2017) sta z uporabo komentarjev s Twitterja identificirala gibanja obiskovalcev med zimskimi olimpijskimi igrami v Sočiju.

Najpogosteje omenjena pomanjkljivost spletnih uporabniških vsebin v turističnem raziskovanju je njihova domnevna nezmožnost zajeti vzorca celotne populacije. Različni segmenti populacije namreč različno intenzivno uporabljajo spletne sodelovalne platforme. Čeprav se je argument delno potrdil tudi v okviru naše raziskave, številni avtorji poudarjajo nepomemben vpliv te pomanjkljivosti. Četudi posamezniki iz nekaterih generacij in družbenih skupin sami ne delijo turističnih izkušenj na spletu, ti segmenti populacije vseeno spremljajo zanje pomembne objavljene vsebine (Guo, Sun, Schuckert, & Law, 2015; Liu & Park, 2015) in se na podlagi teh tudi odločajo. Torej dejstvo je, da le manjši del populacije objavlja na spletnih omrežjih, kot je tudi dejstvo, da značilno večji del populacije spremlja te objave in se na podlagi teh odloča za izbiro turističnih doživetij. Njihova turistična doživetja so torej pogosto podvržena vplivu informacij na spletnih sodelovalnih platformah.

### **3.2 METODA PREPOZNAVANJA TURISTIČNIH TOKOV Z UPORABO SPLETNIH UPORABNIŠKIH VSEBIN**

Podatke za izris tokov na območju Slovenije in obmejnih destinacij smo zbrali iz podatkov, ki jih ustvarjajo uporabniki na turistični sodelovalni platformi TripAdvisor. Glavni uporabniki te platforme so turisti, ki delijo mnenja in opise, ocene, fotografije in podobno. Ko uporabniki spletnih sodelovalnih platform ocenjujejo hotel ali restavracijo, objavijo fotografijo ali novico, vsebujejo ti vnosi prostorske in časovne informacije ter informacije o identitetah uporabnikov. Na podlagi teh informacij je mogoče povezati več vnosov istega uporabnika v krajšem časovnem obdobju in rekonstruirati individualno turistično pot. Individualne turistične poti so nato obravnavane na agregirani stopnji. V obliki strateških turističnih poti so prikazane v orodju Google Earth.

Zbiranje podatkov iz spletnih uporabniških vsebin temelji na uveljavljenih pristopih in tehnologijah luščenja podatkov s spletnih strani. To poteka na obstoječih odprtih ogrodbah, kot npr. Scrapy, pri čemer je v ospredju luščenje z dinamičnih spletnih

strani, ki za izboljšanje uporabniške izkušnje intenzivno uporabljajo tehnologije, kot sta JavaScript in AJAX. S tem močno vplivajo na kompleksnost postopkov luščenja. Tako zbrani podatki ob rekonstrukciji turističnih poti in opredelitvi strateških tokov omogočajo tudi iskanje tipičnih vzorcev obiska znotraj ožjih območij ali posameznih destinacij in razlikovanje med različnimi ciljnim skupinami turistov.

Problem analize turističnih poti smo obravnavali z uporabo pristopov s področja teorije grafov ter napredne podatkovne analitike (ang. *advanced data analytics*) za analizo večjih količin podatkov. V analizo smo vključili približno 136.000 objav (ang. *review*) narejenih s strani nekaj več kot 70.000 uporabnikov, ustvarjenih med letoma 2004 in 2016. Enaintrideset odstotkov uporabnikov je poročalo o svoji starosti in približno 38 % o svojem spolu. Med temi, ki so poročali o starosti, jih je 6 % starih med 13 do 24 let, 26 % med 25 in 34 let, 34 % med 35 in 49 let, 26 % med 50 in 64 let in 8 % je starih 65 let ali več. Med uporabniki, ki so poročali o spolu, jih je 55 % moških, 45 % ženskih in nekaj manj kot pol odstotka druge spolne identitete.

V analizi uporabljeni podatki so morali ustrezati naslednjim trem merilom: znani so morali biti čas objave, geografska lokacija kraja ali storitve, na katero se je objava nanašala, in anonimna oznaka uporabnika. Ti trije podatki so večinoma na voljo v objavah na spletnih sodelovalnih platformah, tudi na TripAdviserju, ki smo ga uporabili v tej raziskavi. Analiza objav s takšnimi podatkovnimi informacijami ne omogoča samo identifikacije geografske točke, na katero se nanaša posamezna objava, temveč tudi prepoznavo turističnega toka s povezavo več objav istega avtorja v zajetem časovnem obdobju.

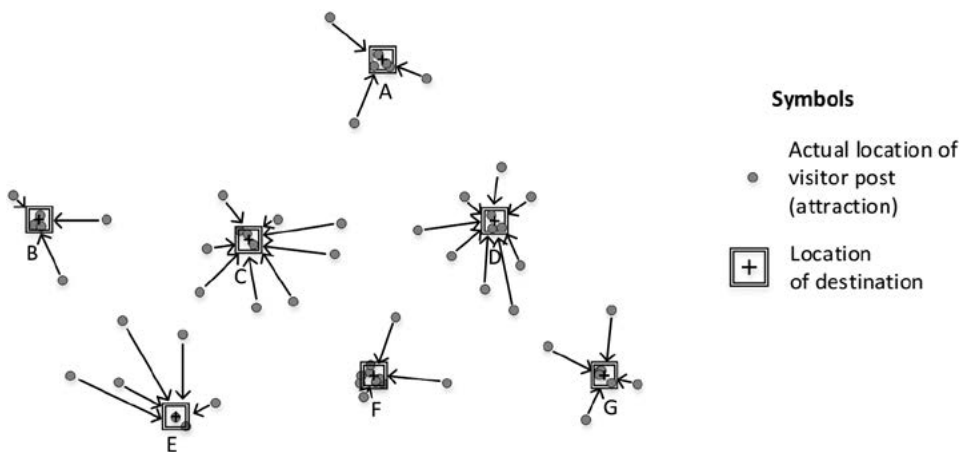
Naša metoda temelji na predvidevanju, da časovni zapisi objav uporabnikov izražajo dejanske časovne sekvence njihovega obiska. To predpostavko upoštevamo na podlagi literature o vzorcih objavljanja spletnih uporabniških vsebin, ki temeljijo na predpostavki čim hitrejših objav. Torej analiza temelji na predpostavki, da uporabnik ustvari objavo v času obiska ali če to stori po obisku, so objave razporejene v sekvenci, dejanskega obiska. Zavedamo pa se, da obiskovalci po vsej verjetnosti ne objavijo spletnih komentarjev ob vsaki obiskani znamenitosti ali ponudniku. To je omejitvev in zato lahko predvidimo le približek dejanskega turističnega toka. Tudi ta pomembno prispeva k razumevanju turističnih gibanj v prostoru. Tok je v namene analize opredeljen z vsaj dvema geografskima točkama v izbranem geografskem prostoru (npr. država, regije itn.), ki sta obiskani v določenem časovnem okviru (npr. nekaj dni). Proces prepoznavanja turističnih tokov je sestavljen iz štirih korakov, kot ponazarja Slika 1.

Slika 1: Koraki za prepoznavanje turističnih tokov



V prvem koraku smo bližnje si geografske točke, na katere so se nanašale objave, združili v eno samo geografsko lokacijo (Slika 2). Takšno združevanje je bilo potrebno za opazovanje gibanja turistov med destinacijami. Za geografske lokacije, ki smo jih uporabili kot oznake destinacij, smo izbrali geografske oznake občin. Objave o vseh različnih znamenitostih in ponudnikih v posamezni destinaciji smo torej združili v geografsko oznako najbližje občine. Posamezna statistična občina je postala enota analize. Če bi analizirali gibanje obiskovalcev na drugačni ravni, bi ta korak izpustili ali prilagodili.

Slika 2: Združevanje geografskih lokacij uporabniških objav v geografske lokacije destinacije



V drugem koraku smo z ureditvijo objav glede na ID uporabnika in časovni vrstni red objav identificirali individualne turistične tokove. V tretjem koraku smo odstranili vse tiste objave istih uporabnikov, ki se v določeni časovni sekvenci pojavijo samo enkrat. S tem smo se izognili obravnavi nepovezanih potovanj istega uporabnika kot enega potovanja in torej kot sestavni del enega turističnega toka. Izločili pa smo tudi objave lokalnih prebivalcev in ponudnikov, ki se odzivajo na turiste.



V *četrtem* koraku smo prepoznane turistične tokove analizirali še z vidika ponovitev. Dva turistična toka sta identificirana kot ponovitvi istega toka, če vsebujeta iste lokacije, obiskane v enaki časovni sekvenci, medtem ko sta čas obiska in ID uporabnika lahko različna. Takšna analiza omogoča lažjo prepoznavo strateških turističnih tokov. Tok, ki ga različni uporabniki ponovijo 50-krat, je namreč zanesljivejši in za razumevanje turističnega razvoja nekega območja pomembnejši kot tisti, ki ga ustvari samo en uporabnik.

V *petem* koraku smo turistične tokove izrisali na zemljevidu z uporabo programskega jezika za označevanje besedil s pomočjo ključev - 'keyhole markup language' (KML). Gre za XML-zapis, ki se uporablja za geografsko označevanje. Turistični tokovi so na zemljevidu prikazani kot črte, ki povezujejo vsaj dve geografski lokaciji. Debelina črte je odvisna od števila ponovitev nekega turističnega toka. Debelejša črta označuje več ponovitev. Dokument KML smo vnesli v program Google Earth, ki je učinkovito orodje za prikaz prostorskih informacij (Dordevic in Whitmeyer 2015). S tem smo omogočili opazovanje turističnih tokov v odnosu do dejanskega geografskega okolja, na katerega se navezujejo.

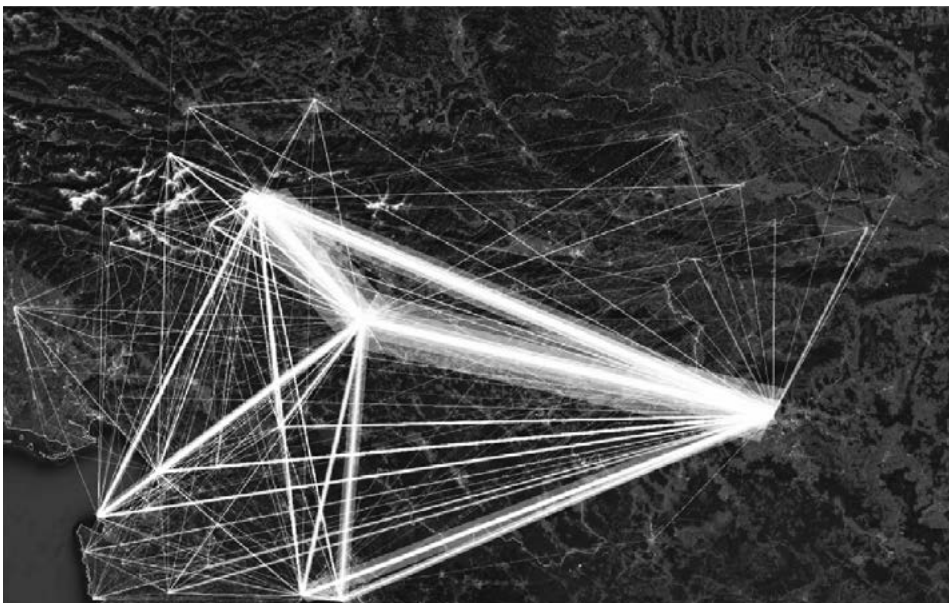
V namen identifikacije turističnih tokov smo analizirali podatke, ki so jih javno delili uporabniki spletne sodelovalne platforme TripAdvisor. V analizo smo vključili približno 50.000 kvadratnih kilometrov veliko geografsko področje. Upoštevali smo samo uporabnike, ki so v določenem časovnem obdobju objavili vsaj dva komentarja. Takšni sta bili kar dve tretjini uporabnikov, več kot polovica pa je objavila tri komentarje ali več, ki se nanašajo na različne turistične destinacije znotraj obravnavanega področja.

Veljavnost podatkov s spletnih uporabniških vsebin smo preverili z javnimi podatki o turističnih prihodih in prenočitvah za leto 2015, dostopnimi na Slovenskem statističnem uradu. Primerjava kaže relativno dobro ujemanje z izjemo širšega vzhodnega dela Slovenije, kjer je koncentrirana ponudba zdravilišč. Tovrstna turistična ponudba je specifična in povezana z zdravjem posameznika, osredotočena na starejšo populacijo, ki manj uporablja spletne uporabniške platforme. Poleg tega so turisti v zdraviliščih bolj statični, oziroma njihov obisk temelji na obisku posameznega zdravilišča in ne na značilnem »gibanju« skozi določen geografski prostor.

### 3.3 TURISTIČNI TOKOVI V SLOVENIJI IN OKOLIŠKIH DESTINACIJAH

Identificirali smo 1105 turističnih tokov med 188 destinacijami v Sloveniji in 20 destinacijami v sosednjih državah. Ti tokovi tvorijo 616 skupin tokov. Skupina turističnih tokov združuje tokove z istimi geografskimi lokacijami, ki pa so lahko obiskane v različnem vrstnem redu. Destinacije v obsegu Ljubljane, Bleda in Zagreba so del iste skupine, tudi ko so obiskane v drugačnem vrstnem redu: Zagreb-Bled-Ljubljana ali Ljubljana-Bled Zagreb. Skupina združuje iste destinacije ne glede na smer turističnega toka. Vse toke, prepoznane v regiji, prikazujemo na Sliki 3.

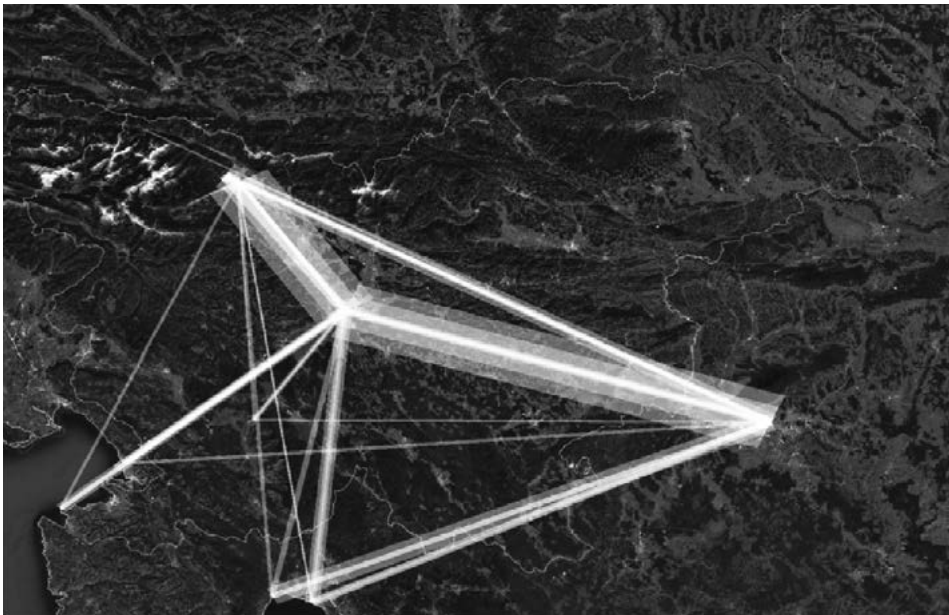
*Slika 3: Vsi turistični tokovi v opazovani regiji*



Pri nadaljnji analizi smo se osredotočili na prepoznavanje strateških turističnih tokov. Kot take smo definirali tiste tokove, ki se po številu ponovitev uvrščajo v zgornjih 5 % vseh tokov. Glede na vzorec podatkov so bili to tokovi, ki so bili ponovljeni vsaj 30-krat. Vsaj 30 uporabnikov TripAdvisorja je torej objavilo obisk istih destinacij v enakem vrstnem redu v enaki časovni sekvenci. Ti tokovi so prikazani na Sliki 4. Na Sliki 4 so tokovi z več ponovitvami prikazani z debelejšo črto in so strateški turistični tokovi. Opazimo lahko, da strateški turistični tokovi povezujejo omejeno število destinacij,

kar nakazuje na koncentriran značaj turizma – večina turistov gravitira k omejenemu številu destinacij.

*Slika 4: Turistični tokovi z največ ponovitvami – zgornjih 5 %*



V Tabeli 1 prikazujemo analizo najbolj pogostih turističnih tokov, med katere se je uvrstilo 139 tokov v 31 skupinah. V tabeli so prikazani številčna oznaka skupine, celotno število ponovitev tokov v skupini, število geografskih lokacij v skupini, število različnih tokov v skupini, število ponovitev najbolj obiskanih tokov v skupini, največkrat ponovljeni tokovi v skupini in tokovi, katerih ponovitve dosežejo 66 % ponovitev največkrat ponovljenega toka v skupini (torej zgornja tretjina tokov v skupini glede na število ponovitev).

Tabela 1: Analiza turističnih tokov

ID skupine	Skupno število ponovitev tokov v skupini	Število lokacij v skupini	Število tokov v skupini	Število ponovitev največkrat ponovljenega toka v skupini	Največkrat ponovljeni tok v skupini	Drugi pogosto ponovljeni tokovi v skupini (število ponovitev)
1	1192	3	3	492	ZG - LJ - BL	ZG - BL - LJ (446)
2	905	2	1	905	LJ - BL	
3	882	2	1	882	ZG - LJ	
4	719	4	12	147	ZG - LJ - BV - BL	ZG - LJ - BL - BV (99)
5	435	2	1	435	BL - BV	
6	375	3	3	173	LJ - BV - BL	LJ - BL - BV (131)
7	337	4	11	52	LJ - PR - BL - ZG	BL - LJ - ZG - PR (46), LJ - BL - ZG - PR (40)
8	286	2	1	286	ZG - OP	
9	284	4	11	80	LJ - BL - ZG - OP	BL - LJ - ZG - OP (56)
10	256	2	1	256	ZG - BL	
11	236	4	12	41	ZG - PO - LJ - BL	LJ - ZG - PO - BL (34), ZG - LJ - BL - PO (28)
12	226	4	12	53	TS - ZG - LJ - BL	
13	219	3	3	84	ZG - OP - LJ	ZG - LJ - OP (70), LJ - ZG - OP (65)
14	210	2	1	210	LJ - RK	
15	210	3	3	103	ZG - LJ - TS	
16	207	3	3	106	ZG - BV - BL	ZG - BL - BV (92)
17	205	3	3	105	ZG - RK - LJ	ZG - LJ - RK (67)
18	175	3	3	79	BL - LJ - PR	LJ - BL - PR (66)
19	166	2	1	166	LJ - PR	
20	150	3	3	77	ZG - LJ - PR	LJ - PR - ZG (54)
21	149	5	11	49	TS - LJ - ZG - BV - BL	
22	139	4	12	34	ZG - RK - BL - LJ	
23	128	2	1	128	ZG - RK	

ID skupine	Skupno število ponovitev tokov v skupini	Število lokacij v skupini	Število tokov v skupini	Število ponovitev največkrat ponovljene toka v skupini	Največkrat ponovljeni tok v skupini	Drugi pogosto ponovljeni tokovi v skupini (število ponovitev)
24	125	2	1	125	LJ - TS	
25	120	3	3	58	ZG - BL - OP	
26	101	3	3	39	LJ - BL - BH	LJ - BH - BL (34), BL - LJ - BH (28)
27	99	3	3	37	LJ - PO - BL	PO - LJ - BL (34), LJ - BL - PO (28)
28	99	3	3	52	TS - LJ - BL	
29	93	3	3	34	LJ - RK - BL	BL - LJ - RK (32), LJ - BL - RK (27)
30	92	2	1	92	LJ - PO	
31	88	4	9	31	LJ - BL - ZG - KG	ZG - BL - LJ - KG (29)

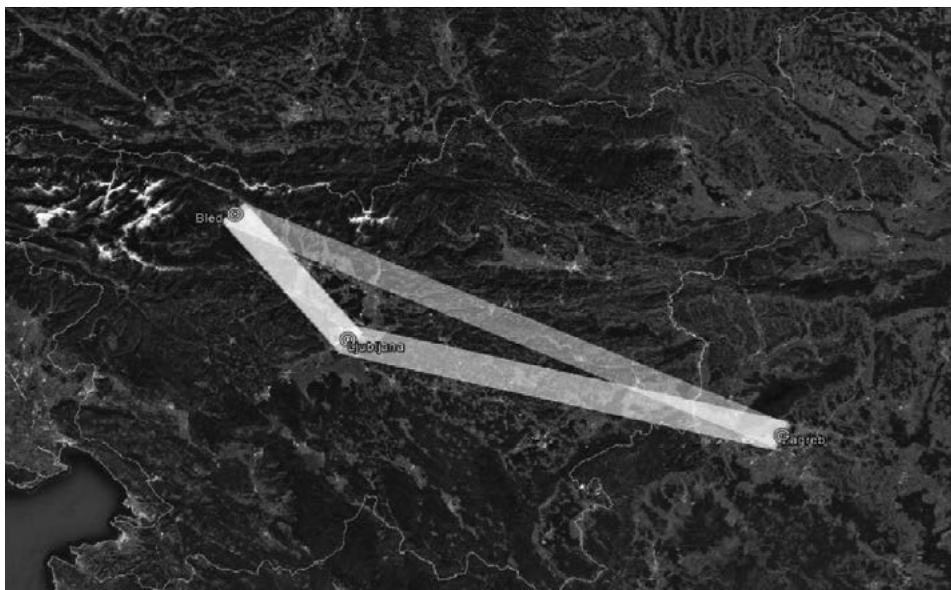
Legenda: ZG – Zagreb; LJ – Ljubljana; BL – Bled; BVVN – Blejski Vintgar; PR – Piran; OP – Opatija; TS – Trst; PO – Postojna; RK – Reka; BH – Bohinj; KG – Kranjska Gora

Največje število ponovitev tokov v posamezni skupini je 1192. To pomeni, da je 1192 uporabnikov s TripAdvisoja poročalo o istih lokacijah v krajšem, omejenem časovnem okviru – ni pa nujno, da so si objave sledile v istem vrstnem redu. Najnižje število ponovitev tokov v posamezni skupini je 88. Posamezni tok je sestavljen iz 2-5 geografskih lokacij; večina tokov je sestavljena iz 3 geografskih lokacij. Skupine vsebujejo od 1 do 12 različnih tokov. Najbolj ponovljen tok je Ljubljana – Bled z 905 ponovitvami, najmanj ponovljen tok pa je Ljubljana – Bled – Zagreb – Kranjska Gora z 31 ponovitvami.

Zadnja dva stolpca v Tabeli 1 prikazujeta tokove z največ ponovitvami in tokove z vsaj 66 % ponovitev v primerjavi z največkrat ponovljenimi tokovi v svoji skupini. Interpretiramo prvo skupino v Tabeli 1. Prva skupina vsebuje tri tokove in povezuje tri geografske lokacije. Tokovi te skupine ustvarijo 1192 ponovitev. Najbolj ponovljen tok je Zagreb – Ljubljana – Bled s 492 ponovitvami. Drugi največkrat ponovljen tok je Zagreb – Bled – Ljubljana s 446 ponovitvami. Tretji največkrat ponovljen tok je Ljubljana – Zagreb – Bled z 254 ponovitvami, kar pa je že manj kot 66-odstotna ponovitev najbolj obiskanega toka v skupini in zato v Tabeli 1 ta tok ni poročan.

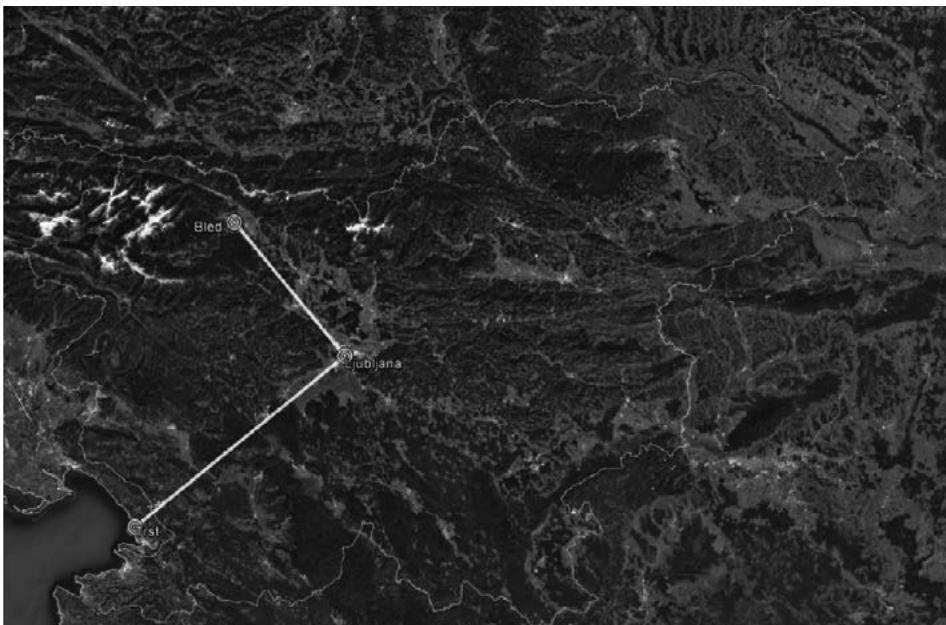
Na Sliki 5 lahko vidimo, da skupina 1 povezuje tri prepoznavne turistične destinacije v regiji, to so Ljubljana, Bled in Zagreb. To so najbolj obiskane destinacije v regiji, ki so v letu 2016 beležile 726.082 (Ljubljana), 347.277 (Bled) (STAT-SI, 2017) in 1.152.600 (Zagreb) (Mint.hr, 2017) turističnih prihodov. Zagreb in Ljubljana sta destinaciji z mednarodnima letališčema in sta kot taka transportni točki za regijo. Ljubljansko letališče je na polovici poti do Bleda – razdalja med letališčem in Ljubljano ali Bledom je enaka.

*Slika 5: Skupina z največ ponovitvami (skupina 1 v Tabeli 1)*



Na sliki 6 je izrisana skupina 28 iz Tabele 1, ki ima tri tokove. Samo eden izmed njih pa ima večjo vrednost ponovitev. Ta tok poteka od Trsta v Italiji skozi Ljubljano in se konča na Bledu. Tok ima 52 ponovitev in je najbolj izrazit tok v regiji. Preostala dva tokova iz skupine 28 z istimi destinacijami, obiskanimi v drugačnih vrstnih redih, imata manj ponovitev.

Slika 6: Skupina s samo enim močnim tokom (skupina 28)



Najdaljši tok izmed vseh je v Tabeli 1 prikazan v skupini 21. Tok se začne v Trstu v Italiji in poteka skozi Ljubljano v Zagreb in nato nazaj v Slovenijo - v Blejski Vintgar in nazadnje do bližnjega Bleda. Ta tok povezuje destinacije z različnimi značaji. Trst je obalna nakupovalna destinacija, Ljubljana in Zagreb sta glavni mesti in kulturno dediščinski destinaciji, medtem ko sta Bled in Blejski Vintgar gorski destinaciji.

### 3.4 UPORABA TURISTIČNIH TOKOV ZA RAZUMEVANJE IN PREPREČEVANJE PRETURIZMA

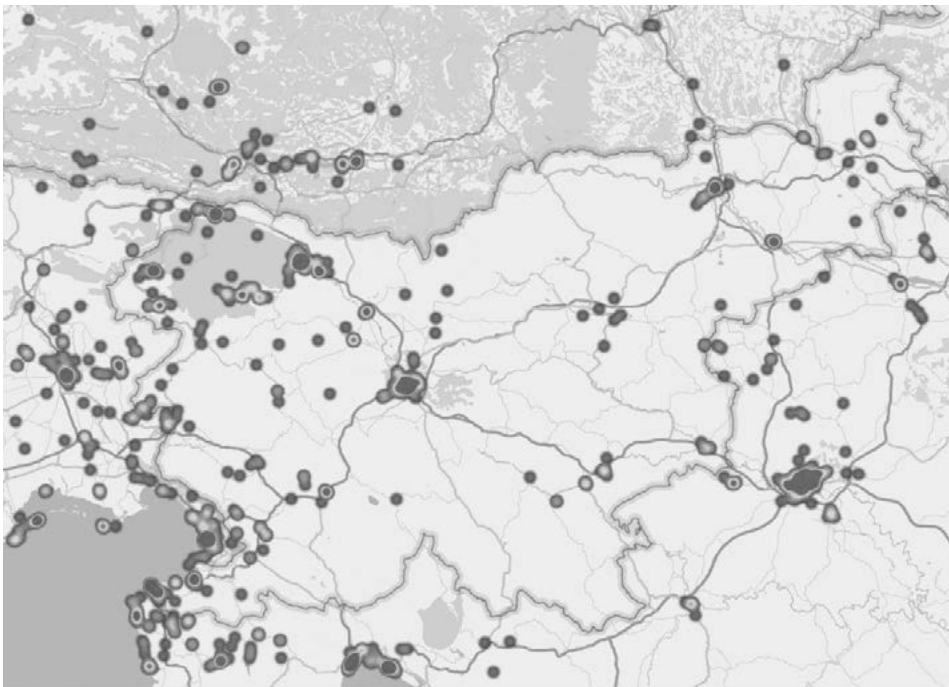
Analiza turističnih tokov v Sloveniji in okoliških destinacijah omogoča dinamičen vpogled v razvoj turizma na izbranem geografskem področju, ki z drugimi načini opazovanja ne bi bil mogoč. Turistični tokovi medsebojno povezujejo destinacije. Z razumevanjem njihove distribucije in frekvence je mogoče bolje razumeti gibanje turistov. Z razumevanjem gibanja turistov med destinacijami lahko bolje načrtujemo turistični razvoj posamezne destinacije in tudi celotne regije, kar je pomembno orodje pri preprečevanju pojavov preturizma.

Novejše strategije za preprečevanje preturizma kot ukrep načrtovanja v turizmu predvidevajo razpršitev obiskovalcev v času in prostoru (McKinsey&Company &

WTTC, 2017; UNWTO, 2018). Tak ukrep je smiselno načrtovati z razumevanjem turističnih tokov. Analiza turističnih tokov v Sloveniji podobno kot drugje, kaže na visoko koncentracijo turistov v omejenih točkah - najbolj obiskanih ali ikonskih destinacijah - v času in prostoru. To se odraža skozi vključenosti manjšega števila najbolj obiskanih destinacij v vse glavne turistične tokove: izstopajo Ljubljana, Bled, Blejski Vintgar, Piran, Postojna, Bohinj, Kranjska Gora. To so ikonske, dobro razvite in prepoznavne slovenske destinacije, ki se tudi v strokovni ali splošni debati o preturizmu pojavljajo največkrat.

Analiza je pokazala, da se turisti v Sloveniji večinoma gibajo med destinacijami zahodne in osrednje Slovenije, medtem ko so destinacije v širšem vzhodnem delu Slovenije manj popularne in slabše povezane z drugimi destinacijami. Slika 7 prikazuje distribucijo analiziranih objav in njihovo frekvenco za različne destinacije v obravnavanem območju. Znotraj Slovenije kaže Slika 7 opazno večjo pogostnost objav v destinacijah na zahodnem in v osrednjem delu Slovenije.

*Slika 7: Zemljevid objav spletnih uporabniških vsebin za Slovenijo in okoliške destinacije.*





V vzhodni polovici Slovenije nekoliko izstopata samo Maribor in Ptuj (sta rdeče obarvana). Destinacije iz tega dela Slovenije so glede na rezultate analize tokov tudi šibkeje povezane z drugimi destinacijami. To je razvidno iz Slike 3, kjer so turistični tokovi v tem delu Slovenije med vsemi prepoznanimi tokovi komaj zaznavni, in iz Slike 4, ki prikazuje 5 % največkrat ponovljenih turističnih tokov in med katerimi tokov v tem delu Slovenije sploh ni.

K šibkejši zastopanosti vzhodnih in jugovzhodnih destinacij v rezultatih analize turističnih tokov do neke mere prispeva narava turizma, značilna za te destinacije. Številne destinacije iz tega dela Slovenije imajo bogato zdraviliško ponudbo. Tak tip turizma privlači drugačno skupino obiskovalcev, ki je starejši in manj objavlja na spletnih sodelovalnih platformah, oziroma obiskovalce, ki v času svojega bivanja bolj poredko zapustijo iste destinacije in jih v analizi tokov ni bilo mogoče zaznati. Vseeno ponujajo te destinacije razvijajoče se, še ne izkoriščene priložnosti tudi na drugih področjih. Njihova boljša vključenost v strateške turistične tokove bi blagodejno vplivala na razvoj turizma v tem delu Slovenije in potencialno razbremenila preobremenjene destinacije v osrednji in zahodni Sloveniji.

Rezultati analize strateških tokov so naprej pokazali, da ti pogosto vključujejo vsaj eno mestno destinacijo, ki zagotavlja dobro vstopno-izstopno točko in prometno povezanost z okoliškimi popularnimi destinacijami. V takšni vlogi nastopajo Ljubljana, Trst, Zagreb. Za večje vključevanje novih destinacij v strateške turistične tokove je zato treba ob tržnih in menedžerskih strategijah načrtovati tudi ustrezne infrastrukturne ukrepe, posebej na področju prometnih povezav.

Razprševanje turističnih obiskov v času in prostoru je še posebej učinkovito, ko je implementirano na notranjedenstinijskih turističnih tokovih. Znotraj destinacije turisti pogosto gravitirajo k manjšemu številu zelo obremenjenih znamenitosti, in to v podobnih časovnih okvirih. S tem ustvarjajo turistične tokove med atrakcijami, ki so glavni povzročitelji turističnih gneč in drugih akutnih pojavov preturizma. Razumevanje in menedžment notranjedenstinijskih turističnih tokov je pomembno orodje za spopadanje z izzivi preturizma v lokalnih in regionalnih prostorskih okvirih. Za ta namen pa so potrebni podatki v dejanskem času, ki so dostopni s strani mobilnih operaterjev.

Če sklenemo, pričujoča analiza je identificirala strateške turistične tokove v Sloveniji in okolici. Predstavlja eno izmed prvih študij na področju identifikacije turističnih tokov v Evropi in prvo v Sloveniji. Za narejeno analizo smo dobili TTRA nagrado v letu 2017, članek pa je bi objavljen v ugledni reviji *Tourism Economics*. Študija opozarja na

koncentracijo turističnega obiska in turističnih tokov med ikonskimi destinacijami v Sloveniji, kaže pa tudi na slabo prekravljenost vzhodnega dela Slovenije s turističnimi tokovi. To je lahko izziv za prihodnje – preusmeritev turističnih tokov z učinkovitim razvojem ponudbe in trženja. Le trženje in promocija brez ustreznega razvoja so nesmotrni. Najprej potrebujemo produkte nato pa promocijo. Ne nazadnje so nadaljnje analize na tem področju več kot potrebne. Analiza podatkov s spletnih omrežij je koristna, ima pa tudi omejitve. Bolj napredne analize bi predstavljale analize podatkov mobilnih operaterjev. Do danes so tovrstne analize bile narejene le za Estonijo in se trenutno izvajajo tudi v Švici. Sodelavci tega projekta smo na pobudo STO tudi stopili v stik z družbo Telekom Slovenije in upamo, da bomo tovrstne analize naredili tudi za Slovenijo ter s tem pridobili še bolj natančne analize, ki nam bodo na dolgi rok omogočale pameten in trajnosten razvoj turizma.

### 3.5 LITERATURA IN VIRI

Alcázar, M. d. C. H., Piñero, M. S., & Maya, S. R. d. (2014). The effect of user-generated content on tourist behavior: the mediating role of destination image. *Tourism & Management Studies*, 10(ESPECIAL), 158-164.

Amaral, F., Tiago, T., & Tiago, F. (2014). User-generated content: tourists' profiles on TripAdvisor. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*. doi:10.15556/ijsim.01.03.002

Baka, V. (2016). The becoming of user-generated reviews: Looking at the past to understand the future of managing reputation in the travel sector. *Tourism Management*, 53, 148-162. doi:10.1016/j.tourman.2015.09.004

Bauder, M., & Freytag, T. (2015). Visitor mobility in the city and the effects of travel preparation. *Tourism Geographies*, 17(5), 682-700. doi:10.1080/14616688.2015.1053971

Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*: Polity.

Beritelli, P., Reinhold, S., Laesser, C., & Bieger, T. (2015). *The St. Gallen Model for Destination Management*.

Bilgihan, A., Barreda, A., Okumus, F., & Nusair, K. (2016). Consumer perception of knowledge-sharing in travel-related Online Social Networks. *Tourism Management*, 52, 287-296. doi:10.1016/j.tourman.2015.07.002

Birenboim, A., Reinau, K. H., Shoval, N., & Harder, H. (2015). High-Resolution Measurement and Analysis of Visitor Experiences in Time and Space: The Case of Aalborg Zoo in Denmark. *Professional Geographer*, 67(4), 620-629. doi:10.1080/00330124.2015.1032874

Bujosa, A., Riera, A., & Pons, P. J. (2015). Sun-and-beach tourism and the importance of intra-destination movements in mature destinations. *Tourism Geographies*, 17(5), 780-794. doi:10.1080/14616688.2015.1093538

Cezar, A., & Ögüt, H. (2012). The Determinants of Domestic and International Visitors' Online Hotel Booking. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 971-979. doi:10.1016/j.sbspro.2012.09.1076

Chiu, C., Chiu, N.-H., Sung, R.-J., & Hsieh, P.-Y. (2013). Opinion mining of hotel customer-generated contents in Chinese weblogs. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 477-495. doi:10.1080/13683500.2013.841656

Chua, A., Servillo, L., Marcheggiani, E., & Moere, A. V. (2016). Mapping Cilento: Using geotagged social media data to characterize tourist flows in southern Italy. *Tourism Management*, 57, 295-310. doi:10.1016/j.tourman.2016.06.013

Conrady, R. (2007). Travel technology in the era of Web 2.0. In R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and Issues in Global Tourism 2007* (pp. 165-184). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

De Cantis, S., Ferrante, M., Kahani, A., & Shoval, N. (2016). Cruise passengers' behavior at the destination: Investigation using GPS technology. *Tourism Management*, 52, 133-150. doi:10.1016/j.tourman.2015.06.018

Debbage, K. G. (1991). SPATIAL-BEHAVIOR IN A BAHAMIAN RESORT. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 251-268. doi:10.1016/0160-7383(91)90008-y

Del Chiappa, G., Alarcón-Del-Amo, M.-D.-C., & Lorenzo-Romero, C. (2015). Internet and User-Generated Content Versus High Street Travel Agencies: A Latent Gold Segmentation in the Context of Italy. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(2), 197-217. doi:10.1080/19368623.2014.1001933

Duffy, A. (2015). The road more travelled: how user-generated content can lead to homogenized travel journalism. *Continuum*, 29(6), 821-832. doi:10.1080/10304312.2015.1073686

Edwards, D., & Griffin, T. (2013). Understanding tourists' spatial behaviour: GPS tracking as an aid to sustainable destination management. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 580–595. doi:10.1080/09669582.2013.776063

Fennell, D. A. (1996). A tourist space-time budget in the Shetland Islands. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 811–829. doi:10.1016/0160-7383(96)00008-4

Fernandes, T., & Fernandes, F. (2018). Sharing dissatisfaction online: Analyzing the nature and predictors of hotel guests negative reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(2), 127–150.

Garin-Munoz, T., & Perez Amaral, T. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economics Letters*, 7(8), 525–529. Retrieved from <Go to ISI>://WOS:000088180700010

Gretzel, U., Fesenmaier, D., & O'Leary, J. T. (2006). The transformation of consumer behavior. In D. Buhalis, C. Costa, & F. Ford (Eds.), *Tourism Business Frontier* (pp. 9–18). Oxford: Elsevier.

Guo, Y., Sun, S., Schuckert, M., & Law, R. (2015). Online Feedback and Attraction Management: An Exploration of the Critical Factors in Effective Operations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(8), 883–904. doi:10.1080/10941665.2015.1080740

Hauthal, E., & Burghardt, D. (2016). Mapping Space-Related Emotions out of User-Generated Photo Metadata Considering Grammatical Issues. *Cartographic Journal*, 53(1), 78–90. doi:10.1179/1743277414y.0000000094

Herrero, Á., San Martín, H., & Hernández, J. M. (2015). How online search behavior is influenced by user-generated content on review websites and hotel interactive websites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(7), 1573–1597.

Jin, S. V., & Phua, J. (2015). Making Reservations Online: The Impact of Consumer-Written and System-Aggregated User-Generated Content (UGC) in Travel Booking Websites on Consumers' Behavioral Intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 101–117. doi:10.1080/10548408.2015.1038419

Kádár, B. (2014). Measuring tourist activities in cities using geotagged photography. *Tourism Geographies*, 16(1), 88–104. doi:10.1080/14616688.2013.868029

- Kirilenko, A. P., & Stepchenkova, S. O. (2017). Sochi 2014 Olympics on Twitter: *Perspectives of hosts and guests*. *Tourism Management*, 63, 54-65. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.007>
- Leung, X. Y., Wang, F., Wu, B., Bai, B., Stahura, K. A., & Xie, Z. (2012). A social network analysis of overseas tourist movement patterns in Beijing: The impact of the Olympic Games. *International Journal of Tourism Research*, 14(5), 469-484.
- Li, Y. R., Lin, Y. C., Tsai, P. H., & Wang, Y. Y. (2015). Traveller-Generated Contents for Destination Image Formation: Mainland China Travellers to Taiwan as a Case Study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(5), 518-533. doi:[10.1080/10548408.2014.918924](https://doi.org/10.1080/10548408.2014.918924)
- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*, 47, 140-151. doi:[10.1016/j.tourman.2014.09.020](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.020)
- Marchiori, E., & Cantoni, L. (2015). The role of prior experience in the perception of a tourism destination in user-generated content. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 194-201. doi:[10.1016/j.jdmm.2015.06.001](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.001)
- Marine-Roig, E., & Anton Clavé, S. (2015). Tourism analytics with massive user-generated content: A case study of Barcelona. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 162-172. doi:[10.1016/j.jdmm.2015.06.004](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.004)
- Marrocu, E., & Paci, R. (2011). They arrive with new information. Tourism flows and production efficiency in the European regions. *Tourism Management*, 32(4), 750-758. doi:[10.1016/j.tourman.2010.06.010](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.010)
- Mint.hr. (2017). *Turizam u brojkama 2016*. Retrieved from [http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605\\_TUB-HR\\_%20016.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf)
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2013). Trust and Involvement in Tourism Social Media and Web-Based Travel Information Sources. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(1), 1-19. doi:[10.1080/15022250.2013.764511](https://doi.org/10.1080/15022250.2013.764511)
- OECD. (2007). Participative web: User-generated content. Retrieved from <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>
- Pearce, D. G. (1988). TOURIST TIME-BUDGETS. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 106-121. doi:[10.1016/0160-7383\(88\)90074-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90074-6)

- Pettersson, R., & Zillinger, M. (2011). Time and Space in Event Behaviour: Tracking Visitors by GPS. *Tourism Geographies*, 13(1), 1-20. doi:10.1080/14616688.2010.529932
- Phillips, P., Zigan, K., Silva, M. M. S., & Schegg, R. (2015). The interactive effects of online reviews on the determinants of Swiss hotel performance: A neural network analysis. *Tourism Management*, 50, 130-141. doi:10.1016/j.tourman.2015.01.028
- Phithakkitnukoon, S., Horanont, T., Witayangkurn, A., Siri, R., Sekimoto, Y., & Shibasaki, R. (2015). Understanding tourist behavior using large-scale mobile sensing approach: A case study of mobile phone users in Japan. *Pervasive and Mobile Computing*, 18, 18-39. doi:10.1016/j.pmcj.2014.07.003
- Reinau, K. H., Harder, H., & Weber, M. (2015). The SMS-GPS-Trip method: A new method for collecting trip information in travel behavior research. *Telecommunications Policy*, 39(3-4), 363-373. doi:10.1016/j.telpol.2014.05.006
- Shi, B. Q., Zhao, J. L., & Chen, P. J. (2017). Exploring urban tourism crowding in Shanghai via crowdsourcing geospatial data. *Current Issues in Tourism*, 20(11), 1186-1209. doi:10.1080/13683500.2016.1224820
- Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus: How technology makes consumers into collaborators*: Penguin.
- Shoval, N. (2008). Tracking technologies and urban analysis. *Cities*, 25(1), 21-28. doi:10.1016/j.cities.2007.07.005
- Shoval, N., & Isaacson, M. (2007). Tracking tourists in the digital age. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 141-159. doi:10.1016/j.annals.2006.07.007
- Shoval, N., McKercher, B., Birenboim, A., & Ng, E. (2015). The Application of a Sequence Alignment Method to the Creation of Typologies of Tourist Activity in Time and Space. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 42(1), 76-94. doi:10.1068/b38065
- Smallwood, C. B., Beckley, L. E., & Moore, S. A. (2011). An analysis of visitor movement patterns using travel networks in a large marine park, north-western Australia. *Tourism Management*. doi:10.1016/j.tourman.2011.06.001

Splošna uredba o varstvu podatkov.

STAT-SI. (2017). Prenočitvene zmogljivosti, prihodi in prenočitve turistov, občine, Slovenija, mesečno (Publication no. [http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164404S&ti=Preno%20itvene+zmogljivosti%2C+prihodi+in+preno%20itve+turistov%2C+ob%20ine%2C+Slovenija%2C+mese%20no&path=../Database/Ekonomsko/21\\_gostinstvo\\_turizem/01\\_21644\\_nastanitev\\_mesecno/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164404S&ti=Preno%20itvene+zmogljivosti%2C+prihodi+in+preno%20itve+turistov%2C+ob%20ine%2C+Slovenija%2C+mese%20no&path=../Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_21644_nastanitev_mesecno/&lang=2)). Podatkovni portal SI-STAT, Turizem Retrieved 9/1/2017, from Statistični urad RS [http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164404S&ti=Preno%20itvene+zmogljivosti%2C+prihodi+in+preno%20itve+turistov%2C+ob%20ine%2C+Slovenija%2C+mese%20no&path=../Database/Ekonomsko/21\\_gostinstvo\\_turizem/01\\_21644\\_nastanitev\\_mesecno/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164404S&ti=Preno%20itvene+zmogljivosti%2C+prihodi+in+preno%20itve+turistov%2C+ob%20ine%2C+Slovenija%2C+mese%20no&path=../Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_21644_nastanitev_mesecno/&lang=2)

Stepchenkova, S., & Zhan, F. (2013). Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography. *Tourism Management*, 36, 590-601. doi:10.1016/j.tourman.2012.08.006

Tham, A., Croy, G., & Mair, J. (2013). Social Media in Destination Choice: Distinctive Electronic Word-of-Mouth Dimensions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 144-155. doi:10.1080/10548408.2013.751272

UNWTO. (2017). *New Platform Tourism Services (or the so-called Sharing Economy) - Understand, Rethink and Adapt*.

Vickery, G., & Wunsch-Vincent, S. (2007). *Participative Web And User-Created Content: Web 2.0 Wikis and Social Networking*: Organization for Economic Cooperation and Development (OECD).

Wang, D., Park, S., & Fesenmaier, D. R. (2012). The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51(4), 371-387.

*World Tourism Organization (UNWTO); Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (eds., 2018), 'Overtourism'? - Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419999>. Retrieved from Madrid: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420070>

Xia, J., Zeephongsekul, P., & Arrowsmith, C. (2009). Modelling spatio-temporal movement of tourists using finite Markov chains. *Mathematics and Computers in Simulation*, 79(5), 1544-1553. doi:10.1016/j.matcom.2008.06.007

Ye, Q., Law, R., & Gu, B. (2009). The impact of online user reviews on hotel room sales. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 180-182. doi:10.1016/j.ijhm.2008.06.011

Ye, Q., Law, R., Gu, B., & Chen, W. (2011). The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 634-639. doi:10.1016/j.chb.2010.04.014

Yun, H. J., & Park, M. H. (2014). Time-Space Movement of Festival Visitors in Rural Areas Using a Smart Phone Application. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(11), 1246-1265. doi:10.1080/10941665.2014.976581

Zhang, J., & Jensen, C. (2007). Comparative advantage - Explaining tourism flows. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 223-243. doi:10.1016/j.annals.2006.08.004.



## 4 DIAGNOSTIČNI MODEL ZA SPREMLJANJE IN USMERJANJE TURISTIČNEGA RAZVOJA NA RAVNI DESTINACIJE

### 4.1 UVOD

V tem poglavju predstavljamo diagnostični model s predvidenimi ukrepi za spremljanje in usmerjanje turističnega razvoja na ravni destinacije. Oblikovanje modela je temeljilo na upoštevanju obstoječe literature in najnovejših dognanj vodilnih institucij in strokovnjakov na področju preturizma in antiturizma (MCKinsey&Company & WTTC, 2017; Weber et al., 2017; UNWTO, 2018; UNWTO, 2019). Ta dognanja smo v prvem poglavju smiselno vpeli v desetletja trajajoč razvoj literature na temo nosilnih zmogljivosti v turističnih destinacijah. Pri tem smo povezali koncepte preturizma in antiturizma ter nosilno zmogljivost in jih strukturirali skozi konceptualni okvir trajnostnega razvoja.

Model smo zasnovali za čim bolj učinkovito in smiselno obravnavo sodobnih destinacij in njihovih aktualnih izzivov. Hitra dinamika v razvoju turizma narekuje hitrost sprememb v dejanskem delovanju destinacij. Konceptualni okvir iz prvega poglavja smo zato podkrepili s poglobljenimi študijami primerov in na podlagi obojega pripravili model za diagnostiko in spopadanje s preturizmom. V študijo primerov smo vključili naslednje evropske destinacije: Amsterdam (Nizozemska), Dubrovnik (Hrvaška), Rigi (Švica) in Altamira (Španija). Med izbrane destinacije smo vključili raznolike tipe: mestno, obalno, gorsko in zavarovano območje, za njihovo obravnavo pa smo razvili metodologijo spremljanja kazalnikov in ukrepov na ekonomskem, družbenem in okoljskem področju. Študije primerov so nam omogočile boljši uvid pri vzpostavljanju meril za diagnostiko obremenjenosti destinacij in dale usmeritve za oblikovanje v modelu predvidenih ukrepov.

Model je hkrati utemeljen na dinamičnem prostorskem razumevanju destinacij z vidika povezanih točk v času in prostoru. Točke povezujejo turistične poti, ki jih ustvarjajo obiskovalci, s čimer tvorijo strateške turistične tokove (Beritelli, Reinhold, Laesser, & Bieger, 2015). V tretjem poglavju smo predstavili novo metodologijo za identificiranje meddestinacijskih turističnih tokov s pomočjo spletnih uporabniških vsebin. Takšno identificiranje turističnih tokov nudi podrobnejše razumevanje dinamike med destinacijami kot ustaljene metode preštevanja dohodnih turistov in njihovih izvornih destinacij. Predstavljeno metodo je mogoče uporabiti tudi na

znotrajdestinacijskih gibanjih med znamenitostmi. Model je mogoče uporabiti brez razumevanja turističnih tokov, vendar je implementacija v modelu predvidenih ukrepov učinkovitejša ob hkratnem razumevanju gibanja obiskovalcev med znamenitostmi in povezanosti destinacije z drugimi destinacijami. To še posebej velja za ukrepe, ki so usmerjeni k preprečevanju prevelike koncentracije povpraševanja z razprševanjem obiskovalcev na druge znamenitosti in destinacije.

Čeprav je predlagan diagnostični model univerzalen in ga je mogoče uporabiti za katero koli destinacijo, je bil posebej oblikovan za slovenske destinacije. Da kar najbolj ustreza njihovi realnosti (pa tudi realnosti dejanskih destinacij, ne glede na geografsko območje), smo se med oblikovanjem modela posvetovali z direktorji nekaterih ključnih destinacijskih organizacij v Sloveniji (Portorož/Piran, Bled, dolina Soče, Ljubljana, park Škocjanske jame). V okviru delno strukturiranih intervjujev so se izpostavila pomembna področja, ki smo jih zaznali že v študiji tujih destinacij, in ki smo jih vključili v model. Ta področja se navezujejo na sezonskost in koncentracijo povpraševanja in ponudbe, šibko moč destinacij in turističnih deležnikov pri infrastrukturnih odločitvah, vpliv delitvene ekonomije na nastanitveno in infrastrukturno zmogljivost ter na nepremičninske trge, učinke nepreverjenih medijskih objav na širjenje (negativne) zaznave turističnega razvoja in ne/sodelovanje lokalnega prebivalstva pri soustvarjanju turističnega razvoja.

Osnutek modela smo po empiričnem testiranju izpostavili še debati v okviru fokusne skupine. V fokusni skupini so sodelovali predstavniki ključnih slovenskih destinacijskih organizacij (Ljubljane, Bleda in doline Soče), predstavniki Slovenske turistične organizacije ter Zelene sheme slovenskega turizma in člani projektne skupine za razvoj modela. Končna verzija modela je rezultat evalvacije delovanja testnega modela in implementacije dogovorjenih dopolnitev. Želimo, da bi model za destinacije pomenil preprosto in uporabno orodje za načrtovanje turističnega razvoja. Zato smo snovanje modela ves čas navezovali tudi na Zeleno shemo slovenskega turizma, s katero so slovenske destinacije in turistični ponudniki večinoma dobro seznanjene/-i in jo izvajajo.

V procesu oblikovanja modela smo (na podlagi študij primerov in razgovorov s ključnimi deležniki) zaznali, da je problematika razvoja turizma v večini primerov zaznana v posameznih kriznih točkah ali območjih. Zato smo modelu za diagnostiko preturizma in/ali antiturizma dodali še dimenzijo diagnoze v kritični točki ali na kritičnem območju.

Oblikovati tovrsten model je zahtevna naloga, predvsem ker se zavedamo omejitvev pri definiranju kazalnikov in kritičnih mej. Pri tem se pojavljajo dileme, kaj in kdaj definiramo kot preveč. Ali je na primer 30 turistov na prebivalca preveč? Odgovor je mogoče razviti glede na izkušnje destinacij z zgodovino tovrstnih težav in na podlagi obstoječe literature. Čeprav 30 turistov na prebivalca nekaterim destinacijam ne povzroča izzivov, je to lahko v večini destinacij kazalnik preturizma. Določanje mej je nehvaležna naloga, ki je lahko hkrati zavajajoča. Če spet ponazorimo s primerom povečanja števila turistov v glavni sezoni za npr. 20 %, je lahko težava za destinacijo in infrastrukturo v destinaciji, dokler je povečanje števila turistov v nizki sezoni za 20 % je to zaželeno s stališča razvoja. Poleg tega je treba indikatorje razumeti iz stališča faze življenjskega cikla, v katerem je destinacija. Za destinacije v razvoju je rast in povečanje koncentracije ponudbe in povpraševanja zaželeno, dokler je za destinacije v zreli fazi razvoja sprejemljiva ob razvoju infrastrukture in učinkovitega menedžmenta. Naštete dileme so bile upoštevane pri razvoju modela, ki ga predstavljamo v nadaljevanju.

## 4.2 MODEL NA RAVNI DESTINACIJE

Model za spremljanje in usmerjanje turističnega razvoja na ravni destinacije je diagnostični tip modela s predvidenimi ukrepi, katerega namen je preprosta in zanesljiva prepoznavna stanja razvoja turizma v določeni destinaciji. Diagnostika v modelu je predvidena z naborom indikatorjev, ki so po vzoru konceptualizacije trajnostnega turizma razdeljeni na štiri področja: ekonomsko, družbeno, okoljsko in politično-civilno. S štirimi področji smo smiselno razširili tri tradicionalne stebre trajnostnega razvoja: ekonomskega, družbenega ali družbeno-kulturnega in okoljskega, s čimer smo se odzvali na številne pobude tudi slovenskih znanstvenikov (Mihalic, 2016). Politično-civilni steber oziroma politično-participatorni steber (v literaturi se uporabljata oba termina) vključuje politično in širšo družbeno podporo razvoju turizma v nekem območju. To dimenzijo že dlje časa, kot pomembno prepoznavna tudi UNWTO (UNWTO & UNEP, 2005). Politično-participativni steber postaja izjemno pomemben posebej v času, ko se številne destinacije srečujejo s pritiski turizma na okolje in se zahteva širši politično-družbeni konsenz za razvoj turizma. Zato je tudi vključen v model, kar predstavlja delno novost.

Osnovno metodološko ogrodje diagnostike v modelu je razvito v obliki semaforja, pri čemer so razponi različnih vrednosti indikatorjev/kazalnikov umeščeni v naprej predvidena območja barvne signalizacije: zeleno, rumeno in rdeče. Barvna območja ob analogiji s prometno signalizacijo semaforja sporočajo stanje v destinaciji glede razvoja po posameznem indikatorju: zeleno pomeni stanje v sprejemljivih mejah,

oranžno območje nakazuje na potrebno načrtovanje intervencij, medtem ko rdeče območje opozarja na potrebe po ukrepanju. Kritične meje v samem modelu so določene in povzete glede na metodologijo, predlagano s strani MCKinsey&Company & WTTC (2017). Barve v modelu semaforja razdelimo na tretjine, in sicer: zelena je prva tretjina; rumena je druga tretjina in rdeča je tretja tretjina. Pri tem poudarjamo, da razdelitev na tretjine za posamezno območje ni nujna. Lahko je v rdečem območju le 10 % primerov, ostalih 90 % pa se razdeli med oranžno in zeleno območje. Razdelitev je stvar dogovora in strokovnega soglasja na ravni posameznega območja. Pomembno sporočilo semaforja je dejstvo, da diagnostika temelji na primerjalni metodologiji. Pri implementaciji in empiričnem testiranju se je treba osredotočiti na primerjavo med podobnimi tipi turističnih destinacij, ki imajo primerjalno produktno ponudbo in so v podobni stopnji razvoja.

Model območje v semaforju vsebuje nabor ukrepov za destinacijski menedžment s ciljem zagotavljanja trajnostnega razvoja turizma. Ukrepi so predlagani posamezni indikatorji glede na območje njegove vrednosti (zeleno, oranžno in rdeče). Prečno pa se ukrepi delijo na naslednje sklope:

› Ukrepi na področju ozaveščanja in komunikacije

Komunikacija in ozaveščanje sodita med mehke ukrepe in sta primerni za destinacije, ki se (še) ne soočajo z izzivi preturizma. Predlagani ukrepi na področju ozaveščanja in komunikacije so: povečanje zelenega duha med turističnimi ponudniki in širitev Zelene sheme slovenskega turizma na gospodarstvo; ozaveščanje in informiranje lokalnega prebivalstva o turističnih dogodkih, ki lahko vplivajo na kakovost njihovega bivanja v mestu; aktivno ozaveščanje in informiranje turistov z uporabo turistične signalizacije preko ponudnikov in s kodeksom obnašanja; promocija manj znanih atrakcij (preusmeritev promocije z »ikonskih točk« na manj obiskane atrakcije); idr.

› Ukrepi na področju učinkovitega menedžmenta turističnih destinacij

Ukrepi na področju menedžmenta se med destinacijami značilno razlikujejo. Model z »one size fits all« rešitvijo ne obstaja. Kot uspešni ukrepi so se pokazali: podrobno in stalno spremljanje ter evalvacija stanja; ukrepi na področju menedžmenta zasebnih namestitev (predvsem v smeri zagotavljanja kakovosti in infrastrukture zasebnih ponudnikov, npr. zagotovitve parkirišča); uvedbe dodatnih taks ali vstopnin (npr. takse za avtobuse ali vstopnine za najbolj obremenjene točke); zagotavljanje števec obiska na najbolj obiskanih lokacijah s ciljem boljšega monitoringa predvsem obiskovalcev; oblikovanje ukrepov prihodkovnega menedžmenta na ravni destinacije; zagotavljanje

pogostejšega odvoza smeti v glavni sezoni; razvoj orodij za usmerjanje turističnih tokov na ravni destinacije v sodelovanju z mobilnimi operaterji idr.

› Ukrepi na področju razvoja infrastrukture

Reševanje težav na področju prometne infrastrukture je izven dosega turističnih deležnikov, še posebej destinacijskih organizacij, čeprav je ključnega pomena za trajnostni razvoj turizma. Ob prometni infrastrukturi sta ponekod zelo obremenjeni tudi komunalna in ostala javna infrastruktura. Zato je v tem delu potrebna predvsem izjemna politična podpora turističnemu razvoju in participacija na lokalni in tudi nacionalni ravni. Morebitni ukrepi so: zagotavljanje zadostnega števila javnih in plačljivih parkirišč; zagotavljanje kakovostne prometne dostopnosti destinacije; zagotavljanje trajnostne turistične infrastrukture (pitniki za vodo, recikliranje odpadkov, kolesa, e-mobilnost ipd.); ureditev javnega prometa v sodelovanju z Ministrstvom za promet; merjenje kakovosti zraka v vodilnih destinacijah, povečan odvoz smeti v vodilnih destinacijah idr.

› Ukrepi za dvig politične podpore

Ukrepi za dvig politične podpore se nanašajo predvsem na regulatorni okvir, ki je izjemno pomemben za turistični razvoj. Sklop politične podpore je povezan s sklopom razvoja infrastrukture in tudi ta je žal večinoma izven dometa turističnih deležnikov. V okviru tega sklopa so smotrni naslednji ukrepi: aktivno sodelovanje destinacij pri oblikovanju prometne zakonodaje (parkirišča in prometnice), aktivno sodelovanje destinacij pri oblikovanju prostorskih načrtov, regulacija na področju mobilnosti (povezave z vlaki, taksi službe, regulacija delitvene ekonomije s ciljem zagotavljanja kakovosti, večji nadzor namestitev delitvene ekonomije, razvoj območij brez ponudbe delitvene ekonomije, obvezne vodniške službe v najbolj obremenjenih točkah ipd.).

› Ukrepi na področju omejevanja turistične ponudbe in/ali povpraševanja

V zadnjem sklopu so ukrepi na področju omejevanja turistične ponudbe. Omejevalni ukrepi so na vrsti zadnji in se izvajajo samo v destinacijah, ki nimajo drugih rešitev. Ukrepi v tem sklopu lahko zajemajo: Omejevanje parkiranja avtobusov v mestnem jedru; omejevanje dnevnega obiska v kritičnih točkah; omejevanje gradnje hotelov in gostinskih obratov v kritičnih točkah; omejevanje ponudbe delitvene ekonomije v kritičnih točkah idr.

### 4.3 STRUKTURA MODELA Z METODOLOGIJO ZA IZRAČUN INDIKATORJEV

Model je strukturiran v tri ključne dele ali korake:

1. opis profila destinacije;
2. definiranje indikatorjev za diagnostiko preturizma;
3. razvoj semaforja s kritičnimi mejami in seznamom ukrepov za nadaljnji razvoj.

V nadaljevanju podrobneje opisujemo strukturo modela in dajemo napotke, kako določiti kritične vrednosti za posamezne indikatorje.

#### 1. Profil destinacije

Prvi del modela je izbirni in se imenuje **Profil destinacije**. V ta del se vnašajo osnovne informacije o destinaciji, pri čemer se upoštevajo vrednosti za zadnje zaključeno leto: ime, velikost, število prebivalcev, ključni trgi in segmenti destinacije, število turistov, obiskovalcev in nočitev, oceni se povprečna dnevna potrošenja turista in obiskovalca ter število ležišč v hotelih, hostlih in pri ponudnikih AirBnb, povprečna doba bivanja turistov, pridobljeni turistični znaki in certifikati, tip destinacije, ključni primarni produkti, privlačnost destinacije, ki je merjena glede na sistem rangiranja na TripAdvisorju ali glede na druge na ravni destinacije dostopnih podatkov (število obiskovalcev, prodane vstopnine itn.), ter opredelitev tipa destinacije s posebnim poudarkom na informaciji, ali je destinacija zavarovano območje. Ta razdelek modela je prikazan v Tabeli 1.

Tabela 1: Profil destinacije

PROFIL DESTINACIJE (navedejo se podatki za zadnje leto)	
Ime destinacije	
Velikost območja (km <sup>2</sup> )	
Število prebivalcev destinacije	
Ključni trgi (top 5)	
Ključni segmenti destinacije ali persona (Primer: zeleni raziskovalec; družabni foodiji; urbani potrošniki; sproščeni eskapist; aktivni nostalgik; avanturist; večno mladi; lepotni razvajenec; predane mame; aktivne družine; brezskrbni mladi)	
Število turistov	

Število obiskovalcev	
Število nočitev	
Povprečna dnevna potrošnja turista (ocena)	
Povprečna dnevna potrošnja obiskovalca (ocena)	
Število ležišč v hotelih	* ** *** **** *****
Število ležišč v hostlih	
Število ležišč Airbnb	
Povprečna doba bivanja	
Turistični znaki in certifikati (DA (našteti); NE)	
Tip destinacije (mestna, gorska, obalna, zdraviliške, drugo)	
Ključni primarni turistični produkti (Počitnice v gorah, MICE, zdravje in dobro počutje, gastronomija, doživetja narave)	
Ključni podporni turistični produkti (Kultura, krožna potovanja, športni turizem, turizem na podeželju)	
Privlačnosti destinacije (Top 5 TripAdvisor)	
Zavarovano območje	DA NE

## 2. Diagnostika preturizma

Naslednji del modela je **Diagnostika preturizma**. V tem delu vzpostavimo osnovni okvir modela, saj (1) definiramo glavna področja in podpodročja obravnave in (2) opredelimo indikatorje za diagnostiko ter drugotne vire za črpanje podatkov za izračun indikatorjev.

Kot štiri ključne stebre smo prepoznali:

- › Ekonomsko področje,
- › družbeno področje,
- › okoljsko področje,
- › politično-participatorno področje.

Izbira področij je utemeljena na podlagi temeljnih stebrov trajnostnega razvoja turizma, ki smo jih v prvem poglavju uporabili kot okvir za razumevanje komponent obstoječih modelov nosilne zmogljivosti, načrtovanja turistične rasti in preprečevanja preturizma. Ekonomsko področje se navezuje na sposobnost ustvarjanja dolgoročne blaginje, dodane vrednosti in stroškovne učinkovitosti, družbeno področje vključuje prizadevanje za enake možnosti in trajno pravično porazdeljevanje koristi, okoljsko področje pa naslovi trajnost v upravljanju z naravnimi viri (UNWTO & UNEP, 2005). Povezava modela s stebri trajnostnega razvoja nam je v skladu s priznanimi smernicami narekovala vključitev četrtega, politično-participatornega področja. To področje je nepogrešljivo za trajnostni razvoj, ki se ga ne da zagotoviti brez participacije vseh deležnikov in politične podpore. Mihalič (2006) se kot pionirki na področju raziskovanja in stroke v zagovoru bolj jasne umestitve tega področja v modele trajnosti pridružuje mednarodna akademska javnost in tudi UNWTO and UNEP (2005).

V vsakem področju smo definirali podpodročja glede na obstoječo literaturo, študije primerov in intervjuje v domačih destinacijskih organizacijah. Na ekonomskem področju obravnavamo indikatorje iz dveh podpodročij:

- › Rast,
- › sezonskost.

Turistična rast je trend že vsaj nekaj desetletij, ki v zadnjih nekaj letih doživlja pogosto nenadzorovane razsežnosti (UNWTO, 2019). V modelih turistične nosilne zmogljivosti npr. (López Bonilla & López Bonilla, 2008) in preturizma npr. (Weber et al., 2017) je turistična rast prepoznana kot osrednji povzročitelj izzivov, s katerimi se soočajo destinacije. To so pokazale tudi študije primerov tujih destinacij. UNWTO obravnava spremljanje in razumevanje turistične rasti kot ključna dejavnika pri preprečevanju preturizma (UNWTO, 2018; UNWTO, 2019).

Tudi razumevanje sezonskosti je nepogrešljivo pri obravnavi izzivov preturizma. Turizem je družben pojav in kot tak podvržen globalno poenotenim vzorcem vedenja. Večina ljudi potuje v podobnih, relativno ozkih časovnih in prostorskih okvirih. Preturizem kot posledica koncentracije turistov v času in prostoru je močno povezan s sezonskostjo povpraševanja in ponudbe. Sezonskost ponudbe in/ali povpraševanja je bila obsežno raziskovana (Connell, Page, & Meyer, 2015; Pegg, Patterson, & Gariddo, 2012; Porhallsdottir & Olafsson, 2017), saj je ena glavnih ovir za trajnostni razvoj turizma (Eurostat, 2019). Zato je nepogrešljiva komponenta tako rekoč vseh sodobnih



modelov in pristopov za spopadanje s pretirano rastjo turizma (MCKinsey&Company & WTTC, 2017; Weber et al., 2017; UNWTO, 2018; UNWTO, 2019).

V družbeno področje vključena podpodročja za razvoj indikatorjev so:

- › Koncentracija povpraševanja,
- › koncentracija ponudbe,
- › zadovoljstvo turistov in lokalnih prebivalcev.

Koncentracija povpraševanja se navezuje na prostorski odraz nenadzorovane visoke turistične rasti in sezonskosti. Analiza turističnih tokov je pokazala, da se večina obiskovalcev giba med manjšim naborom najbolj popularnih destinacij (Cvelbar, Mayr, & Vavpotic, 2018). Koncentracija povpraševanja povzroča še večje izzive v notranjedenstacijskih gibanjih. Raziskave so pokazale, da večina turistov v neki destinaciji obiše manjše število najbolj obleganih znamenitosti (Vavpotic, Knavs in Knezevic Cvelbar, 2019 v recenzijem postopku). To povzroča izzive v točkah pretiranega obiska in v mobilnostnih vzorcih med turistom in lokalnim prebivalstvom. Monitoring koncentracije povpraševanja je zato pomembno podpodročje družbene trajnosti.

Koncentracija povpraševanja je neločljivo povezana s koncentracijo ponudbe. Znamenitosti, gostinski obrati in nastanitvene zmogljivosti so se v urbanih destinacijah desetletja razvijali v ozkih mestnih jedrih. Te izzive je še poudaril okrepljen vstop zasebnih ponudnikov na trg nastanitvenih zmogljivosti skozi Airbnb, Homeaway in drugih platform delitvene ekonomije. Po vzoru ključnih pristopov in modelov za preprečevanje preturizma (MCKinsey&Company & WTTC, 2017; UNWTO, 2018) in na podlagi izvedenih študij primerov (npr. Amsterdam) ter izsledkov intervjujev z vodstvi domačih destinacijskih organizacij je tudi koncentracija ponudbe nepogrešljivo podpodročje za zagotavljanje družbene trajnosti.

Ocena zadovoljstva turistov (Shelby & Heberlein, 1984) in lokalnih prebivalcev (Saveriades, 2000) je bila vključena že v prve družbene modele nosilne zmogljivosti. UNWTO (2018; 2019) v najnovejših poročilih na temo preturizma poudarja negativen vpliv prevelike koncentracije turistične ponudbe in povpraševanja na življenja lokalnih prebivalcev in kakovost turističnega doživetja. Preturizem povzroča gneče, ki degradirajo turistično doživetje (MCKinsey&Company & WTTC, 2017). Lokalni prebivalci in poslovni subjekti so podvrženi pritiskom na infrastrukturo in storitve, v

katerih naj bi turizem nastopal kot le eden izmed deležnikov razvoja. Vzpon delitvene ekonomije povzroča pretrese nepremičninskim trgom, ki jim lokalno okolje za svoje potrebe vse pogosteje ne zmore več slediti. Nezadovoljstvo obstoječih turistov povzroča prihod novih profilov, kar povzroča nenačrtovano gibanje destinacije po svojem življenjskem ciklu (Butler, 1996). Izzivi, ki jih preturizem povzroča lokalnim prebivalcem in subjektom, rezultirajo v protituristični aktivizem (Coldwell, 2017; K.S., 2017). Zadovoljstvo turistov in lokalnih prebivalcev izrazito vpliva na trajnostni razvoj turizma v neki destinaciji in je zato ključnega pomena pri diagnostiki preturizma.

Okoljsko področje vključuje indikatorje s podpodročij:

- › Kakovosti zraka,
- › količine odpadkov,
- › stanja na področju prometa,
- › ocene stanja okolja.

Okoljsko področje je zaradi prenosa koncepta iz študij področja zavarovanih območjih na rekreativna območja z občutljivimi ekosistemi (Butler, 1996) in nato na druge destinacije, temelj modelov turistične nosilne zmogljivosti. Okoljska komponenta je ključna v večini diagnostičnih modelov npr. (Gössling, Hansson, Hörstmeier, & Saggel, 2002; Lee & Chang, 2014; Wang, Wang, & Yu, 2017) in pomembna prvina diagnostično-izvedbenih modelov (Arnberger, Eder, Jiricka, Pröbstl, & Salak, 2013; Cole & McCool, 1997; Driver, Brown, Stankey, & Gregoire, 1987). V takšni ali drugačni obliki se pojavlja tudi v večini sodobnih modelov za spopadanje oziroma razumevanje razvoja turizma (Coccosis, Mexa, & Collovini, 2002; MCKinsey&Company & WTTC, 2017; Weber et al., 2017).

Problematika kakovosti zraka se v turističnih modelih nosilne zmogljivosti in načrtovanja turističnega razvoja največkrat pojavlja v navezavi na občutljive ekosisteme, kot so npr. podzemne jame (Lobo, 2015). Novejši modeli pa jo vse bolj izpostavljajo tudi v navezavi na urbane destinacije (Coccosis et al., 2002). V urbanih destinacijah je kakovost zraka pogosto neločljivo povezana s prometno obremenjenostjo. Čeprav prometna obremenjenost ni izključno le turistični problem (MCKinsey&Company & WTTC, 2017), ji daje turizem v obdobjih povečanega obiska svojevrsten pečat. Weber et al. (2017) je z obravnavo raznolikih destinacij izpostavil prometne zastoje v cestnem in drugem (npr. ladijskem) prometu, težave v urbanih jedrih in pomanjkanje parkirnih

mest kot doprinos turizma k problematiki transportne infrastrukture. Intervjuji so pokazali, da se s prometno preobremenjenostjo soočajo tudi slovenske destinacije (npr. Bled, Ljubljana). Prometna preobremenjenost je bila zaznana tudi kot izziv v primerljivih tujih destinacijah.

Neizogibna posledica turističnega obiska neke destinacije je povečanje količine odpadkov. Študija primerov destinacij, kot sta Amsterdam in Rigi, intervjuji v slovenskih destinacijskih organizacijah in primerljive tuje študije (MCKinsey&Company & WTTC, 2017) so pokazali relativno dobro zavedanje, ponekod pa tudi spremljanje in ukrepanje v navezavi na to podpodročje. Njegova vključitev v model je torej utemeljena in potrebna.

Ker se destinacije glede na okolje med seboj značilno razlikujejo (mestna, gorska, obalna ipd.), smo kot podpodročje predvideli tudi splošno oceno stanja okolja. Coccossis et al. (2002) v svojem modelu predvidi različna področja okoljske obremenjenosti (biotska raznovrstnost, kakovost zraka, zvočna onesnaženost, energija, voda, odpadki) glede na tip destinacije (obalne in otoške destinacije, zavarovana območja ruralne, gorske in urbane destinacije). Naš model ne vključuje diverzifikacije glede na tip destinacije, vendar lahko destinacije v podpodročje splošne ocene okoljskega stanja vključijo zanje relevantna področja spremljanja okoljske trajnosti.

Podpodročja na politično-participatornem področju pa so:

- › Participacija lokalnega prebivalstva,
- › politična podpora razvoju turizma in
- › zaznava medijev o turističnem razvoju.

Participatorna dimenzija se je v diskurzu o trajnostnem razvoju turizma utrdila šele po okrepljeni akademski obravnavi (Mihelič, 2016), vendar so njeno pomembnost zaznali že zgodnji diagnostično-izvedbeni modeli nosilne zmogljivosti. Kot ena izmed komponent je prisotna v konceptu načrtovanja turističnih zmogljivosti, družbeni nosilni zmogljivosti, modelu za določanje mej sprejemljivih sprememb LAC (ang. *Limits of Acceptable Change*) (Stankey, McCool, & Stokes, 1984), modelu občutenja obiskovalcev in varovanja virov VERP (ang. *Visitor Experience and Resource Protection*) (Manning, Lime, Hof, & Freimund, 1995) ter turističnem optimizacijskem modelu managementa TOMM (ang. *Tourism Optimization Management Model*) (Arnberger et al., 2013). Značilna je tudi za številne kasnejše modele, kot so model nosilne

zmogljivosti kot orodja sistema ICAM (ang. *Integrated Coastal and Marine Areas Management*) (PAP/RAC, 1997), model nosilne zmogljivosti za tematske parke (Zhang, Li, Su, & Hu, 2017) in sodobni modeli za obravnavo preturizma (MCKinsey&Company & WTTC, 2017; Weber et al., 2017; UNWTO, 2018; UNWTO, 2019).

Nekoliko manj pogosto se v modelih nosilnih zmogljivosti in spremljanja turistične rasti pojavlja politična komponenta (Arnberger et al., 2013; Bezzola, 1975; Coccossis et al., 2002; PAP/RAC, 1997). Politična komponenta je kot pomemben dejavnik turističnega razvoja vključena v metodologijo za ocenjevanje konkurenčnosti turističnih destinacij (Calderwood, Soshkin, & Fisher, 2019). Med dejavniki preprečevanja preturizma jo prepozna tudi UNWTO (2018). Politična podpora omogoča razvijanje rešitev, ki so izven dometa samo turistične industrije (npr. infrastrukturne rešitve). Njena pomembnost je bila zaznana v razgovorih s slovenskimi destinacijami in na študijah primerov tujih destinacij.

Pomembno področje je tudi zaznava medijev. MCKinsey&Company and WTTC (2017) so v študijah primerov na ogroženih destinacijah zaznali, da lahko mediji s poročanjem o ogroženih naravnih znamenitostih sprožijo povečan obisk, kar destinacijam povzroči še večje težave. Mediji so vplivali tudi na znatno širjenje konceptualizacije preturizma, antiturizma in fobije pred turisti (UNWTO, 2018). Vse bolj svobodno in necenzurirano poročanje v pretežno tržnem sistemu medijske infrastrukture vpliva na širjenje senzacionalnih informacij, ki laični javnosti povzročajo izzive pri presoji objektivnosti. Nekritičen prenos vsebin o preturizmu lahko turistom in v lokalnem prebivalstvu sproži občutek negativnih vplivov razvoja turizma, čeprav ti dejansko niso prisotni. To je bilo zaznano tudi v intervjujih s slovenskimi destinacijskimi organizacijami. Zaznava medijev je zato pomemben indikator za celostno razumevanje turističnega razvoja v neki destinaciji.

Model skupaj vključuje 17 indikatorjev za diagnostiko turističnega razvoja. Ekonomski steber temelji na štirih indikatorjih za merjenje turistične rasti in sezonskosti. Družbeni steber vsebuje šest indikatorjev za merjenje koncentracije povpraševanja, koncentracije ponudbe in zadovoljstva turistov in lokalnih prebivalcev. Okoljski steber je zasnovan na štirih indikatorjih za merjenje kakovosti zraka, količine odpadkov, kakovosti prometa in splošnega stanja okolja. Trije indikatorji v politično-participatornem stebru pa merijo participacijo lokalnega prebivalstva, politično podporo razvoju turizma in zaznavo medijev o razvoju turizma v destinaciji. Indikatorji so bili izbrani in utemeljeni na podlagi najnovejših modelov za spopadanje s pojavi, vezani na preturizem npr. (MCKinsey&Company & WTTC, 2017).

Večina indikatorjev (12) je kvantitativnih in merljivih z javno dostopnimi drugotnimi podatki, ki jih lahko destinacije razmeroma preprosto pridobijo. Preostalih pet indikatorjev je kvalitativnih in merljivih z analizo primarnih raziskav v okviru Zelene sheme slovenskega turizma, zavodov za turizem in medijskih objav ali s subjektivnimi ocenami turističnih deležnikov. Viri za zajem kvantitativnih podatkov so Statistični urad Republike Slovenije (SURS), Agencija Republike Slovenije za okolje (ARSO), Direkcija Republike Slovenije za okolje in dva spletna portala: TripAdvisor in AirBnB.

TripAdvisor in AirBnB sta kot podatkovni bazi za zajem podatkov vključena predvsem zaradi naraščajočega pomena spletnih uporabniških vsebin in delitvene ekonomije na obnašanje turistov in posledično na destinacije. Po vzoru enega izmed vodilnih modelov za ocenjevanje preturizma (MCKinsey&Company & WTTC, 2017) smo uporabili TripAdvisor pri oblikovanju indikatorjev koncentracije povpraševanja. AirBnB kot platforma zasebnih namestitev v okviru delitvene ekonomije ne vpliva samo na turistično ponudbo namestitev, temveč v pogosto negativni obliki tudi na nepremičninski trg, širjenje sive ekonomije, infrastrukturne izzive in – če ni upoštevan v diagnostiki – nepravilno razumevanje statistike turistov v neki destinaciji. AirnBnB smo uporabili pri oblikovanju indikatorja rasti in koncentracije povpraševanja.

Struktura modela po področjih, podpodročjih in indikatorjih je prikazana v tabeli 2.

Tabela 2: Model za diagnostiko preturizma

EKONOMSKI INDIKATORJI			
<b>Indikatorji rasti</b>	Rast št. turistov v zadnjih 5 letih v %	Kvantitativni indikator	Vir: SURS
	Rast št. ležišč v hotelih in hostlih v zadnjih 5 letih v %	Kvantitativni indikator	Vir: SURS
	Rast št. Airbnb ležišč v zadnjih 5 letih v %	Kvantitativni indikator	Vir: AirDNA, Airbnb Statistics.
<b>Sezonskost</b>	Delež nočitev v 2 najbolj zasedenih mesecih v %	Kvantitativni indikator	Vir: SURS
DRUŽBENI INDIKATORJI			
<b>Koncentracija povpraševanja</b>	Število turistov na prebivalca	Kvantitativni indikator	Vir: SURS
	Delež komentarjev 5 najpomembnejših znamenitosti (%) v primerjavi s komentarji vseh znamenitosti na Trip Advisorju	Kvantitativni indikator	Vir: TripAdvisor

<b>Koncentracija ponudbe</b>	Število sob v hotelih in hostlih na prebivalca	Kvantitativni indikator	Vir: SURS
	Število sov v Airbnb ponudbi na prebivalca	Kvantitativni indikator	Vir: AirDNA, Airbnb Statistics.
<b>Zadovoljstvo turistov in lokalnih prebivalcev</b>	Zadovoljstvo turistov	<i>Kvalitativni indikator</i>	Vir: Zelena shema
	Zadovoljstvo lokalnega prebivalstva	<i>Kvalitativni indikator</i>	Vir: Zelena shema
<b>OKOLJSKI INDIKATORJI</b>			
<b>Kakovost zraka</b>	Koncentracije PM10	Kvantitativni indikator	Vir: ARSO
<b>Odpadki</b>	Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca	Kvantitativni indikator	Vir: SURS
<b>Promet</b>	Število prepeljanih vozil (PLDP)	Kvantitativni indikator	Vir: Direkcija RS za infrastrukturo
<b>Ocena stanja okolja</b>	Splošna ocena vplivov turizma na naravno okolje (ocena stanja za turistične objekte: pitne vode, odpadne vode, električne energije, odpadkov, promet).	Kvalitativni indikator	Vir: Zelena Shema
<b>POLITIČNO-PARTICIPATORNI INDIKATORJI</b>			
<b>Participacija</b>	Ali je lokalno prebivalstvo vključeno v razvoj turizma?	<i>Kvalitativni indikator</i>	Vir: Zelena Shema
<b>Politična podpora</b>	Ali obstaja politična podpora razvoju turizma?	<i>Kvalitativni indikator</i>	Vir: Ocena zavoda za turizem.
<b>Zaznava</b>	Zaznava medijev o vplivih turizma	<i>Kvalitativni indikator</i>	Vir: Pregled medijskih objav.

#### 4.4 SEMAFOR RAZVOJA TURIZMA

Osrednji in ključni del modela se imenuje **Semafor razvoja**. Ta vrednosti indikatorjev razdeli na tretjine in jih razvrsti v barvna območja semaforja ter sistemizira ukrepe glede na območje in posamezni indikator. Podobno kot izbor obravnavanih področij in podpodročij so bili tudi indikatorji in njihove tretjinske meje določene glede na izhodišča vodilnih modelov in pristopov za obravnavo preturizma, izsledke študij primerov tujih destinacij ter informacije na podlagi intervjujev vodilnih predstavnikov destinacijskih organizacij. Empirični rezultati modela so bili preverjeni tudi s fokusno skupino. V fokusni skupini sta zraven predstavnikov projektne skupine in destinacij sodelovali še predstavnici Slovenske turistične organizacije.

V nadaljevanju opisujemo model: indikatorje, določanje mejnih vrednosti in predvidene ukrepe glede na območje semaforja za vsakega izmed štirih področij obravnave.

#### 4.4.1 Semafor razvoja – ekonomsko področje

Ekonomsko področje je sestavljeno iz treh indikatorjev **rasti**: rast števila turistov v zadnjih petih letih, rast števila ležišč v hotelih in hostlih v zadnjih petih letih in rast števila ležišč AirBnB v zadnjih petih letih ter indikatorja sezonskosti v obliki indeksa. Indikatorji, kritične meje in ukrepi za posamezno podpodročje ekonomskega področja so razvidni iz Tabel 3-6.

Rast povpraševanja je ocenjena z indikatorjem Rast števila turistov v zadnjih petih letih (Tabela 3). Ta se izračuna na podlagi podatkov o turističnih prihodih. Povprečne petletne rasti pri indikatorjih rasti je mogoče izračunati z enačbo enotnih letnih stopenj rasti CAGR (ang. *compound annual growth rate*):

$$CAGR(t_0, t_n) = \left( \frac{V(t_n)}{V(t_0)} \right)^{\frac{1}{t_n - t_0}} - 1$$

kjer je:

$t_0$  = prvo leto

$t_n$  = število vseh opazovanih let

$V(t_0)$  = število prihodov prvo opazovano leto

$V(t_n)$  = število prihodov zadnje opazovano leto

Tabela 3: Semafor razvoja – ekonomski steber: Indikator RAST ŠTEVILA TURISTOV

EKONOMSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
RAST ŠTEVILA TURISTOV v zadnjih petih letih v %	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-spodbujenje razvoja turističnih produktov (zelenih butičnih), -razvoja turistične infrastrukture, -promocija.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-dvig turistične takse, -uvedba elektronskih števecv prehodov, -uvedba takse za obiskovalce, -razširiti turistično ponudbo na širše območje destinacije, -ustvariti več javnega prostora za lokalno prebivalstvo, -uporaba IKT za razpršitev povpraševanja, -oblikovati turistično kartico in s pomočjo nje usmerjati povpraševanje, -urediti car ali bike sharing sistem, ki omogoča večjo mehko mobilnost, -dobra turistična signalizacija.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-omejiti št. turistov ali obiskovalcev, -prepovedati odprtje novih turističnih trgovin, -znižanje proračuna za promocijo turizma, -uvedba obvezne vodniške službe za skupine v destinacijskem jedru oziroma najbolj obremenjenih točkah.

Predvideni ukrepi v indikatorju *Rast števila turistov v zadnjih petih letih* so usmerjeni bodisi k spodbujanju, spremljanju ali omejevanju rasti števila turistov v opazovani destinaciji. Če je povprečna letna rast števila turistov v zadnjih petih letih destinacije v prvi tretjini v primerjavi s primerljivimi destinacijami, naj destinacija rast spodbuja z razvojem novih ali osvežitvijo obstoječih turističnih produktov. Turističnim produktom naj hkrati zagotovi vidnost z ustreznimi promocijskimi strategijami ter dostopnost z razvojem infrastrukture za lažje gibanje in bivanje turistov v destinaciji. Pred implementacijo ukrepov rasti števila turistov je smiselno razumeti povezanost destinacije z drugimi destinacijami in omogočiti razvoj produktov, promocijo in transportne rešitve med povezanimi destinacijami.

Povprečna letna rast povpraševanja v drugi tretjini je v destinacijah večinoma zaželeno. Ukrepi za njeno ohranjanje so v dinamičnem okolju turizma s hitrimi spremembami



usmerjeni predvsem h krepitvi in k izboljšavam na področju menedžmenta destinacije. Destinacija s tako rastjo povpraševanja naj razvija tehnološko podprte zmogljivosti za spremljanje turistov (IKT rešitve za pridobivanje podatkov, števci ipd.). Pri tem je pomembno okrepiti mehanizme za usmerjanje turistov, ki omogočajo večji nadzor nad gibanjem turistov in njihovo razpršitev. Ti se lahko uresničujejo z razvojem tehnološko okrepljenih produktov in praks, kot so npr. turistične kartice za popuste ob obisku izbranih atrakcij, mobilne aplikacije za nasvete po meri turista ali sistemih za delitev prevoznih sredstev (ang. *car* ali *bike sharing system*). Na tej stopnji rasti povpraševanja je treba zagotoviti tudi javni prostor za lokalno prebivalstvo, sicer se lahko negativni vplivi razvoja turizma začnejo kazati v drugih indikatorjih. Pripraviti pa je treba tudi podlago za potencialne ukrepe omejevanja rasti, kot sta dvig turistične takse ali uvedba takse za obiskovalce.

V tretjo skupino sodijo destinacije, ki imajo najvišjo rast. Strategije za ukrepanje v tem so različne in lahko vključujejo tudi omejevanje povpraševanja. Nekatere destinacije lahko omejijo vstop obiskovalcem v mestna jedra (npr. prisotnost obzidja) ali do glavne znamenitosti (npr. zaprtje jame), pri drugih pa je omejevanje povpraševanja vezano na omejevanje ponudbe in javnih spodbud za razvoj turizma. Primeri vključujejo prepoved odpiranja novih turističnih trgovin ali namestitvenih zmogljivosti ter omejitev proračuna in drugih javnih sredstev za financiranje in spodbujanje turistične dejavnosti ali višja obdavčitev teh dejavnosti. To so resnično skrajni ukrepi. Pred njimi pa je treba zagotoviti implementacijo ukrepov, navedenih v oranžnem in zelenem delu semaforja.

Rast ponudbe je definirana z dvema indikatorjema, in sicer z indikatorjem *Rast števila ležišč v hotelih in hostlih v zadnjih petih letih* (Tabela 4) in z indikatorjem *Rast števila ležišč AirBNB v zadnjih petih letih* (Tabela 5). Izračun je mogoč z uporabo zgoraj opisane formule enotnih letnih rasti.

Tabela 4: Semafor razvoja – ekonomski steber: Indikator RAST ŠTEVILA LEŽIŠČ V HOTELIJI IN HOSTLIJI v zadnjih 5. letih

EKONOMSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
RAST ŠTEVILA LEŽIŠČ V HOTELIJI IN HOSTLIJI v zadnjih petih letih v %	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Stimulacija razvoja novih kapacitet.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Določitev razvojnih smernic (coning glede kakovosti in velikosti) za namestitvev.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Prepoved odpiranja novih hotelov ali hostlov v destinacijskih jedrih.

Indikator Rast števila Airbnb ležišč v zadnjih petih letih (Tabela 5) je zaradi naraščajočega vpliva delitvene ekonomije v turističnih nastanitvenih zmogljivostih izjemnega pomena za pravilno oceno preturizma v destinacijah. Kritične meje so postavljene v navezavi na analizo podatkov AirDNA. Po naši strokovni presoji morajo biti kritične meje rasti ponudbe ležišč v okviru delitvene ekonomije usklajene s kritičnimi mejami v hotelskem sektorju. Analiza pa je pokazala, da je rast te ponudbe značilno višja kot v hotelih, kar obravnavamo v naslednjem poglavju pri predstavitvi rezultatov testiranja modela. Rast je seveda odvisna tudi od tipa destinacije in faze njenega življenjskega cikla.

Tabela 5: Semafor razvoja – ekonomski steber: Indikator RAST ŠTEVILA LEŽIŠČ AIRBNB v zadnjih 5. letih

EKONOMSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
RAST ŠTEVILA AIRBNB LEŽIŠČ v zadnjih petih letih v %	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Spremljanje najemodajalcev, -informiranje najemodajalcev (legalni najem)
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-večji nadzor (inšpekcije) najemodajalcev, -visoke kazni za prekrške, -razvoj območij brez Airbnb ponudbe.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Omejevanje najema z najvišjim trajanjem (npr. 60 dni), -razvoj območij brez Airbnb ponudbe.

Predvideni ukrepi za indikatorje rasti ponudbe so usmerjeni k spremljanju, stimulaciji, nadzoru in omejevanju rasti ponudbe namestitvenih zmogljivosti. Ukrepi za rast ponudbe v okviru delitvene ekonomije in za ponudbo v hotelih in hostlih so

podobni. Rast, ki v prvi tretjini v petletnem obdobju pade v zeleno območje in narekuje stimulacijo razvoja novih kapacitet hotelov in hostlov ter spremljanje in informiranje najemodajalcev delitvene ekonomije. Pri ponudbi ležišč v okviru delitvene ekonomije (npr. AirBnb) je treba ponudnike spodbujati k legalnemu oddajanju in preprečevanju izzivov z odgovornim vstopom na trg turističnih namestitvenih zmogljivosti (npr. vključevanje parkirnega prostora v ponudbo, zavedanje vpliva oddajanja na sosede in dogovor, plačevanje prispevkov, pravilno usmerjanje turistov ipd.).

Rumeno območje vključuje rast ponudbe v drugi tretjini in zanj so predvideni ukrepi za razvoj smernic za kakovost in velikost namestitev v hotelih in hostlih ter večji nadzor in izvajanje kazni za kršenje pravil pri oddaji namestitev v okviru delitvene ekonomije. Ukrepi za rdeče območje (rast v tretji tretjini) predvidevajo tudi omejevalne ukrepe, kot so prepoved odpiranja novih nastanitvenih zmogljivosti v mestnih jedrih za hotele in hostle. Tak ukrep lahko pozitivno vpliva tudi na vrednosti drugih indikatorjev, na primer zadovoljstvo turistov in koncentracija ponudbe. V okviru delitvene ekonomije je omejevanje mogoče z uvedbo najdaljšega trajanja najema oziroma omejitve števila dni oddaje nepremičnine v turistične namene in z uvedbo območij brez AirBnB ponudbe. Zaradi velike možnosti kršitev pravil omejevanja delitvene ekonomije je nujno okrepiti tudi nadzor, v navezavi katerega so destinacije odvisne od organov oblasti in pregona.

Indeks sezonskosti (Tabela 6) temelji na deležu nočitev v dveh najbolj zasedenih mesecih in se izračuna kot količnik med vsoto števila nočitev v dveh najbolj zasedenih mesecih in številom vseh nočitev v zadnjem zaključenem letu.

Tabela 6: Semafor razvoja – ekonomski steber: INDEKS SEZONSKOSTI

EKONOMSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>INDEKS SEZONSKOSTI (delež TOP 2 meseca)</b>	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Ukrepi niso potrebni.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Razvoj produktov izven glavne sezone.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Aktivna cenovna in prihodkovna politika na ravni destinacije, -omejevanje števila turistov med glavno sezono, -dvig cen med glavno sezono.

Ukrepi za indeks sezonskosti so predvideni za rumeno in rdeče območje. Če so vrednosti indeksa v drugi tretjini, naj destinacija razvija produkte in promocijo za obiske izven glavne sezone. Za vrednosti indeksa v tretji tretjini pa se lahko uvedejo

tudi omejevalni ukrepi. Ti ukrepi so opisani že pri indikatorjih rasti. Bolj smotrni kot omejevalni so ukrepi na področju spodbude za prihod turistov izven sezone, ki so lahko vezani na cenovno in prihodkovno politiko, in sicer z dvigom cen v glavni sezoni in njihovim spustom v obdobjih manjšega obiska. Vsekakor pa kombinacija različnih navedenih ukrepov najbolj pripomore k manjši sezonski odvisnosti destinacije.

#### 4.4.2 Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber

Družbeno-kulturni steber je sestavljen iz štirih kvantitativnih in dveh kvalitativnih indikatorjev. **Koncentracija povpraševanja** je definirana z dvema indikatorjema: število turistov na prebivalca (Tabela 7) in delež komentarjev top 5 % na TripAdvisorju (Tabela 8). Prvi se izračuna kot količnik med številom prihodov in številom prebivalcev v zadnjem zaključenem letu. Drugi se izračuna kot količnik med vsoto komentarjev najpomembnejših pet znamenitosti in vsoto komentarjev pri vseh znamenitostih destinacije na TripAdvisorju. Z deležem komentarjev, ki so namenjeni najbolj popularnim destinacijam, lahko objektivno ocenimo koncentracijo povpraševanja. Kritične meje za oba indikatorja so oblikovane na podlagi tujih primerljivih modelov (McKinsey&Company & WTTC, 2017) in ocene stanja slovenskih destinacij (intervjuji, fokusna skupina).

Tabela 7: Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber: indikator ŠTEVILO TURISTOV NA PREBIVALCA

DRUŽBENO-KULTURNI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>ŠTEVILO TURISTOV NA PREBIVALCA</b>	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Spodbujanje razvoja turističnih produktov (zelenih butičnih), -razvoja turistične infrastrukture, -promocije.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Informiranje in izobraževanje lokalnega prebivalstva, -izobraževanje turističnih delavcev (med-kulturne tematike), -informiranje in izobraževanje turistov.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Fizično omejiti št. turistov ali obiskovalcev, -prepovedati odprtje novih turističnih trgovin, -zmanjšanje proračuna za promocijo turizma, -uvedba obvezne vodniške službe za skupine v destinacijskem jedru oziroma najbolj obremenjenih točkah.

Tabela 8: Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber: indikator DELEŽ KOMENTARJEV TOP 5 % NA TRIPADVISORJU

DRUŽBENO-KULTURNI INDIKATORJI IN UKREPI			
DELEŽ KOMENTARJEV TOP 5 % NA TRIPADVISORJU	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	- Ni treba ukrepati.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Ureditev turistične signalizacije, -vključitev manj obiskanih znamenitosti v turistično ponudbo, -uporaba IKT za preusmeritev povpraševanja, -izgradnja dodatne turistične infrastrukture, -dvig cene obiska najbolj obiskanih znamenitosti.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-omejevanje števila obiskovalcev določenih znamenitosti v najbolj zasedenih urah ali sezonah.

Ukrepi se med obema indikatorjema koncentracije povpraševanja nekoliko razlikujejo. Ukrepi za indikator *Število turistov na prebivalca* (Tabela 7) so bližje ukrepom z ekonomskega področja in ukrepom za vzpostavljanje zadovoljstva lokalnega prebivalstva in turistov. Indikator *Delež komentarjev top 5 % na TripAdvisorju* (Tabela 8) pa je presečen z indikatorji koncentracije ponudbe. Turisti obiščejo in komentirajo znamenitosti, ki so za destinacijo najbolj značilne in promovirane. Zgostitev povpraševanja je v tem elementu soodvisna s koncentracijo ponudbe. Posledično so tudi ukrepi bližje ukrepom na področju preprečevanja koncentracije ponudbe, možni pa so tudi ukrepi za omejevanje turistične rasti.

Pri vrednosti v prvi tretjini v indikatorju *Število turistov na prebivalca* je povprečna destinacija še v zelenem območju tega indikatorja, ki izvaja ukrepe za spodbujanje rasti povpraševanja (razvoj novih turističnih produktov in infrastrukture).

Rumeno območje se nanaša na vrednosti števila turistov na prebivalca v drugi tretjini. Na tej stopnji naj destinacija uvaja mehke prijeme s ciljem informirati in izobraziti vse relevantne deležnike za blaženje negativnih vplivov koncentracije povpraševanja: lokalno prebivalstvo, turiste in turistične delavce. Informiranje turistov naj bo usmerjeno v razumevanje in motivacijo za spoštovanje lokalnih navad in kodeksov vedenja. Združi se lahko z informiranjem o etnično značilnih produktih in dobrinah, kar praviloma razprši turistični prihodek ter pozitivno vpliva na zadovoljstvo lokalnih prebivalcev in integracijo turistov v lokalno življenje. Lokalno prebivalstvo je treba

obveščati o pozitivnih platih turizma, hkrati pa tudi o kritičnih točkah obiska in mogočih ravnanjih za izogib potencialnim konfliktom. Nenazadnje pa je treba za medkulturno delo in mediacijo izobraziti tudi turistične delavce, ki so pogosto prvi stik s turisti in tampon območje med turisti in lokalnim prebivalstvom.

Rdeče območje za indikator *Število turistov na prebivalca* se nanaša na območja ali destinacije v tretji tretjini, ukrepi zanj pa so prečni ukrepom za omejevanje rasti turističnega povpraševanja (fizične omejitve vstopov do atrakcij ali v destinacijo, dvig cen itn.) in ponudbe (prepoved odpiranja novih turističnih zmogljivosti, omejitve subvencij in spodbud za turistični razvoj itn.). Dodatni zelo koristen ukrep za preprečevanje neposrednih negativnih posledic prevelike koncentracije povpraševanja je uvedba obveznih vodniških služb na območjih oziroma točkah z največjimi izzivi v navezavi na ta indikator.

Indikator *Delež komentarjev top 5 % na TripAdvisorju* za zeleno območje (prva tretjina) ukrepov ne predvideva. Rumeno območje ali druga tretjina kaže na obvladljivo koncentracijo povpraševanja. Destinacija se lahko nanjo odziva z ureditvijo turistične signalizacije, ki omogoča lažjo mobilnost turistov med glavnimi znamenitostmi, z vključevanjem manj obiskanih znamenitosti v turistično ponudbo, uporabo tehnološko podprtih načinov usmerjanja turistov (npr. aplikacije za informiranje o trenutni zasedenosti znamenitosti in preusmerjanje na druge znamenitosti, kartice s popusti za obisk manj obleganih znamenitosti itn.) ter seveda z izgradnjo dodatne turistične infrastrukture za omilitev izzivov v točkah prekomernega obiska in/ali izboljšano dostopnostjo manj popularnih znamenitosti.

Če analiza podatkov s TripAdvisorja pokaže, da je destinacija v tretji tretjini, lahko začne z vpeljevanjem bolj »trdih« ukrepov. Lahko na to odgovori z omejevanjem števila turistov v najbolj zasedenih urah oziroma sezoni ter uporabi diagnostiko za krizne točke za ocenjevanje situacije in mogočih ukrepov. Smiselno je tudi okrepiti varovanje na kriznih točkah z namenom zagotavljanja javnega reda in miru.

**Koncentracija ponudbe** je definirana z dvema kvantitativnima indikatorjema, in sicer s številom sob v hotelih in Airbnb ponudbo na prebivalca. Kritične meje so postavljene glede na tretjine, podobno kot v primeru ostalih indikatorjev (Tabela 9).

Tabela 9: Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber: indikator ŠTEVILO LEŽIŠČ V HOTELIJI IN HOSTLIJI NA PREBIVALCA

DRUŽBENO-KULTURNI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>ŠTEVILO SOB V HOTELIJI IN HOSTLIJI NA PREBIVALCA</b>	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Širitev ponudbe hotelskih sob in spodbujanje nove ponudbe, seveda ob pozitivnem stališču lokalnega prebivalstva.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Strateško načrtovanje nadaljnje izgradnje hotelov in podpora projektom, ki dvigujejo dodano vrednost v destinaciji.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Monitoring zadovoljstva lokalnega prebivalstva; -strateško načrtovanje in izgradnja novih hotelskih sob le ob ohranjanju zadovoljstva lokalnega prebivalstva; -omejitev izgradnje hotelskih sob v kritičnih točkah.

V primeru, da destinacija ima vrednosti v prvi tretjini, je smotrna stimulacija in širitev hotelske ponudbe. Če je destinacija v drugi tretjini, je smotrni monitoring in izgradnja le novih kapacitet, ki dvigujejo dodano vrednost in turistično porabo na destinaciji. Če je destinacija v tretji tretjini, je smotrni monitoring zadovoljstva lokalnega prebivalstva, dodatna gradnja je upravičena le ob ohranjanju zadovoljstva lokalnih prebivalcev, v kritičnih primerih pa je možna tudi omejitev nadaljnje gradnje.

Tabela 10: Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber: indikator ŠTEVILO LEŽIŠČ DELITVENE EKONOMIJE NA PREBIVALCA

DRUŽBENO-KULTURNI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>ŠTEVILO LEŽIŠČ AIRBNB NA PREBIVALCA</b>	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	- Ukrepi niso potrebni.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Analiza ponudbe namestitev v delitveni ekonomiji; -nadzor prijave ponudbe v delitveni ekonomiji; -monitoring in razumevanje infrastrukture, ki jo zagotavljajo ponudniki v okviru delitvene ekonomije (predvsem parkirišča).
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Časovno omejevanje oddajanja v segmentu delitvene ekonomije; -geografsko omejevanje oddajanja v segmentu delitvene ekonomije.

Zadnja dva indikatorja v družbeno-kulturnem stebru se navezujeta na oceno **zadovoljstva turistov** (Tabela 11) in **lokalnega prebivalstva** (Tabela 12). Ta indikatorja se na različne načine pojavljata v številnih modelih nosilne zmogljivosti npr. (Arnberger et al., 2013; Zhang et al., 2017) in preturizma npr. (McKinsey&Company & WTTC, 2017; Weber et al., 2017). Merjenje zaznave obeh deležnikov je izjemno pomembno za določanje trenutnih ali prihodnjih izzivov s preturizmom. V našem modelu gre za kvalitativna indikatorja, ki temeljita na podatkih večinoma primarnih (ankete) ali tudi drugotnih virov (npr. objave turistov o zadovoljstvu z destinacijo).

Vzpostavljanje mej za kvalitativne indikatorje je naloga, v kateri se najlaže znajdejo destinacije same. To še posebej velja za merjenje zadovoljstva lokalnega prebivalstva, saj podatki ne dajo tako enoznačne informacije kot podatki za spremljanje zadovoljstva turistov. Če za destinacijo v Zeleni shemi Slovenije ni oprijemljivih podatkov, morajo destinacije same oceniti stanje

Tabela 11: Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber: indikator OCENA ZADOVOLJSTVA TURISTOV

DRUŽBENO-KULTURNI INDIKATORJI IN UKREPI			
OCENA ZADOVOLJSTVA TURISTOV	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Ohraniti obstoječe stanje.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Ureditev dodatne splošne in turistične infrastrukture; -ureditev turistične signalizacije; -boljše informiranje turistov.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Omejevanje turističnega povpraševanja.

Za indikator *Ocena zadovoljstva turistov* (Tabela 11) so predvideni ukrepi za rumeno in rdeče območje. Če so turisti zadovoljni, vendar že zaznavajo negativne vplive turističnega razvoja (rumeno območje), naj destinacija implementira raznolike ukrepe za izboljšanje turistične izkušnje. Ukrepi naj ustrezajo konkretno zaznamim dejavnikom zniževanja zadovoljstva turistov, predvsem pa naj bodo usmerjeni v logistično in izkustveno izboljšanje doživetja. K temu v prvem koraku pripomore izboljšana ureditev turistične signalizacije. Če so turisti izrazito nezadovoljni s turistično izkušnjo (rdeče območje), je treba začeti izvajati že večkrat omenjene ukrepe za omejevanje turističnega povpraševanja.



Tabela 12: *Semafor razvoja – družbeno-kulturni steber: indikator OCENA ZADOVOLJSTVA PREBIVALCEV*

DRUŽBENO-KULTURNI INDIKATORJI IN UKREPI			
OCENA ZADOVOLJSTVA PREBIVALCEV	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Ohraniti obstoječe stanje.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Boljša informiranost, -vključiti lokalno prebivalstvo v prostovoljstvo turistične dejavnosti; -povečati delovanje redarjev, ki zagotavljajo red in mir; -izboljšati kakovost in raznolikost maloprodajaln v destinacijskih jedrih in obleganih turističnih točkah; -nameniti lokalnim ponudnikom več prostora v najbolj obremenjenih območjih; -kampanja, ki turiste informira o lokalnih vrednotah.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Omejevanje št. turistov ali obiskovalcev, -omejevanje trženja globalnih znamk v turizmu.

Tudi indikator *Ocena zadovoljstva prebivalcev* (Tabela 12) predvideva ohranjanje obstoječega stanja za zeleno območje, ki označuje zadovoljstvo prebivalcev s turističnim razvojem.

Rumeno območje po zgledu drugih indikatorjev družbeno-kulturnega področja predvideva krepitev obveščanja, komunikacije, regulacije in infrastrukturnih rešitev. Lokalno prebivalstvo je najbolj podvrženo vplivom turizma, zato mora biti vanj vključeno in o njem dobro informirano. Smotrno je, da destinacija gradi na poistovetenju lokalnega prebivalstva s turističnim razvojem. Prebivalci so namreč tisti, ki turiste sprejmejo na pragove svojih življenj. Zato morajo dobro prepoznati pozitivne učinke zase in za 'svojo' destinacijo. Lokalni prebivalci morajo soustvarjati turistični razvoj, bodisi skozi lastno materialno korist, prostovoljno delo in/ali občutek ponosa. Hkrati mora destinacija vseskozi predvidevati ukrepe za zaščito kakovosti njihovih vsakdanjih življenj. Mednje sodijo ukrepi za zagotavljanje javnega reda in miru, spodbude za lažji vstop malim lokalnim podjetnikom v turistično industrijo, reguliranje dostopnosti turističnih produktov za lokalne prebivalce ter tudi infrastrukturne in logistične rešitve za zagotavljanje neturističnih/manj turističnih prostorov in transportnih povezav.

Rdeče območje v indikatorju *Ocena zadovoljstva prebivalcev* nakazuje na nezadovoljstvo prebivalstva z razvojem turizma. Z ukrepi za izboljšanje drugih kritičnih indikatorjev lahko namreč posredno izboljšajo tudi indikator zadovoljstva prebivalstva. Če je prepoznano stanje kritično, pa mora destinacija kot pri drugih kritičnih vrednostih indikatorjev nemudoma začeti omejevanje turističnega povpraševanja in predvsem omejevanje trženja globalnih znamk v lokalnem okolju destinacije. Te namreč prebivalstvu pogosto ne vzbujajo občutka pripadnosti in tudi dejansko ne nudijo znatnih koristi turističnega razvoja lokalnemu okolju.

#### 4.4.3 Semafor razvoja – okoljski steber

Okoljski steber vključuje tri kvantitativne in en kvalitativni indikator. Kvantitativni indikatorji so koncentracija trdnih delcev PM<sub>10</sub> v destinaciji (Tabela 13), količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca (Tabela 14) in povprečno število prepeljanih vozil v glavnih vpadnicah za zadnje zaključeno leto (Tabela 15). Kvantitativni indikatorji v celoti temeljijo na pridobitvi sekundarnih podatkov Agencije Republike Slovenija za okolje, Statističnega urada Republike Slovenije in Direkcije Republike Slovenije za infrastrukturo. Javni podatki od Direkcije Republike Slovenije za infrastrukturo so dostopni le na letni ravni. To je pomanjkljivost, ker se prometni zastoji pojavljajo v času sezone in povprečno letno število prevoženih avtomobilov na določenih vpadnicah je lahko zavajajoč podatek. Žal javni sezonski podatki niso na voljo.

Kvalitativni indikator vključuje oceno stanja okolja (Tabela 16) s pomočjo Zelene sheme Slovenije. To oceno samostojno pripravijo destinacije z vključitvijo zanje relevantnih vrednosti in področij (npr. kakovost morja, jezera, jame itn.). Ker v Zeleni shemi pogosto ni podatkov za vse destinacije, si morajo destinacije podobno kot pri indikatorjih za oceno zadovoljstva tudi pri tem indikatorju pomagati z viri.

Indikator *Letne koncentracije trdnih delcev (PM<sub>10</sub>)* (Tabela 13) za vrednosti v drugi tretjini (rumeno območje) predvideva zmanjševanje prometa v destinacijskih jedrih in kriznih točkah, kar mora biti reguliran ukrep na ravni občine ali drugega javnega organa odločanja, ki ga lahko predlaga destinacija. Drugi ukrepi znotraj rumenega območja vključujejo infrastrukturne rešitve turističnih zmogljivosti s spodbujanjem prehoda na trajnostne vire energije in tehnološko podprto varčevanja z energijo (npr. daljinsko upravljanje ogrevanja) ter informiranje turistov in lokalnih prebivalcev z namenom zmanjševanja potratnega odnosa do energije na ravni individualne porabe. Če so letne koncentracije trdnih delcev v tretji tretjini (rdeče območje), so ukrepi strožji

in vključujejo popolno prepoved avtobusov in avtomobilov v mestnih jedrih in okolici kriznih točk ter obvezen prehod na obnovljive vire energije.

Tabela 13: Semafor razvoja – okoljski steber: LETNE KONCENTRACIJE TRDNIH DELCEV (PM10)

OKOLJSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
LETNE KONCENTRACIJE TRDNIH DELCEV (PM10)	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Spremljati stanje.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Zmanjšati promet v destinacijskih jedrih in kriznih točkah; -načrti za prehod turističnih objektov na daljinske vire ogrevanja ali trajnostne vire energije; -informirati turiste in lokalno prebivalstvo.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Prepoved avtobusov v destinacijskem jedru; -prepoved avtomobilov v destinacijskem jedru; -obvezen prehod turističnih objektov na daljinske vire ogrevanja ali trajnostne vire energije.

Indikator *Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca* (Tabela 14) za vrednosti v drugi tretjini (rumeno območje) predvideva ukrepe za ureditev zadostnega števila zabojnikov za ločeno zbiranje odpadkov v turističnih objektih, turistično obiskanih točkah in transportnih poteh ter povečanje frekvence odvoza odpadkov v glavni sezoni. Veliko lahko destinacije naredijo tudi z obveščanjem in motiviranjem turistov k zmanjšanju količine osebnih odpadkov. Če so vrednosti indikatorja v tretji tretjini (rdeče območje), so potrebni zaostreni ukrepi: večji nadzor redarjev in kazni za neustrezno ravnanje z odpadki.

Tabela 14: Semafor razvoja – okoljski steber: KOLIČINA ZBRANIH KOMUNALNIH ODPADKOV NA PREBIVALCA

OKOLJSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>KOLIČINA ZBRANIH KOMUNALNIH ODPADKOV NA PREBIVALCA</b>	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Spremljati stanje.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Ureditev zadostnega števila zabojnikov za ločeno zbiranje odpadkov v turističnih objektih in na turistično obiskanih točkah/linijah; -povečati frekvenco odvoza odpadkov v sezoni.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Večji nadzor redarjev; -kazni za neustrezno ravnanje z odpadki.

Čeprav so vrednosti indikatorja *Število prepeljanih vozil (PLDP)* v nekaterih destinacijah bolj odvisne od drugih dejavnikov (prometni zamaški zaradi lokalnih migracij), pa številne destinacije opažajo izjemne izzive ravno v času osrednje turistične sezone. Vrednosti v drugi tretjini (rumeno območje) zahtevajo ukrepe, kot so ureditev javnega prevoza in povečanje njegove pogostnosti, zviševanje cen parkirnin, uvedba cestne takse, ureditev izposoje okolju prijaznih vozil in koles. Če so vrednosti v tretji tretjini (rdeče območje), je potreben celosten umik motornega – premikajočega in mirujočega prometa – izven obremenjenih območij in uvedbo dovolilnic za domačine. Pri tem je treba poudariti, da je vrednosti treba izračunavati v času visoke sezone, ko so zaradi turizma vrednosti izjemno povečane.

Tabela 15: Semafor razvoja – okoljski steber: ŠTEVILO PREPELJANIH VOZIL (PLPD)

OKOLJSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>ŠTEVILO PREPELJANIH VOZIL (PLDP)</b>	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Spremljati stanje.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Ureditev javnega prevoza in povečati njihovo frekventnost, -zvišanje cene parkirnin, -uvedba cestne takse, -ureditev izposoje okolju prijaznih vozil, -ureditev izposoje koles, -ureditev brezplačnih parkirišč in prevozov izven obremenjenih območij.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Umik motornega, premikajočega in mirujočega prometa iz obremenjenih območij, -uvedba dovolilnic za domačine

Indikator *Ocena stanja okolja* predvideva ukrepe za obveščanje in informiranje za rumeno področje ter ukrepe omejevanja in kaznovanja za rdeče območje. Če so v destinaciji zaznane delne obremenitve okolja zaradi razvoja turizma (rumeno območje), naj destinacija obvešča turiste o zaznanih negativnih vplivih in njihovem preprečevanju z zavednim okoljevarstvenim ravnanjem na ravni posameznika. S takšnim obveščanjem destinacija samo spodbudi turiste k uresničevanju splošno sprejetih vzorcev okoljevarstvenega ravnanja tudi v hedonističnem okolju turističnega doživetja. Pomembno je tudi hkratno informiranje lokalnega prebivalstva in predvsem izobraževanje turističnih delavcev, ki turistom prenašajo okoljevarstvene vrednote destinacije. Za bolj celostno načrtovanje okoljevarstvene politike se morajo destinacije za zelene vrednosti zavezati v okviru srednjeročne in dolgoročne zavezujoče strategije.

Tabela 16: Semafor razvoja – okoljski steber: OCENA STANJA OKOLJA

OKOLJSKI INDIKATORJI IN UKREPI			
OCENA STANJA OKOLJA	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Prva tretjina	<b>ZELENO</b>	-Spremljati stanje.
	Druga tretjina	<b>RUMENO</b>	-Informirati turiste o zaznanih negativnih vplivih, -kampanja o lokalnih vrednotah, -informiranje lokalnega prebivalstva, -izobraževanje turističnih delavcev, -priprava okoljskih ukrepov z vidika obremenjevanja turizma z obvezujočim sklepom občinskega sveta.
	Tretja tretjina	<b>RDEČE</b>	-Obvezujoče izvajanje okoljskih ukrepov z vidika obremenjevanja turizma, -visoke kazni za kršitelje.

#### 4.4.4 Semafor razvoja – politično-participatorni steber

Diagnostika v politično-civilnem stebru temelji na treh indikatorjih, ki se na različne načine pojavljajo tudi v predhodnih modelih in pristopih: participacija lokalnega prebivalstva v turističnem razvoju (Tabela 15) npr. (Manning et al., 1995; Shelby & Heberlein, 1984; Stankey et al., 1984), politična podpora razvoju turizma (Tabela 16) npr. (Arnberger et al., 2013; Bezzola, 1975; Coccossis et al., 2002; PAP/RAC, 1997) in zaznave o vplivih turizma na podlagi medijskih objav (Tabela 17) npr. (MCKinsey&Company & WTTC, 2017). Vse tri smo definirali kot kvalitativne indikatorje, za katere podatke pridobijo destinacije na podlagi kvalitativnih analiz in ocen ter pregleda medijskih objav. Indikatorji v tem stebru so ocene vrednostne

zaznave in so subjektivni, zato jih po metodologiji semaforja nismo razdelili v tretjine, ampak smo jih kvalitativno opisali.

Indikator *Participacija* je vsebinsko povezan z indikatorjem *Zadovoljstvo prebivalcev* in zato so prepleteni tudi njuni ukrepi. Z aktivno participacijo lokalnih prebivalcev v procese načrtovanja turističnega razvoja lahko namreč destinacije bolje spremljajo in predvidijo potrebne ukrepe za zagotavljanje dolgoročne trajnosti turističnega razvoja v družbenem stebru. Predvideni ukrepi za indikator *Participacija* vključujejo vzdrževanje obstoječega stanja, če lokalno prebivalstvo aktivno sodeluje v razvoju turizma (zeleno območje). Če se lokalno prebivalstvo zaradi izrazitih negativnih vplivov izogiba vključevanju v načrtovanje turističnega razvoja, naj destinacija primarno zagotovi zaščito lokalnega prebivalstva in sprejme ukrepe, ki bodo nastalo situacijo izboljšali. Nato naj postopno uvede navedene ukrepe v rumenem območju.

Tabela 17: Semafor razvoja – politično-participatorni steber: PARTICIPACIJA

POLITIČNO-PARTICIPATORNI INDIKATORJI IN UKREPI			
	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
<b>PARTICIPACIJA</b>	Lokalno prebivalstvo aktivno sodeluje v razvoju turizma.	<b>ZELENO</b>	-Vzdrževati stanje.
	Lokalno prebivalstvo sodeluje v razvoju turizma, hkrati se zaveda negativnih vplivov turizma.	<b>RUMENO</b>	-Dobre prakse, -Informiranje, -Izobraževanje, -pozitivni vzgledi.
	Lokalno prebivalstvo zaradi negativnih vplivov ne sodeluje v razvoju turizma.	<b>RDEČE</b>	-Omejevalni ukrepi in zaščita lokalnega prebivalstva (navedeni od zgoraj).

Indikator *Podpora razvoju turizma* se navezuje na politično dimenzijo in je kot tak ključen za implementacijo številnih ukrepov za druge indikatorje (npr. infrastrukturni ukrepi, transportni ukrepi). Indikator predvideva vzdrževanje obstoječega stanja, če v destinaciji obstaja podpora turizmu (zeleno območje). Če se v obstoječi politični podpori pojavljajo zadržki zaradi negativnih vplivov turističnega razvoja (rumeno območje), naj destinacija prevzame aktivno vlogo pri vzpostavljanju dialoga s kritiki turizma. Hkrati naj destinacija tudi beleži napredek, tako na področju preprečevanja negativnih vplivov kot tudi na področju usklajevanja z nasprotniki turističnega razvoja.

Če se je v okolju zaradi prevelikih negativnih vplivov turizma že ustvarila politična pobuda proti turizmu (rdeče območje), je potrebno aktivno reševanje nastalih težav. Vsaj v prvi fazi dialoga naj destinacija ob sodelovanju z organi oblasti implementira pod drugimi indikatorji navedene ukrepe za omejevanje turističnega razvoja. Ob pozitivnih učinkih teh ukrepov pa se naj vrne na konstruktiven dialog v okviru ukrepov rumenega območja opisovanega indikatorja.

Tabela 18: Semafor razvoja – politično-participatorni steber: *PODPORA RAZVOJA TURIZMA*

POLITIČNO-PARTICIPATORNI INDIKATORJI IN UKREPI			
PODPORA RAZVOJU TURIZMA	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Obstaja politična podpora razvoju turizma	<b>ZELENO</b>	-Vzdrževati stanje.
	Obstaja politična podpora razvoju turizma z zadržkom omejevanja negativnih vplivov.	<b>RUMENO</b>	-Vzpostaviti politični dialog s kritiki turizma, -informirati o implementiranih aktivnostih, -beležiti napredek.
	Obstaja politična iniciativa proti turizmu.	<b>RDEČE</b>	-Aktivno reševati nastale težave – v tej fazi so rešitve omejevanje.

Ukrepi za indikator *Zaznave* medijev o turističnem razvoju vključujejo vzdrževanje obstoječega stanja, če so medijske objave pozitivne in razširjajo pozitivno podobo o turističnem razvoju (zeleno območje). Če se med pozitivnimi medijskimi objavami pojavljajo tudi objave, ki širijo vtise o negativnih vplivih turističnega razvoja, mora destinacija sprva presoditi, ali je takšno poročanje posledica nekritičnega in neutemeljenega prenosa tujih vsebin na domača tla. Na podlagi tega se mora odločiti za nadaljnje ukrepe. Ti naj vključujejo dialog z medijskimi kritiki turizma in njihovo redno informiranje na podlagi spremljanja napredka, še posebej z vidika kritiziranih področij turističnega razvoja. Prevladovanje negativnih medijskih objav (rdeče območje) kaže na možnost obstoja realnih izzivov in je lahko za destinacijo ne le indikator preturizma, temveč tudi inkubator nadaljnjih problemov v drugih indikatorjih (npr. političnem, participatornem, zadovoljstvo). Destinacija naj objave natančno pretehta in tudi s pomočjo diagnostike modela implementira potrebne ukrepe omejevanja. Sprotno obveščanje medijev o izvajanju ukrepov in procesih ji bo omogočilo lažji prehod na rumene vrednosti tega in drugih indikatorjev.

Tabela 19: Semafor razvoja – politično-participatorni steber: ZAZNAVA

POLITIČNO-PARTICIPATORNI INDIKATORJI IN UKREPI			
ZAZNAVA	VREDNOST	DIAGNOSTIKA	UKREPI
	Medijske objave oglašujejo pozitivne vplive turizma	<b>ZELENO</b>	-Vzdrževati stanje.
	Medijske objave uravnoteženo izpostavljajo pozitivne in negativne vplive turizma.	<b>RUMENO</b>	-Vzpostaviti dialog s kritiki turizma na področju medijev; -informirati o implementiranih aktivnostih; -beležiti napredek; -učiti se iz primerov dobre prakse in implementirati uspešne rešitve.
	Medijske objave oglašujejo negativne vplive turizma.	<b>RDEČE</b>	-Objave vzeti resno in ukrepati –omejevanje rasti.

#### 4.5 MODEL NA RAVNI KRIZNIH TOČK

Skozi raziskovalni proces so deležniki opozarjali, da se dejansko preturizem ne zgodi na ravni celotnega geografskega področja, ampak na ravni posamezne kritične točke, ki je lahko mestno območje ali le znamenitost. Zato smo dodatno oblikovali tudi predlog diagnostike za posamezno točko. Določitev nabora indikatorjev za posamezno točko je glede na obstoječo literaturo, narejena v dveh sklopih, in sicer kvantitativna ali objektivna ocena na podlagi razpoložljivih drugotnih podatkov in kvalitativna ali subjektivna ocena oziroma zaznava. Seznam indikatorjev za diagnostiko preturizma v kritični točki je predlagan v tabeli 20. Kritična točka izbere med naborom navedenih indikatorjev, ki jih bodo spremljali, glede na specifične točke, dostopne sekundarne in primarne podatke.



Tabela 20: Nabor indikatorjev za kritične točke

KVANTITATIVNI INDIKATORJI	KVALITATIVNI INDIKATORJI
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Rast števila obiskovalcev na točki (povprečni petletni CAGR);</li> <li>-rast cene vstopnice na točki (povprečni petletni CAGR);</li> <li>-spletna prodaja vstopnic s sistemom rezervacije termina obiska (obstajajo kvote za obisk) (DA/NE);</li> <li>-razmerje med obiskom v najboljših dveh mesecih in celoletnim obiskom na letni ravni;</li> <li>-število obiskovalcev na m2 (povprečen in v času največjega obiska);</li> <li>-število turistov na dan (povprečje in v času največjega obiska);</li> <li>-razmerje med številom obiskovalcev v najbolj in najmanj obiskani uri v dnevu (povprečje in v času največjega obiska);</li> <li>-število sanitarij na obiskovalca;</li> <li>-število parkirišč na obiskovalca;</li> <li>-sprejem skupini DA ali NE (točka ali ponudnik v točki).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Zaznava uporabniške izkušnje (primarno ali subjektivne ocene zaposlenih ali turistov in lokalnega prebivalstva; ocene so subjektivne);</li> <li>-povprečna čakalna doba v času največjega obiska;</li> <li>-Povprečna čakalna doba na parkirišče oziroma na javni prevoz v času največjega obiska;</li> <li>-povprečna čakalna doba na vstop na znamenitost;</li> <li>-povprečna čakalna doba na stranišče;</li> <li>-povprečna čakalna doba na obrok/mizo;</li> <li>-občutek ali zaznava utesnjenosti turistov ob ogledu destinacije DA/NE;</li> <li>-možnost fotografiranja atrakcije brez drugih obiskovalcev DA/NE;</li> <li>-občutek ali zaznava lokalnega prebivalstva o negativnih vplivih turizma DA/NE;</li> <li>-dostopnost z javnim prevozom opisno;</li> <li>-stanje okolja opisno.</li> </ul>

Predlagane indikatorje smo oblikovali glede na smernice literature na ravni turističnih destinacij. Meje za indikatorje, za kritične točke, nismo opredelili zaradi pomanjkanja literature na tem področju in empiričnih študij. Postavitev mej in oblikovanje modela semaforja bo možna le ob empiričnem preverjanju na različnih kritičnih točkah in je smotrna razdelitev v tretjine tako kot predlagano v metodologiji semaforja na ravni destinacij. Pri tem je ta naloga toliko bolj kompleksna, ker se kritične točke med seboj precej razlikujejo. Zato verjamemo, da je model izbire med navedenim ustrezen.

## 4.6 ZAKLJUČEK

Predlagan model je plod akademskega in strokovnega znanja ter razprav na različnih ravneh. Diagnosticiranje razvoja turizma je kompleksna naloga, predvsem zaradi izjemne raznolikosti destinacij in območij, ki jih analiziramo. Poleg tega so indikatorji so-odvisni in je težko izločiti posamezne vplive. Za implementacijo modela pa je potreben tudi pogum in razumevanje s strani destinacijskih menedžerjev. Preturizem je zaradi medijskih objav in pomanjkanja strokovnih razprav dobil izjemen negativen kontekst.

Pri oblikovanju modela in skozi akademske ter strokovne razprave smo spoznali, da je ocena razvoja turizma ne le kvantitativno merljivo stanje razvoja, ampak predvsem tudi vrednostna sodba o tem, kdaj in koliko turizma je zadosti turističnim deležnikom, predvsem pa lokalnim prebivalcem in turistom. V določenih destinacijah se bo razvoj turizma zavihtel, ampak le ob soglasju in participaciji lokalne skupnosti ter turističnih ponudnikov in zagotavljanju zadovoljstva turistov. Takšen razvoj je trajnosten. Po drugi strani imamo destinacije, v katerih značilno manjša rast in koncentracija turizma sproži nezadovoljstvo in nestrinjanje lokalnih prebivalcev, kar se posledično prenese na nezadovoljstvo turistov. V teh primerih lahko govorimo o kriznih točkah, katere morajo premisliti in se jasno opredeliti do podpore ali ne-podpore nadaljnjemu razvoju turizma.

Razumevanje meje med trajnostnim razvojem turizma in prekomernim razvojem zahteva pogum, številne razprave in usmerjenost v prihodnost. Ne poznamo veliko gospodarskih panog, ki so svojo rast in razvoj v preteklosti, ali jo bodo v prihodnosti omejevali in zavirali. Omejevanje ni v človeški naravi, razvoj pa je. Turizem je povsem specifičen, ker ni le ekonomski, ampak je tudi okoljski in družbeno-kulturni fenomen, vpet v razvoj lokalne skupnosti. Zato je njegov razvoj treba razumeti drugače kot razvoj ostalih gospodarskih in storitvenih panog. Predlog tega modela je zastavljen v tej smeri. Ima razvojno in ne omejevalno naravnost ob upoštevanju potrebe do zavarovanja okolja, lokalnih prebivalcev, turističnih ponudnikov in seveda turistov samih.

Povečana turistična rast in koncentracija ne moreta biti napačni. Lahko so izjemno pomembni za lokalno okolje in treba jih je spodbujati. Rast in razvoj pa morata biti pametna in usklajena s potrebami gospodarstva, okolja, lokalnega prebivalstva in turistov. Takšna rast in razvoj sta trajnostna. Kot takšen model naredi nekaj preskokov v trenutnem razumevanju turizma: 1) jasno umesti politično-participativno dimenzijo v diagnostiko; 2) vključi subjektivne (zaznavne) indikatorje razvoja v model; 3) mehko predlaga kritične meje, in sicer jih razdeli v tretjine; 4) poda ukrepe za nadaljnji razvoj. Vrednost modela pa je predvsem v njegovem empiričnem preizkušanju in implementaciji v praksi.

## 4.7 LITERATURA IN VIRI

Arnberger, A., Eder, R., Jiricka, A., Pröbstl, U., & Salak, B. (2013). VVTOMM –the Tourism Optimization Management Model for the needs of marginal areas. Managing and steering sustainable tourism development processes. Final Report part II of the project Listen to the Voice of Villages implemented through the CENTRAL EUROPE Programme, co-financed by the ERDF. Retrieved from [http://www.central2013.eu/fileadmin/user\\_upload/Downloads/outputlib/Listento\\_Tomm\\_indicators.pdf](http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/outputlib/Listento_Tomm_indicators.pdf)

Beritelli, P., Reinhold, S., Laesser, C., & Bieger, T. (2015). The St. Gallen Model for Destination Management.

Bezzola, A. (1975). Problems of the suitability and bearing capacity of the tourist mountain regions in Switzerland. Problems of the suitability and bearing capacity of the tourist mountain regions in Switzerland.

Butler, R. W. (1996). The concept of carrying capacity for tourism destinations: dead or merely buried? *Progress in tourism and hospitality research*, 2(3-4), 283–293.

Calderwood, L. U., Soshkin, M., & Fisher, M. (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. World Economic Forum. Retrieved from [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

Coccosis, H., Mexa, A., & Collovini, A. (2002). Defining, measuring and evaluating carrying capacity in European tourism destinations. B4-3040/2000/294577/MAR/D2 Athens: University of the Aegean. Department of environmental studies. Laboratory of environmental planning.

Coldwell, W. (2017). First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe TheGuardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>

Cole, D. N., & McCool, S. F. (1997). Limits of acceptable change and natural resources planning: When is LAC useful, when is it not? UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE FOREST SERVICE GENERAL TECHNICAL REPORT INT, 69–71.

Connell, J., Page, S. J., & Meyer, D. (2015). Visitor attractions and events: Responding to seasonality. *Tourism Management*, 46, 283–298. doi:10.1016/j.tourman.2014.06.013

Cvelbar, L. K., Mayr, M., & Vavpotic, D. (2018). Geographical mapping of visitor flow in tourism: A user-generated content approach. *Tourism Economics*, 1354816618776749.

Driver, B. L., Brown, P. J., Stankey, G. H., & Gregoire, T. G. (1987). The ROS planning system: Evolution, basic concepts, and research needed. *Leisure Sciences*, 9(3), 201-212.

Eurostat. (2019). Seasonality in tourism demand. Retrieved from [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Seasonality\\_in\\_tourism\\_demand](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Seasonality_in_tourism_demand)

Gössling, S., Hansson, C. B., Hörstmeier, O., & Saggel, S. (2002). Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability. *Ecological Economics*, 43(2), 199-211. doi:[https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00211-2](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00211-2)

K.S. (2017). Benečanom prekipelo zaradi turistov. Retrieved from <https://www.rtvsl.si/tureavanture/evropa/benecanom-prekipelo-zaradi-turistov/428339>

Lee, L. H., & Chang, Z. Y. (2014). A model for predicting tourist carrying capacity and implications for fish conservation. *Environmental Biology of Fishes*, 98(3), 871-884. doi:10.1007/s10641-014-0335-7

Lobo, H. A. S. (2015). Tourist carrying capacity of Santana cave (PETAR-SP, Brazil): A new method based on a critical atmospheric parameter. *Tourism Management Perspectives*, 16, 67-75. doi:10.1016/j.tmp.2015.07.001

López Bonilla, L. M., & López Bonilla, J. M. (2008). Measuring social carrying capacity: an exploratory study. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 3 (1), 116-134.

Lu, W., & Stepchenkova, S. (2014). User-Generated Content as a Research Mode in Tourism and Hospitality Applications: Topics, Methods, and Software. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(2), 119-154. doi:10.1080/19368623.2014.907758

Manning, R. E., Lime, D. W., Hof, M., & Freimund, W. A. (1995). The visitor experience and resource protection (VERP) process: the application of carrying capacity to Arches National Park. Paper presented at the The George Wright Forum.

MCKinsey&Company, & WTTC. (2017). Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations. . Retrieved from <https://www.mckinsey>.

com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations

Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse –Towards 'responsustable'tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470.

PAP/RAC. (1997). Guidelines for carrying capacity assessment for tourism in Mediterranean coastal areas. PAP-9/1997/G.1. Priority Actions Programme Regional Activity Centre, Split.

Pegg, S., Patterson, I., & Gariddo, P. V. (2012). The impact of seasonality on tourism and hospitality operations in the alpine region of New South Wales, Australia. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 659-666. doi:10.1016/j.ijhm.2011.09.001

Porhallsdottir, G., & Olafsson, R. (2017). A method to analyse seasonality in the distribution of tourists in Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism-Research Planning and Management*, 19, 17–24. doi:10.1016/j.jort.2017.05.001

Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21(2), 147–156. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00044-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00044-8)

Shelby, & Heberlein, T. A. (1984). A conceptual framework for carrying capacity determination. *Leisure Sciences*, 6(4), 433-451. doi:10.1080/01490408409513047

Stankey, G. H., McCool, S. F., & Stokes, G. L. (1984). Limits of acceptable change: a new framework for managing the Bob Marshall Wilderness complex. *Western Wildlands*, 10(3), 33–37.

TripAdvisor. (2017). TripAdvisor Network Effect and the Benefits of Total Engagement. Retrieved from <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w828>

UNWTO. (2019). International Tourist Arrivals Reach 1.4 billion Two Years Ahead of Forecasts [Press release]. Retrieved from <https://www2.unwto.org/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts>

UNWTO, & UNEP. (2005). Making Tourism More Sustainable – A guide for policy makers Retrieved from <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

Wang, E. D., Wang, Y. R., & Yu, Y. (2017). Assessing recreation carrying capacity of the environment attributes based on visitors' willingness to pay. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(9), 965-976. doi:10.1080/10941665.2017.1357638

Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnappureddy, S., Fux, S., . . . Barth, M. (2017). *Tourism destinations under pressure. Challenges and innovative solutions*: Lucerne University of Applied Sciences and Arts. Institute of Tourism ITW.

Zhang, Y., Li, X., Su, Q., & Hu, X. (2017). Exploring a theme park's tourism carrying capacity: A demand-side analysis. *Tourism Management*, 59, 564-578. doi:10.1016/j.tourman.2016.08.019

## 5 EMPIRIČNO TESTIRANJE MODELA

Povečan razvoj in rast turizma pomenita za turistične destinacije pri nas in v tujini številne priložnosti, a tudi izzive. Zaradi prekomernih izzivov z nenadzorovano turistično rastjo se destinacije spopadajo s preturizmom. Preturizem smo v prejšnjih poglavjih spoznali kot fenomen, ki ga je mogoče spremljati z različnih vidikov. Preturizem smo navezali na diskurz trajnostnega turizma in porušenega ravnovesja v katerem od njegovih stebrov. V navezavi na to smo razvili diagnostični model za spremljanje in usmerjanje turističnega razvoja na ravni destinacije, ki je predstavljen v 4. poglavju. Modelu smo na podlagi prepoznanih potreb dodali še metodologijo za diagnostiko čezmernih obremenitev posameznih turističnih točk.

Ker je cilj modela njegova preprosta uporaba za destinacije, smo po vzoru nekaterih tujih študij (Torres-Delgado & Palomeque, 2014) predvideli vhodne podatke v obliki javno dostopnih podatkov in podatkov, ki jih imajo destinacije same. Na tak način je model pripravno, uporabno orodje za diagnostiko stanja turističnega razvoja v izbranem trenutku. Vključuje tudi nabor ukrepov za usmerjanje prihodnjega turističnega razvoja. Čeprav je model splošno uporaben, je bil zasnovan za obravnavo slovenskih destinacij. V procesu razvoja modela smo ga preverili v okviru fokusne skupine s ključnimi deležniki razvoja turizma v Sloveniji.

Diagnostični model za spremljanje in usmerjanje turističnega razvoja na ravni destinacije smo testirali na 73. slovenskih občinah. Te občine glede na opredelitev Strategije trajnostnega razvoja turizma v Sloveniji sodijo med vodilne turistične destinacije. Namen testiranja modela je bil predvsem preveriti ustreznost modela na dejanskih podatkih, ob čemer smo osrednje testirali kvantitativne indikatorje. Podatki za kvantitativne indikatorje iz javnih baz vključujejo uniformirano metodologijo zbiranja za različne destinacije in so preprosto dostopni. S tem omogočajo lažjo primerjavo med destinacijami, ob čemer pa se je treba izogibati poenostavljenim sklepom in napačnim interpretacijam, ki lahko nastanejo ob primerjavi destinacij, ki si po tipu in usmeritvi niso podobne.

Podatki za kvantitativne indikatorje so drugotni podatki, pridobljeni iz, v prejšnjem poglavju opredeljenih baz podatkov, portala Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju SURS), Agencije Republike Slovenije za okolje (v nadaljevanju ARSO) in Direkcije Republike Slovenije za infrastrukturo (v nadaljevanju DRSI). Pomemben vir drugotnih podatkov za analizo kvantitativnih indikatorjev sta tudi spletni sodelovalni platformi TripAdvisor in Airbnb. Spletne sodelovalne platforme v turizmu generirajo

objektivne, (relativno) velike količine podatkov, ki jih destinacije lahko uporabijo v različnih (tudi kvalitativnih) analizah.

Rezultate smo predstavili v okviru fokusne skupine, v kateri so sodelovali predstavniki slovenskih destinacijskih organizacij: Javni zavod za turizem Dolina Soče, Turizem Bled in Turizem Ljubljana ter predstavniki Slovenske turistične organizacije. Glede na mnenja strokovnjakov in predstavnikov destinacij je mogoče smiselno interpretacijo mej med različnimi območji semaforja vzpostaviti samo ob primerjavi vrednosti med podobnimi destinacijami. Zato smo model zastavili kot tretjinsko razmejitev območij semaforja, katerih vrednosti so relativne glede na zajete destinacije. Meje se torej definirajo bolj na mehko in v primerjavi s podobnimi destinacijami.

V nadaljevanju na kratko povzemamo rezultate testiranja za vse občine in rezultate predstavljamo v prilogi. Podrobneje pa opisujemo rezultate za 15 občin, ki imajo po podatkih SURSA najvišje število turistov v letu 2019. To so občine Ljubljana, Piran, Bled, Kranjska Gora, Bohinj, Maribor, Brežice, Bovec, Moravske Toplice, Izola, Radovljica, Podčetrtek, Nova Gorica, Postojna in Koper. Te občine predstavljajo 15 najbolj obiskanih slovenskih destinacij. S tem se v tem poglavju osredotočamo na razumevanje vrednosti indikatorjev preturizma v najbolj popularnih slovenskih destinacijah. Ker so uvrstitve v posamezna območja semaforja modela smiselne ob primerjavi podobnih destinacij, rezultate opisujemo na splošno in z vidika primerljivih mednarodnih študij. Testiranju kvantitativnih indikatorjev treh stebrov modela (ekonomski, družbeno-kulturni in okoljski) smo dodali še nekaj kvalitativnih analiz za razumevanje politično-participatornega stebra.

## **5.1 ANALIZA EKONOMSKEGA STEBRA**

Analiza ekonomskega stebra diagnostičnega modela v slovenskih destinacijah je temeljila na podatkih za indikatorje rasti povpraševanja in ponudbe:

- › Povprečna 5-letna rast turističnih prihodov po občinah,
- › povprečna 5-letna rast ležišč po občinah,
- › povprečna 5-letna rast ležišč Airbnb po občinah,
- › indikator sezonskosti: Delež nočitev v dveh najbolj obiskanih mesecih.



Podatki za indikator povprečne 5-letne rasti turistov so zajeti za obdobje 2013–2018 in dostopni za 63 izmed testiranih 73 občin. Podatki za povprečno 5-letne rasti ležišč so zajeti za obdobje 2012–2017 in dostopni za 65 izmed testiranih 73 občin. Podatki za izračun indeksa sezonskosti so zajeti za leto 2018 in dostopni za 65 izmed testiranih 73 občin, indikator povprečne 5-letne rasti ležišč Airbnb po občinah pa za 56 izmed testiranih 73 občin. Ob navedenem je treba upoštevati dejstvo, da za nekatere indikatorje podatki niso dostopni za vsa leta in izračun indikatorja temelji le na vrednostih za dostopna leta. Ekonomski indikatorji za občine z dostopnimi podatki so razvidni v prilogi 1.

V splošnem je analiza testiranja 73 slovenskih občin pokazala, da 35 destinacij beleži več kot 10-odstotno povprečno letno rast števila turistov v zadnjih petih letih. Med njimi so najbolj obiskane turistične destinacije v Sloveniji, kot so Bled, Izola, Ljubljana, Bohinj, Bovec in Tolmin. Nadalje rezultati kažejo, da je v 53 občinah povprečna letna rast števila hotelskih sob v zadnjih petih letih nižja od 5 %. To se odraža v počasni rasti turistične ponudbe, ki je eden izmed največjih izzivov implementacije trenutne turistične strategije. Vrednosti so primerljive z ugotovljenimi povprečnimi vrednostmi na ravni evropskih mest. Poročilo *The European cities marketing report 2018–2019* (2019) je zabeležilo 3,3-odstotno povprečno rast ležišč v evropskih mestnih destinacijah med leti 2014–2018. Med vključenimi mesti je tudi Ljubljana, za katero poročilo ugotavlja 3,4-odstotno rast ponudbe ležišč v navedenem časovnem obdobju. Primerjava z mestnimi destinacijami sicer ni čisto primerljiva in je le indikativna. Mestne destinacije imajo dokaj razvito hotelsko ponudbo in še zmeraj imajo podobno ali višjo stopnjo rasti hotelskih namestitvev kot Slovenija. Pri tem ima Slovenija trikrat manj ležišč na prebivalca kot sosednje države: Italija, Avstrija in Hrvaška. Zato je rast števila ležišč ocenjena nizko in kaže na potrebo zagona investicijskega cikla v turizmu.

Hkrati pa je bila prepoznana izjemna rast ponudbe zasebnih nastanitvev. Na podlagi podatkov AirDNA je imela Slovenija v letu 2019, 31.539 ležišč v ponudbi na spletni platformi Airbnb. Za primerjavo: V letu 2018 so hoteli in podobni nastanitveni obrati ponujali 55.316 ležišč. Samo v petih destinacijah je bila povprečna letna rast števila ležišč Airbnb v zadnjih petih letih nižja kot 5 %, medtem ko je, v kar 20 občinah presegala 100-odstotno povprečno letno rast. To kaže na izjemno rast ponudbe ležišč v zasebnih namestitvenih kapacitetah, ki se tržijo na spletnih platformah. Pri tem se je treba zavedati, da je delež te ponudbe obstajal tudi pred prihodom spletne platforme Airbnb na trg in so zato lahko prikazane stopnje rasti višje. Vseeno pa je številka visoka predvsem v primerjavi s številom ležišč v hotelskih namestitvah in kaže na strukturo ponudbe na trgu in posledično tržnem segmentu, ki trenutno sestavlja povpraševanje.

Povišana sezonskost pa bremeni kar 43 občin, v katerih je delež turističnega prometa v dveh najbolj obiskanih mesecih večji od 30 % celotnega letnega prometa (promet je merjen kot število turistov). Podatki torej še vedno kažejo na težave s sezonskostjo turistične ponudbe. To je ena izmed največjih težav turistične ponudbe in jo je v prihodnje treba reševati z razvojem inovativnih turističnih doživetij.

### **5.1.1 Analiza ekonomskega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019**

V nadaljevanju prikazujemo podrobnejšo analizo indikatorjev ekonomskega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019. V tabeli 1 so razvidne vrednosti za ekonomske indikatorje za teh 15 destinacij. Iz tabele je razvidna hitra rast povpraševanja in zaostajanje oziroma celo upadanje rasti ponudbe hotelskih namestitev. Temu komplementarna je skokovita rast ponudbe zasebnih namestitev. Takšna situacija je značilna za večino slovenskih destinacij in je zaznana tudi v 15 najbolj obiskanih destinacijah. Visok delež zasebnih ponudnikov namestitve povzroča ob odsotnosti hkratnih hotelskih namestitev tveganja destinacijam. Rast tovrstne ponudbe posredno vpliva na rast nezadovoljstva lokalnega prebivalstva s turizmom, in sicer iz dveh vidikov. Prvi je rast cen nepremičnin, drugi pa nevolja ob oddajanju sosednjih stanovanj tujcem – lokalni prebivalci želijo na stopnišču sosede, ne pa tujce. Hkrati je rast tovrstne ponudbe sporna iz davčnega vidika, delo ni obdavčeno, številne namestitve pa niso registrirane. Poleg tega v tem delu ponudbe ne obstajajo standardi kakovosti, kar lahko vpliva na celostno sliko turistične ponudbe destinacije in posledično tržni segment, ki se za tovrstno ponudbo zanima. Destinacije bi morale ta vidik nasloviti, hkrati pa ponudbo v zasebnih zmogljivostih tudi bolj uravnavati, še posebej z vidika celostnega dviga kakovosti zasebne ponudbe.

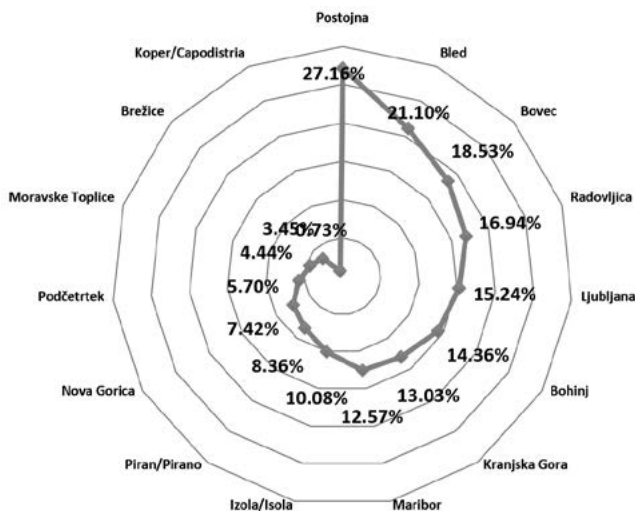
Tabela 1: Indikatorji ekonomskega stebra za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin

Občine	Povprečna 5-letna rast turistov po občinah	Povprečna 5-letna rast ležišč po občinah	Povprečna 5-letna rast Airbnb po občinah	Sezonskost (delež nočitev v top 2 meseca) po občinah
Ljubljana	15,24 %	2,85 %	72,77 %	27,64 %
Piran/Pirano	8,36 %	0,75 %	78,32 %	36,40 %
Bled	21,10 %	0,79 %	59,52 %	36,20 %
Kranjska Gora	13,03 %	0,68 %	58,64 %	33,46 %
Bohinj	14,36 %	-0,86 %	53,69 %	49,20 %
Maribor	12,57 %	0,75 %	86,40 %	25,35 %
Brežice	3,45 %	0,85 %	172,01 %	39,27 %
Bovec	18,53 %	-4,89 %	82,17 %	58,02 %
Moravske Toplice	4,44 %	0,87 %	270,84 %	21,83 %
Izola/Isola	10,08 %	0,78 %	74,84 %	43,42 %
Radovljica	16,94 %	9,41 %	164,58 %	62,16 %
Podčetrtek	5,70 %	0,61 %	112,13 %	27,21 %
Nova Gorica	7,42 %	-1,00 %	60,76 %	23,95 %
Postojna	27,16 %	9,66 %	152,02 %	41,00 %
Koper/Capodistria	0,73 %	-4,82 %	95,72 %	43,14 %

Med 15 najbolj obiskanimi destinacijami jih kar devet beleži več kot 10-odstotno povprečno letno rast turistov v zadnjih petih letih (slika 1). Rast turistov, ki presega dvomestno številko, je v tuji literaturi že razumljena kot problematična z vidika zagotavljanja trajnostnega razvoja turizma. Takšna rast je bila v preteklih letih prisotna v številnih tujih destinacijah, ki so se in se še vedno aktivno spopadajo s preturizmom. V drugem poglavju predstavljene študije primerov so 10-odstotno turistično rast presegali Amsterdam, Dubrovnik in Altamira.

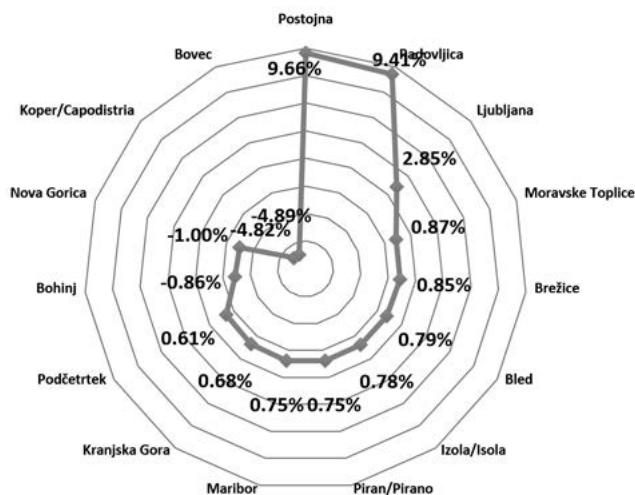
Dvomestno številko rasti turistov v zadnjih petih letih med najbolj obiskanimi destinacijami v Sloveniji beležijo Postojna (27,16 %), Bled (21,10 %), Bovec (18,53 %), Radovljica (16,94 %), Ljubljana (15,24 %), Bohinj (14,36 %), Kranjska Gora (13,03 %), Maribor (12,57 %) in Izola (10,08 %). Te destinacije morajo pozorno spremljati različne indikatorje v modelu in se na podlagi celostne presoje stanja v vseh stebrih in primerjave s primerljivimi destinacijami odločiti, katere ukrepe implementirati v nadaljnjem turističnem razvoju.

Slika 1: Povprečna letna stopnja rasti turistov v zadnjih petih letih za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin



V večini najbolj obiskanih destinacij je prisotno že omenjeno neravnovesje med rastjo hotelske ponudbe (slika 2) in rastjo ponudbe zasebnih nastanitev (slika 3). Rast hotelskih nastanitev je z izjemo Postojne (9,66 %), Radovljice (9,41 %) in Ljubljane (2,85 %) v najbolj popularnih slovenskih destinacijah nižja od 1 %, v Bohinju (-0,86 %), Novi Gorici (-1,00 %), Brežicah (-4,82 %) in Bovcu (-4,89 %) pa dosega negativne vrednosti. Počasna rast hotelskih nastanitev je ena izmed najbolj šibkih točk prihodnjega razvoja turizma, saj kaže, da se investicijski cikel v turizmu še ni resno začel. Brez večjih investicij na strani zasebne in javne turistične infrastrukture pa težko pričakujemo nadaljnjo pametno rast doživetij z višjo dodano vrednostjo.

Slika 2: Povprečna petletna rast ležišč za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin

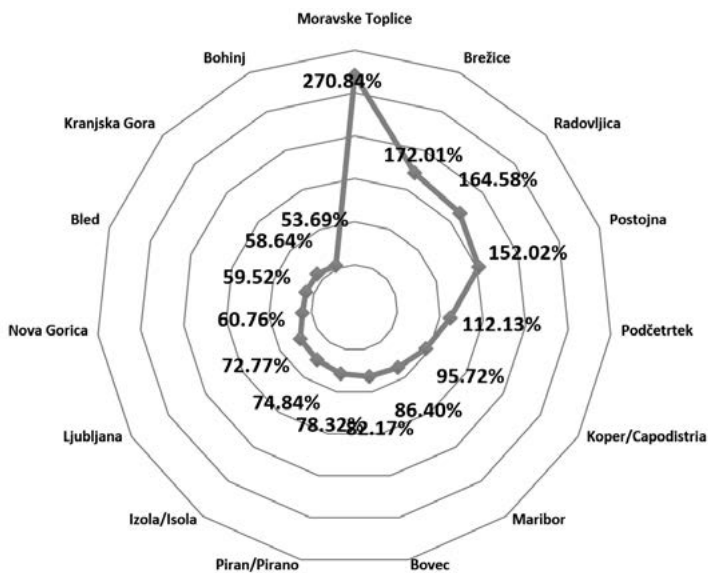


Sočasno s počasno rastjo hotelskih zmogljivosti v najbolj obiskanih slovenskih destinacijah bliskovito narašča ponudba zasebnih nastanitev (slika 3). Ponudba zasebnih nastanitev se prilagaja povpraševanju, svetovnim trendom in tehnologiji. Ta ponudba je v velikem porastu tudi v Postojni (152,02 %) in Radovljici (164,58 %), čeprav omenjeni občini edini beležita očitnejšo rast hotelskih namestitev v zadnjih petih letih. Nad 100-odstotno povprečno letno rast zasebnih namestitev ob Radovljici in Postojni beležijo še Moravske Toplice (270,84 %), Brežice (172,01 %) in Podčetrtek (112,13 %). Prav nobena izmed opazovanih 15 destinacij nima manjše od 50-odstotne povprečne letne rasti zasebnih namestitev v zadnjih petih letih. Pri tem poudarjamo, da gre za ponudbo, ki je predstavljena na spletni platformi Airbnb in je lahko obstajala tudi prej, zato so številke lahko nekoliko višje. Dejstvo pa je, da so te številke značilno višje kot številke, ki jih prikazuje uradna statistika. Torej na spletni strani Airbnb je značilno večje število ležišč v zasebnih nastanitvah, kot to kaže uradna statistika (SURS). Razlog za to je po vsej verjetnosti delež ponudnikov, ki svoje dejavnosti niso registrirali.

Destinacije morajo bolj spremljati in uravnavati zasebne nastanitve, še posebej z vidika počasne rasti hotelskih nastanitev in želje po nadzorovanem turističnem razvoju. Zasebne nastanitvene zmogljivosti pogosto ne nudijo potrebne infrastrukturne podpore (npr. zadostno število parkirnih mest), povzročajo izzive lokalnim prebivalcem in vplivajo na rast cen nepremičnin. Hkrati lahko vplivajo na kakovost

ponudbe destinacije. Potrebna je boljša regulacija ponudbe zasebnih namestitev. Zato je po trenutni zakonodaji pristojna država, občine pa pri pripravi zakonodaje sodelujejo. Ocenjujemo, da je na tem področju treba dati več prostora za regulacijo občinam. Hkrati pa bi občine lahko bolj poskrbele za preverjanje in vzdrževanje ravni kakovosti ponudbe v tem segmentu namestitev.

Slika 3: Povprečna letna rast Airbnb v zadnjih petih letih za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin

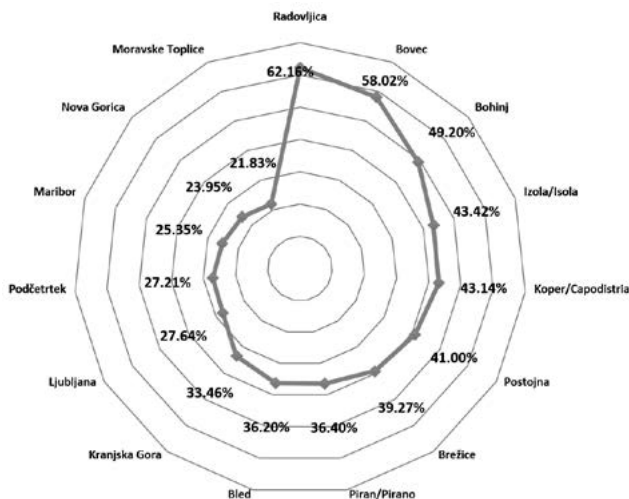


Najbolj obiskane slovenske občine imajo relativno visoke indekse sezonskosti. Na podlagi tuje literature se destinacije uspešno spopadajo s sezonskostjo ponudbe, če vsaj 70 % obiska nastane izven dveh najbolj obiskanih mesecev v letu. Indeks sezonskosti v modelu kaže odstotek obiska v dveh najbolj obiskanih mesecih v razmerju do celotnega leta in bi potemtakem moral biti manjši od 30 %. Med 15 opazovanimi destinacijami se mednje uvrščajo le Ljubljana (27,64 %), Maribor (25,35 %), Moravske Toplice (21,83 %), Podčetrtek (27,21 %) in Nova Gorica (23,95 %). To so mestne destinacije oziroma destinacije z zdraviliško ponudbo, ki pritegne specifičen profil gostov v relativno enakomerni razporeditvi v vsem letu.

Visok indeks sezonskosti imata Radovljica (62,16 %) in Bovec (58,02 %). Sezonskost pesti tudi druge alpske destinacije, na primer Bohinj (49,20 %) ter primorske destinacije; Izolo (43,42 %), Koper (43,14 %) in Postojno (41,00 %). Nekoliko nižji indeks sezonskosti je v Piranu (36,40 %), na Bledu (36,20 %) in v Kranjski Gori (33,46 %).

Zmanjšanje sezonskosti obiska z razvijanjem turističnih produktov izven glavne sezone pozitivno vpliva na trajnostni razvoj turizma, saj lokalnemu prebivalstvu in tudi drugim deležnikom omogoči stabilnejšo vpetost v turistični trg na letni ravni.

Slika 4: Indikator sezonskosti za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin



## 5.2 ANALIZA DRUŽBENO-KULTURNEGA STEBRA

Za razumevanje družbeno-kulturnega stebra modela smo na 73 slovenskih občinah testirali kvantitativne indikatorje:

- › Število turistov na prebivalca;
- › delež komentarjev petih najpomembnejših znamenitosti (%) v primerjavi s komentarji vseh znamenitosti na Trip Advisorju;
- › število ležišč na prebivalca (podatki vzeti za leto 2017) in
- › število Airbnbjevih ležišč na prebivalca.

Podatki za indikator Število turistov na prebivalca so zajeti za leto 2018 in dostopni za 68 izmed testiranih 73 občin. Podatki za indikator Delež komentarjev petih najpomembnejših znamenitosti (%) v primerjavi s komentarji vseh znamenitosti na Trip Advisorju so pridobljeni za vsa leta vpisa znamenitosti v spletno platformo TripAdvisor in dostopni za 60 izmed testiranih 73 občin. Podatki za indikator Število

ležišč na prebivalca so zajeti za ležišča za hotele in podobne nastanitvene objekte za leto 2017 in dostopni za 63 izmed 73 testiranih občin. Podatki za indikator Število Airbnbjevih ležišč na prebivalca so pridobljeni v letu 2018 in dostopni za 60 izmed testiranih 73 občin.

Na splošno je testiranje podatkov za 73 slovenskih občin v družbeno-kulturnem stebru pokazalo sliko, ki še ne kaže očitnih znakov preturizma. Le 12 destinacij ima več kot deset turistov na prebivalca. Med njimi so večinoma destinacije v Panonski in Alpski Sloveniji: Zreče, Dobrna, Kobarid, Ankaran, Moravske Toplice, Piran, Podčetrtek, Bohinj, Bovec, Kranjska Gora, Bled, Solčava in Šmarno ob Paki. Mednarodne študije opozarjajo, da je kritična meja čezmerne koncentracije turistov 32 turistov na prebivalca (Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Maurer, O., 2019). To mejo presega samo sedem občin, med katerimi jih je šest med 15 najbolj obiskanimi občinami, vrednosti zanje so razvidne iz tabele 2.

Koncentracija povpraševanja z vidika zanimanja za omejeno število znamenitosti v destinaciji je razvidna iz indikatorja Delež komentarjev petih najpomembnejših znamenitosti (%) v primerjavi s komentarji vseh znamenitosti na platformi TripAdvisor. Vrednosti tega indikatorja so 100-odstotne v 20 občinah. V teh občinah so bili torej vsi komentarji na spletni platformi TripAdvisor vezani na samo pet znamenitosti. Delež komentarjev petih najpopularnejših znamenitosti med 50 % in 100 % ima 38 občin, dve občini pa med 46 % in 50 %. Ta analiza deloma kaže na pomanjkljivost ponudbe turističnih doživetij, v prvi vrsti znamenitosti. Zadnje omenjeno pa je spet povezano z investicijami, ki na žalost niso realizirane s hitrostjo in z obsegom, potrebnima za značilen razvoj turistične ponudbe in preskok na ponudbo doživetij višje dodane vrednosti.

Nobena destinacija nima čezmerne turistične ponudbe na prebivalca z vidika števila ležišč na prebivalca. Izmed testiranih občin jih ima 18 med 0,1 in 0,4 ležišča v hotelih in podobnih nastanitvenih zmogljivostih na prebivalca, preostalih 45 občin pa ima količnik celo manjši od 0,1. Tudi ležišča v okviru zasebnih namestitev na platformi Airbnb kljub visoki rasti še ne kažejo prevelikih koncentracij. Le šest testiranih občin ima med 0,1 in 0,5 ležišča v zasebnih namestitvah na prebivalca, preostalih 54 občin pa ima manjši količnik od 0,1. Analiza kaže, da smo na tem področju podhranjeni in imamo celo premalo turistične ponudbe namestitev.

Po podatkih Zelene Sheme slovenskega turizma (za destinacije, ki so vanjo vključene) obstaja visoka raven zadovoljstva turistov in lokalnega prebivalstva z razvojem turizma v Sloveniji. V nobeni izmed slovenskih destinacij, ki so del Zelene Sheme slovenskega



turizma, ni zaznati težav z zadovoljstvom oziroma z upadom zadovoljstva lokalnega prebivalstva ali turistov.

### 5.2.1 Analiza družbeno-kulturnega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019

Rezultati analize indikatorjev družbeno-kulturnega stebra za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin v 2019 so prikazani v tabeli 2.

Tabela 2: Indikatorji družbeno-kulturnega stebra za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin

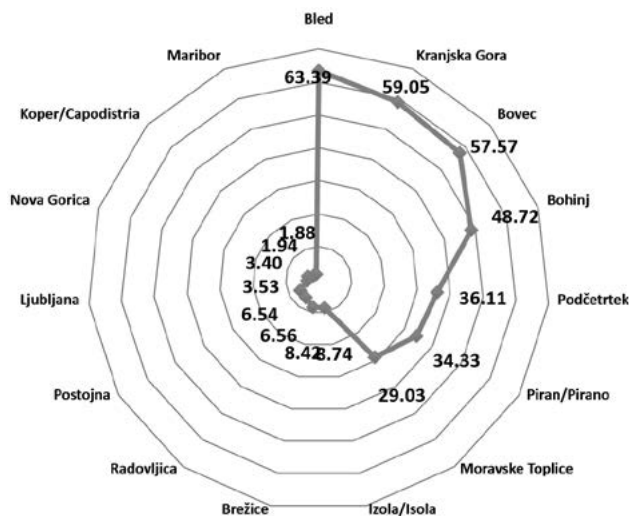
Občine	Št. turistov / 1 preb.	Top 5/vsi komentarji	Št. ležišč na preb.	Število Airbnb ležišč 2018
Ljubljana	3,53	59,50 %	0,02	0,04
Piran/Pirano	34,33	66,21 %	0,40	0,25
Bled	63,39	92,53 %	0,40	0,44
Kranjska Gora	59,05	68,88 %	0,40	0,37
Bohinj	48,72	77,07 %	0,25	0,23
Maribor	1,88	46,38 %	0,02	0,01
Brežice	8,42	99,71 %	0,07	0,01
Bovec	57,57	85,78 %	0,22	0,41
Moravske Toplice	29,03	100,00 %	0,25	0,04
Izola/Isola	8,74	75,33 %	0,11	0,08
Radovljica	6,56	78,18 %	0,03	0,00
Podčetrtek	36,11	96,60 %	0,37	0,01
Nova Gorica	3,40	74,19 %	0,03	0,01
Postojna	6,54	99,06 %	0,03	0,02
Koper/Capodistria	1,94	68,57 %	0,02	0,05

Med 15 najbolj obiskanimi občinami je šest občin, ki imajo več kot 32 turistov na prebivalca: Bled (63,39), Kranjska Gora (59,05), Bovec (57,57), Bohinj (48,72), Podčetrtek (36,11) in Piran (34,33), (slika 5). To so manjše, od turizma močno odvisne občine. Nekatere izmed njih imajo glede na indikatorje ekonomskega stebra tudi preveč sezonski značaj obiska (npr. Bovec in Bohinj). Ker so za izračun indikatorja Število turistov na prebivalca uporabljeni podatki na letni ravni, je koncentracija v teh občinah v obdobju največjega obiska še značilno večja. Nihanja v koncentraciji zaradi sezonskosti pomenijo dodaten izziv za destinacije in so razlog nezadovoljstva lokalnega prebivalstva. Zato je v navedenih občinah treba delovati v smeri blaženja

negativnih vplivov turizma na lokalno okolje. Preostale najbolj obiskane občine se s čezmerno koncentracijo povpraševanja ne srečujejo.

Treba pa je poudariti, da so turistično razvite slovenske občine navajene na sobivanje s turisti in še ni zaznati večjega nezadovoljstva s turizmom, lahko pa čezmerna koncentracija povpraševanja v prostoru in posebej času pomeni izziv za trajnostni turistični razvoj in na dolgi rok povzroči nezadovoljstvo. Pri tem je seveda treba upoštevati tudi različen značaj destinacij. Struktura ponudbe in povpraševanja v Podčetrtku na primer ne sproža vprašljivosti ob nadaljnji rasti in koncentraciji povpraševanja v tej destinaciji. Gre namreč za zdraviliško destinacijo s produktom visoke dodane vrednosti. Po drugi strani izjemna koncentracija povpraševanja v poletni sezoni na Bledu krepko presega mejne vrednosti in je s stališča lokalnega prebivalstva lahko problematična. Prevelika sezonskost v destinacijah z visoko koncentracijo povpraševanja povzroča izzive in pritiske na lokalno prebivalstvo in zahteva aktivno upravljanje razvoja turizma v destinaciji. Izzivi pa lahko sežejo tudi dlje od nezadovoljstva lokalnega prebivalstva (in turistov) ter vplivajo na celostni gospodarski in družbeni razvoj nekega geografskega področja.

Slika 5: Indikator števila turistov na prebivalca za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin

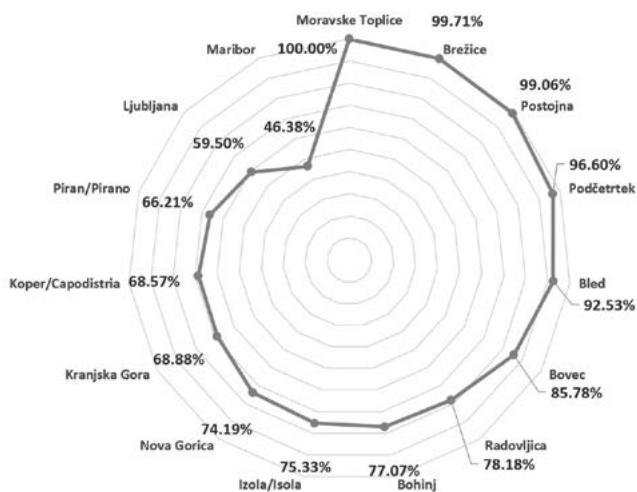


Koncentracija povpraševanja z vidika zanimanja za omejeno število znamenitosti v destinaciji je za 15 najbolj popularnih slovenskih občin razvidna iz grafa na sliki 6. Čeprav si morajo vse destinacije prizadevati za čim bolj raznoliko ponudbi, je treba ta indikator interpretirati relativno glede na velikost in tip destinacije. Koncentracija

povpraševanja glede na obiskane znamenitosti je med najbolj popularnimi slovenskimi destinacijami dokaj velika. Zelo visoko koncentracijo imajo manjše destinacije, ki značilno razvijajo osrednji turistični produkt. V sam vrh so se uvrstile občine z zdraviliško ponudbo: Moravske Toplice (100 %), Brežice (99,71 %) in Podčetrtek (96,6 %). To je logično in neproblematično, saj imajo turisti v teh destinacijah jasen motiv obiska, povezan z zdravjem. Visoko koncentracijo imajo tudi Postojna (99,06 %), Bled (92,53 %), Bovec (85,78 %) in druge destinacije iz alpske in primorske Slovenije. V splošnem pa kaže analiza tega indikatorja na potrebo razvoja dodatnih znamenitosti in turističnih produktov, ki porajajo turistične obiske in dvigujejo turistično porabo v Sloveniji. Z razvojem in promocijo novih turističnih produktov destinacije pozitivno vplivajo tudi na razpršitev turističnih tokov in na sezonskost obiska ter podaljšajo dolžino bivanja turistov v destinaciji.

Med opazovanimi 15 najbolj obiskanimi občinami izkazujeta najnižjo koncentracijo povpraševanja po zanimivostih mestni destinaciji Ljubljana (59,50 %) in Maribor (46,83 %). To je pričakovano, vendar se morata tudi omenjeni mesti truditi za nadaljnjo diverzifikacijo ponudbe, ki razbremeni ozka mestna jedra in večja trajnostno vpetost širšega mestnega in obmestnega prostora v turistični razvoj.

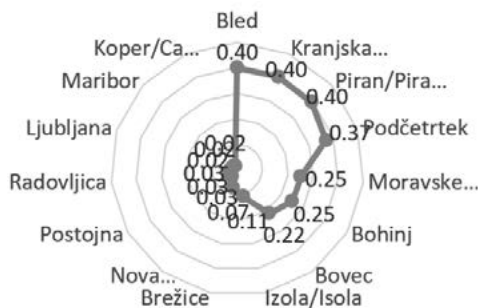
Slika 6: Delež komentarjev petih najpomembnejših znamenitosti (%) v primerjavi s komentarji vseh znamenitosti na TripAdvisorju



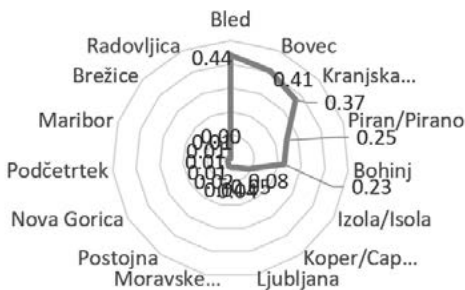
Koncentracija ponudbe z vidika deleža turističnih ležišč na prebivalca (sliki 7 in 8) kaže podobno kot za vseh opazovanih 73 občin, infrastrukturno podhranjenost namestitvenih kapacitet tudi za najbolj obiskane občine. Bled in Kranjska Gora

imata najvišje, čeprav še vedno nizke deleže, tako z vidika zasebnih kot hotelskih ležišč na prebivalca. Bovec, Piran in Ljubljana imajo skoraj enkrat večji delež zasebnih namestitvenih kapacitet kot hotelskih ležišč. To ponovno kaže na močno podhranjenost hotelirskega sektorja, ki jo kompenzirajo zasebni ponudniki.

Slika 7: Indikator število ležišč na prebivalca za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin



Slika 8: Indikator števila Airbnbjevih ležišč na prebivalca za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin



### 5.3 ANALIZA OKOLJSKEGA STEBRA

Analiza okoljskega stebra diagnostičnega modela je temeljila na indikatorjih za identifikacijo čezmernih okoljskih obremenitev:

- › Delež PM<sub>10</sub> v zraku;
- › količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca;
- › število pripeljanih vozil: motorjev, osebnih vozil in avtobusov.

Podatki za indikator Delež PM<sub>10</sub> v zraku so zajeti za leto 2018 in dostopni za samo 8 izmed testiranih 73 občin. Podatki za indikator Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca so zajeti za leto 2017 in dostopni za 72 izmed 73 testiranih občin. Podatki za indikator Število prepeljanih vozil so zbrani za leto 2017 in dostopni za 61 izmed 73 testiranih občin. Za vse tri indikatorje so vzete povprečne letne vrednosti oziroma povprečne dnevne vrednosti v opazovanem letu (indikator Število prepeljanih vozil).

V splošnem je bilo testiranje okoljskega stebra modela problematično zaradi nedosegljivosti podatkov, vrednosti okoljskih indikatorjev pa so občutljive tudi na druge dejavnike, ki jih v testiranih občinah nismo preverjali. Testiranje kakovosti zraka je bilo zaradi nedostopnosti podatkov za večino izmed 73 občin onemogočeno.

V šestih izmed testiranih osmih občin z dosegljivimi podatki: Celje, Maribor, Ljubljana (upoštevano merilno mesto Ljubljana Bežigrad), Novo mesto, Nova Gorica (upoštevano merilno mesto Nova Gorica - Grčna) in Kranj, je bila povprečna letna vrednost višja od 20  $\mu\text{g}/\text{m}^3$ . To presega mejno vrednost, ki jo predlaga Svetovna zdravstvena organizacija (ARSO 2014). Vrednosti PM 10 so v okolju lahko povečane zaradi različnih vplivov, in za boljše razumevanje doprinosa turizma k (pre)visokim vrednostim v posameznih destinacijah bi morali biti podatki dosegljivi za posamezne mesece in primerjani s turističnim obiskom in prometom.

Količina odpadkov na prebivalca je povišana v 14 občinah (vrednosti nad 400 kg odpadkov na prebivalca). Kakovost prometa smo merili s povprečnim dnevnim številom pripeljanih (motorji, osebna vozila in avtobusi) vozil na osrednjih vpadnicah v okviru opazovanega leta. Devet občin je imelo na merilnem mestu v enem dnevu zabeleženih več kot 15.000 pripeljanih vozil, 52 občin pa med 341 in 14.005 pripeljanih vozil.

### 5.3.1 Analiza okoljskega stebra za 15 najbolj obiskanih občin v letu 2019

V tabeli 3 so razvidne vrednosti indikatorjev na podlagi dosegljivih podatkov za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin v letu 2019.

Tabela 3: Indikatorji okoljskega stebra za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin

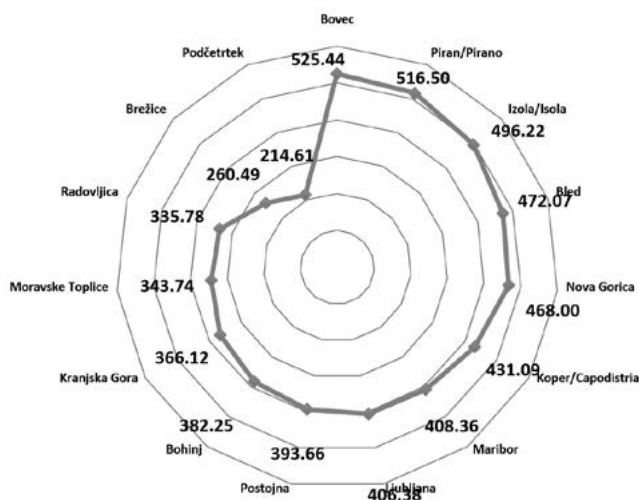
Občine	PM10 2018	Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca	Št. prepeljanih vozil /dan (motorji, osebna voz., avtobusi)
Ljubljana	26,92	406,38	62542
Piran/Pirano		516,50	5231
Bled		472,07	7004
Kranjska Gora		366,12	6518
Bohinj		382,25	1122
Maribor	28,33	408,36	24951
Brežice		260,49	13053
Bovec		525,44	1669
Moravske Toplice		343,74	5130
Izola/Isola		496,22	18215
Radovljica		335,78	7035

Podčetrtek		214,61	4968
Nova Gorica	23	468,00	10686
Postojna		393,66	4715
Koper/Capodistria	18,33	431,09	14005

Podatki za kakovost zraka so bili med najbolj obiskanimi občinami dostopni samo za Ljubljano (26,92), Maribor (28,33), Novo Gorico (23) in Koper (18,33). Ljubljana in Maribor izkazujeta višje vrednosti vsebnosti delcev PM 10 kot Nova Gorica in Koper. To je pričakovano, saj sta večji mesti. Za boljše razumevanje vpliva turizma na onesnaženje zraka bi bilo treba delce PM 10 spremljati na različnih časovnih točkah med letom s hkratnim spremljanjem in razumevanjem dejavnikov turizma, ki lahko vplivajo na njihovo povečanje.

Količina zbranih komunalnih odpadkov je v najbolj obiskanih občinah (slika 9) najvišja v Bovcu (525,44 kg) in Piranu (516,5 kg) ter povišana v šestih drugih občinah: Izola (496,22), Bled (472,07), Nova Gorica (468,00), Koper (431,09), Maribor (408,36) in Ljubljana (406,38).

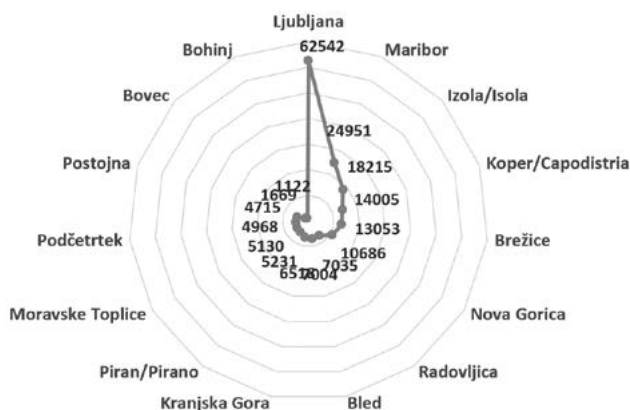
Slika 9: Indikator Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin



Indikator prometne obremenitve v najbolj obiskanih občinah (slika 10) kaže kritične vrednosti v Bohinju (1.122), na Bledu (7.004), v Izoli (18.215) in Ljubljani (62.542).

Interpretacija tega indikatorja mora biti odvisna od kapacitet vpadnic v destinacije. Interpretacijo otežuje dostopnost zbranih podatkov za dnevna povprečja samo na letni ravni. Nekatere destinacije, posebej Bled in Bohinj, imajo velike izzive s prometnimi konicami v visoki sezoni, ko se koncentracija vozil lahko poveča za petkrat ali celo večkrat. Za boljše razumevanje prometne obremenjenosti zaradi turizma bi destinacije morale podatke pridobivati in analizirati na več točkah v letu na dnevni ravni, v soodvisnosti z razumevanjem turističnega obiska. Čeprav tudi ta indikator ni neposredno povezan s turizmom, turistični obisk nanj značilno vpliva in njegove vrednosti zvišuje. Hkrati merjenje prometne obremenjenosti na vpadnicah ne da smiselnih informacij glede prometne obremenjenosti mestnih središč. Za uporabo tega indikatorja v praksi bi zato predvsem mestne destinacije morale zbirati in analizirati podatke tudi v prometnih delih mestnih središč.

Slika 10: Indikator Povprečno število pripeljanih motornih vozil na dan za 15 najbolj obiskanih slovenskih občin



## 5.4 ANALIZA POLITIČNO-PARTICIPATORNEGA STEBRA

Analiza politično-participatornega stebra je pokazala pozitivne kvalitativne ocene deležnikov o vključenosti prebivalstva v razvoj turizma in politično podporo razvoju turizma. Tudi mediji (še vedno) podpirajo razvoj turizma, čeprav v zadnjih letih raste tudi število objav, ki izpostavljajo tudi negativne družbene vplive turizma na okolje. Ti so povezani s kakovostjo bivanja lokalnega prebivalstva predvsem v Ljubljani in na Bledu in njihovega sobivanja v turistično obremenjenem okolju.

### 5.4.1 Zaznava medijev o vplivih turizma za destinacijo Ljubljana

Za boljše razumevanje politično-participatornega stebra modela v navezavi na slovenske destinacije smo naredili analizo medijskih objav o razvoju turizma v Sloveniji. Ker smo želeli nasloviti raven posamezne destinacije, smo podrobno analizo osredotočili na destinacijo Ljubljana. Za Ljubljano je bilo po pregledu splošnih objav o slovenskem turizmu tudi največ dostopnih spletnih objav. Destinacije lahko na podoben način izvedejo analize medijskih objav v svojih dosegih.

Pri analizi smo se osredotočili na objave, ki jih je našel spletni brskalnik Google. Pri iskanju objav smo uporabili različna relevantna gesla v iskalniku, dokler so ta proizvajala nove zadetke (npr. Ljubljana tourism, Ljubljana turizem, destinacija Ljubljana, Ljubljana destination). Do 22. decembra 2019 smo na podlagi omenjenih iskalnih pogojev zbrali 61 prispevkov o destinaciji Ljubljana. Med njimi je zbranih 39 slovenskih prispevkov in 22 tujih prispevkov.

Prvi pregled objav je pokazal, da so tuje objave večinoma usmerjene v informativne vsebine o Ljubljani kot destinaciji in njeni ponudbi. Takšnih je 20 izmed 22 tujih objav, ki so objavljene tako na straneh ponudnikov popotniških informacij (npr. Lonely Planet, Rough Guide, In Your pocket) kot tudi na drugih medijskih straneh (npr. Guardian, New York Times, National Geographic). Vse analizirane tuje objave, razen ene, so v angleškem jeziku. Omenjena objava v hrvaškem jeziku opisuje uvrstitev Ljubljane med 100 top trajnostnih destinacij v svetu (Ljubljana treći put među 100 top održivih svetskih destinacija). Po obliki in vsebini je ta objava bliže slovenskim objavam. Zagotovo bi podrobnejše iskanje v iskalniku Google pod gesli v drugih tujih jezikih (npr. nemščina, italijanščina) razkrilo dodatne objave, ki jih v analizo nismo zajeli.

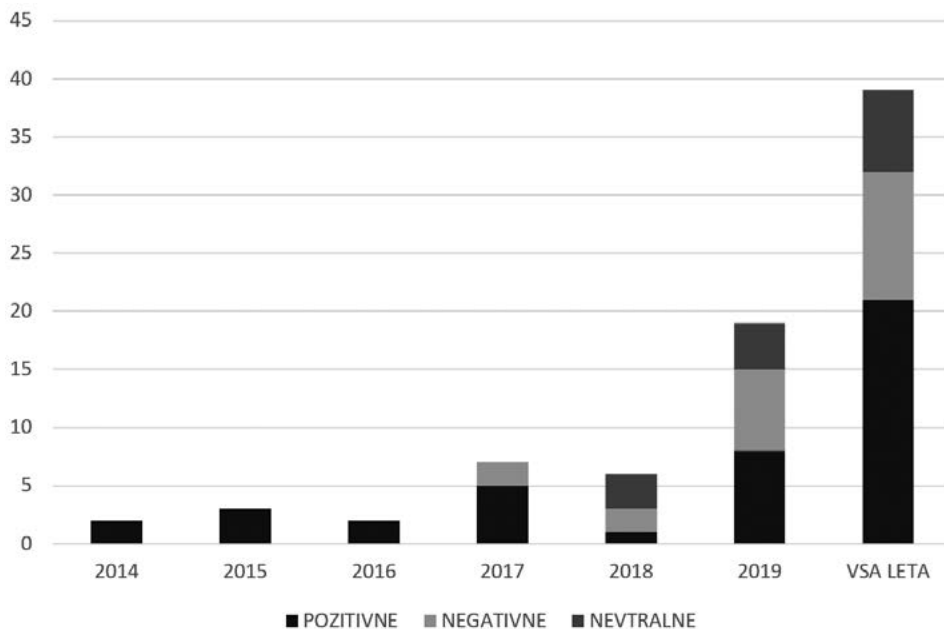
Edina izmed tujih objav z negativnim prizvokom Ljubljano primerja z drugimi slovenskimi destinacijami in ocenjuje jo kot kraj, ki najbolj razočara med ostalimi slovenskimi destinacijami (Ljubljana - Why The Capital City Was The Most Disappointing Place in Slovenia). V objavi destinacija Ljubljana ni kritizirana z vidika njene ponudbe ali izgleda per se, temveč jo postavlja v slabši položaj v primerjavi z drugimi slovenskimi destinacijami. Tuje spletne objave o Ljubljani so dostopne v tabelarnem prikazu v prilogi 4.

V podrobnejšo analizo pa smo vključili 39 medijskih objav o Ljubljani v slovenskem jeziku. Njihova vsebina večinoma ni informativne narave, temveč obravnava Ljubljano kot destinacijo z vidika dosežkov in nagrad, turističnih prihodkov, rasti,



trajnostnega turizma, povpraševanja, ponudbe in tudi preturizma. Te teme dajejo več vsebinske vrednosti za medijsko analizo zaznave (pre)turizma v destinaciji, zato smo jih obravnavali podrobneje. Vse v analizo vključene objave v slovenskem jeziku so razvidne iz tabele v prilogi 5.

*Slika 11: Spreminjanje razmerij med pozitivnimi, negativnimi in nevtralnimi slovenskimi objavami med leti 2014–2019*



V grafu na sliki 11 je razvidna kronološka razporeditev obravnavanih objav. Število objav v času raste. Spreminja pa se tudi značaj objav z vidika pozitivne, nevtralne oziroma negativnega prizvoka njihovih vsebin. Do leta 2017 so bile vse v analizo vključene objave pozitivne, obravnavale pa so teme nagrad in priznanj podeljenih Ljubljani kot destinaciji, turističnih prihodkov, rasti in trajnostnega turizma. V letu 2017 se začnejo pojavljati prve objave, ki destinacijo Ljubljana obravnavajo z vidika preturizma. To je skladno z mednarodnimi dogajanjem, saj so v letu 2017 zaradi visoke turistične rasti in povezanih zapletov v nekaterih tujih destinacijah (Barcelona, Dubrovnik, Benetke, Amsterdam) mediji začeli pozornost posvečati negativnim vidikom nenadzorovane turistične rasti. V tem letu je prav v medijskem diskurzu novo konotacijo dobil tudi pojem anti-turizem. Povečanje do turistične rasti zadržanih objav v slovenskih medijih lahko v marsičem razumemo z vidika svetovnih trendov

in manj z vidika dejanskih izzivov destinacij, kar je pokazala tudi analiza slovenskih destinacij v okviru našega modela.

V letih 2018 in 2019 število negativnih oziroma nevtralnih objav sorazmerno do celotnega deleža objav raste in je največje v letu 2019. V letu 2019 smo med 19 objavami zaznali kar sedem objav z negativno konotacijo do različnih vidikov turizma oz. Ljubljane kot destinacije. Vseeno pa je 12 objav Ljubljano kot turistično destinacijo obravnavalo pozitivno oziroma nevtrarno. Negativne objave v letu 2019 ne obravnavajo samo preturizma (takšne so tri), temveč tudi ponudbo (štiri objave). Poročanje o preturizmu je bilo v tem letu v dveh objavah ocenjeno kot nevtrarno. Ti objavi namreč skleneta, da preturizma v Ljubljani ni, do tega sklepa pa smo prišli tudi v okviru testiranja modela. Nevtralne objave se v navezavi na preturizem pojavljajo že v letih 2017 in 2018.

Analiza medijskih objav v navezavi na povedano kaže, da slovenski mediji destinacijo Ljubljana še vedno večinoma obravnavajo pozitivno. Svetovni trendi objav o preturizmu odsevajo tudi v slovenskem medijskem prostoru, ob čemer pa vsaj nekateri mediji zavzemajo dovolj kritični položaj za objektivno poročanje. Negativne objave pa se v letih 2018 in 2019 pojavljajo tudi v navezavi na druge teme, konkretno takse in ponudbo.

Analiza je bila narejena le za Ljubljano kot ponazoritev, saj je to najbolj obiskana destinacija v Sloveniji. Kot lahko vidimo, ni bila deležna čezmernega medijskega poročanja o preturizmu, se je pa povečala zaznava lokalnih medijev glede negativnih vplivov turizma na okolje. Medijske objave so pomembne s stališča razumevanja problema v očeh večjega dela populacije in ne le strokovnjakov. Strokovnjaki so enotni, da preturizma ni, da je turizem lahko le slabo voden. Z medijskimi objavami in politično podporo v določenih mestih pa je preturizem dobil svoj prostor in odmev v javnosti. Za boljše razumevanje problematike je potrebna redna in vsebinska komunikacija z mediji, ki lahko podajo strokovne argumente in razlage.

## 5.5 DISKUSIJA

Analiza 73 občin v okviru testiranja modela za spremljanje in usmerjanje turističnega razvoja na ravni destinacije je pokazala, da slovenske destinacije v splošnem še ne kažejo znakov preturizma. Na podlagi nekaterih indikatorjev oziroma njihove kombinacije pa je mogoče sklepati, da se z izzivi zaradi povečane rasti turizma spoprijemajo Bled, Ljubljana, Dolina Soče, Piran, Portorož ter termalne destinacije Podčetrtek, Moravske

Toplice in Dobrna. Vsakršna interpretacija dejansko preseženih kritičnih mej v teh destinacijah mora temeljiti na primerjalni analizi z njimi podobnimi destinacijami in relativni oceni kritičnih vrednosti posameznih indikatorjev glede na značilnost ponudbe.

Kljub splošnim pozitivnim ugotovitvam se morajo slovenske destinacije zavedati očitnega trenda rasti turističnega povpraševanja v opazovanem obdobju. Ta trend se bo najverjetneje nadaljeval v prihodnje (tudi po pandemiji), zato morajo destinacije podrobno spremljati njegov vpliv na ekonomsko, družbeno-kulturno, okoljsko in politično-participativno ravnovesje. Zaznana neravnovesja morajo destinacije celostno nasloviti in ustrezno voditi.

Glede na rezultate analiz se izzivi zaradi porušenega ravnovesja v ali med ključnimi stebri trajnostnega razvoja v obravnavanih destinacijah lahko pojavijo zaradi prevelike sezonskosti in neravnovesja med ponudbo in povpraševanjem. Sezonskost pesti številne destinacije in lahko ob hkratni preveliki koncentraciji povpraševanja v prostoru (omejen nabor znamenitosti) in infrastrukturnih pomanjkljivosti (promet, nastanitve) povzroči neravnovesja s posledicami v vseh stebrih trajnostnega razvoja. Kot že povedano, morajo destinacije razvijati nove turistične produkte za privabljanje turistov tudi izven glavne sezone. Dober primer takšne prakse je Ljubljana, ki je v zadnjih letih značilno podaljšala glavno sezono.

Skrb vzbujajoča pa je v obravnavanih destinacijah predvsem neuskklajena rast med turistično ponudbo in turističnim povpraševanjem. To je bilo v analizi zaznano predvsem z vidika namestitvenih zmogljivosti. Počasna rast hotelskih in podobnih namestitev namreč povpraševanja ne odvrne, saj jo kompenzira veliko hitrejša in zagotovo netrajnostna rast zasebnih namestitev v okviru platform delitvene ekonomije. V Sloveniji je v ponudbi zasebnih namestitev več kot 31 tisoč ležišč (podatki AirDNA). Temu je botrovalo hitro naraščanje povpraševanja, ki mu ni sledila rast ponudbe. Ustvarili so se pogoji za razvoj trga zasebnih namestitev. Trg zasebnih namestitev je največji v Ljubljani, Dolini Soče, na Bledu in v Piranu/Portorožu.

Čeprav so zasebni ponudniki pomemben deležnik razvoja sodobnih destinacij in v marsičem vplivajo na pristnost doživetja, lahko njihova nenadzorovana rast destinacijam povzroči številne izzive. Med njimi smo že omenili sistemski izziv s kakovostjo ponudbe na ravni celotne destinacije, ki je destinacije brez spremljanja zasebnih ponudnikov ne zmorejo vzdrževati. Pojavijo pa se lahko tudi parcialni izzivi v prav vseh stebrih trajnostnega razvoja (rast cen nepremičnin, nezadovoljstvo lokalnih prebivalcev, mestna jedra postajajo 'prazna', infrastrukturni in okoljski problemi

zaradi nezadostne ocene kakovosti ponudbe in količine dejanskega povpraševanja pri zasebnih ponudnikih itn.) Na področju ponudbe zasebnih nastanitev so potrebne nadaljnje analize in ukrepi za regulacijo ali celo omejitve.

Testiranje modela je nadalje pokazalo izzive pri interpretaciji rezultatov zaradi letnega povprečnega zajema podatkov, ki je za številne indikatorje nezadostno. To se je najbolj pokazalo v indikatorjih okoljskega stebra, kjer smo s težavo pridobili celo podatke na letni ravni. Podatki na letni ravni ne ponujajo zadostnih uvidov v vpliv turizma na onesnaženje zraka, promet ali količino odpadkov. Neravnovesja v okoljskem stebru lahko hitro in obsežno vplivajo na kakovost destinacije in njene ponudbe, kar se pogosto pokaže v vrhuncih sezone v nekaterih najbolj obremenjenih slovenskih destinacijah (npr. Bled, Piran). Za boljše razumevanje okoljskega stebra morajo destinacije zagotoviti meritve na več vstopnih točkah vse leto ob hkratnem opazovanju turističnega povpraševanja.

V okviru testiranja smo predvsem na podlagi kvalitativnih analiz in pogovorih z deležniki ugotovili visoko raven participacije lokalnega prebivalstva v razvoju turizma, ki jo ocenjujemo kot pozitivno. Tudi analiza medijskih objav je za Ljubljano pokazala sprejemljivo in v marsičem zrcalno sliko svetovnim trendom. Vseeno se zaznava o negativnih vplivih turizma postopno večajo in nakazujejo na potrebo po aktivnem menedžmentu turizma, tudi z vidika sobivanja turistov in prebivalcev v destinacijah.

Čprav je analiza v okviru testiranja ovrgla strahove o preturizmu v slovenskih destinacijah, pa je ta zagotovo prisoten v posameznih točkah ali znamenitostih v teh destinacijah. V navezavi na to smo razvili tudi diagnostiko preturizma v točkah, ki pa je nismo testirali, saj so zanjo potrebni predvsem primarni viri podatkov.

Turizem v Sloveniji je pomembna gospodarska panoga, ki prinaša 13 % BDP-ja in številna (več kot 50.000) delovna mesta. Hkrati ima določene negativne vplive na okolje in lokalno skupnost, ki se lahko presežejo s pametnim upravljanjem razvoja. Preturizma v Sloveniji nimamo, pametnega razvoja pa ne bo nikoli preveč.

## 5.6 LITERATURA IN VIRI

AirDNA. (2019). MarketMinder. Najdeno 25. 3. 2019 na spletnem naslovu [www.airdna.co/vacation-rental-data](http://www.airdna.co/vacation-rental-data)

ARSO (2014). Izpostavljenost prebivalcev in otrok onesnaženemu zraku zaradi delcev PM10. Pridobljeno 15. 1. 2020 (<http://kazalci.arso.gov.si/sl/content/izpostavljenost-prebivalcev-otrok-onesnazenemu-zraku-zaradi-delcev-pm10-0#methodologyl>).

ARSO, Agencija Republike Slovenije za okolje. (2019). Povprečna mesečna koncentracija delcev PM10 v letu 2019. Najdeno 15. 4. 2019 na spletnem naslovu [www.arso.gov.si/zrak/kakovost%20zraka/podatki/PM10\\_dec18\\_slo.pdf](http://www.arso.gov.si/zrak/kakovost%20zraka/podatki/PM10_dec18_slo.pdf)

DRSI, Direkcija Republike Slovenije za infrastrukturo. (2018). Število prepeljanih vozil v letu 2017. Najdeno 4. 12. 2018 na spletnem naslovu [www.di.gov.si/si/delovna\\_podrocja\\_in\\_podatki/ceste\\_in\\_promet/podatki\\_o\\_prometu/](http://www.di.gov.si/si/delovna_podrocja_in_podatki/ceste_in_promet/podatki_o_prometu/)

SURS. (2018a). Količine nastalih, zbranih in odloženih komunalnih odpadkov po občinah (tone), Slovenija, letno. Najdeno 5. 12. 2018 na spletnem naslovu [pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2706104S&ti=&lang=2&path=../Database/Repozitorij\\_SLO/](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2706104S&ti=&lang=2&path=../Database/Repozitorij_SLO/)

SURS. (2018b). Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija, polletno. Najdeno 5. 1. 2019 na spletnem naslovu [pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=05C4002S&ti=&path=../Database/Dem\\_soc/05\\_prebivalstvo/10\\_stevilo\\_preb/20\\_05C40\\_prebivalstvo\\_obcine/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=05C4002S&ti=&path=../Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/10_stevilo_preb/20_05C40_prebivalstvo_obcine/&lang=2)

SURS. (2018c). Prenositvene zmogljivosti po skupinah nastanitvenih objektov, občine, Slovenija, letno. Najdeno 5. 12. 2018 na spletnem naslovu [pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164504S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21\\_gostinstvo\\_turizem/01\\_nastanitev/02\\_21645\\_nastanitev\\_letno/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164504S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_nastanitev/02_21645_nastanitev_letno/&lang=2)

SURS. (2018d). Prihodi in prenočitve turistov po skupinah nastanitvenih objektov in po državah, občine, Slovenija, letno. Najdeno 21. 12. 2018 na spletnem naslovu [pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164507S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21\\_gostinstvo\\_turizem/01\\_nastanitev/02\\_21645\\_nastanitev\\_letno/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164507S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_nastanitev/02_21645_nastanitev_letno/&lang=2)

SURS. (2019). Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov, občine, Slovenija, letno. Najdeno 5. 5. 2019 na spletnem naslovu [pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval).

asp?ma=2164525S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21\_gostinstvo\_turizem/01\_nastanitev/02\_21645\_nastanitev\_letno/&lang=2

TripAdvisor. (2018). Komentarji za zanametnosti destinacije. Najdeno 5. 1. 2019 na spletnem naslovu [www.tripadvisor.com/?fid=84129e71-dzeb-476d-8efd-d76dd211b1ce](http://www.tripadvisor.com/?fid=84129e71-dzeb-476d-8efd-d76dd211b1ce)

Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Maurer, O. (2019). Incoming international tourists and wellbeing: Empirical analysis and interpretation. In *CAUTHE 2019: Sustainability of Tourism, Hospitality & Events in a Disruptive Digital Age: Proceedings of the 29th Annual Conference* (p. 232). Central Queensland University, Australia.

Torres-Delgado, Anna, and Francesc López Palomeque. »Measuring sustainable tourism at the municipal level.« *Annals of Tourism Research* 49 (2014): 122-137.

## 5.7 PRILOGE

*Priloga 1: Ekonomski indikatorji za dostopne občine*

Makroregije	Povprečna 5-letna rast turistov po občinah		Povprečna 5-letna rast ležišč po občinah		Povprečna 5-letna rast Airbnb po občinah		Sezonskost (delež nočitev v top 2 meseca) po občinah	
<b>Alpska Slovenija</b>	Ljubno	30,71%	Črna na Koroškem	25,93%	Ravne na Koroškem	187,23%	Rečica ob Savinji	97,50%
	Tolmin	22,19%	Gornji Grad	22,10%	Radovljica	164,58%	Mislinja	75,26%
	Bled	21,10%	Ljubno	10,88%	Kranj	133,22%	Radovljica	62,16%
	Bovec	18,53%	Radovljica	9,41%	Ribnica na Pohorju	125,00%	Ljubno	61,89%
	Prevalje	17,54%	Kranj	4,04%	Zreče	121,65%	Bovec	58,02%
	Radovljica	16,94%	Solčava	3,58%	Luče	107,04%	Kobarid	57,38%
	Solčava	16,74%	Tolmin	1,98%	Slovenj Gradec	106,98%	Radlje ob Dravi	56,09%
	Gornji Grad	16,71%	Mislinja	1,33%	Mozirje	104,77%	Tolmin	55,78%
	Kranj	15,70%	Bled	0,79%	Prevalje	100,00%	Gornji Grad	53,42%
	Mozirje	14,70%	Maribor	0,75%	Rečica ob Savinji	98,32%	Bohinj	49,20%
Bohinj	14,36%	Kranjska Gora	0,68%	Maribor	86,40%	Luče	49,02%	

Makroregije	Povprečna 5-letna rast turistov po občinah		Povprečna 5-letna rast ležišč po občinah		Povprečna 5-letna rast Airbnb po občinah		Sezonskost (delež nočitev v top 2 meseca) po občinah	
<b>Alpska Slovenija</b>	Ravne na Koroškem	13,40%	Dravograd	0,13%	Bovec	82,17%	Solčava	48,83%
	Kranjska Gora	13,03%	Nazarje	0,00%	Tolmin	74,92%	Ribnica na Pohorju	42,98%
	Kobarid	12,81%	Rečica ob Savinji	0,00%	Ljubno	65,10%	Nazarje	41,35%
	Maribor	12,57%	Radlje ob Dravi	0,00%	Bled	59,52%	Muta	37,72%
	Luče	11,59%	Mozirje	-0,85%	Kranjska Gora	58,64%	Bled	36,20%
	Dravograd	11,16%	Bohinj	-0,86%	Gornji Grad	58,11%	Slovenj Gradec	35,18%
	Ribnica na Pohorju	5,93%	Zreče	-1,20%	Kobarid	54,69%	Črna na Koroškem	33,47%
	Zreče	5,48%	Slovenj Gradec	-2,52%	Bohinj	53,69%	Kranjska Gora	33,46%
	Slovenj Gradec	-3,81%	Kobarid	-3,84%	Solčava	46,51%	Prevalje	31,63%
	Črna na Koroškem	-7,39%	Bovec	-4,89%	Nazarje	37,50%	Mozirje	31,27%
	Mislinja	-12,77%	Luče	-6,21%	Mislinja	0,00%	Zreče	29,59%
	Radlje ob Dravi	-13,54%	Prevalje	-7,79%	Šmartno ob Paki	NP	Ravne na Koroškem	27,80%
	Šmartno ob Paki	NP	Muta	-12,94%	Črna na Koroškem	NP	Maribor	25,35%
	Nazarje	NP	Ravne na Koroškem	-14,23%	Dravograd	NP	Kranj	24,33%
	Rečica ob Savinji	NP	Šmartno ob Paki	NP	Mežica	NP	Dravograd	22,83%
	Mežica	NP	Mežica	NP	Muta	NP	Šmartno ob Paki	NP
	Muta	NP	Podvelka	NP	Podvelka	NP	Mežica	NP
	Podvelka	NP	Ribnica na Pohorju	NP	Radlje ob Dravi	NP	Vuzenica	NP
	Vuzenica	NP	Vuzenica	NP	Vuzenica	NP	Podvelka	NP

Makroregije	Povprečna 5-letna rast turistov po občinah		Povprečna 5-letna rast ležišč po občinah		Povprečna 5-letna rast Airbnb po občinah		Sezonskost (delež nočitev v top 2 meseca) po občinah	
<b>Mediterranska Slovenija</b>	Vipava	32,45%	Škocjan	28,47%	Postojna	152,02%	Vipava	46,41%
	Postojna	27,16%	Brda	12,44%	Koper/Capodistria	95,72%	Ankaran/Ancarano	46,28%
	Škocjan	25,17%	Postojna	9,66%	Vipava	82,06%	Izola/Isola	43,42%
	Brda	17,10%	Izola/Isola	0,78%	Piran/Pirano	78,32%	Koper/Capodistria	43,14%
	Izola/Isola	10,08%	Piran/Pirano	0,75%	Izola/Isola	74,84%	Postojna	41,00%
	Piran/Pirano	8,36%	Vipava	0,00%	Nova Gorica	60,76%	Piran/Pirano	36,40%
	Ankaran/Ancarano	7,52%	Ankaran/Ancarano	-0,69%	Škocjan	24,57%	Brda	32,71%
	Nova Gorica	7,42%	Nova Gorica	-1,00%	Brda	13,97%	Škocjan	28,40%
	Koper/Capodistria	0,73%	Koper/Capodistria	-4,82%	Ankaran/Ancarano	NP	Nova Gorica	23,95%
<b>Panonska Slovenija</b>	Sevnica	33,33%	Kostanjevica na Krki	15,26%	Moravske Toplice	270,84%	Kostanjevica na Krki	45,20%
	Kostanjevica na Krki	32,53%	Sevnica	4,86%	Šmarješke Toplice	237,64%	Radenci	43,62%
	Krško	12,91%	Lendava/Lendva	3,40%	Brežice	172,01%	Brežice	39,27%
	Novo mesto	11,61%	Rogaška Slatina	2,01%	Ptuj	144,95%	Velenje	33,84%
	Velenje	11,20%	Novo mesto	1,87%	Novo mesto	137,84%	Sevnica	32,60%
	Rogaška Slatina	9,49%	Dobrna	1,65%	Velenje	113,63%	Šmarješke Toplice	31,13%
	Celje	8,46%	Laško	1,39%	Podčetrtek	112,13%	Ptuj	30,17%
	Laško	8,23%	Ptuj	1,32%	Kostanjevica na Krki	100,00%	Dolenjske Toplice	27,93%
	Dolenjske Toplice	7,31%	Moravske Toplice	0,87%	Laško	78,38%	Podčetrtek	27,21%
Podčetrtek	5,70%	Brežice	0,85%	Rogaška Slatina	71,88%	Novo mesto	25,63%	



Makroregije	Povprečna 5-letna rast turistov po občinah		Povprečna 5-letna rast ležišč po občinah		Povprečna 5-letna rast Airbnb po občinah		Sezonskost (delež nočitev v top 2 meseca) po občinah	
<b>Panonska Slovenija</b>	Šoštanj	5,56%	Podčetrtek	0,61%	Celje	52,36%	Šoštanj	24,10%
	Radenci	5,25%	Dolenjske Toplice	0,04%	Sevnica	41,42%	Laško	22,98%
	Dobrna	4,80%	Celje	0,00%	Lendava/Lendva	5,27%	Moravske Toplice	21,83%
	Moravske Toplice	4,44%	Šoštanj	0,00%	Dobrna	0,00%	Celje	21,66%
	Bistrica ob Sotli	3,57%	Radenci	0,00%	Krško	0,00%	Lendava/Lendva	21,59%
	Brežice	3,45%	Šmarješke Toplice	-0,54%	Dolenjske Toplice	-20,63%	Krško	21,37%
	Ptuj	3,35%	Krško	-1,54%	Šoštanj	NP	Rogaška Slatina	19,85%
	Šmarješke Toplice	2,68%	Velenje	-2,76%	Radenci	NP	Dobrna	NP
	Lendava/Lendva	2,41%	Bistrica ob Sotli	NP	Radeče	NP	Radeče	NP
	Radeče	NP	Radeče	NP	Bistrica ob Sotli	NP	Bistrica ob Sotli	NP
<b>Osrednja Slovenija in Ljubljana</b>	Železniki	61,92%	Osilnica	16,27%	Črnomelj	175,57%	Metlika	65,55%
	Škofja Loka	21,75%	Črnomelj	15,23%	Kostel	130,00%	Gorenja vas - Poljane	57,50%
	Gorenja vas - Poljane	21,38%	Idrija	7,25%	Idrija	77,83%	Železniki	56,04%
	Črnomelj	18,59%	Gorenja vas - Poljane	6,96%	Kamnik	77,76%	Črnomelj	49,09%
	Metlika	16,89%	Ljubljana	2,85%	Cerklje na Gorenjskem	75,10%	Žiri	40,62%
	Ljubljana	15,24%	Semič	0,00%	Ljubljana	72,77%	Kamnik	37,59%
	Idrija	13,56%	Kostel	0,00%	Metlika	58,74%	Škofja Loka	35,42%
	Kamnik	13,07%	Železniki	0,00%	Semič	33,33%	Kočevje	31,01%

Makroregije	Povprečna 5-letna rast turistov po občinah		Povprečna 5-letna rast ležišč po občinah		Povprečna 5-letna rast Airbnb po občinah		Sezonskost (delež nočitev v top 2 meseca) po občinah	
<b>Osrednja Slovenija in Ljubljana</b>	Cerklje na Gorenjskem	9,04%	Cerklje na Gorenjskem	-0,54%	Škofja Loka	25,93%	Cerklje na Gorenjskem	28,23%
	Kočevje	7,77%	Metlika	-6,33%	Osilnica	0,00%	Ljubljana	27,64%
	Kostel	6,60%	Kamnik	-8,80%	Kočevje	NP	Idrija	26,26%
	Semič	2,91%	Kočevje	-8,82%	Gorenja vas - Poljane	NP	Kostel	22,75%
	Osilnica	NP	Škofja Loka	-14,33%	Železniki	NP	Semič	20,10%
	Žiri	NP	Žiri	NP	Žiri	NP	Osilnica	NP

Priloga 2: Družbeno-kulturni indikatorji za dostopne občine

Makroregije	Št. turistov/1preb.		Top 5/vsi komentarji		Št. ležišč na preb.		Število Airbnb ležišč 2018	
	Občine		Občine		Občine		Občine	
<b>Alpska Slovenija</b>	Bled	63,39	Gornji Grad	1,00	Bled	0,40	Bled	0,44
	Kranjska Gora	59,05	Radlje ob Dravi	1,00	Kranjska Gora	0,40	Bovec	0,41
	Bovec	57,57	Tolmin	0,97	Solčava	0,35	Kranjska Gora	0,37
	Bohinj	48,72	Kobarid	0,97	Bohinj	0,25	Bohinj	0,23
	Solčava	32,38	Dravograd	0,96	Bovec	0,22	Solčava	0,16
	Kobarid	16,52	Solčava	0,96	Zreče	0,13	Zreče	0,08
	Zreče	11,93	Luče	0,96	Mozirje	0,05	Ribnica na Pohorju	0,08
	Ribnica na Pohorju	6,58	Ravne na Koroškem	0,94	Kobarid	0,05	Luče	0,05
	Radovljica	6,56	Zreče	0,93	Mislinja	0,04	Mozirje	0,04
	Rečica ob Savinji	6,47	Bled	0,93	Radovljica	0,03	Kobarid	0,03
	Luče	5,34	Mozirje	0,93	Luče	0,03	Tolmin	0,02
	Tolmin	5,08	Bovec	0,86	Tolmin	0,02	Rečica ob Savinji	0,02
Mozirje	3,11	Črna na Koroškem	0,85	Ljubno	0,02	Gornji Grad	0,01	

Makroregije	Št. turistov/1preb.		Top 5/vsi komentarji		Št. ležišč na preb.		Število Airbnb ležišč 2018	
	Občine		Občine		Občine		Občine	
<b>Alpska Slovenija</b>	Ljubno	2,72	Slovenj Gradec	0,85	Maribor	0,02	Maribor	0,01
	Maribor	1,88	Mežica	0,84	Dravograd	0,02	Ljubno	0,01
	Mislinja	1,46	Nazarje	0,82	Gornji Grad	0,01	Slovenj Gradec	0,01
	Kranj	1,23	Radovljica	0,78	Nazarje	0,01	Vuzenica	0,00
	Nazarje	0,93	Bohinj	0,77	Kranj	0,01	Nazarje	0,00
	Dravograd	0,87	Kranjska Gora	0,69	Slovenj Gradec	0,01	Kranj	0,00
	Prevalje	0,53	Šmartno ob Paki	0,68	Muta	0,01	Radovljica	0,00
	Gornji Grad	0,41	Kranj	0,46	Črna na Koroškem	0,01	Ravne na Koroškem	0,00
	Slovenj Gradec	0,41	Maribor	0,46	Prevalje	0,01	Prevalje	0,00
	Ravne na Koroškem	0,32	Rečica ob Savinji	NP	Ravne na Koroškem	0,00	Mislinja	0,00
	Radlje ob Dravi	0,24	Ljubno	NP	Rečica ob Savinji	0,00	Šmartno ob Paki	NP
	Črna na Koroškem	0,14	Vuzenica	NP	Šmartno ob Paki	NP	Črna na Koroškem	NP
	Vuzenica	0,08	Mislinja	NP	Vuzenica	NP	Dravograd	NP
	Šmartno ob Paki	NP	Muta	NP	Mežica	NP	Mežica	NP
	Mežica	NP	Podvelka	NP	Podvelka	NP	Muta	NP
Muta	NP	Prevalje	NP	Radlje ob Dravi	NP	Podvelka	NP	
Podvelka	NP	Ribnica na Pohorju	NP	Ribnica na Pohorju	NP	Radlje ob Dravi	NP	
<b>Mediterranska Slovenija</b>	Piran/Pirano	34,33	Ankaran/Ancarano	1,00	Piran/Pirano	0,40	Piran/Pirano	0,25
	Ankaran/Ancarano	25,93	Škocjan	1,00	Ankaran/Ancarano	0,13	Izola/Isola	0,08
	Izola/Isola	8,74	Postojna	0,99	Izola/Isola	0,11	Koper/Capodistria	0,05
	Postojna	6,54	Brda	0,89	Brda	0,04	Škocjan	0,03
	Brda	4,66	Vipava	0,88	Nova Gorica	0,03	Postojna	0,02

Makroregije	Št. turistov/1preb.		Top 5/vsi komentarji		Št. ležišč na preb.		Število Airbnb ležišč 2018	
	Občine		Občine		Občine		Občine	
<b>Mediteranska Slovenija</b>	Nova Gorica	3,40	Izola/Isola	0,75	Postojna	0,03	Nova Gorica	0,01
	Koper/Capodistria	1,94	Nova Gorica	0,74	Koper/Capodistria	0,02	Vipava	0,01
	Vipava	1,34	Koper/Capodistria	0,69	Škocjan	0,01	Brda	0,00
	Škocjan	0,74	Piran/Pirano	0,66	Vipava	0,00	Ankaran/Ancarano	NP
<b>Panonska Slovenija</b>	Podčetrtek	36,11	Rogaška Slatina	1,00	Podčetrtek	0,37	Moravske Toplice	0,04
	Moravske Toplice	29,03	Šoštanj	1,00	Moravske Toplice	0,25	Šmarješke Toplice	0,02
	Dobrna	12,19	Moravske Toplice	1,00	Dobrna	0,20	Podčetrtek	0,01
	Dolenjske Toplice	8,57	Radenci	1,00	Rogaška Slatina	0,16	Brežice	0,01
	Brežice	8,42	Lendava/Lendva	1,00	Dolenjske Toplice	0,15	Rogaška Slatina	0,01
	Radenci	8,16	Krško	1,00	Radenci	0,13	Kostanjevica na Krki	0,00
	Laško	7,14	Sevnica	1,00	Šmarješke Toplice	0,12	Celje	0,00
	Šmarješke Toplice	5,41	Radeče	1,00	Laško	0,11	Laško	0,00
	Rogaška Slatina	5,41	Kostanjevica na Krki	1,00	Brežice	0,07	Velenje	0,00
	Šoštanj	3,88	Šmarješke Toplice	1,00	Šoštanj	0,04	Dolenjske Toplice	0,00
	Lendava/Lendva	3,37	Dolenjske Toplice	1,00	Lendava/Lendva	0,04	Ptuj	0,00
	Ptuj	2,76	Brežice	1,00	Kostanjevica na Krki	0,02	Novo mesto	0,00
	Novo mesto	1,28	Podčetrtek	0,97	Ptuj	0,02	Radeče	0,00
	Kostanjevica na Krki	0,79	Celje	0,94	Novo mesto	0,02	Dobrna	0,00
Celje	0,62	Velenje	0,88	Celje	0,01	Sevnica	0,00	
Velenje	0,41	Novo mesto	0,88	Krško	0,01	Lendava/Lendva	0,00	

Makroregije	Št. turistov/1preb.		Top 5/vsi komentarji		Št. ležišč na preb.		Število Airbnb ležišč 2018	
	Občine		Občine		Občine		Občine	
<b>Panonska Slovenija</b>	Krško	0,32	Dobrna	0,85	Velenje	0,01	Krško	0,00
	Sevnica	0,15	Laško	0,83	Sevnica	0,00	Šoštanj	NP
	Bistrica ob Sotli	0,11	Ptuj	0,80	Bistrica ob Sotli	NP	Radenci	NP
	Radeče	0,08	Bistrica ob Sotli	NP	Radeče	NP	Bistrica ob Sotli	NP
<b>Osrednja Slovenija in Ljubljana</b>	Kostel	7,10	Cerklje na Gorenjskem	1,00	Osilnica	0,32	Ljubljana	0,04
	Cerklje na Gorenjskem	5,76	Črnomelj	1,00	Cerklje na Gorenjskem	0,06	Kostel	0,04
	Ljubljana	3,53	Kočevje	1,00	Kostel	0,03	Osilnica	0,03
	Metlika	1,81	Gorenja vas - Poljane	1,00	Ljubljana	0,02	Cerklje na Gorenjskem	0,01
	Semič	1,38	Železniki	1,00	Idrija	0,01	Črnomelj	0,01
	Črnomelj	1,37	Metlika	0,90	Metlika	0,01	Metlika	0,01
	Kamnik	1,27	Idrija	0,90	Gorenja vas - Poljane	0,00	Semič	0,01
	Idrija	0,82	Škofja Loka	0,87	Črnomelj	0,00	Kamnik	0,00
	Železniki	0,72	Kamnik	0,83	Kamnik	0,00	Idrija	0,00
	Kočevje	0,70	Ljubljana	0,59	Kočevje	0,00	Škofja Loka	0,00
	Gorenja vas - Poljane	0,59	Semič	NP	Škofja Loka	0,00	Kočevje	0,00
	Škofja Loka	0,45	Kostel	NP	Železniki	0,00	Gorenja vas - Poljane	0,00
	Žiri	0,10	Osilnica	NP	Semič	NP	Železniki	NP
	Osilnica	NP	Žiri	NP	Žiri	NP	Žiri	NP

## Priloga 3: Okoljski indikatorji za dostopne občine

Makroregije	PM10 2018		Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca		Št. prepeljanih vozil (motorji+osebna+avtobusi)	
Alpska Slovenija	Maribor	28,33	Bovec	525,44	Maribor	24951,00
	Kranj	22,58	Kranj	502,45	Kranj	16102,00
			Bled	472,07	Dravograd	11786,00
			Maribor	408,36	Slovenj Gradec	10563,00
			Bohinj	382,25	Mozirje	8928,00
			Kranjska Gora	366,12	Zreče	8386,00
			Kobarid	358,51	Mislinja	8142,00
			Radovljica	335,78	Prevalje	7659,00
			Zreče	303,66	Radovljica	7035,00
			Tolmin	302,55	Bled	7004,00
			Solčava	284,07	Kranjska Gora	6518,00
			Mozirje	268,15	Ravne na Koroškem	5996,00
			Podvelka	267,74	Radlje ob Dravi	4244,00
			Slovenj Gradec	267,34	Kobarid	3864,00
			Mežica	266,29	Mežica	2982,00
			Ravne na Koroškem	265,16	Ljubno	1953,00
			Dravograd	261,38	Gornji Grad	1759,00
			Rečica ob Savinji	256,44	Bovec	1669,00
			Gornji Grad	255,80	Bohinj	1122,00
			Muta	245,94	Solčava	877,00
			Črna na Koroškem	244,05	Črna na Koroškem	341,00
			Radlje ob Dravi	243,51	Tolmin	NP
			Šmartno ob Paki	243,46	Šmartno ob Paki	NP
			Mislinja	239,30	Nazarje	NP
			Nazarje	237,88	Rečica ob Savinji	NP
			Luče	225,00	Luče	NP
			Prevalje	216,64	Vuzenica	NP
			Ljubno	216,29	Muta	NP
			Vuzenica	205,24	Podvelka	NP
			Ribnica na Pohorju	185,28	Ribnica na Pohorju	NP

Makroregije	PM10 2018		Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca		Št. prepeljanih vozil (motorji+osebna+avtobusi)	
<b>Mediterska Slovenija</b>	Nova Gorica	23	Piran/Pirano	516,50	Izola/Isola	18215,00
	Koper/Capodistria	18,33	Izola/Isola	496,22	Koper/Capodistria	14005,00
			Nova Gorica	468,00	Vipava	10897,00
			Brda	437,41	Nova Gorica	10686,00
			Koper/Capodistria	431,09	Ankaran/Ankarano	8500,00
			Postojna	393,66	Piran/Pirano	5231,00
			Vipava	308,47	Postojna	4715,00
			Škocjan	235,96	Škocjan	2497,00
<b>Panonska Slovenija</b>			Ankaran/Ankarano	NP	Brda	NP
	Celje	31,08	Krško	419,19	Celje	24994,00
	Novo mesto	25,73	Celje	416,78	Ptuj	19973,00
	Velenje	19,75	Ptuj	408,97	Novo mesto	17922,00
			Radenci	400,93	Brežice	13053,00
			Velenje	362,15	Laško	12357,00
			Moravske Toplice	343,74	Šoštanj	10475,00
			Kostanjevica na Krki	340,84	Krško	8381,00
			Dobrna	339,79	Radeče	5368,00
			Novo mesto	323,04	Moravske Toplice	5130,00
			Šoštanj	293,55	Podčetrtek	4968,00
			Radeče	292,55	Rogaška Slatina	4634,00
			Lendava/Lendva	289,83	Velenje	4177,00
			Dolenjske Toplice	289,08	Šmarješke Toplice	3948,00
			Sevnica	287,41	Dolenjske Toplice	3765,00
			Šmarješke Toplice	283,06	Kostanjevica na Krki	3718,00
			Laško	280,79	Dobrna	3448,00
			Brežice	260,49	Radenci	3362,00
			Rogaška Slatina	252,45	Lendava/Lendva	2889,00
			Bistrica ob Sotli	220,58	Sevnica	1988,00
		Podčetrtek	214,61	Bistrica ob Sotli	429,00	

Makroregije	PM10 2018		Količina zbranih komunalnih odpadkov na prebivalca		Št. prepeljanih vozil (motorji+osebna+avtobusi)	
	Ljubljana	26,92	Ljubljana	406,38	Ljubljana	62542,00
<b>Osrednja Slovenija in Ljubljana</b>			Kamnik	395,14	Škofja Loka	19013,00
			Cerklje na Gorenjskem	338,96	Kamnik	15620,00
			Idrija	334,97	Gorenja vas - Poljane	6595,00
			Kočevje	296,87	Kočevje	4572,00
			Metlika	275,88	Idrija	3849,00
			Žiri	274,98	Žiri	3170,00
			Škofja Loka	271,00	Cerklje na Gorenjskem	3133,00
			Semič	250,66	Metlika	2704,00
			Črnomelj	243,26	Semič	2592,00
			Kostel	237,05	Črnomelj	2016,00
			Železniki	176,21	Železniki	1914,00
			Gorenja vas - Poljane	151,72	Kostel	NP
			Osilnica	86,72	Osilnica	NP

Priloga 4: Tabelarni prikaz zbranih tujih objav o Ljubljani do 22. 12. 2019

NASLOV MEDIJSKE OBJAVE	OCENA	TEMA	DOSTOPEN (15.12.2019) NA
Ljubljana treči put među 100 top održivih svetskih destinacija	POZITIVNO	NAGRADE	<a href="https://balkangreenenergynews.com/rs/ljubljana-treci-put-medu-100-top-odrzivih-svetskih-destinacija/">https://balkangreenenergynews.com/rs/ljubljana-treci-put-medu-100-top-odrzivih-svetskih-destinacija/</a>
Ljubljana is elegant and leafy	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.lonelyplanet.com/slovenia/ljubljana">https://www.lonelyplanet.com/slovenia/ljubljana</a>
14 Best Things to do in Ljubljana, Slovenia	POZITIVNO	PONUDBA	<a href="https://www.earthtrekkers.com/best-things-to-do-in-ljubljana-slovenia/">https://www.earthtrekkers.com/best-things-to-do-in-ljubljana-slovenia/</a>
36 hours in Ljubljana	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/05/travel/what-to-do-36-hours-in-ljubljana-slovenia.html">https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/05/travel/what-to-do-36-hours-in-ljubljana-slovenia.html</a>
8 reasons you must visit Ljubljana, Slovenia	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.wanderlust.co.uk/discover/discover-slovenia/content/ljubljana-slovenia-reasons-to-visit/">https://www.wanderlust.co.uk/discover/discover-slovenia/content/ljubljana-slovenia-reasons-to-visit/</a>
Ljubljana - Why The Capital City Was The Most Disappointing Place in Slovenia	NEGATIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.adventurous-travels.com/posts/ljubljana-why-the-capital-city-was-the-most-disappointing-place-in-slovenia">https://www.adventurous-travels.com/posts/ljubljana-why-the-capital-city-was-the-most-disappointing-place-in-slovenia</a>



NASLOV MEDIJSKE OBJAVE	OCENA	TEMA	DOSTOPEN (15.12.2019) NA
10 things to do in Ljubljana	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.independent.co.uk/travel/europe/ljubljana-slovenia-what-to-do-best-things-holiday-visit-metelkova-lake-bled-a8172091.html">https://www.independent.co.uk/travel/europe/ljubljana-slovenia-what-to-do-best-things-holiday-visit-metelkova-lake-bled-a8172091.html</a>
A local's guide to Ljubljana, Slovenia: top 10 tips	POZITIVNO	PONUDBA	<a href="https://www.theguardian.com/travel/2019/oct/21/locals-guide-ljubljana-slovenia-top-10-tips-bars-restaurants-green-city">https://www.theguardian.com/travel/2019/oct/21/locals-guide-ljubljana-slovenia-top-10-tips-bars-restaurants-green-city</a>
Ljubljana, Slovenia: what to see plus the best hotels, bars and restaurants	POZITIVNO	PONUDBA	<a href="https://www.theguardian.com/travel/2016/apr/02/ljubljana-slovenia-guide-hotels-bars-restaurants-city-break">https://www.theguardian.com/travel/2016/apr/02/ljubljana-slovenia-guide-hotels-bars-restaurants-city-break</a>
Ljubljana Travel Guide: Top Things to do and see	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.sommertage.com/en/ljubljana-travel-tips/">https://www.sommertage.com/en/ljubljana-travel-tips/</a>
Best travel guide to: Ljubljana	POZITIVNO	PONUDBA	<a href="https://www.arrivalguides.com/en/Travel-guides/Europe/Slovenia/Ljubljana">https://www.arrivalguides.com/en/Travel-guides/Europe/Slovenia/Ljubljana</a>
Things to do in Ljubljana	POZITIVNO	PONUDBA	<a href="https://www.youcouldtravel.com/travel-blog/things-to-do-in-ljubljana">https://www.youcouldtravel.com/travel-blog/things-to-do-in-ljubljana</a>
Ljubljana travel guide	NEVTRALNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.roughguides.com/destinations/europe/slovenia/ljubljana/">https://www.roughguides.com/destinations/europe/slovenia/ljubljana/</a>
5 reasons to visit Ljubljana, Slovenia	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.ontheluce.com/why-visit-ljubljana-slovenia/">https://www.ontheluce.com/why-visit-ljubljana-slovenia/</a>
This is How to Visit Ljubljana, Slovenia – An Alternative Travel Guide	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.bordersofadventure.com/guide-to-ljubljana-slovenia/">https://www.bordersofadventure.com/guide-to-ljubljana-slovenia/</a>
Ljubljana Travel Guide	NEVTRALNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.nationalgeographic.com/travel/destinations/europe/slovenia/ljubljana/">https://www.nationalgeographic.com/travel/destinations/europe/slovenia/ljubljana/</a>
Ljubljana Travel Guide	NEVTRALNO	DESTINACIJA	<a href="https://travel.usnews.com/Ljubljana_Slovenia/">https://travel.usnews.com/Ljubljana_Slovenia/</a>
Ljubljana Travel Guide	NEVTRALNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.kayak.com/Ljubljana.33695.guide">https://www.kayak.com/Ljubljana.33695.guide</a>
The Scoop: A Mini Travel Guide to Ljubljana, Slovenia	NEVTRALNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.pausethemoment.com/ljubljana-slovenia-travel-guide/">https://www.pausethemoment.com/ljubljana-slovenia-travel-guide/</a>
What to do in Ljubljana, Slovenia – 8 Must Visit Places	POZITIVNO	DESTINACIJA	<a href="https://misstourist.com/your-quick-guide-to-slovenia/">https://misstourist.com/your-quick-guide-to-slovenia/</a>
Ljubljana, Slovenia: Here's Everything You Need to Know	POZITIVNO	DESTINACIJA	Ljubljana, Slovenia: Here's Everything You Need to Know
Ljubljana City Guide	NEVTRALNO	DESTINACIJA	<a href="https://www.inyourpocket.com/ljubljana">https://www.inyourpocket.com/ljubljana</a>

Priloga 5: Tabelarni prikaz zbranih slovenskih objav o Ljubljani do 22. 12. 2019

NASLOV MEDIJSKE OBJAVE	OCENA	TEMA	DATUM	LINK
Ljubljana druga najbolj priljubljena evropska destinacija	POZITIVNO	NAGRADE	10.06.2014	<a href="http://www.primorske.si/zanimivo/zanimivosti/ljubljana-druga-najbolj-priljubljena-evropska-dest">http://www.primorske.si/zanimivo/zanimivosti/ljubljana-druga-najbolj-priljubljena-evropska-dest</a>
Ljubljana na seznamu 100 najbolj trajnostnih destinacij	POZITIVNO	NAGRADE	19.12.2014	<a href="https://deloindom.delo.si/energija-okolje/ljubljana-na-seznamu-100-najbolj-trajnostnih-destinacij">https://deloindom.delo.si/energija-okolje/ljubljana-na-seznamu-100-najbolj-trajnostnih-destinacij</a>
Turizem Ljubljana: Rast prihodkov kljub terjatvam do MOL	POZITIVNO	TURISTIČNI PRIHODKI	2.03.2015	<a href="https://www.delo.si/novice/ljubljana/turizem-ljubljana-rast-prihodkov-kljub-terjatvam-do-mol.html">https://www.delo.si/novice/ljubljana/turizem-ljubljana-rast-prihodkov-kljub-terjatvam-do-mol.html</a>
Ljubljana turistična destinacija leta	POZITIVNO	NAGRADE	15.04.2015	<a href="https://www.primorski.eu/novice/241112-ljubljana-turistina-destinacija-leta-OFPR257595">https://www.primorski.eu/novice/241112-ljubljana-turistina-destinacija-leta-OFPR257595</a>
Ljubljana prejela naziv najboljše turistične destinacije leta 2015	POZITIVNO	NAGRADE	16.04.2015	<a href="https://citymagazine.si/clanek/ljubljana-prejela-naziv-najboljse-turisticne-destinacije-leta-2015/">https://citymagazine.si/clanek/ljubljana-prejela-naziv-najboljse-turisticne-destinacije-leta-2015/</a>
Ljubljana v 15 letih postala prepoznavna destinacija v svetu	POZITIVNO	RAST	11.04.2016	<a href="http://www.dj-slovenija.si/zanimivo/ljubljana-v-15-letih-postala-prepoznavna-destinacija-v-svetu">http://www.dj-slovenija.si/zanimivo/ljubljana-v-15-letih-postala-prepoznavna-destinacija-v-svetu</a>
Ljubljana avgusta v ospredje postavlja trajnostni turizem	POZITIVNO	TRAJNOSTNI TURIZEM	1.08.2016	<a href="http://www.zdus-zveza.si/ljubljana-avgusta-v-ospredje-postavlja-trajnostni-turizem">http://www.zdus-zveza.si/ljubljana-avgusta-v-ospredje-postavlja-trajnostni-turizem</a>
Ljubljanski turizem v 2016: zeleni lesk in rekordi	POZITIVNO	RAST	17.01.2017	<a href="https://www.dnevnik.si/1042759759">https://www.dnevnik.si/1042759759</a>
Turizem v prestolnici: Ljubljana (še) ni Barcelona	POZITIVNO	PRETURIZEM	14.02.2017	<a href="https://www.dnevnik.si/1042762639">https://www.dnevnik.si/1042762639</a>
Odkrijte Ljubljano!	NEGATIVNO	PRETURIZEM	18.08.2017	<a href="https://www.mladina.si/181467/odkrijte-ljubljano/">https://www.mladina.si/181467/odkrijte-ljubljano/</a>
Ko odprte turistične denarnice ne odtehtajo več gneče	NEGATIVNO	PRETURIZEM	22.08.2017	<a href="https://www.dnevnik.si/1042782280">https://www.dnevnik.si/1042782280</a>
Ljubljana med najbolj trajnostnimi destinacijami	POZITIVNO	NAGRADE	29.09.2017	<a href="https://www.dnevnik.si/1042786319/lokalno/ljubljana/ljubljana-med-najbolj-trajnostnimi-destinacijami">https://www.dnevnik.si/1042786319/lokalno/ljubljana/ljubljana-med-najbolj-trajnostnimi-destinacijami</a>

NASLOV MEDIJSKE OBJAVE	OCENA	TEMA	DATUM	LINK
Turistov v Ljubljani ni preveč, tisti, ki imajo toliko negativnega za povedati, so v veliki manjšini'	POZITIVNO	PRETURIZEM	24.10.2017	<a href="https://www.24ur.com/novice/slovenija/turistov-v-ljubljani-ni-prevec-tisti-ki-ima-jo-toliko-negativnega-za-povedati-so-v-veliki-manjsini.html?focus=1">https://www.24ur.com/novice/slovenija/turistov-v-ljubljani-ni-prevec-tisti-ki-ima-jo-toliko-negativnega-za-povedati-so-v-veliki-manjsini.html?focus=1</a>
Janković meni, da turistov v Ljubljani ni preveč; še premalo jih je	POZITIVNO	PRETURIZEM	24.10.2017	<a href="https://reporter.si/clanek/slovenija/jankovic-trdi-da-turistov-v-ljubljani-ni-prevec-se-premalo-jih-je-601805">https://reporter.si/clanek/slovenija/jankovic-trdi-da-turistov-v-ljubljani-ni-prevec-se-premalo-jih-je-601805</a>
Turisti, pozor: Ljubljana turistično takso dviguje na 2,5 evra	NEVTRALNO	TAKSE	17.04.2018	<a href="https://www.rtvsllo.si/turea-vanture/novice/turisti-pozor-ljubljana-turisticno-takso-dviguje-na-2-5-evra/452194">https://www.rtvsllo.si/turea-vanture/novice/turisti-pozor-ljubljana-turisticno-takso-dviguje-na-2-5-evra/452194</a>
Hladna prha za turiste: Ljubljana s taksami ujela Barcelono	NEGATIVNO	TAKSE	24.04.2018	<a href="https://www.delo.si/lokalno/ljubljana-in-okolica/hladen-tus-za-turiste-ljubljana-visa-takso-45676.html">https://www.delo.si/lokalno/ljubljana-in-okolica/hladen-tus-za-turiste-ljubljana-visa-takso-45676.html</a>
Število turistov v prestolnici vse višje, a Ljubljana je odločena ostati butična destinacija	NEVTRALNO	RAST	9.06.2018	<a href="https://www.rtvsllo.si/turea-vanture/podobe-slovenije/stevilo-turistov-v-prestolnici-vse-visje-a-ljubljana-je-odlocena-ostati-buticna-destinacija/457525">https://www.rtvsllo.si/turea-vanture/podobe-slovenije/stevilo-turistov-v-prestolnici-vse-visje-a-ljubljana-je-odlocena-ostati-buticna-destinacija/457525</a>
Ljubljana kljub rasti obiska v lanskem letu odločena ostati butična destinacija	POZITIVNO	RAST	9.06.2018	<a href="https://live.finance.si/8934932/Ljubljana-kljub-rasti-obiska-v-lanskem-letu-odlocena-ostati-buticna-destinacija">https://live.finance.si/8934932/Ljubljana-kljub-rasti-obiska-v-lanskem-letu-odlocena-ostati-buticna-destinacija</a>
Središče Ljubljane - le za turiste ali tudi za domačine?	NEVTRALNO	PRETURIZEM	8.07.2018	<a href="https://siol.net/trendi/potovanja/sredisce-ljubljane-le-za-turiste-ali-tudi-za-domacine-471818">https://siol.net/trendi/potovanja/sredisce-ljubljane-le-za-turiste-ali-tudi-za-domacine-471818</a>
Turizem v Ljubljani: "Izgublja se raznovrstnost njenih prebivalcev"	NEGATIVNO	PRETURIZEM	21.08.2018	<a href="https://www.rtvsllo.si/slovenija/turizem-v-ljubljani-izgublja-se-raznovrstnost-njenih-prebivalcev/463322">https://www.rtvsllo.si/slovenija/turizem-v-ljubljani-izgublja-se-raznovrstnost-njenih-prebivalcev/463322</a>
Turistični avtobusi pogosto parkirajo kar na postajališčih mestnih avtobusov	NEGATIVNO	PRETURIZEM	7.01.2019	<a href="https://www.dnevnik.si/1042856229/lokalno/ljubljana/-turisticni-avtobusi-pogosto-parkirajo-kar-na-postajaliscih-mestnih-avtobusov">https://www.dnevnik.si/1042856229/lokalno/ljubljana/-turisticni-avtobusi-pogosto-parkirajo-kar-na-postajaliscih-mestnih-avtobusov</a>

NASLOV MEDIJSKE OBJAVE	OCENA	TEMA	DATUM	LINK
V Ljubljani z leta v leto več Italijanov	NEVTRALNO	POVPRAŠEVANJE	10.01.2019	<a href="https://www.dnevnik.si/1042856796">https://www.dnevnik.si/1042856796</a>
Za spletne uporabnike Slovenija ni destinacija s ponudbo za zahtevnega gosta	NEGATIVNO	PONUDBA	14.01.2019	<a href="https://www.dnevnik.si/1042857511">https://www.dnevnik.si/1042857511</a>
Ljubljana na seznamu top 10 destinacij za kulinarične navdušence	POZITIVNO	NAGRADE	23.01.2019	<a href="https://cekin.si/koristno/ljubljana-na-seznamu-top-10-destinacij-za-kulinarnicne-navdusence.html">https://cekin.si/koristno/ljubljana-na-seznamu-top-10-destinacij-za-kulinarnicne-navdusence.html</a>
Novi priznanji za kongresni turizem v Ljubljani	POZITIVNO	NAGRADE	25.01.2019	<a href="https://www.mojaobcina.si/ljubljana/novice/novi-priznanji-za-kongresni-turizem-v-ljubljani.html">https://www.mojaobcina.si/ljubljana/novice/novi-priznanji-za-kongresni-turizem-v-ljubljani.html</a>
Najbolj trajnostna destinacija 2019 Palau, med mesti pa Ljubljana!	POZITIVNO	NAGRADE	23.03.2019	<a href="https://www.ekodezela.si/vsebina/aktualno/najbolj-trajnostna-destinacija-2019-palau-med-mesti-pa-ljubljana/">https://www.ekodezela.si/vsebina/aktualno/najbolj-trajnostna-destinacija-2019-palau-med-mesti-pa-ljubljana/</a>
Turizem Ljubljana uvedel za kitajske turiste plačevanje z aplikacijo Alipay	POZITIVNO	PONUDBA	11.04.2019	<a href="https://turisticni-novinarji.si/2019/04/11/turizem-ljubljana-vedel-za-kitajske-turiste-placevanje-z-aplikacijo-alipay/">https://turisticni-novinarji.si/2019/04/11/turizem-ljubljana-vedel-za-kitajske-turiste-placevanje-z-aplikacijo-alipay/</a>
Ljubljanski grad zapreti za turiste?	NEVTRALNO	PRETURIZEM	16.06.2019	<a href="https://www.slovenskenovice.si/novice/slovenija/clanek/ljubljanski-grad-zapreti-za-turiste-175970">https://www.slovenskenovice.si/novice/slovenija/clanek/ljubljanski-grad-zapreti-za-turiste-175970</a>
Ljubljana – zabavišni park za turiste?	NEGATIVNO	PONUDBA	29.06.2019	<a href="https://novice.svet24.si/clanek/novice/slovenija/5ced40195816b/ljubljana-zabaviscni-park-za-turiste">https://novice.svet24.si/clanek/novice/slovenija/5ced40195816b/ljubljana-zabaviscni-park-za-turiste</a>
Turizem v Ljubljani: porast stenic, premalo petične ponudbe, a turisti večinoma zadovoljni	NEGATIVNO	PONUDBA	7.07.2019	<a href="https://www.24ur.com/novice/slovenija/z-rezervacijo-preko-airbnb-turisti-veliko-tvegajo-predvsem-varnost.html">https://www.24ur.com/novice/slovenija/z-rezervacijo-preko-airbnb-turisti-veliko-tvegajo-predvsem-varnost.html</a>
Turistična ponudba v Jankovičevi Ljubljani; Angleški turist na Nebotičniku želel poskusiti tradicionalno slovensko pivo, natakarkar mu je serviral "Komunajzerja"	NEGATIVNO	PONUDBA	21.07.2019	<a href="https://nova24tv.si/slovenija/turistica-ponudba-v-jankovicki-ljubljani-angleski-turist-na-neboticniku-zelel-poskusiti-tradicionalno-slovensko-pivo-natakarkar-mu-je-serviral-komunajzerja/">https://nova24tv.si/slovenija/turistica-ponudba-v-jankovicki-ljubljani-angleski-turist-na-neboticniku-zelel-poskusiti-tradicionalno-slovensko-pivo-natakarkar-mu-je-serviral-komunajzerja/</a>

NASLOV MEDIJSKE OBJAVE	OCENA	TEMA	DATUM	LINK
Je turizem v Ljubljani ušel z vrvice?	NEGATIVNO	PRETURIZEM	20.08.2019	<a href="http://radio.ognjisce.si/sl/217/komentarji/30253/">http://radio.ognjisce.si/sl/217/komentarji/30253/</a>
Je Ljubljana že dosegla kritično točko pri številu turistov?	NEGATIVNO	PRETURIZEM	26.08.2019	<a href="https://siol.net/novice/slovenija/je-ljubljana-ze-dosegla-kriticno-tocko-pri-stevilu-turistov-505432">https://siol.net/novice/slovenija/je-ljubljana-ze-dosegla-kriticno-tocko-pri-stevilu-turistov-505432</a>
Odziv turističnega sektorja na prezimljena letala Adrie Airways	NEVTRALNO	PONUDBA	26.09.2019	<a href="https://turisticni-novinarji.si/2019/09/26/odziv-turisticnega-sektorja-na-prezimljena-letala-adrie-airways/">https://turisticni-novinarji.si/2019/09/26/odziv-turisticnega-sektorja-na-prezimljena-letala-adrie-airways/</a>
Ljubljani laskavo priznanje top butične destinacije #video	POZITIVNO	NAGRADE	8.10.2019	<a href="https://siol.net/trendi/potovanja/ljubljani-laskavo-priznanje-top-buticne-destinacije-video-509015">https://siol.net/trendi/potovanja/ljubljani-laskavo-priznanje-top-buticne-destinacije-video-509015</a>
Ljubljani evropska nagrada za pametni turizem	POZITIVNO	NAGRADE	10.10.2019	<a href="https://ec.europa.eu/slovenia/news/european-capitals-smart-tourism_sl">https://ec.europa.eu/slovenia/news/european-capitals-smart-tourism_sl</a>
Prekomernega turizma na Dunaju in v Ljubljani ni	POZITIVNO	PRETURIZEM	23.10.2019	<a href="https://www.delo.si/lokalno/ljubljana-in-okolica/prekomernega-turizma-na-dunaju-in-v-ljubljani-ni-241636.html">https://www.delo.si/lokalno/ljubljana-in-okolica/prekomernega-turizma-na-dunaju-in-v-ljubljani-ni-241636.html</a>
"V Ljubljani ni čezmernega turizma"	POZITIVNO	PRETURIZEM	23.10.2019	<a href="https://siol.net/trendi/potovanja/v-ljubljani-ni-cezmernega-turizma-510208">https://siol.net/trendi/potovanja/v-ljubljani-ni-cezmernega-turizma-510208</a> ; <a href="https://siol.net/trendi/potovanja/v-ljubljani-ni-cezmernega-turizma-510208">https://siol.net/trendi/potovanja/v-ljubljani-ni-cezmernega-turizma-510208</a>
Decembra padec turistov v Ljubljani	NEVTRALNO	RAST	22.12.2019	<a href="https://www.rtvlo.si/zivljenjski-slog/ture-avanture/decembra-padec-turistov-v-ljubljani/509891">https://www.rtvlo.si/zivljenjski-slog/ture-avanture/decembra-padec-turistov-v-ljubljani/509891</a>

## ZAHVALA

Celotna monografija je financirana v okviru Ciljnega raziskovalnega projekta (CRP) Smernice za management turističnih destinacij na podlagi modelov nosilnih zmogljivosti in turističnih tokov (V5-1724).

Prispevek drugega poglavja temelji na raziskovalnem programu Geografija Slovenije (P6-0101) in infrastrukturnem programu (I0-0031), ki ju financira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije ter Ciljnega raziskovalnega projekta Smernice za management turističnih destinacij na podlagi modelov nosilnih zmogljivosti in turističnih tokov (V5-1724).