

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA VPLIVA GOSPODARSKE KRIZE NA TURIZEM: PRIMER
GRŠKEGA SEKTORJA GOSTINSTVO**

Ljubljana, april 2014

DEJAN GUDURAŠ

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani Dejan Guduraš, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom Analiza vpliva gospodarske krize na turistični sektor v Grčiji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Tjašo Redek.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo zaključne magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
 - poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobil vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne 15.4.2014

Podpis avtorja:_____

KAZALO

UVOD	1
1 TURIZEM KOT GOSPODARSKA DEJAVNOST V SVETU.....	3
1.1 Opredelitev osnovnih pojmov	3
1.2 Dejavniki razvoja turizma	6
1.3 Ekonomski pomen turističnega sektorja in njegov obseg na mednarodni ravni	9
1.3.1 Ekonomske funkcije turizma.....	9
1.3.2 Prispevek turističnega sektorja k BDP-ju in zaposlovanju, prihodki ter investicije	11
1.3.3 Mednarodna turistična potrošnja in prihodi	16
2 MEDNARODNA GOSPODARSKA KRIZA IN TURIZEM.....	18
2.1 Vpliv mednarodne gospodarske krize na turizem v svetu.....	19
2.2 Vpliv mednarodne gospodarske krize na potrošniške navade.....	24
2.2.1 Globalne spremembe potrošniških navad.....	24
2.2.2 Vpliv sprememb potrošniških navad na turistični sektor	27
2.3 Strateški ukrepi za pomoč turističnemu sektorju na ravni držav in podjetij.....	29
3 MEDNARODNA GOSPODARSKA KRIZA IN TURISTIČNI SEKTOR V GRČIJI 31	
3.1 Makroekonomski položaj Grčije med letoma 2000 in 2012	31
3.2 Turistični sektor v Grčiji	38
3.2.1 Značilnosti in pomen turističnega sektorja v Grčiji	38
3.2.2 Vpliv mednarodne gospodarske krize na turistični sektor v Grčiji	41
3.3 Analiza prizadetosti turističnega sektorja v Grčiji zaradi gospodarske krize.....	45
3.3.1 Opredelitev problema.....	45
3.3.2 Metodologija in vzorec.....	46
3.3.3 Interpretacija podatkov.....	49
3.3.3.1 Število zaposlenih.....	49
3.3.3.2 Letna prodaja.....	52
3.3.3.3 Prihodki od izvoza.....	56
3.3.3.4 Dobiček na zaposlenega	58
3.3.3.5 EBITDA	60
3.4 Izzivi za prihodnost in strateški ukrepi za spopadanje turističnega sektorja v Grčiji s posledicami mednarodne gospodarske krize	63
3.5 Omejitve raziskave	66
SKLEP	67
LITERATURA IN VIRI	70

KAZALO SLIK

Slika 1: Dejavniki razvoja turizma.....	7
Slika 2: Ekonomski vplivi turističnega sektorja na različnih ravneh po WTTC.....	12
Slika 3: Delež turizma v BDP-ju (v %) na svetovni ravni in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012.....	13
Slika 4: Delež zaposlitev v turizmu kot odstotek vseh zaposlitev (v %) v svetu in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012	14
Slika 5: Prihodki od mednarodnih turističnih prihodov (v % celotnega izvoza) v svetu in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012	14
Slika 6: Delež kapitalskih investicij v turizmu (kot % vseh investicij) v svetu in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012	15
Slika 7: Mednarodna turistična potrošnja na svetovni ravni v milijardah ameriških dolarjev (\$) v izbranih letih.....	17
Slika 8: Gibanje števila mednarodnih turističnih prihodov (v milijonih) na svetovni ravni in glede na posamezno regijo v letih 1998–2012	18
Slika 9: Gibanje mednarodnih turističnih prihodov in BDP-ja (v %) na svetovni ravni v obdobju 1970–2010.....	20
Slika 10: Stopnje realne rasti BDP-ja EU27, ZDA in Japonske v obdobju 1998–2012	21
Slika 11: Stopnje brezposelnosti (v %) v EU27*, ZDA in na Japonskem v obdobju 1998–2012 ter sprememba v obdobju 2008–2012 v odstotnih točkah.....	21
Slika 12: Povprečna letna rast realnih neto plač (v %) za svet in razvita gospodarstva v obdobju 2006–2011.....	22
Slika 13: Kazalnik zaupanja potrošnikov za EU27 in evroobmočje v letih 2003–2013 (v % točkah).....	25
Slika 14: Vpliv mednarodne gospodarske krize iz leta 2008 na spreminjanje potrošniških trendov.....	26
Slika 15: Rast mednarodnih turističnih prihodov (v %) v svetu in posamezni regiji za leto 2009 glede na leto 2008	27
Slika 16: Delež mednarodnih turističnih prihodov (v %) glede na posamezno regijo v letih 1980 in 2010 z napovedjo UNWTO za leto 2030	28
Slika 17: Stopnje realne rasti BDP-ja (v %) za EU27 in Grčijo v obdobju 2000–2012	32
Slika 18: Gibanje bruto dodane vrednosti (v % celote) za šest največjih dejavnosti v Grčiji (glede na leto 2000) v obdobju 2000–2011.....	33
Slika 19: Povprečna rast bruto dodane vrednosti po posameznih dejavnostih (NACE Rev. 2) za EU27 in Grčijo v obdobju 2000–2011*.....	34
Slika 20: Gibanje stopnje brezposelnosti (v %) za EU27 in Grčijo v letih 2000–2012	34
Slika 21: Deleži zaposlenosti po posameznih dejavnostih (največjih šest) v Grčiji (v %) od vseh zaposlitev v obdobju 2000–2011	35
Slika 22: Povprečna letnih stopenj rasti zaposlenosti po posameznih dejavnostih (NACE Rev.2) za EU27 in Grčijo v obdobju 2000–2011	36

Slika 23: Gibanje povprečnih vrednosti nekaterih stebrov konkurenčnosti turističnega sektorja v Grčiji (na lestvici 1–7*) v izbranih letih	39
Slika 24: Glavni kazalniki prispevka turizma (v %) v Grčiji v letih 2003–2013*	42
Slika 25: Mednarodni turistični prihodi v Grčiji (v milijonih) v obdobju 2003–2012	43
Slika 26: Prihodki od mednarodnih turističnih prihodov Grčije (v milijardah €) v obdobju 2003–2012	44
Slika 27: Povprečno število zaposlenih v podjetjih po dejavnostih (NACE Rev. 2) v vzorcu grških podjetij v letu 2011	48
Slika 28: Porazdelitev spremenljivke »število zaposlenih« (v %) na vzorcu grških podjetij za obdobje 2003–2011	49
Slika 29: Mediana rasti prodaje (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij	53
Slika 30: Mediana rasti prihodkov od izvoza (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij	57
Slika 31: Mediana rasti dobička na zaposlenega (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij	59
Slika 32: Povprečni letni dobiček na zaposlenega v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v €) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	60
Slika 33: Mediana rasti EBITDA (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij	61
Slika 34: Povprečni EBITDA v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v tisoč €) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	62

KAZALO TABEL

Tabela 1: Deset najmočnejših emitivnih turističnih držav v letih 2008, 2011 in 2012	17
Tabela 2: Število hotelov in podobnih nastanitvenih obratov ter število ležišč in število nočitev (v tisoč) v teh obratih v Grčiji za obdobje 2000–2011	40
Tabela 3: Struktura mednarodnih turističnih prihodov glede na državo izvora (delež države kot % celote) – lestvica desetih največjih držav po prihodih v letih 2007, 2009 in 2012	43
Tabela 4: Struktura prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov glede na državo izvora (delež države kot % celote) – lestvica desetih največjih držav v letih 2007, 2009 in 2012	44
Tabela 5: Število in odstotek grških podjetij (zajetih v vzorec) glede na velikost po številu zaposlenih v obdobju 2003–2012	46
Tabela 6: Delež grških podjetij (zajetih v vzorec) glede na gospodarsko dejavnost (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2012	47
Tabela 7: Mediana števila zaposlenih in število podjetij v vseh dejavnostih ter izbranih treh dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	50
Tabela 8: Število podjetij, skupno število zaposlenih in povprečno število zaposlenih po letih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	51

Tabela 9: Povprečna letna rast števila zaposlenih v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v %) v obdobju 2004–2011 ter število podjetij v vzorcu grških podjetij v primeru omejitve na tri standardne odklone od povprečne vrednosti rasti števila zaposlenih.....	51
Tabela 10: Mediana rasti prodaje (v %) in mediana vrednosti prodaje (v tisočih €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	52
Tabela 11: Vrednosti povprečne letne prodaje (v tisoč €) po posameznih gospodarskih dejavnostih (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	53
Tabela 12: Število podjetij po velikosti (glede na število zaposlenih) v navedenih gospodarskih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	54
Tabela 13: Mediana rasti prihodkov od izvoza (v %) in mediana vrednosti prihodkov od izvoza (v tisoč €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	56
Tabela 14: Vrednosti povprečnega prihodka od izvoza (v tisoč €) po posameznih gospodarskih dejavnostih (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	57
Tabela 15: Mediana rasti dobička na zaposlenega (v %) in mediana vrednosti dobička na zaposlenega (v tisoč €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	58
Tabela 16: Mediana rasti EBITDA (v %) in mediana vrednosti EBITDA (v tisoč €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij	61
Tabela 17: Indeksi EBITDA za gostinstvo in izbrane dejavnosti iz vzorca grških podjetij za obdobje 2003–2011 s stalno osnovo v letu 2008	62
Tabela 18: Število podjetij in povprečne letne rasti posameznih spremenljivk (v %) v obdobju 2004– 2011 v vzorcu grških podjetij v primeru omejitve na tri standardne odklone od povprečne vrednosti rasti posamezne spremenljivke	63

UVOD

Turizem je v zadnjih desetletjih postal pomembna gospodarska dejavnost na svetovni ravni. V vse bolj povezanem svetu turistično potovanje postaja vedno dostopnejša »dobrina«, ki se ne pojmuje izključno kot luksuz oziroma privilegij, temveč tudi kot dobra naložba. Kot pretežno mednarodna dejavnost pa je turizem izpostavljen številnim globalnim spremembam (od političnih in tehnoloških do socialnih in demografskih), ki vplivajo na njegov razvoj. Preplet vseh teh sprememb odseva v spremenjenih potrošniških navadah turistov, ki so tako pred kot med svojim potovanjem vedno boljše informirani.

Mednarodna gospodarska kriza, ki je prizadela številna svetovna gospodarstva, je povzročila določene spremembe tudi v turizmu. Tako je z vidika potrošniškega obnašanja turistov spodbudila določene trende (npr. spremenljiva potrošnja), nekatere pa nekoliko upočasnila ali celo zaustavila (npr. iskanje ekstremnih doživetij). Kljub vsemu pa število mednarodnih turističnih potovanj na svetovni ravni še vedno narašča, kar je posebej pomembno za države, katerih gospodarstva so močno odvisna od turizma. Takšen primer je Grčija, ena izmed najprizadetejših držav v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) zaradi krize, kjer so mnoge gospodarske dejavnosti v zadnjih letih beležile upad in se je tako velika pozornost usmerila k dejavnostim, povezanim s turizmom. Kot navaja Galanos (2013, str. 131), se namreč v zadnjem času turizmu velikokrat pripisuje sposobnost, da postane jedro nove razvojne politike, naravnane k premagovanju gospodarske krize.

Namen magistrskega dela je na primeru Grčije, kjer turizem predstavlja pomembno gospodarsko dejavnost, prikazati vpliv mednarodne gospodarske krize na turizem (predvsem mednarodni turizem) in opisati njegovo soočanje s posledicami krize.

Cilj magistrskega dela je na podlagi analize podatkovne baze grških podjetij pokazati, kako je mednarodna gospodarska kriza prizadela grški turizem, ali je bil ta bolj ali manj prizadet od drugih gospodarskih dejavnosti in kakšna je bila v letih po začetku krize njegova dinamika v primerjavi z drugimi dejavnostmi. S tem želim preveriti glavno hipotezo, da je bil turizem v Grčiji zaradi mednarodne gospodarske krize manj prizadet od drugih gospodarskih dejavnosti.

Pri preverjanju glavne hipoteze mi bodo v pomoč podhipoteze, od katerih se tri posredno nanašajo na glavno in jih bom poskušal preveriti pred analizo. Te podhipoteze so:

1. Grčija je država, v kateri turizem predstavlja pomembno gospodarsko dejavnost, katere pomen je skozi krizo narastel, a ima določene slabosti.
2. Grčija ima velik turistični potencial.
3. Razvoj grškega turizma zavirajo številni dejavniki (majhnost podjetij, razdrobljenost ponudbe, težje oblikovanje celovitega paketa itd.).

Druge tri podhipoteze se nanašajo neposredno na glavno hipotezo in jih bom poskušal preveriti z analizo podatkov iz podatkovne baze Amadeus:

1. Dinamika turističnega sektorja je zaradi velike odvisnosti od zunanjega povpraševanja nekoliko drugačna od siceršnje gospodarske dinamike v Grčiji.
2. Turizem v Grčiji je bil zaradi padca gospodarske aktivnosti v EU, ki za grški turizem predstavlja glavni izvorni trg, prizadet prej kot gospodarstvo Grčije nasploh.
3. Turizem v Grčiji je bil zaradi odvisnosti od zunanjega povpraševanja manj prizadet kot gospodarstvo Grčije nasploh, saj je bil padec gospodarske aktivnosti v EU v povprečju precej manjši kot v Grčiji.

Magistrsko delo je sestavljeno iz teoretičnega in empiričnega dela. Prvi del temelji na pregledu domače in predvsem tuje strokovne literature s področja turizma. Za opisovanje, primerjanje in analiziranje širše sprejetih definicij oziroma opredelitev obravnavanih pojmov in pojavov (npr. turistični sektor, gospodarska kriza) sta uporabljeni metodi deskripcije in analize. Za raziskovanje in pojasnjevanje vzajemnih povezav med temi pojavi, ki tvorijo kompleksnejšo celoto, pa je uporabljena metoda sinteze. Drugi del temelji na empirični analizi sekundarnih podatkov iz vzorca grških podjetij, ki so bili pridobljeni iz podatkovne baze Amadeus in analizirani s pomočjo statističnega programskega paketa Stata.

Vsebinsko je magistrsko delo razdeljeno na tri poglavja. V prvem so najprej pojasnjeni osnovni pojmi in definicije, pomembni za razumevanje obravnavanega področja. Sledi kratek opis dejavnikov razvoja turizma, ki določajo smer, v katero se razvija turizem v svetu. Nato sta predstavljena ekonomski pomen turizma v zadnjih letih in njegov obseg na mednarodni ravni. Drugo poglavje opisuje vpliv mednarodne gospodarske krize na turizem v svetu, pri čemer so predstavljene posledice krize v razvitih gospodarstvih in izzivi, ki jih te posledice predstavljajo za (mednarodni) turizem. Opisani so tudi globalne spremembe potrošniških navad in njihov vpliv na turistični sektor ter nekateri strateški ukrepi, ki jih sprejemajo države in podjetja za pomoč turističnemu sektorju pri soočanju s posledicami krize. Tretje poglavje predstavlja povzetek ideje drugega poglavja in njeno aplikacijo na primeru Grčije. Na začetku je tako poleg značilnosti in pomena grškega turističnega sektorja opisano splošno dogajanje v grškem gospodarstvu, ki mu sledi opis vpliva mednarodne gospodarske krize na grški turizem. Večji del poglavja pa je namenjen raziskavi o prizadetosti turizma zaradi krize, kjer so analizirani podatki iz vzorca grških podjetij. V okviru raziskave so predstavljeni raziskovalni problem, glavna hipoteza, uporabljena metodologija in interpretacija podatkov. Poglavje se zaključuje z omembo glavnih izzivov za prihodnost in nekaterih ukrepov za spopadanje grškega turizma s posledicami krize.

Glavno omejitev raziskave predstavlja statistična opredelitev turističnega sektorja. Turizem namreč nima posebej določene kategorije v klasifikacijah gospodarskih dejavnosti, kar predstavlja določene težave pri celovitem oziroma enotnem obravnavanju problemov s področja turizma. Za analizo so namreč uporabljeni podatki podjetij, ki so razvrščena po

sektorjih, kot so opredeljeni v Statistični klasifikaciji gospodarskih dejavnosti v Evropski skupnosti (NACE Rev. 2), kjer pa ni posebej določene dejavnosti oziroma sektorja turizem.

Tako se za opis dogajanja v turističnem sektorju sklicujem le na dejavnost I – Gostinstvo, ki jo sestavljata podkategoriji Gostinske nastanitvene dejavnosti ter Dejavnost strežbe jedi in pijač. Omenjena opredelitev zajema le nekatere ožje gospodarske dejavnosti, ki so neposredno povezane s turističnim potovanjem oziroma s turisti, in zato ne omogoča prave slike o tem, kaj se je v določenem obdobju dogajalo s turističnim sektorjem kot celoto. Ker pa dejavnost I zajema ključne dele turizma, predpostavljam, da analiza vseeno dobro predstavlja dogajanje tudi v drugih dejavnostih, ki so s turizmom povezane, pa jih ne morem zajeti. Ker me zanimajo trendi, ta omejitev prav tako ni prevelika z vidika doseganja ciljev raziskave.

1 TURIZEM KOT GOSPODARSKA DEJAVNOST V SVETU

Prvo poglavje je namenjeno opisu ključnih pojmov, na katerih temelji magistrsko delo, predstavitvi nekaterih dejavnikov, ki vplivajo na razvoj turizma, ter kratkemu prikazu stanja in pomena turizma na svetovni ravni. V okviru tega so predstavljene posamezne ekonomske funkcije turizma, njegov prispevek k svetovnemu gospodarstvu (k bruto domačemu proizvodu (v nadaljevanju BDP), zaposlovanju, prihodkom in investicijam) ter mednarodna turistična potrošnja in prihodi.

1.1 Opredelitev osnovnih pojmov

Za lažje razumevanje obravnavane teme navajam definicije nekaterih pojmov, ki se pogosto pojavljajo v magistrskem delu. Prvi pojem je **turist**, ki se pogovorno veliko uporablja za opis ljudi, ki potujejo, v nekaterih primerih pa celo nadomešča druge sorodne pojme, ki jih uporablja uradna turistična statistika. Svetovna turistična organizacija (United Nations World Tourism Organization, 2008, str. 9–10; v nadaljevanju UNWTO) namreč loči med:

- potnikom, ki je opredeljen kot oseba, ki se giblje med različnimi geografskimi lokacijami ne glede na namen in čas trajanja,
- obiskovalcem, ki je opredeljen kot potnik, ki potuje v glavno destinacijo izven svojega običajnega življenjskega okolja za manj kot eno leto zaradi različnih namenov, vendar ne zaradi zaposlitve (plačila) v obiskani državi oziroma kraju,
- turistom, ki je opredeljen kot obiskovalec, ki v obiskanem kraju ali državi ostane vsaj eno noč.

UNWTO (2013a, str. 18) torej pri definiciji turista izhaja iz koncepta obiskovalec (angl. *visitor*), ki se deli na dve skupini: prva so turisti (angl. *tourists* ali *overnight visitors*), druga pa enodnevni obiskovalci (angl. *same-day visitors* ali *excursionists*).

Naslednji pojem je **turizem**, ki po splošno sprejeti tako imenovani »santgallenski definiciji« (po Univerzi v Sankt Gallenu v Švici) predstavlja »celoto odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavno in stalno bivališče niti kraj zaposlitve« (Kaspar, 1996 v Planina & Mihalič, 2002, str. 29). UNWTO (1994 v Planina & Mihalič, 2002, str. 30) ga opredeljuje kot »aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov«.

Turizem se z vidika države izvora turistov deli na domači (nanaša se na potovanja prebivalcev – rezidentov znotraj svoje države) in mednarodni turizem (potovanja s prestopanjem državnih mej – ne glede na smer), ki pa ga UNWTO (v Planina & Mihalič, 2002, str. 35) na podlagi državljanstva in izbrane ciljne države še naprej deli na mednarodni receptivni (angl. *inbound*) in mednarodni emitivni (angl. *outbound*) turizem. »Inbound« turizem, ki se pogosto omenja kot tujski turizem, se tako navezuje na potovanja tujih državljanov znotraj domače države, medtem ko se »outbound« turizem navezuje na potovanja prebivalcev domače države v tujih državah.

Turistični sektor ali dejavnost predstavlja pojem, ki označuje gospodarske dejavnosti, povezane s turizmom. V tuji literaturi se v povezavi s tem pogosto uporablja angleški izraz »industry«. Tako na primer pri UNWTO za turistični sektor uporabljajo izraz »tourism industry«, medtem ko Svetovni potovalni in turistični svet ali World Travel and Tourism Council (v nadaljevanju WTTC) uporablja malo širši izraz, in sicer »Travel and Tourism Industry«.

Na UNWTO (2012a, str. 578) omenjajo, da turistični sektor vključuje tiste dejavnosti, ki navadno proizvajajo proizvode, značilne za turizem¹ (angl. *tourism characteristic products*). Na seznam takšnih dejavnosti se tako uvrščajo: dejavnost gostinske nastanitve obiskovalcev, strežbe jedi in pijač, potniškega prometa (železniškega, cestnega, vodnega in zračnega), dejavnost dajanja v najem in zakup transportne opreme, dejavnosti potovalnih agencij, organizatorjev potovanj in s potovanji povezanih dejavnosti, kulturne, športne in rekreacijske dejavnosti, trgovina s turistično značilnimi dobrinami, specifičnimi za posamezno državo, in ostale za državo specifične aktivnosti, značilne za turizem.

Edgell, DelMastro Allen, Smith in Swanson (2008, str. 2) navajajo, da nobena druga dejavnost oziroma sektor nima večjega problema s samopodobo kot turizem (turistični sektor), saj ta predstavlja preplet dejavnosti, kar tudi povzroča težave pri primerjavah znotraj same dejavnosti in z drugimi sektorji gospodarstva. Kot še dodajajo, ne gre za eno, temveč za zmes številnih gospodarskih dejavnosti. Turistični sektor namreč vključuje aktivnosti

¹ Proizvod je po UNWTO (Tourism Industries, 2013) značilen za turizem, če izpolnjuje vsaj enega od dveh kriterijev. Prvič, da predstavlja turistična potrošnja za proizvod (izdelek ali storitev) pomemben delež v celotni turistični potrošnji ali drugič, da predstavlja turistična potrošnja za proizvod velik delež ponudbe v gospodarstvu, kar pomeni, da bi bila v primeru odsotnosti obiskovalcev ponudba teh proizvodov bistveno manjša.

nakupovanja, prodaje ter menedžmenta številnih različnih storitev in proizvodov, namenjenih turistom oziroma obiskovalcem, ki lahko segajo od rezervacije hotelskih sob do prodaje spominkov ali upravljanja letalske družbe. Prav zato je po njihovem mnenju turistični sektor v smislu povezanosti s toliko različnimi proizvodi in storitvami, ki jih za svoje delovanje potrebuje od drugih sektorjev (kmetijski proizvodi, letala, računalniški rezervacijski sistemi, hoteli itd.), po obsegu največji.

Podobno v povezavi s tem Pirjevec (2008, str. 132) navaja, da o turizmu ni smiselno govoriti kot o panogi, saj ga ni mogoče opredeliti zgolj kot eno gospodarsko panogo. Trditev utemeljuje s tem, da gre po definiciji turizma za celoto odnosov in pojavov, ki nastanejo v času potovanja in začasnega bivanja turista v neki turistični destinaciji ter ki jih z ekonomskega vidika proučujemo skozi niz interakcij med turistično ponudbo in povpraševanjem. Uspešnost teh interakcij pa se tako meri skozi turistično potrošnjo, ki predstavlja del osebne potrošnje turista, namenjene potovanju in bivanju izven kraja stalnega bivališča zaradi počitka, zabave, okrevanja itd. Omenjeni avtor navaja, da je turist potrošnik posebne vrste, saj je izključno potrošnik finančnih sredstev, ki so bila zaslužena izven kraja začasnega bivališča. Svoj »turistični proračun« neposredno troši v gospodarskih panogah, kot so gostinstvo, promet, trgovina, potniške agencije ter druge gospodarske dejavnosti in panoge.

Planina in Mihalič (2002, str. 45) navajata, da turizem temelji na številnih gospodarskih in negospodarskih dejavnostih ter ga je mogoče razumeti na več načinov. Pri prvem načinu gre za statistično opredeljeno dejavnost HoReCa/Ta (angl. *Hotels and similar establishments, Restaurants, Cafes and bars and Travel Agencies*), ki se nanaša le na gostinske obrate, turistične agencije in organizatorje potovanj. Avtorja navajata, da je ta način sicer najenostavnejši za razumevanje, vendar da to ni sopomenka za turizem, saj omenjeni subjekti ne nudijo storitev samo turistom, temveč tudi rezidentom. Poleg tega v to niso zajete številne druge »turistične« storitve, ki jih nudijo, na primer igralnice, žičnice ali naravne znamenitosti, kjer so turisti glavni obiskovalci in potrošniki.

Drugi način, ki ga omenjata Planina in Mihalič (2002, str. 47), je razumevanje turističnega gospodarstva kot skupka vseh področij, dejavnosti in panog, kjer turisti osebno (neposredno) trošijo svoja sredstva (»turistični proračun«). Znotraj te opredelitve so poleg sektorja HoReCa/Ta zajete tudi dejavnosti žičnic, smučišč, golf igrišč in drugih športnih objektov, kopališč, marin, plaž, zdraviliških zdravstvenih dejavnosti itd.

Kot tretji način razumevanja pa omenjata turistično gospodarstvo v širšem pomenu, torej poleg dejavnosti, v katere je neposredno usmerjena osebna potrošnja turistov, to vključuje tudi dejavnosti, ki proizvajajo ali prodajajo za potrebe turističnih podjetij, da lahko ta zadostijo zahtevam turistov (npr. kmetijstvo, trgovina, avtomobilska, tekstilna in farmacevtska industrija, bančništvo). S tega vidika je tako pomembno, da se poleg osebne turistične (neposredne) potrošnje ugotavlja tudi njene posredne vplive (Planina & Mihalič (2002, str. 47–48).

Turizem torej sestavlja množica različnih proizvodov in storitev, katerim je skupno, da jih uporabljajo obiskovalci oziroma turisti med svojim potovanjem. Od drugih gospodarskih panog se loči po tem, da ga določa povpraševanje obiskovalcev, medtem ko so druge dejavnosti določene s strani ponudbe. Turistična dejavnost v nacionalnih računih gospodarstev ni predstavljena kot enoten sektor, temveč so njeni učinki zajeti v različnih področjih BDP-ja. Da bi bilo mogoče te učinke sistematično analizirati in omogočiti mednarodno primerjavo rezultatov, so Organizacija združenih narodov, UNWTO, Eurostat ter Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD) v sodelovanju razvili posebno metodologijo satelitskih računov za turizem (angl. *Tourism Satellite Accounts*), ki predstavlja celovit pristop pri ocenjevanju ekonomskega pomena turizma v določenem gospodarstvu (Zagoršek, Jaklič, Bregar, Hribernik & Raškovič, 2008, str. 18).

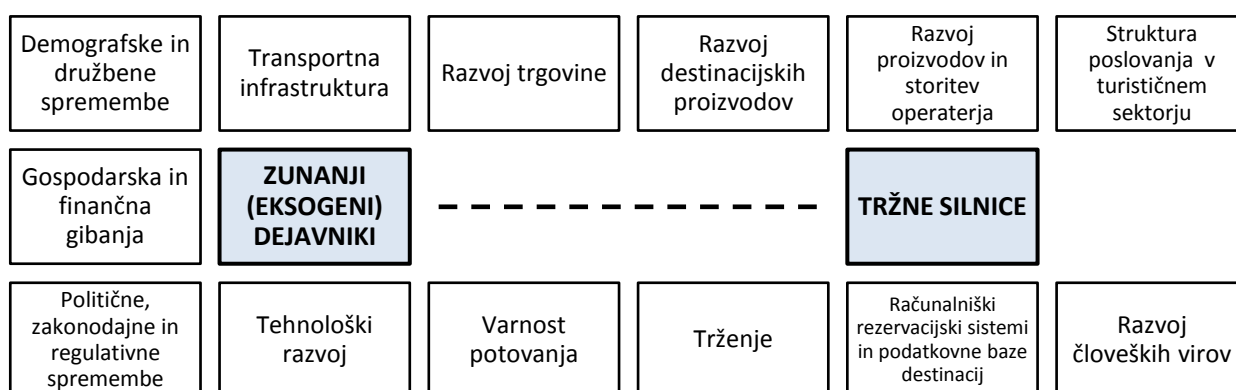
Iz do sedaj navedenega bi torej bilo mogoče sklepati, da turizem res predstavlja pomemben gospodarski sektor na svetovni ravni. Veliko prispeva k deležu zaslužkov od izvoza ter ponuja številne priložnosti na področju ustvarjanja delovnih mest, trajnostnega razvoja, ekonomske diverzifikacije, boja proti revščini, investicij, ustanavljanja podjetij in lokalnega opolnomočenja (ILO, 2010, str. 22). Nekatere od teh prispevkov podrobneje opisujem v naslednjih poglavjih.

1.2 Dejavniki razvoja turizma

Turizem je velik in kompleksen fenomen z ekonomskimi, okoljskimi in socialno-kulturnimi vplivi na kraje in prebivalstvo, ki v njem sodelujejo. Prav tako kot turizem predstavlja glavnega povzročitelja sprememb, se tudi sam spreminja zaradi zunanjih dejavnikov. Turizem predstavlja rezultat prepletanja lokalnih, nacionalnih in mednarodnih sil, trendov in načinov razmišljanja skupaj z vplivom posameznih ključnih deležnikov, političnih ideologij, svetovnih dogodkov (naravnih in človeških) in spreminjajočih se okusov potrošnikov, zato ga tako kot druge ekonomske in družbene fenomene ni mogoče proučevati izven konteksta (Butler, 2008, str. 54).

Dejavnike, ki vplivajo na razvoj turizma na splošno, omenjata Gee in Fayos - Solà (1997, str. 13). Na sliki 1 naštevata zunanje dejavnike, od katerih je posredno odvisen razvoj turizma, in notranje dejavnike, ki jih spodbujajo tržne silnice in so neposredno povezani s turističnim sektorjem.

Slika 1: Dejavniki razvoja turizma



Vir: C. Y. Gee & E. Fayos - Solà, *International Tourism: A Global Perspective*, 1997, str. 13.

Širši kontekst turizma opisujejo Dwyer, Edwards, Mistils, Roman in Scott (2009, str. 63–74), ki navajajo, da je turizem kot izrazito izvozno usmerjena dejavnost, ki je tesno povezana z drugimi sektorji gospodarstva, pod neposrednim in posrednim vplivom globalnih trendov. Omenjeni avtorji opredeljujejo šest takšnih trendov (imenujejo jih megatrendi), ki predstavljajo globalne gonilnike sprememb v turizmu: politični, ekonomski, okoljski, tehnološki, demografski in socialni trendi.

Kot **politične trende**, ki vplivajo predvsem na mednarodni turizem, Dwyer et. al (2009, str. 65) naštevajo: moč svetovnih velesil (npr. naraščajoč vpliv Kitajske in Indije na geopolitično in hkrati »turistično« sliko sveta), varnost (pred mednarodnim terorizmom) ter regionalne in etnične konflikte (npr. vojaški spopadi na Bližnjem vzhodu zaradi državljanske vojne v Siriji in politične nestabilnosti v Egiptu).

Med **ekonomske trende**, ki lahko v medsebojni kombinaciji pospešijo splošno gospodarsko rast in dinamiko, uvrščajo: nove (izboljšane) makroekonomske politike, globalizacijo, deregulacijo/liberalizacijo, naraščajoče trgovanje in investicije, širjenje informacijskih tehnologij ter vedno bolj dinamičen zasebni sektor. Njegovo hitro širjenje v državah v razvoju spodbuja gospodarsko rast z ustvarjanjem konkurenčnega pritiska, ki zahteva učinkovitejšo izrabo virov.

Izčrpavanje naravnih virov zaradi gospodarskega razvoja in naraščanja prebivalstva, podnebne spremembe (te vedno bolj določajo priljubljenost posameznih destinacij) in izguba biotske raznovrstnosti so glavni **okoljski trendi**, ki vplivajo tudi na turizem, saj je ta tesno povezan z okoljem (Dwyer et al., 2009, str. 65).

Turizem je močno odvisen tudi od informacijske in transportne tehnologije (**tehnološki trendi**). Razvoj novih tehnologij omogoča turističnim organizacijam/podjetjem boljši nadzor nad operativnimi stroški in ustvarjanje dodane vrednosti za svoje kupce. Tem istočasno omogoča interaktiven dostop do ponujenih proizvodov, kar daje turistom nepredvidljivo moč

odločanja o porabi svojega časa in denarja (Buhalis, 2003 v Dwyer et al., 2009, str. 66). K večji dostopnosti svetovnih destinacij pripomorejo nove transportne tehnologije, ki po eni strani povečujejo hitrost in stroškovno učinkovitost transporta, po drugi pa se bodo v prihodnosti soočale z izzivi, kot so zmanjševanje družbenih in okoljskih stroškov, povezanih s potovanji, na primer onesnaževanje, zastoji in varnost (Dwyer et al., 2009, str. 66).

Kot navajajo Dwyer et al. (2009, str. 66), imajo veliki demografski premiki in družbene spremembe (**demografski trendi**) močan vpliv na vse družbene institucije, od družine, izobraževalnega sistema do podjetij. Te spremembe vključujejo naraščanje in staranje prebivalstva, urbanizacijo, spreminjajoče se družbene strukture (vprašanje tradicionalne družine v razvitih gospodarstvih), večjo skrb za zdravje in dobro počutje, spreminjajoče se delovne vzorce (fleksibilnejši delovni čas), vse bolj zabrisano mejo v tradicionalnem razlikovanju ženskih in moških vlog v družbi ter naraščajoč pomen izobrazbe. Zaradi globalizacije gospodarstva in tehnoloških sprememb bo namreč vedno bolj potrebna visoko usposobljena delovna sila, zato je med podjetji prisotno vedno večje zavedanje, da je za ohranjanje konkurenčnosti v hitro spreminjajočem se okolju pomembno vlaganje v človeški kapital (izobraževanje in usposabljanje zaposlenih).

Kot še dodajajo Dwyer et al. (2009, str. 67), skupaj z demografskimi trendi vzporedno vplivajo na turizem tudi **socialni trendi**. Ti predstavljajo spremembe človeških vrednot, potreb in pričakovanj. Tako je za populacije razvitih držav po mnenju avtorjev mogoče reči, da jih označujejo vrednote oziroma značilnosti, kot so individualizem, iskanje izkušenj/doživetij, samoizboljšanje (angl. *self-improvement*), ko ljudje potujejo zato, da bi izboljšali svoje počutje, pridobili novo znanje ali se naučili novih spretnosti (prav zato vedno več ljudi počitnice namesto kot eno izmed oblik potrošnje dojema kot obliko naložbe – naložbo vase). Druge socialne trende predstavljajo: iskanje najboljših vrednosti za denar (angl. *value for money*), eksperimentiranje (pripravljenost ljudi za preizkušanje novih proizvodov, hrane in atrakcij), povpraševanje po varnih proizvodih in storitvah ter povečana družbena in okoljska ozaveščenost.

Neposredno se v turističnem sektorju nekateri od teh trendov odražajo kot zmanjševanje vloge turističnih posrednikov (angl. *travel disintermediation*) in oblikovanje lastnih paketov s strani kupcev (ločene rezervacije hotelov in vozovnic ter vstopnic). V neposredni povezavi s potrošniki torej narašča pomen samostojnega potovanja in »on-line« rezervacij, spreminjajo se vzorci potrošnje (lov na dobre kupčije), izrazitejša postaja želja po personalizaciji (samostojna poslovna potovanja, vikend oddihi s partnerjem, družinske počitnice, obiskovanje sorodnikov), naraščata zavedanje o posledicah izpustov ogljikovega dioksida in okoljskih vplivih ter koncept trajnostnega turizma (Sahli, 2012, str. 23–24). Vsi naštetih trendi so pomembni za turizem, saj skupaj sestavljajo kontekst, znotraj katerega je mogoče pričakovati, da se bo turistični sektor razvijal do leta 2020 (Dwyer et al., 2009, str. 67).

1.3 Ekonomski pomen turističnega sektorja in njegov obseg na mednarodni ravni

V nadaljevanju najprej splošno opisujem različne ekonomske učinke oziroma funkcije, ki jih ima turizem v gospodarstvu. Nato z izbranimi kazalniki prikazujem relativen pomen turizma na svetovni ravni v zadnjih petnajstih letih. Prav tako na kratko prikazujem, kako se je v omenjenem obdobju gibal mednarodna turistična potrošnja in kakšna je struktura mednarodnih turističnih prihodov po svetovnih regijah.

1.3.1 Ekonomske funkcije turizma

V zadnjih desetletjih je turizem postal pomemben sektor v svetovnem gospodarstvu, saj se je skozi čas njegov prispevek k rasti dohodkov in zaposlenosti opazno povečal, povečal pa se je tudi njegov vpliv na stanje v plačilni bilanci (Algieri & Aquino, 2008, str. 145). V različnih obdobjih so, kot navaja Mihalič (2010, str. 13), države izkazovale različne stopnje zanimanja za proučevanje posameznih ekonomskih vplivov turizma na nacionalno gospodarstvo.

Običajno v obdobjih gospodarskih kriz oziroma recesij tako manj razvite kot razvite države posvečajo veliko pozornosti devizni funkciji turizma, sploh v zadnjem času se veliko promovira tudi njegov potencial za ustvarjanje delovnih mest, zmanjševanje revščine in regionalni razvoj. Ta potencial poleg UNWTO in drugih organizacij s področja turizma veliko omenjata tudi Mednarodna organizacija dela² (International Labour Organization, v nadaljevanju ILO) in Program Združenih narodov za okolje³ (United Nations Environmental Programme – UNEP).

Turizem ima torej kar nekaj ekonomskih funkcij, med katerimi se, kot razlaga Mihalič (2010, str. 15), omenjajo zaposlitvena (vpliv na zaposlovanje), multiplikacijska (vpliv na gospodarski razvoj s pomočjo turističnega multiplikatorja), devizna (vpliv na plačilno bilanco), inflacijska/deflacijska (vpliv na inflacijo/deflacijo), kompenzacijska (vpliv na regionalni razvoj) ter valorizacijska (vpliv na valorizacijo necenovnih in javnih dobrin).

Turizem je delovno intenziven sektor, ki zaposluje veliko ljudi. Večina »turističnih« zaposlitev je namreč v storitveni dejavnosti, ki je manj avtomatizirana v primerjavi s proizvodno dejavnostjo, torej je z relativno malo kapitala zaposlene veliko delovne sile (Edgell et al., 2008, str. 115). Turizem absorbira tudi vedno večji delež odpuščene delovne sile iz kmetijstva in proizvodnje ter na ta način preprečuje brezposelnost velikega obsega, kar kaže na sposobnost ustvarjanja delovnih mest oziroma **zaposlitveno** funkcijo turizma (Lim, 2006, str. 45). Večina turističnih podjetij je, kot še navaja Lim (2006, str. 45), majhnih ali srednje velikih podjetij – SME (angl. *small and medium-sized enterprises*), ki pa imajo velik ekonomski potencial za trajnostni razvoj turizma (UNEP, 2011, str. 414). Trend tako

² The sectoral dimension of the ILO's work. Update of sectoral aspects regarding the global economic crisis: Tourism, public services, education and health (ILO, 2010).

³ Tourism – Investing in Energy and Resource Efficiency (UNEP, 2011).

imenovanega »zelenega turizma«, ki vključuje izboljšave na področju energetike ter ravnanja z vodo in odpadki, naj bi zaposlitveni potencial turizma še bolj okrepil z večjim zaposlovanjem na lokalni ravni in v turizmu, usmerjenem k lokalni kulturi in naravnemu okolju (UNEP, 2011, str. 414).

Zmožnost turizma, da prek turistične potrošnje vpliva na razvoj gospodarstva, opisuje **multiplikacijska** funkcija. Turizem ustvarja zaposlitve in dohodke v sektorjih, kjer se neposredno odvija potrošnja ali investicije, povezane s turizmom, prav tako pa tudi spodbuja njihovo nadaljnje povečevanje v celotnem gospodarstvu, s tem ko prejemniki povišanih dohodkov potrošijo določen delež teh dohodkov (Sinclair, 1997, str. 139). Izdatki turistov se tako naprej »prelivajo« po različnih sektorjih in podjetjih ter s tem ustvarjajo tako imenovane multiplikativne učinke, s čimer vplivajo na večjo gospodarsko aktivnost, zaposlenost in zaslužke prebivalstva receptivne države, regije ali lokalne skupnosti. Ti učinki se ocenjujejo z multiplikatorjem (npr. dohodkovni, investicijski), ki izraža posredne vplive turistične potrošnje na gospodarstvo države (Planina & Mihalič, 2002, str. 242–250) ter predstavlja razmerje med ustvarjeno vrednostjo dohodka (zaposlenosti, investicij) in začetno spremembo v turistični potrošnji ali s turizmom povezanih investicijah (Sinclair, 1997, str. 139).

Za ocenjevanje ustvarjenega dohodka ali zaposlitev zaradi turistične potrošnje se uporabljajo naslednji modeli: keynesianski multiplikator, »input-output« model in model splošnega ravnotežja CGE (angl. *computable general equilibrium model*), ki je relativno nov pristop in na področju turizma še ni toliko v uporabi (Dwyer, Forsyth, Spurr & Van Ho, 2008, str. 259). Sinclair (1997, str. 141) navaja primer vpliva turizma na dohodek v pokrajini Malaga v Španiji, kjer je bilo na podlagi keynesianskega multiplikatorja ocenjeno, da je znašala vrednost dohodkovnega multiplikatorja 0,54, kar pomeni, da se je za vsakih 1.000 takratnih denarnih enot turistične potrošnje razpoložljivi dohodek lokalnega prebivalstva povečal za približno 540 takratnih enot. V povezavi s tem pa je, kot navaja Sinclair (1997, str. 139), še treba omeniti, da ustvarjanje delovnih mest in dohodka ni samo posledica potrošnje tujih turistov ter s tem povezanega povečanja zasebnih investicij in javne potrošnje, temveč prispeva k temu tudi potrošnja domačih turistov, ki pogosto presega potrošnjo tujih.

Naslednja pomembna funkcija je **devizna**, ki predstavlja prvo priznano ekonomsko funkcijo turizma in je povezana z zmožnostjo mednarodnega receptivnega turizma, da državi zagotavlja devizna sredstva. Pogosto se ta funkcija imenuje tudi plačilno-bilančna zaradi vpliva, ki ga ima turizem na plačilno bilanco (Mihalič, 2010, str. 15). Omenjena funkcija je najpogosteje prikazana s saldonom bilance turističnih potovanj, ki se ga izračuna kot razliko med prilivi iz naslova turističnih prihodov iz tujine v državo in odlivi iz istega naslova potovanj rezidentov v tujino. Za razvite države (npr. Nemčijo) praviloma velja, da imajo negativen saldo, ker prebivalstvo teh držav porabi za potovanja v tujino več denarja, kot ga država pridobi zaradi prihodov tujih turistov (Planina & Mihalič, 2002, str. 225–231).

Z devizno je povezana **inflacijska/deflacijska** funkcija, ki predstavlja sposobnost mednarodnega turizma, da lahko v receptivni/emitivni državi sproži inflacijo/deflacijo. Mednarodni turisti iz emitivne države (npr. Nemčija, Velika Britanija, Nizozemska) v receptivno državo, ki jo obiščejo (npr. Španija, Portugalska, Grčija in Turčija), s sabo prinesejo finančna sredstva, in če se ponudba blaga in storitev (blagovni skladi) ne more enakovredno prilagoditi povečanemu efektivnemu povpraševanju (plačilno sposobno povpraševanje ali denarni skladi), se lahko splošna raven cen zviša. Na drugi strani pa v emitivnih državah mednarodni turizem predstavlja odliv denarnih sredstev (zmanjšanje denarnih skladov), kar lahko vpliva na zmanjšanje splošne ravni cen (Mihalič, 2010, str. 47).

Turizem ima tudi **kompensacijsko** funkcijo, pri kateri gre, kot navaja Sharpley (2002, str. 18), za vlogo turizma kot učinkovitega sredstva za prenos bogastva (premoženja) in investicij iz bogatih, razvitih držav ali regij v manj razvita, revnejša območja. Ta ponovna razdelitev bogastva se zgodi kot posledica turistične potrošnje v destinaciji in investicij v turistične objekte s strani bogatejših, emitivnih držav. Na ta način torej razvite države z investiranjem v turizem podpirajo gospodarsko rast in razvoj manj razvitih držav. Na mednarodni ravni v primeru Evrope tako turizem ustvarja distribucijo bogastva od bogatejših severnih proti revnejšim južnim državam, kar z regionalnega vidika pomeni, da lahko turizem deluje kot sredstvo za distribucijo razvoja od industrijskih centrov proti manj razvitim regijam (Williams & Shaw, 1991 v Proença & Soukiazis, 2008, str. 792).

Zadnja, **valorizacijska** ali konverzijska funkcija pa se, kot navajata Planina & Mihalič (2002, str. 234–235), nanaša na spreminjanje turističnih privlačnosti, ki so prosto dostopne dobrine (brez cene), v dobrine, ki na turističnem trgu posredno dobijo neko vrednost (ceno). Tako se na primer turistične privlačnosti (kulturne, naravne, socialne) s pomočjo razvoja sekundarne turistične ponudbe (prometna in komunalna infrastruktura, turistični objekti, turistični proizvodi in storitve) spremenijo v elemente primarne turistične ponudbe. To pa so dobrine, ki niso proizvod dela ali ki jih človek ne more več proizvajati v enaki kakovosti, kot so naravne (npr. Veliki koralni greben, Viktorijini slapovi ali Amazonski deževni gozd) in antropogene dobrine (npr. Stonehenge, Machu Picchu, Angkor Wat ali egipčanske piramide).

Turizem pa ima poleg omenjenih ekonomskih tudi neekonomске učinke. Kreag (2001, str. 8) tako v okviru neekonomskih vplivov omenja, da ima turizem pomembno vlogo pri, na primer, zaščiti naravnega okolja in zgodovinske dediščine, ohranjanju kulturne identitete lokalne skupnosti, širjenju obzorij oziroma učenju tako lokalnega prebivalstva kot turistov in promociji kulturne izmenjave ter večje strpnosti in razumevanja med različnimi kulturami.

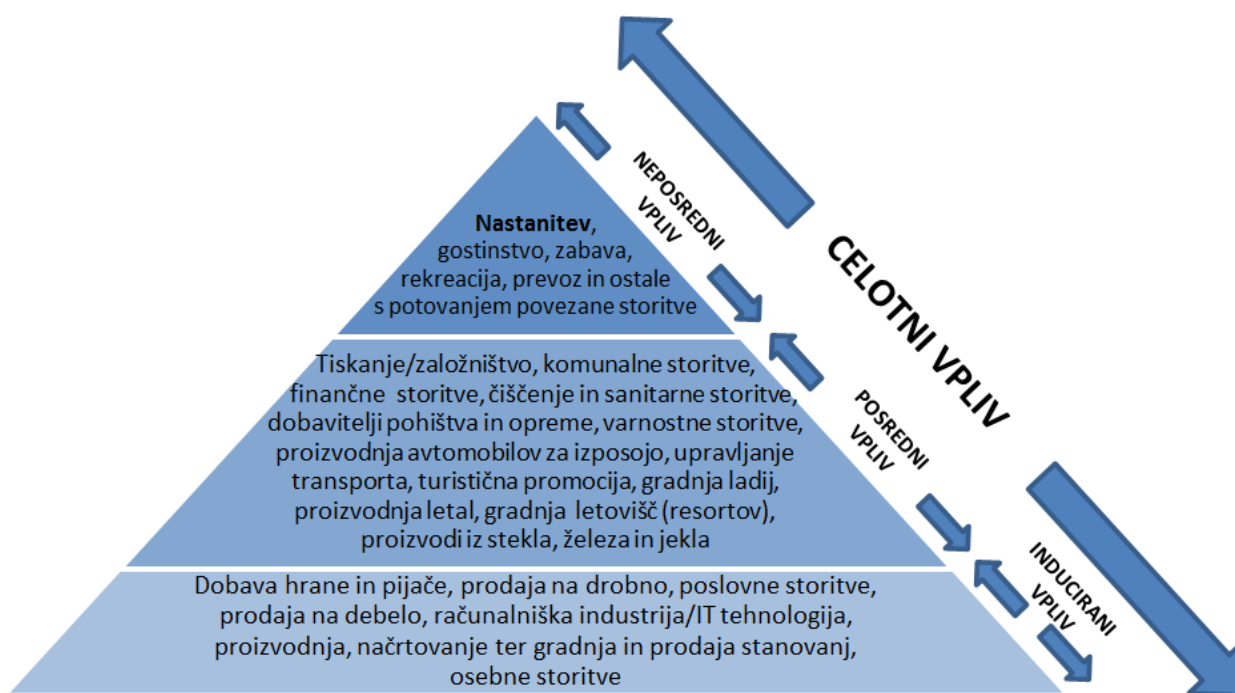
1.3.2 Prispevek turističnega sektorja k BDP-ju in zaposlovanju, prihodki ter investicije

Turizem z globalnega vidika predstavlja pomembno gospodarsko dejavnost, ki prispeva precejšen delež v BDP-ju, zaposlovanju, prihodkih in investicijah. Leta 2012 je tako turizem predstavljal dobrih 9 % svetovnega BDP-ja in 260 milijonov zaposlitev, kar predstavlja

vsakega enajstega od vseh zaposlenih na svetu. Prihodki od mednarodnih turističnih prihodov na svetovni ravni so v istem letu znašali 1243 mlrd \$ oziroma 5,3 % celotnega svetovnega izvoza, investicije v turizem pa 764,7 mlrd \$ oziroma 4,7 % vseh investicij (WTTC, 2013b, str. 1). Pri WTTC (2013b, str. 2) so prepričani, da ima turistični sektor poleg svojega neposrednega vpliva tudi velik posredni in inducirani ekonomski vpliv, ki skupaj tvorijo celoten učinek/prispevek sektorja (slika 2).

Neposredni prispevek turističnega sektorja k BDP-ju odraža skupno potrošnjo rezidentov in nerezidentov znotraj posamezne države za potovanja in turizem (tako za poslovne kot prostočasne namene) ter posamezne vladne izdatke za zagotavljanje turističnih storitev, neposredno povezanih z obiskovalci, kot so muzejske ali rekreativne dejavnosti (nacionalni parki). Ta prispevek je torej enak »outputu« sektorjev, značilnih za turizem, kot so hoteli, letališča oziroma letalske družbe, organizatorji potovanj in turistične agencije ter drugi ponudniki rekreacijskih in prostočasnih dejavnosti, ki imajo neposreden stik s turisti (WTTC, 2013b, str. 2).

Slika 2: Ekonomski vplivi turističnega sektorja na različnih ravneh po WTTC



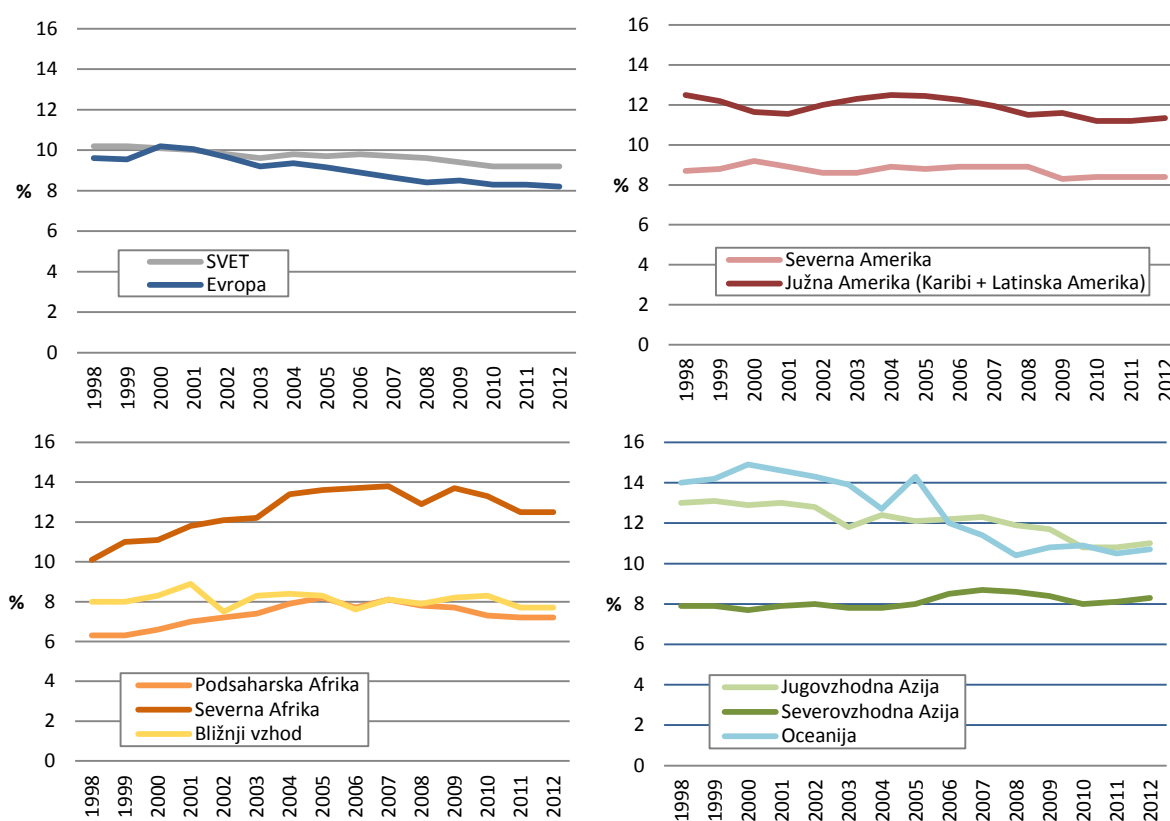
Vir: WTTC, *Benchmarking Travel & Tourism - Global Summary, How does Travel & Tourism compare to other sectors?*, 2012, str. 9.

Posredni prispevek turističnega sektorja predstavlja BDP oziroma zaposlitve, ustvarjene na podlagi investicijske potrošnje za turistične namene (npr. gradnja novih hotelov ali nakup novega letala), kolektivnih vladnih izdatkov (npr. za trženje in promocijo) ter domače nabave blaga in storitev s strani sektorjev, neposredno povezanih s turizmom. Primeri slednjih so storitve strežbe, čiščenja hotelov, dobave goriva za letala in informacijsko-tehnološke storitve s strani turističnih posrednikov (WTTC, 2013b, str. 2).

Inducirani prispevek pa pomeni širši prispevek k BDP-ju oziroma zaposlovanju zaradi potrošnje tistih, ki so neposredno ali posredno zaposleni v turističnem sektorju. Inducirani prispevek pa se, kot je že bilo omenjeno, skupaj s posrednim in neposrednim šteje v **celotni** prispevek turizma (WTTC, 2013b, str. 2).

Celotni prispevek turizma k BDP-ju je bil v letu 2012 najvišji v Severni Afriki (12,5 %), kjer je v zadnjih petnajstih letih tudi najbolj narasel, v Južni Ameriki (11,4 %) in Oceaniji (10,7 %), kjer pa je v omenjenih letih hkrati tudi najbolj upadel (slika 3). Pri vseh svetovnih regijah pa je mogoče opaziti padec tega deleža v letu 2008 oziroma 2009.

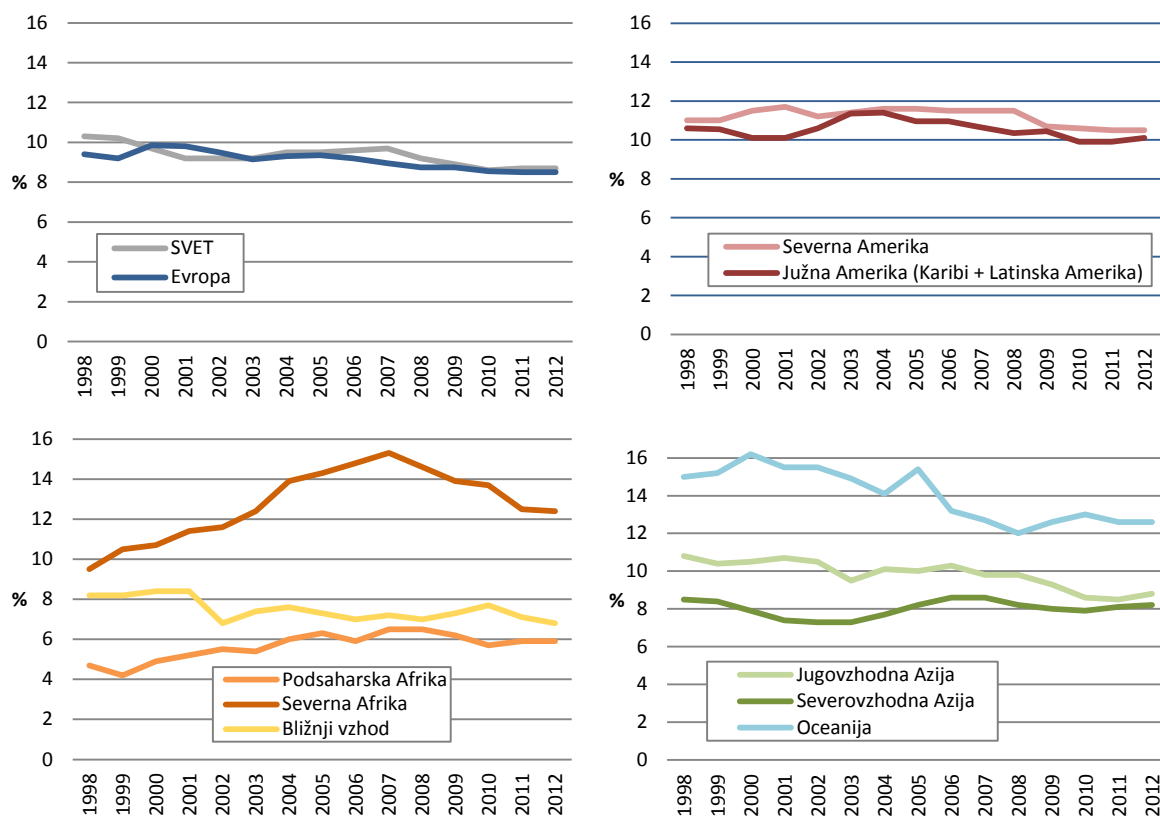
Slika 3: Delež turizma v BDP-ju (v %) na svetovni ravni in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012



Vir: WTTC, *Economic Data Search Tool, Travel & Tourism Total Contribution to GDP, 2013*.

Turistični sektor je eden izmed vodilnih zaposlovalcev na svetu, saj je delež zaposlenih v tem sektorju večji od skupnega deleža zaposlenih v avtomobilski in kemični industriji v vsaki svetovni regiji (Turner & Sears, 2013, str. 63). Celotni prispevek turizma k zaposlitvam (slika 4) se je preteklih petnajstih letih gibal precej podobno kot celotni prispevek turizma k BDP-ju. Najvišji prispevek v letu 2012 sta imeli Oceanija (12,6 %) in Severna Afrika (12,4 %), ki sta jima sledili Severna (10,5 %) in Južna Amerika (10,1 %).

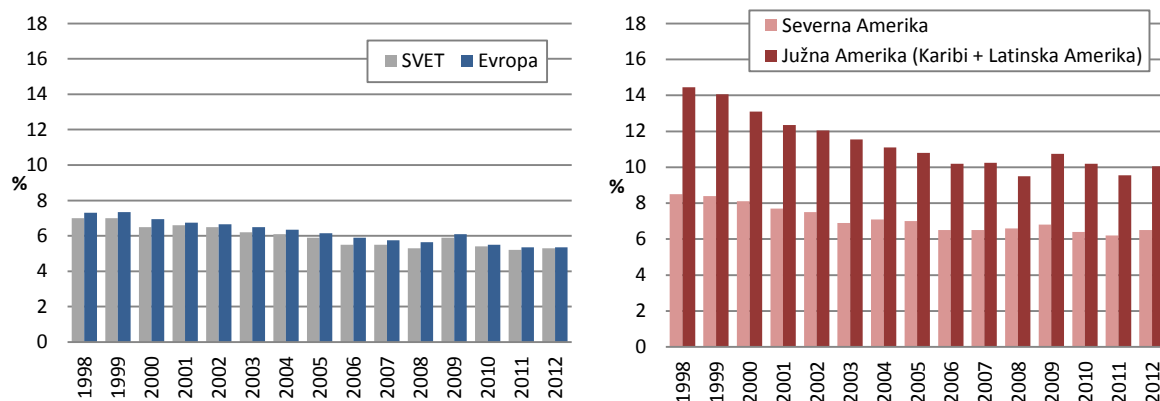
Slika 4: Delež zaposlitev v turizmu kot odstotek vseh zaposlitev (v %) v svetu in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012



Vir: WTTC, Economic Data Search Tool, Travel & Tourism Total Contribution to Employment, 2013.

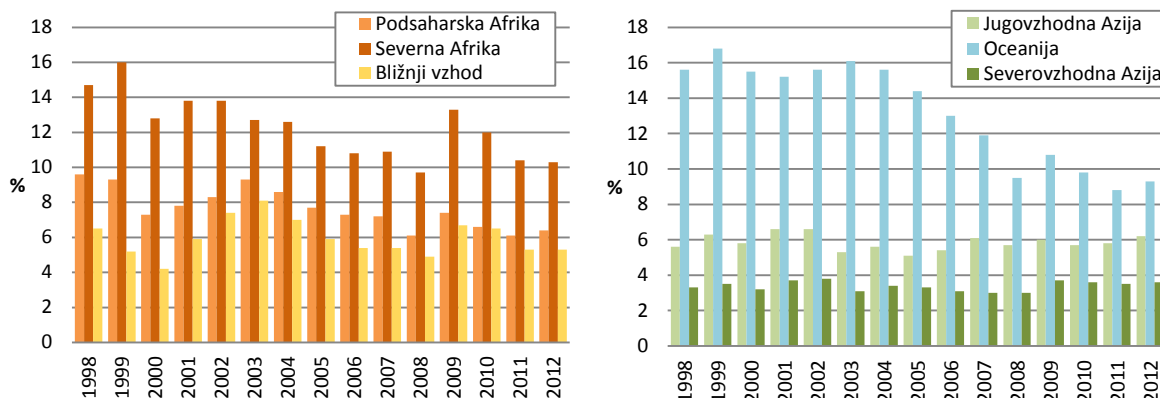
Pomemben makroekonomski kazalnik z vidika turizma predstavlja delež prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov (angl. *Visitor Exports*). Gre za odstotek prihodkov od celotnega izvoza regije oziroma delež potrošnje mednarodnih turistov znotraj določene države za poslovna in zasebna potovanja, vključno s stroški transporta (slika 5). Omenjeni delež je bil v letu 2012 največji v Severni Afriki (10,3 %), ki so ji sledile Južna Amerika (10,1 %), Oceanija (9,3 %) in Severna Amerika (6,5 %).

Slika 5: Prihodki od mednarodnih turističnih prihodov (v % celotnega izvoza) v svetu in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012



se nadaljuje

nadaljevanje

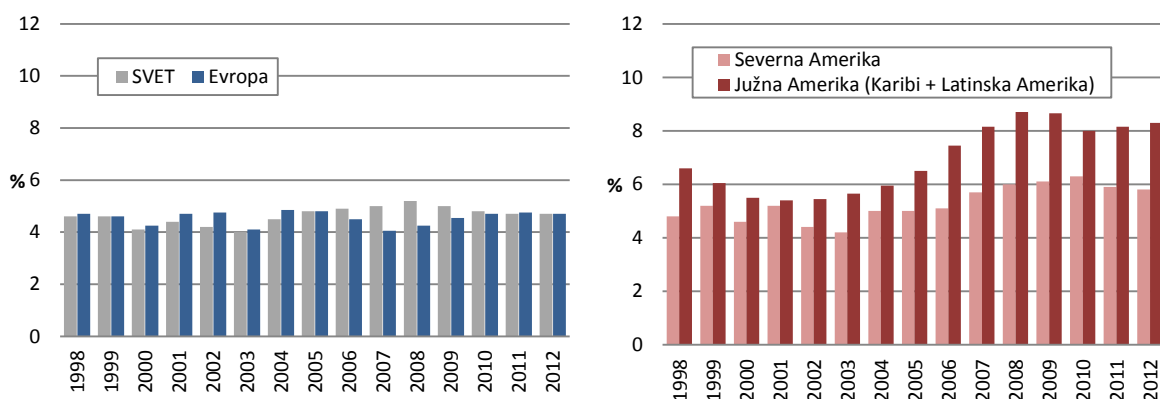


Vir: WTTC, Economic Data Search Tool, Visitor Exports, 2013.

Zadnji izbrani kazalnik predstavlja delež kapitalskih investicij v turizmu kot odstotek vseh investicij. Te vključujejo kapitalsko/investicijsko potrošnjo vseh sektorjev, ki so neposredno povezani s turističnim sektorjem. Sem spada tudi investicijska potrošnja drugih sektorjev za specifična turistična sredstva, kot so nove namestitvene kapacitete in sredstva za transport potnikov ter restavracije in objekti za specifično turistično uporabo in prostočasne dejavnosti (WTTC, 2013b, str. 11).

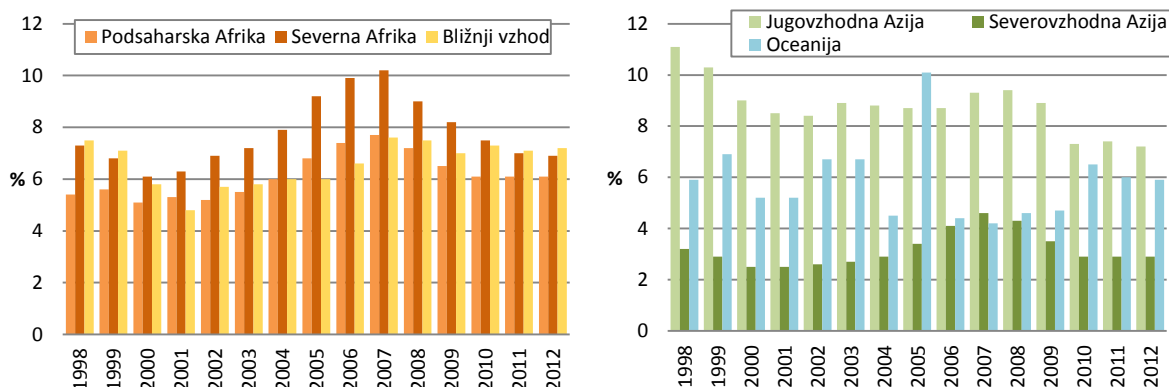
Pri vseh svetovnih regijah je mogoče opaziti upad deleža teh investicij v celotnih investicijah po letu 2008 (slika 6), izmed vseh regij pa sta največji upad po tem letu beležili Severna Afrika in Severovzhodna Azija. Leta 2012 je bil največji delež v Južni Ameriki (8,3 %), kjer se je v obdobju 1998–2012 tudi najbolj povečal. Relativno velika deleža sta imela tudi Bližnji vzhod (7,2 %) in Jugovzhodna Azija (7,2 %), čeprav je bil pri slednji delež na začetku tega obdobja največji in je znašal 10,5 %.

Slika 6: Delež kapitalskih investicij v turizmu (kot % vseh investicij) v svetu in posameznih svetovnih regijah v letih 1998–2012



se nadaljuje

nadaljevanje



Vir: WTTC, Economic Data Search Tool. Capital Investment, 2013.

Na zmanjšanje obsega in vrednosti turističnega sektorja Azije je imela vpliv že finančna kriza leta 1997, ki je takrat prizadela večino destinacijskih (ciljnih) držav, ki so bile odvisne od bližnjih (regionalnih) trgov, z izjemo Tajске in Južne Koreje. Omenjeni državi sta bili po raziskavi UNWTO iz oktobra 1998 »veliki zmagovalki« krize, saj sta bili sposobni zaradi relativne politične stabilnosti in nizkih cen zaradi devalvacije valut povečati število turističnih prihodov na račun bolj oddaljenih trgov (angl. *long-haul markets*) (UNWTO, 1999, str. 61).

Turistično povpraševanje je močno povezano z ekonomskimi razmerami v razvitih in razvijajočih se državah – rastoče gospodarstvo povzroči povečanje trgovine in turistične potrošnje ter obratno. Po več zaporednih letih nepretrgane rasti se je v drugi polovici leta 2008 začel upad mednarodnega turizma, ki se je še zaostрил v letu 2009. Močan padec turističnih prihodov, krajša doba bivanja, omejitve stroškov poslovnih potovanj in omejevanje potrošnje v destinacijah so pripeljali do znatnega krčenja ekonomske aktivnosti v vseh regijah (ILO, 2010, str. 22).

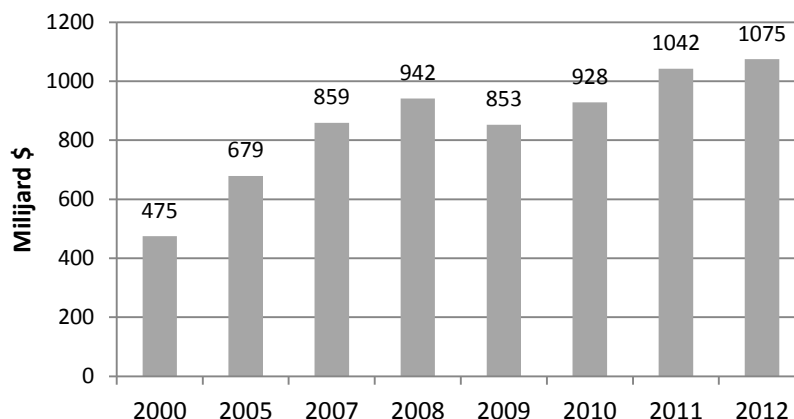
1.3.3 Mednarodna turistična potrošnja in prihodi

Temelj turizma kot ekonomske dejavnosti je **turistična potrošnja**, ki predstavlja izhodišče ekonomskega merjenja turizma in osnovo njegovih ekonomskih vplivov. Opredeliti jo je mogoče kot vsoto vseh izdatkov turistov, ki nastanejo zaradi potovanja, med potovanjem ali bivanjem v destinaciji (WTO, 1999 v Mihalič, 2002, str. 88). Vire turistične potrošnje lahko predstavljajo denarna sredstva, prihranki in drugi viri prihodkov posameznika ali gospodinjstva, socialni transferji, podjetniški skladi ter sredstva vlad in organizacij, namenjena poslovnim potovanjem (Mihalič, 2002, str. 88).

Turistična potrošnja od leta 2000 v povprečju narašča, kljub upadu v letu 2009 (slika 7). Na mednarodni ravni je leta 2008 znašala 942 mlrd \$ (640 mlrd €). K celotnemu znesku pa so tega leta največ prispevali Nemci, ki so predstavljali tako imenovane »top turistične potrošnike«, saj je njihova turistična potrošnja znašala 91 mlrd \$ oziroma 62 mlrd € (tabela

1). Drugi največji potrošniki so bili Američani (80,5 mlrd \$) in tretji Britanci (68,5 mlrd \$), ki so jim sledili Francozi z 41,1 mlrd \$ in Kitajci s 36,2 mlrd \$ (UNWTO, 2012c, str. 12).

Slika 7: Mednarodna turistična potrošnja na svetovni ravni v milijardah ameriških dolarjev (\$) v izbranih letih



Vir: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012c, str. 12

V letu 2011 se je struktura mednarodne turistične potrošnje nekoliko spremenila, saj je Kitajska, ki spada med razvijajoča se gospodarstva, prehitela tako imenovane tradicionalne »izvirne trge« (angl. *source markets*), kot sta Francija in Velika Britanija, ter tako z dobrimi 70 mlrd \$ postala tretji največji turistični potrošnik na svetu oziroma tretja najmočnejša emitivna turistična država. V istem obdobju je prav tako za dve mesti napredovala tudi Rusija (UNWTO, 2013b, str. 6).

Tabela 1: Deset najmočnejših emitivnih turističnih držav v letih 2008, 2011 in 2012

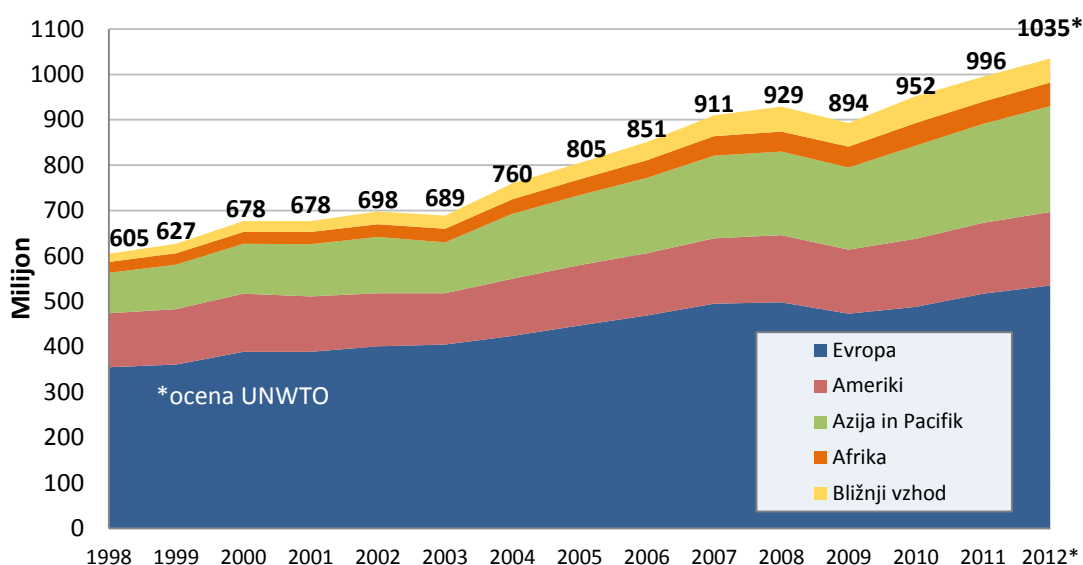
	2008	mlrd \$	2011	mlrd \$	2012	mlrd \$
Št. SVET	942	SVET	1042	SVET	1075	
1. Nemčija	91,0	Nemčija	85,9	Kitajska	102,0	
2. ZDA	80,5	ZDA	78,7	Nemčija	83,8	
3. Velika Britanija	68,5	Kitajska	72,6	ZDA	83,7	
4. Francija	41,1	Velika Britanija	51,0	Velika Britanija	52,3	
5. Kitajska	36,2	Francija	44,1	Rusija	42,8	
6. Italija	30,8	Kanada	33,2	Francija	38,1	
7. Japonska	27,9	Rusija	32,5	Kanada	35,2	
8. Kanada	27,2	Italija	28,7	Japonska	28,1	
9. Rusija	23,8	Japonska	27,2	Avstralija	27,6	
10. Nizozemska	21,7	Avstralija	26,7	Italija	26,6	

Vir: UNWTO, World Tourism Barometer, 2013c, str. 1.

V letu 2012 je Kitajska postala največji izvorni trg oziroma so Kitajci s 102 mlrd \$, porabljenimi na potovanjih v tujini, postali največji turistični potrošniki na svetu. Nemci in Američani so se tako s približno 84 mlrd \$ uvrstili na drugo in tretje mesto, Velika Britanija je v primerjavi s prejšnjim letom ostala na četrtem mestu (52 mlrd \$), medtem ko je Rusija ponovno napredovala za dve mesti in s 43 mlrd \$ postala peta država po mednarodni turistični potrošnji (UNWTO, 2013d, str. 3).

V zadnjih letih število mednarodnih turističnih prihodov na svetovni ravni, podobno kot mednarodna turistična potrošnja, kljub določenim upadom v posameznih letih v povprečju konstantno narašča (povprečna stopnja rasti za obdobje 1998–2012 znaša 3,9 %). Tako se je na primer število mednarodnih turističnih prihodov iz 605 milijonov (v letu 1998) relativno hitro povzpelo na 929 milijonov, kar predstavlja »vrh« pred pojavom gospodarske krize leta 2008 (slika 8). Leta 2012 pa je po podatkih UNWTO (2013b, str. 1) to število prvič v zgodovini preseglo 1 milijardo (1,35 milijarde prihodov).

Slika 8: Gibanje števila mednarodnih turističnih prihodov (v milijonih) na svetovni ravni in glede na posamezno regijo v letih 1998–2012



Vir: UNWTO, *World Tourism Barometer*, 2013b, str. 7–10.

Turizem, še posebej mednarodni, ni bil izjema med gospodarskimi dejavnostmi, ki so bile prizadete zaradi mednarodne gospodarske krize in njenih posledic. V naslednjem poglavju tako opisujem, kakšne so bile te posledice na svetovni ravni in kakšne spremembe je to prineslo v turizmu.

2 MEDNARODNA GOSPODARSKA KRIZA IN TURIZEM

V tem poglavju najprej zelo splošno opisujem vpliv mednarodne gospodarske krize iz leta 2008 na globalno gospodarstvo, pri čemer prikazujem gospodarsko stanje v EU, ZDA in na Japonskem oziroma v razvitih gospodarstvih. Nato opisujem, kako se je na te spremembe odzival turistični sektor oziroma kakšne so bile spremembe potrošniških navad turistov zaradi upada gospodarske dejavnosti, manjše zaposlenosti in manjše kupne moči.

2.1 Vpliv mednarodne gospodarske krize na turizem v svetu

O mednarodni gospodarski krizi, ki se je začela leta 2007, je bilo že veliko napisano in je sedaj skoraj splošno znano, da ima ta, kot navajata Legg in Harris (2009, str. 351–352), svoje »korenine« v ameriškem trgu drugorazrednih hipotekarnih posojil (angl. *subprime mortgages*). Delež slednjih se je namreč v obdobju 2001–2006 močno povečal (z manj kot 15 % vseh posojil na približno 50 %) zaradi takratnega splošnega prepričanja, da se bo rast cen nepremičnin nadaljevala in lahko posojilodajalci morebitne izgube zaradi neplačil nadomestijo s prodajo zastavljenih nepremičnin. Sčasoma pa je zaradi neplačil prišlo do kreditne krize in padca cen nepremičnin (tako imenovani pok nepremičninskega balona). Kriza se je nato iz nepremičninskega in finančnega razširila še v druge sektorje ameriškega gospodarstva ter kmalu postala tudi globalna (Legg & Harris, 2009, str. 351–352).

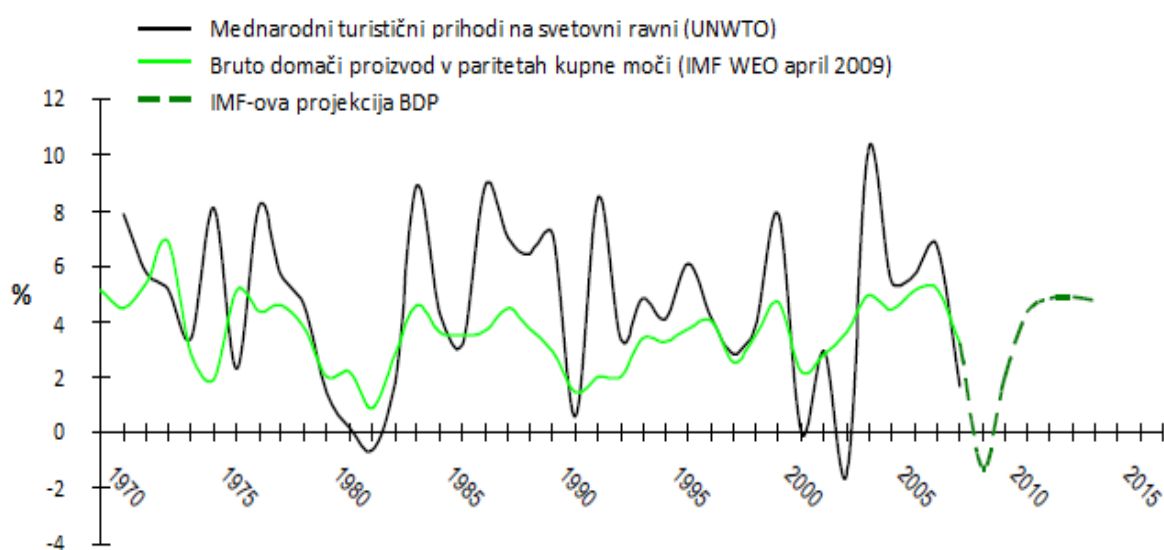
Obstaja tudi teorija, ki pravi, da je mogoče vzrok mednarodne gospodarske krize iskati v tako imenovanih globalnih neravnovesjih ali prenasičenosti prihrankov (angl. *savings glut*), kjer so vzpenjajoče se azijske države, še posebej Kitajska, ohranjale presežek na tekočem računu plačilne bilance na račun zunanjeekonomskega ravnotežja ZDA (Liang, 2012, str. 101). Kriza se je nato iz ZDA prek finančnih trgov in trgovinskih povezav prenesla najprej v razvite države EU, nato pa še v druge države (Dullien, Kotte, Márquez & Priewe, 2010, str. 1). V letu 2008 je že večina držav vsaj deloma čutila učinke težav v bančnem sektorju in padajočega agregatnega povpraševanja v svetu (Priewe, 2010, str. 34).

Hitro širjenje mednarodne gospodarske krize, slabe makroekonomske napovedi in padajoči »output« v večini glavnih izvornih turističnih trgov so tako imeli močan negativen vpliv na turistični sektor (Smeral, 2009, str. 3). Dinamika mednarodnega turizma (potrošnja, prihodi, nočitve) je namreč močno odvisna od mednarodne ekonomske in monetarne situacije, saj je svetovna gospodarska rast odvisna od ekonomske situacije glavnih gospodarskih območij oziroma trgov: EU, ZDA in Japonske (UNWTO, 2005, str. 11). Zaradi zmanjševanja uvoza v razvitih državah je tako konec leta 2008 in v prvi polovici leta 2009 obseg svetovne trgovine upadel. Na višku krize, med julijem 2008 in aprilom 2009, so države EU, ZDA in Japonska zmanjšale svoj uvoz iz drugih regij za skoraj 40 %, kar je sprožilo zlom mednarodne trgovine na svetovni ravni (UN, 2011, str. 13).

Z vidika mednarodnega turizma omenjene države (območja) številnim gospodarstvom po svetu predstavljajo glavne izvirne trge, saj jim zagotavljajo pomemben delež prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov. Prav zato lahko zaradi slabših gospodarskih pogojev v emitivnih državah, kot so Nemčija, Velika Britanija, Francija ali ZDA, čutijo posledice turistični sektorji mnogih držav, ki so od teh trgov odvisne. Še posebej pa v tistih državah, kjer poleg tega, da so odvisne pretežno od omenjenih trgov, turistični sektor predstavlja velik odstotek BDP-ja oziroma velik del zaslužkov od izvoza. Primer takšne države so Maldivi, kjer sta omenjena deleža v letu 2008 znašala 28 % (delež BDP-ja) in 60 % (delež izvoza) (Steiner et al., 2011, str. 97).

Turizem torej sledi isti dinamiki rasti kot celotno gospodarstvo in trgovina, čeprav so razlogi te rasti drugačni (slika 9). Rast turizma je običajno višja kot rast gospodarstva v »dobrih časih« in nasprotno tudi bolj upade, ko gre gospodarstvu slabo. Odziv turističnega povpraševanja na ciklične spremembe v splošnem kaže določen časovni zamik. Število poslovnih potovanj se hitro odzove na pojav recesije, s tem ko podjetja zmanjšujejo stroške potovanj. Pri prostočasnih potovanjih pa gospodinjstva v državah izvora prilagodijo svoje proračune, namenjene potovanjem. Recesija torej ne vpliva na isti način na vse turistične trge in destinacije. Poslovna potovanja, ki imajo z vidika podjetij lastnost proizvodnih stroškov, so običajno v obdobju recesije bolj prizadeta kot prostočasna (Keller, 2009, str. 16).

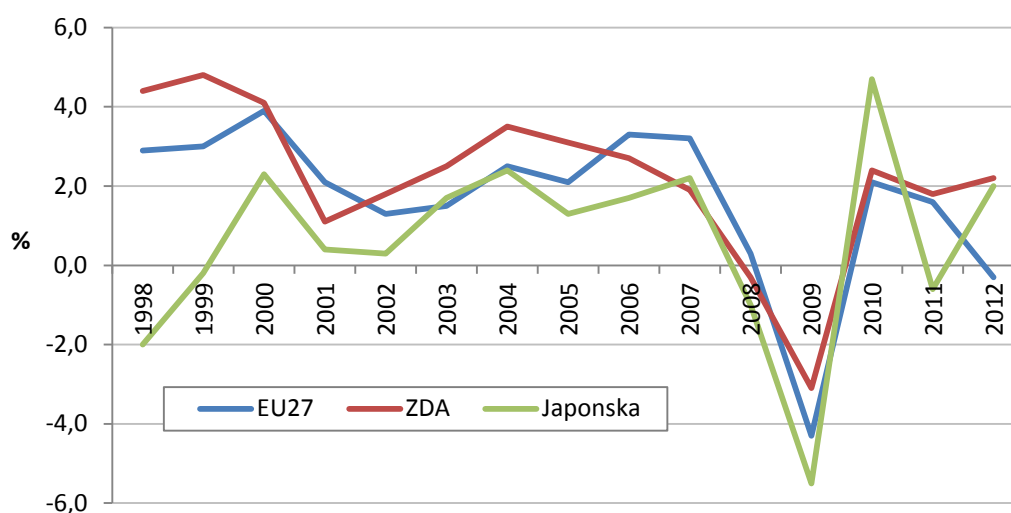
Slika 9: Gibanje mednarodnih turističnih prihodov in BDP-ja (v %) na svetovni ravni v obdobju 1970–2010



Vir: P. Keller, *Global Financial and Economic Crisis: What are the Implications for World Tourism?*, 2009, str. 16.

Na podlagi nekaterih splošnih kazalnikov (BDP, stopnja brezposelnosti in dohodkov) v grobem opisujem stanje razvitih gospodarstev v obdobju pred in po krizi, saj so bila prav ta območja zaradi nje najbolj prizadeta. Najprej na sliki 10 prikazujem stopnje rasti BDP-ja za EU27, ZDA in Japonsko deset let pred mednarodno gospodarsko krizo in štiri leta po njej. Te so bile pozitivne celo desetletje pred krizo, z izjemo Japonske, ki je beležila negativno rast konec devetdesetih let. Največji padec rasti BDP-ja so ta gospodarstva beležila v letu 2009, ko so bile stopnje negativne in so znašale $-4,3\%$ (EU27), $-3,1\%$ (ZDA) in $-5,5\%$ (Japonska). V letu 2012 sta bili stopnji rasti BDP-ja za ZDA in Japonsko pozitivni ter sta znašali približno 2% , medtem ko je bila ta za EU27 še vedno negativna ($-0,3\%$).

Slika 10: Stopnje realne rasti BDP-ja EU27, ZDA in Japonske v obdobju 1998–2012

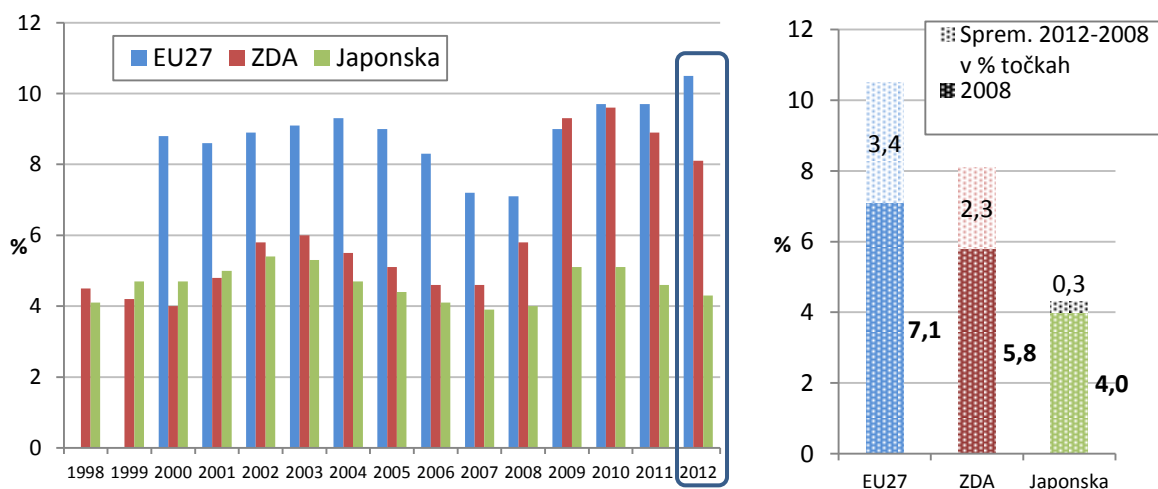


Vir: Eurostat, Real GDP growth rate – volume, 2013.

Naslednji pomemben kazalec je stopnja brezposelnosti (slika 11), ki se je v obdobju 2008–2012 najbolj povečala v EU27 (iz 7,1 % na 10,5 %) in je tudi ves čas naraščala, medtem ko se je na Japonskem tretje leto od začetka mednarodne gospodarske krize začela zmanjševati (iz 5,1 % na 4,6 %) in se tako leta 2012 močno približala stopnji pred krizo. Prav tako je za ZDA tretje leto od začetka krize ta stopnja začela upadati, vendar je bila leta 2012 (8,1 %) še vedno za 2,3 % točke večja kot leta 2008 (5,8 %).

V pomembnih izvornih trgih se je brezposelnost povečevala, kljub temu pa se ljudje niso odpovedali potovanjem, temveč so potovali bližje za krajše obdobje in na ta način porabili manj denarja. Šibkejšo kupno moč so kompenzirali s tem, da so se posluževali širokega spektra nadomestnih možnosti, ki obstajajo na področju turizma (Keller, 2009, str. 17).

Slika 11: Stopnje brezposelnosti (v %) v EU27*, ZDA in na Japonskem v obdobju 1998–2012 ter sprememba v obdobju 2008–2012 v odstotnih točkah

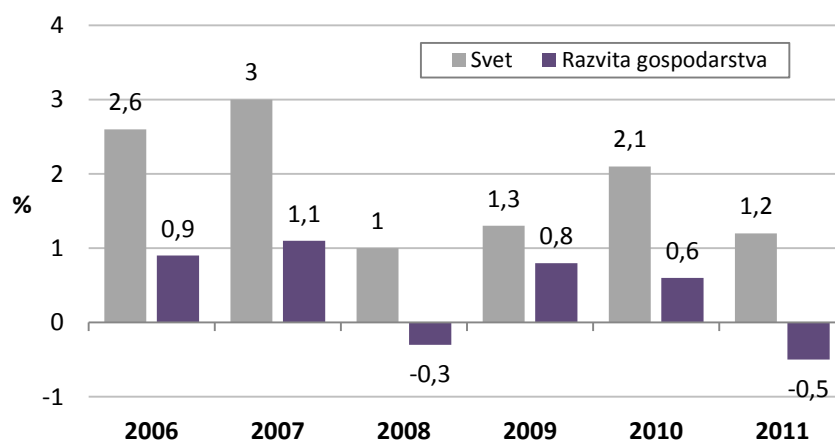


*za EU27 za leti 1998 in 1999 ni podatka

Vir: Eurostat, Unemployment rate by sex, and age groups – annual average, 2013.

Gibanje povprečnih realnih plač odraža spremembe povprečnega dohodka od dela (brez davkov in transferjev) in tako omogoča jasnejši prikaz spreminjanja kupne moči plač. Slika 12 prikazuje, da je rast povprečnih realnih plač v letih 2008–2011 sicer ostala pozitivna, a je padla močno pod stopnje rasti pred krizo. V razvitih gospodarstvih je bila rast povprečnih realnih plač nižja od rasti na svetovni ravni, poleg tega pa so povprečne realne plače v razvitih gospodarstvih utrpeli dvojni padec, ko so se zmanjšale leta 2008 in ponovno leta 2011 (ILO, 2013, str. 2–8).

Slika 12: Povprečna letna rast realnih neto plač (v %) za svet in razvita gospodarstva v obdobju 2006–2011



Vir: ILO, *Global Wage Report 2012/2013 – Wages and equitable growth*, 2013, str. 2–8.

Vpliv mednarodne gospodarske krize na svetovna gospodarstva se je torej pokazal v zvišanju brezposelnosti in krčenju dohodkov, kar se je posledično začelo kazati v spremenjeni potrošnji. Prihodnja pričakovanja potrošnikov glede nadaljnjega zmanjševanja prihodkov in manjših zaposlitvenih možnosti so vodila do zmanjšane zaupanja potrošnikov, ki so postali bolj umirjeni, racionalni in preudarni pri vsaki nakupni odločitvi (Kondawar & Jadhav, 2012, str. 84). Na obnašanje potrošnikov vplivajo, kot navajajo Perriman, Ramsaran - Fowdar & Baguant (2010, str. 1), notranje značilnosti in zunanji dejavniki, ki predstavljajo okolje, v katerem se posamezno vedenje odraža.

Omenjeni avtorji pojasnjujejo, da se na mednarodno gospodarsko krizo gleda pretežno kot na zunanji vpliv, čeprav je tudi njen psihološki učinek na vedenje potrošnikov zelo velik. Kriza je po njihovem mnenju prisilila potrošnike v razmislek glede svojih obstoječih prepričanj in obnašanj pri nakupovanju, kar se kaže v tem, da so potrošniki, kot so jih poznala podjetja iz obdobja pred pojavom krize, postali danes skoraj neprepoznavni.

Tudi Papatheodorou, Rosselló in Xiao (2010, str. 42) navajajo, da so za obdobje kriz pogosto značilne spremembe potrošniških navad, ki se odražajo v novih poslovnih paradigmah s ciljem zadovoljevanja novih oziroma nastajajočih povpraševanj. Po njihovem mnenju je poleg kratkoročnih posledic krize treba upoštevati tudi njene dolgoročne učinke, ki lahko vplivajo na turizem.

V okviru teh omenjajo naslednje štiri vidike (2010, 43–44):

- če so gospodarske razmere dlje časa slabe, lahko postane tako imenovani koncept »okolju prijaznega turizma« (angl. *environmentally friendly tourism*) ogrožen, saj lahko postanejo ljudje manj občutljivi za probleme v okolju zaradi strahu, da bi možna internalizacija negativnih zunanjih učinkov vodila do velikega povišanja stroškov. To lahko postopoma pripelje tudi do tekmovanja zgolj na podlagi cene, ne glede na vse drugo. Da bi se izognili takšnemu negativnemu scenariju, bi morali oblikovalci politik upoštevati, da je za izhod iz krize potreben proces »kreativne destrukcije« (angl. *process of creative destruction*), ki temelji na »zelenih« pobudah. Tako bi se stari onesnažujoči stroji in energijsko potratni turistični objekti nadomestili z novimi, okolju prijaznimi;
- države v razvoju in razvijajoča se gospodarstva (kot je na primer Kitajska) so postala pomemben steber svetovnega finančnega sistema. Od njih se pričakuje, da zmanjšajo svoje zunanjetrgovinske presežke do ZDA in drugih razvitih držav, pri čemer ima lahko pomembno vlogo »outbound« oziroma mednarodni emitivni turizem iz razvijajočih se gospodarstev;
- medtem ko je Velika kriza leta 1929 pospešila dinamiko, ki je pripeljala do druge svetovne vojne, naj bi bila mednarodna gospodarska kriza z zunanjepolitičnega vidika označena kot »détente« (izraz opisuje strategijo popuščanja napetosti), saj države pri soočanju s proračunskimi primanjkljaji zmanjšujejo sredstva, namenjena vojski. Takšno dogajanje lahko namreč na dolgi rok pozitivno vpliva na pritočnina in poslovna potovanja (angl. *leisure and business travel*), saj je, kot navajajo omenjeni raziskovalci, turizem strukturno povezan z mirom. V povezavi s tem dodajajo, da je zelo pomembno, da medvladne organizacije, kot je UNWTO, na isti način kot poudarjajo njegove ekonomske funkcije promovirajo turizem kot gonilno silo družbeno-kulturne (re)konstrukcije in blaginje lokalnih skupnosti;
- kriza je vplivala tudi na položaj ameriškega dolarja, ki je do sedaj prevladoval v mednarodnem finančnem sistemu. Čeprav, kot menijo Papatheodorou, Rosselló in Xiao, še ni mogoče zagotovo trditi, ali bo sčasoma globalno prevlado dobil evro ali kitajski yuan, je jasno, da se bo manj ljudi in držav pri svojih mednarodnih poslovnih transakcijah (vključno s turizmom) zanašalo izključno na ameriški dolar. To bi lahko imelo pomembne posledice na dolgoročne devizne tečaje valut. Morebitna velika deprecijacija dolarja bi lahko imela pozitiven učinek na mednarodni receptivni (angl. *inbound*) turizem ZDA, toda na drugi strani bi lahko povzročila inflacijske pritiske z negativnimi učinki. To bi lahko prizadelo destinacije, ki so močno odvisne od ameriških turistov (na primer Karibi), razen če bi bila njihova valuta vezana na ameriški dolar. Podobno bi lahko bile mediteranske države članice evroobmočja (Španija, Portugalska, Italija in Grčija) na slabšem zaradi stroškovne prednosti drugih držav regije, kot je Tunizija ali Turčija. Za

soočanje s tem izzivom bi morale mediteranske države evroobmočja veliko investirati v izboljšanje kakovosti storitev.

2.2 Vpliv mednarodne gospodarske krize na potrošniške navade

Mednarodna gospodarska kriza je torej prav tako kot na druge sektorje vplivala tudi na turističnega, ki se sooča z njenimi zunanjimi grožnjami, kot so recesija, valutna nihanja in obdavčitve, ter z notranjimi grožnjami, ki jih predstavljajo rastoči stroški, padajoči prihodki in nedobičkonosnost (Sian et al., 2009 v Kapiki, 2012, str. 20). Potencial turističnega sektorja je namreč primarno vezan na zaslužke od mednarodne menjave in vladne prihodke, prav tako pa tudi na povezave z drugimi gospodarskimi sektorji, kot so gradbeništvo, obrt in kmetijstvo, zato se ni mogel izogniti vplivom krize (Steiner et al., 2011, str. 22).

Vpliv krize na turistični sektor v EU opisujeta Garcia-Hirschfeld in Gómez (2011, str. 1075), ki izpostavljata štiri segmente sektorja, ki so bili najbolj prizadeti. Prvi je mednarodni turizem, ki je z vidika zunanjih dejavnikov bolj občutljiv od domačega turizma. Ta ni doživel takšnega upada kot mednarodni, kar je verjetno posledica obnašanja gospodinjestev, ki se v času gospodarske negotovosti raje odločajo za preživljanje počitnic v domačih državah kot v tujini. Drugi segment so poslovna potovanja, ki so se, kot je že bilo omenjeno, zmanjšala na račun varčevanja podjetij zaradi zmanjšanega povpraševanja na globalni ravni. Tretji je hotelski sektor, ki je bil prizadet tako na račun zmanjšanja poslovnih potovanj kot tudi na račun povpraševanja po drugačnih, predvsem cenejših oblikah nastanitev. Zadnji pa je letalski promet, ki je doživel upad predvsem v številu potovanj na dolge razdalje.

2.2.1 Globalne spremembe potrošniških navad

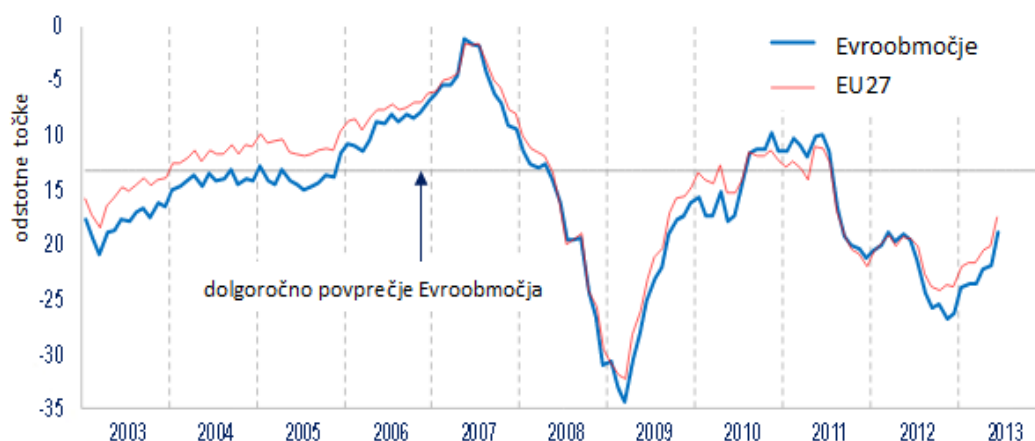
Recesija, ki je v splošnem opredeljena kot stanje, ko je rast BDP-ja negativna dve ali več zaporednih četrtletij, lahko na različne načine vpliva na potrošniške izdatke (Du & Kamakura, 2012, str. 229):

- lahko zmanjša razpoložljive dohodke (prek brezposelnosti, zniževanja plač, nižje donosnosti investicij), kar vodi k manjšemu proračunu za potrošnjo;
- z vzdrževanjem stabilnega razpoložljivega dohodka tisti, ki niso bili neposredno finančno prizadeti, v obdobju recesije več varčujejo ali odplačujejo dolg, kar ponovno predstavlja manj porabljenega denarja za dobrine in storitve.

Po mnenju Rajagopala (2010, str. 80) je gospodarska kriza, ki se je začela leta 2008, nesorazmerno močno vplivala na obnašanje potrošnikov z višjim dohodkom, saj se je poleg njihovega negativnega mnenja o trenutnem stanju gospodarstva povečal tudi pesimizem glede njegovega prihodnjega razvoja.

Soočeni s krizo so potrošniki torej postali vedno bolj zaskrbljeni, njihovo zaupanje pa je v začetku leta 2009 naglo upadlo (slika 13) in se nato povečevalo do sredine leta 2011, ko so potrošniki ponovno postali bolj pesimistični glede prihodnje gospodarske situacije ter izražali večji strah pred brezposelnostjo in prihodnjo finančno situacijo svojih gospodinjstev. V letu 2013 so se vrednosti kazalnika zaupanja potrošnikov višale.

Slika 13: Kazalnik zaupanja potrošnikov⁴ za EU27 in evroobmočje v letih 2003–2013 (v % točkah)



Vir: European Commission, Flash consumer confidence indicator for EU and euro area, 2013c.

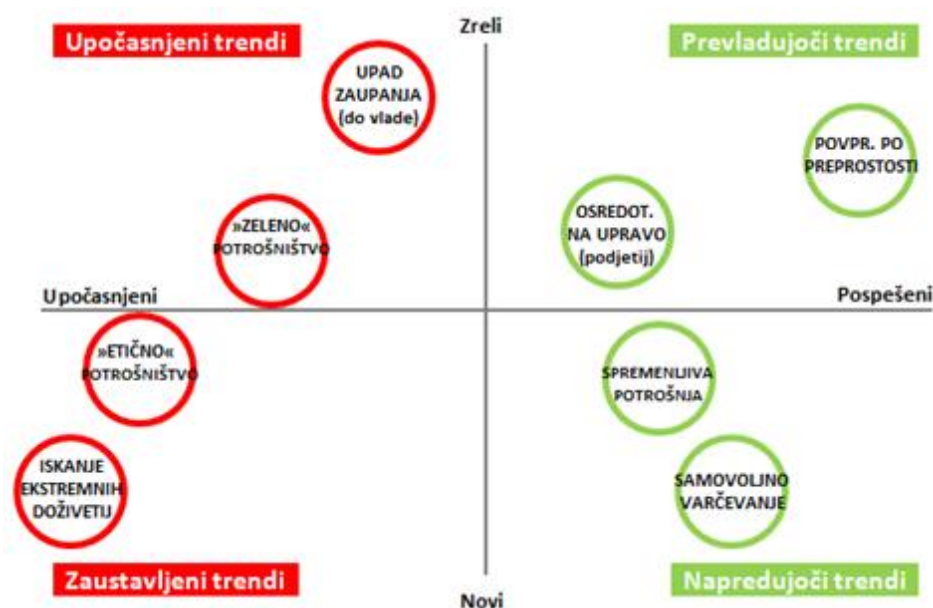
Že pred mednarodno gospodarsko krizo so nekateri avtorji raziskovali učinke finančnih in gospodarskih kriz na spremembe v potrošniških navadah. Mckenzie in Schargrodsy (2011, str. 35) v študiji odziva argentinskih potrošnikov na finančno krizo v Argentini leta 2002 ugotavljata, da se je del potrošnikov nanjo odzval s spreminjanjem svojih nakupovalnih navad. Čeprav so ti kupovali manj (vrednostno), se je povečala frekvenca obiska trgovin (angl. *increased shopping*), torej so več časa namenili iskanju nizkih cen oziroma substitutov, kar je po mnenju avtorjev študije posledica zmanjšane dohodka potrošnikov v obdobju krize.

Kang in Savada (2008, str. 454) sta proučevala izgube blaginje južnokorejskih gospodinjstev zaradi azijske finančne krize leta 1997 in ugotovila, da so se ta spopadala z negativnimi učinki krize tako, da so skušala obdržati raven potrošnje, namenjene hrani, izobrazbi in zdravju, medtem ko so zniževala potrošnjo za luksuzne dobrine. Podobno so leta 2000 vplive omenjene krize na potrošnike in podjetja iz številnih azijskih držav raziskovali Ang, Leong in Kotler (v Kaytaz & Gul, 2014, str. 2702). Ugotovili so, da azijski potrošniki med nakupovanjem veliko primerjajo, odlašajo z nakupi dragega blaga, dajejo več poudarka trajnosti in uporabnosti izdelka, se odločajo za cenejše in lokalne blagovne znamke ter pogosteje nakupujejo v diskontnih trgovinah.

⁴ Kazalnik zaupanja potrošnikov lahko zavzema vrednosti med -100 in +100. Izračunan je kot povprečje ravnotežij iz odgovorov na vprašanja o pričakovanem finančnem stanju v gospodinjstvu, o pričakovanem gospodarskem stanju v državi ter o pričakovani brezposelnosti in varčevanju gospodinjstev v prihodnjih dvanajstih mesecih (SURS, 2013a).

Vpliv mednarodne gospodarske krize se torej kaže v spremenjenih potrošniških navadah. Flatters in Willmott (2009, str. 108–110) sta v svoji napovedi obnašanja potrošnikov po koncu krize kategorizirala osem glavnih potrošniških trendov, pomembnih za podjetja, in opisala, kakšen vpliv je imela kriza na posamezen trend. Med trende, ki jih je kriza upočasnila, tako spadajo upad zaupanja (do institucij, oblasti), »zeleno« in »etično« potrošništvo ter iskanje ekstremnih doživetij. Trendi, ki jih je kriza spodbudila, pa so povpraševanje po preprostosti (proizvodov), osredotočenost na upravo podjetij in organizacij (potrošniki so pozorni na etično obnašanje vodstva), »spremenljiva« potrošnja (nepredvidljiva oziroma nihajoča potrošnja, ki jo je težko napovedati) ter samovoljno varčevanje (slika 14). Kot menita Flatters in Willmott (2009, str. 110–112), pa se bodo trendi, ki jih je pospešila kriza, nadaljevali tudi na dolgi rok (z izjemo osredotočenosti na uprave podjetij, ki naj bi se zmanjševala). Dolgoročno naj bi se ponovno povečala trenda »zelenega« in »etičnega« potrošništva, prav tako pa naj bi se povečal upad zaupanja do oblasti.

Slika 14: Vpliv mednarodne gospodarske krize iz leta 2008 na spreminjanje potrošniških trendov



Vir: P. Flatters & M. Willmott, *Understanding the Post-Recession Consumer*, 2009, str. 109.

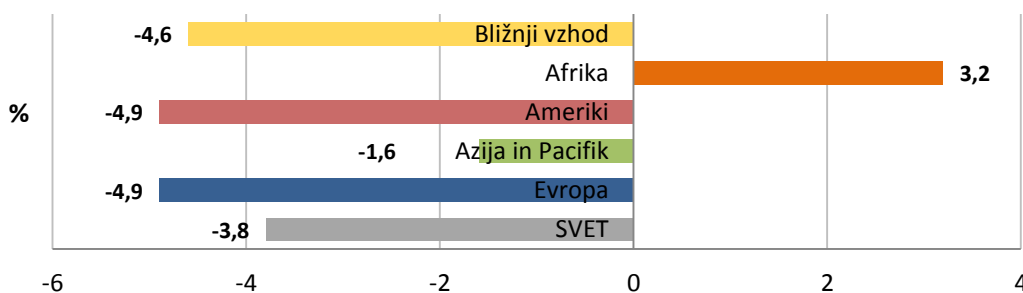
Najizrazitejša sprememba potrošniškega vedenja, ki se bo v prihodnosti (tudi po koncu krize) še naprej krepila, pa je »spremenljiva« oziroma nepredvidljiva potrošnja (angl. *mercurial consumption*). Gre za obnašanje, ko potrošniki postajajo previdnejši (varčnejši) pri nakupovanju, da bi si tako zagotovili najboljšo (najugodnejšo) kupčijo. Za številne posameznike/potrošnike po svetu je zaradi krize cena postala še pomembnejši dejavnik odločanja. Po ugotovitvah Future Foundation (v Yeoman, 2012) se tako večina globalnih potrošnikov pri nakupovanju obsežno informira o ponudbi, več kot polovica svetovnih uporabnikov spleta pa pri tem uporablja tudi spletne strani, ki omogočajo primerjavo cen.

2.2.2 Vpliv sprememb potrošniških navad na turistični sektor

Krčenje gospodarske aktivnosti je vplivalo tudi na turistični trg. Zaposleni posamezniki so zaradi soočanja z možnostjo odpuščanja in ostrejšimi pogoji najema posojila začeli prelagati, spreminjati ali odpovedovati svoje potovalne načrte, torej so močno zmanjšali proračun za potovanja. Ta se je nato zaradi strahu pred recesijo s spremljajočimi visokimi cenami nafte in naraščajočimi stopnjami inflacije še dodatno zmanjšal, posledično pa je sledilo zmanjšanje mednarodnega povpraševanja po turističnih storitvah v počitniških destinacijah (Steiner et al., 2011, str. 29).

V prvem poglavju sem predstavil podatke za turizem v svetu. Če pogledamo podrobneje, se je število mednarodnih turističnih prihodov na svetovni ravni leta 2009 (po pojavu mednarodne gospodarske krize) v primerjavi s prejšnjim letom zmanjšalo za 3,8 % (slika 15). Izmed posameznih svetovnih regij je bila regija »Azija in Pacifik« še najmanj prizadeta (le 1,6 % manj prihodov kot prejšnje leto), medtem ko je »Afrika« kot edina izmed regij v »kriznem letu« dosegla 3,2-odstotno rast (UNWTO, 2012b, str. 4).

Slika 15: Rast mednarodnih turističnih prihodov (v %) v svetu in posamezni regiji za leto 2009 glede na leto 2008



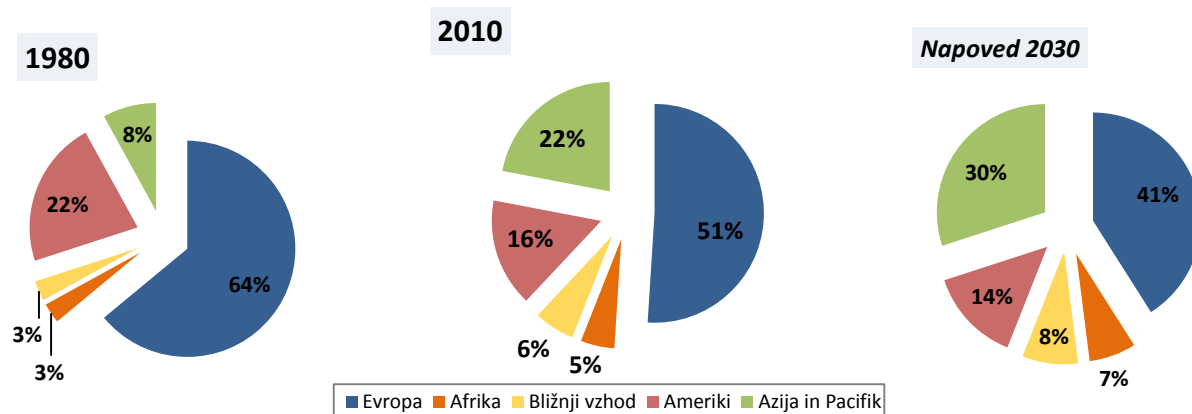
Vir: UNWTO, *World Tourism Barometer*, 2012b, str.4.

Rast mednarodnih turističnih prihodov je bila torej v letu 2009 negativna po celem svetu, z izjemo držav z nizkimi dohodki. Tako so, z izjemo »Afrike«, kjer je bila stopnja rasti pozitivna, vse regije v omenjenem letu beležile negativno rast mednarodnih turističnih prihodov, kar kaže, da je bil mednarodni turizem v splošnem bolj prizadet v razvitih gospodarstvih (angl. *advanced economies*) kot v razvijajočih se gospodarstvih (angl. *emerging economies*), med katere spadajo, na primer, Južnoafriška republika, Kitajska, Indija in Indonezija (OECD, 2009, str. 1). Po pojavu gospodarske krize so bile najbolj prizadete tiste države, ki so močno odvisne od evropskih in severnoameriških izvornih trgov, medtem ko so bile države z bolj diverzificirano strukturo izvornih trgov manj prizadete (Steiner et al., 2011, str. 17–18).

Razmerje v številu mednarodnih turističnih prihodov v posamezno regijo se je od leta 1980 od leta 2010 precej spremenilo, in sicer najbolj v prid »Aziji in Pacifiku«, kjer se je v omenjenem obdobju delež mednarodnih turističnih prihodov povečal za 14 % točk (slika 16). Prav tako se

je ta delež povečal »Afriki« in »Bližnjemu vzhodu«, medtem ko sta se na drugi strani zmanjšala deleža »Evrope« za 13 % točk in obeh »Amerik« za 6 % točk. Pri UNWTO (2011, str. 16–17) napovedujejo, da se bo takšen trend nadaljeval do leta 2030, ko naj bi »Azija in Pacifik« po projekcijah pridobila 331 milijonov mednarodnih turističnih prihodov ter s tem postala druga najpomembnejša receptivna regija sveta.

Slika 16: Delež mednarodnih turističnih prihodov (v %) glede na posamezno regijo v letih 1980 in 2010 z napovedjo UNWTO za leto 2030



Vir: UNWTO, *Tourism Towards 2030, Global Overview*, 2011, str. 16–17.

Kot navaja Yeoman (2012), so turisti začeli temeljito proučevati cene, kar je delno posledica mednarodne gospodarske krize in njenih močnih vplivov na miselnost potrošnikov, ki pa še nikoli doslej niso bili bolje opremljeni za iskanje najkonkurenčnejše ponudbe. Pri tem si lahko pomagajo s pomočjo široke palete »on-line« orodij, od spletnih strani s kritikami in ocenami potrošnikov, spletnih strani za primerjanje cen do skupinskih promocijskih nakupov (Yeoman, 2012). Raziskava Visa Global Travel Intentions Survey iz leta 2011 potrjuje, da je ugoden nakup oziroma cena glavni odločilni dejavnik pri izbiri destinacije in prekosi celo spremenljivke, kot so naravna pokrajina (angl. *scenery*), politična stabilnost, klimatske razmere in raznolikost aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji (Visa, 2011, str. 9).

Podobno so v spletni raziskavi TripBarometer za leto 2012, ki jo izvaja podjetje TripAdvisor (2013), kot trije glavni dejavniki, na podlagi katerih se odločajo ameriški potniki, navedeni: cena s 76-odstotno, lokacija z 68-odstotno in »on-line« ocene s 44-odstotno oceno strinjanja. Raziskava Pricing Shopping Survey za leto 2011, ki jo je izvedlo svetovalno podjetje Accenture (Marketing Charts, 2011) med potrošniki v ZDA, pa ugotavlja, da bi približno dva od petih ameriških potrošnikov zamenjala blagovno znamko, če bi se cene povečale za 10–20 %, in približno eden izmed petih, če bi se povečale za manj kot 10 %.

Cenovna občutljivost tako ostaja odločilen dejavnik v procesu odločanja o počitnicah tudi v prihodnjih letih. To še posebej velja za potrošnike na trgih, ki se soočajo z dolgotrajnimi varčevalnimi ukrepi, šibko rastjo razpoložljivega dohodka in negotovimi obeti glede zaposlovanja. Prav tako bo na hitro rastočih trgih, kjer zaradi naraščajočega razpoložljivega

dohodka potovanja postajajo dostopna skupini potrošnikov srednjega razreda, cenovna občutljivost močno vplivala na izbiro počitnic.

Tudi ko se bodo ekonomske razmere enkrat umirile, omenjeni način potrošniškega obnašanja ne bo izginil, saj je, kot še navaja Yeoman (2012), tako imenovano pametno nakupovanje »preveč smiselno«, da bi ga potrošniki opustili, prav tako pa se ne bodo zmanjšale zahteve po popustih. To, kaj točno bodo potrošniki kupovali, se lahko spremeni, toda njihova spretnost pri izbiri med različnimi možnostmi in pripravljenost na spremembo pripadnosti oziroma zvestobe bosta ostali trajni (Flatters & Willmott, 2009, str. 110).

Mednarodna gospodarska kriza je torej nedvomno vplivala na spremembe v potrošniškem vedenju oziroma potovalnih navadah turistov. Ti so tako postali cenovno občutljivejši, rezultat tega pa je pojav že omenjene spremenljive potrošnje, ko turisti raziskujejo, primerjajo in veliko več predčasno načrtujejo kot v obdobju pred gospodarsko krizo. Rezultat omenjenih sprememb je spodkopana zvestoba določeni blagovni znamki ali destinaciji (Yeoman, 2012). Toda kljub obdobju, za katerega je značilno krčenje proračunov gospodinjstev in podjetij, pa se, čeprav s spremenjeno strukturo, potrošnja za potovanja še vedno nadaljuje (Blanke, Chiesa & Crotti, 2013, str. 3).

V povezavi z omenjenim Mihalič (2008, str. 56) navaja, da lahko rast števila potovanj gospodarske ali finančne krize regijskih oziroma svetovnih razsežnosti zaustavijo, a hkrati dodaja, da je za turizem po takšnih dogodkih značilno hitro okrevanje in da se prebivalstvo razvitih držav težko odpove potovanjem. Medtem ko se torej frekvenca, razdalja in trajanje mednarodnih potovanj manjšajo, število mednarodnih potovanj kljub vsemu narašča, kar mogoče nakazuje drugačen pogled na potovanje, ki se vedno bolj obravnava kot potreba in ne luksuz (Blanke, Chiesa & Crotti, 2013, str. 3).

Koncept luksuza se namreč skozi čas in med kulturami močno spreminja. Včasih je bil povezan z materialnimi dobrinami, kot so šampanjec, modna oblačila, športni avtomobili in podobno. Dandanes pa je luksuz s povečanim splošnim obiljem postal dostopnejši množicam, kar povzroča težave pri ohranjanju ekskluzivnosti »luksuznih proizvodov«. Posamezniki tako uživajo več materialnega udobja v primerjavi s prejšnjimi generacijami, kar se odraža v kulturnem premiku – težnji po osebni izpolnitvi skozi različna doživetja (Yeoman, 2011, str. 47).

2.3 Strateški ukrepi za pomoč turističnemu sektorju na ravni držav in podjetij

UNWTO je skupaj z ILO v sklopu analize vplivov mednarodne gospodarske krize na zaposlovanje revnejših in ranljivih skupin v turističnem sektorju raziskala tudi to, kakšne strateške ukrepe so države po svetu sprejemale za ublažitev vplivov krize na turizem. Prve

ugotovitve raziskave, v kateri je bilo zajetih sedemdeset držav članic UNWTO, so bile na voljo že proti koncu leta 2009 (Steiner et al., 2011, str. 77).

Možne ukrepe, ki naj bi jih vlade posameznih držav sprejemale, so razvrstili v pet glavnih kategorij. V prvo kategorijo »*trženje in promocija*« spadajo: povečanje prizadevanja vlade za oglaševanje, povečanje proračuna za promocijo turizma, subvencije zasebnim oglaševalskim agencijam in hotelom za oglaševalske dejavnosti ter skupne promocijske kampanje in podobno. Drugo kategorijo predstavljajo »*ukrepi za pomoč podjetjem*«, kot so zmanjšanje davkov s ciljem olajšanja negativnih posledic krize na turistični sektor, posojila z ugodnimi obrestnimi merami, specifično namenjena za korist turističnega sektorja in ukinitvev prej načrtovanih davkov. Tretja kategorija se nanaša na »*ukrepe za podporo potrošnikom*«, vanjo pa so uvrščeni popusti, doseženi s spremembami vladnega nadzora, dogovori o znižanju cen z domačimi ali mednarodnimi turističnimi operaterji, ki bi vključevali neposredne vladne subvencije in promocijske ponudbe, usmerjene na določene trge. Četrta kategorija »*zmanjševanje ovir in spodbujanje potovanj*« zajema ukrepe za olajševanje vizumskih postopkov, povečanje števila povezav z mednarodnimi destinacijami in sporazume o maloobmejnem prometu. Zadnja kategorija »*dolgoročne investicije in regulacije*« pa vključuje investicije v infrastrukturo in človeški kapital, financiranje raziskav za boljše razumevanje učinkov in narave krize, aktivnosti za povečanje širine turističnih storitev itd. (Steiner et al., 2011, str. 79).

Raziskava je tako pokazala, da je na globalni ravni 24 % držav sprejelo nekatere vrste ukrepov s področja promocije in oglaševanja, 14 % in 15 % s področja podpore podjetjem in potrošnikom ter 15 % ukrepe, ki so se navezovali na dolgoročne investicije in regulacije. Samo 10 % držav je zmanjšalo ovire z namenom izboljšanja dostopnosti svojih nacionalnih trgov. Delež ukrepov s področja promocije in oglaševanja, ki je bil največji, so raziskovalci opazovali še z vidika dohodkovne skupine in regije. Ugotovili so, da so bili ukrepi iz te kategorije najpogostejše izbrani v državah z visokim, višjim srednjim in nižjim srednjim dohodkom v Aziji in Pacifiku, obeh Amerikah ter Evropi. Kot zanimivost omenjajo, da obstaja skupen vzorec med vsemi regijami in dohodkovnimi skupinami, da kot drugo najpogostejšo možnost izmed vladnih ukrepov izbirajo olajšave, namenjene potrošnikom in proizvajalcem, ter subvencije (Steiner et al., 2011, str. 80).

Na ravni podjetij ukrepe za soočanje s krizo opisuje Smeral (2009, str. 11), ki navaja, da je trženjske strategije v turizmu, ki bi ublažile vpliv krize, težko razvijati, saj povpraševanje v veliki meri določajo makroekonomski dejavniki (dohodek, cena, gibanje deviznega tečaja) in poslovna pričakovanja, na katere vplivajo trenutno dogajanje na trgu in aktualne ekonomske politike. Med smernicami oziroma možnostmi za spopadanje s krizo kot prvo navaja ohranjanje proračuna za trženje, saj meni, da lahko zmanjševanje tega deluje kontraproduktivno in se mu je dobro čim bolj izogibati (če je to mogoče). Učinek proračuna, namenjenega trženju, pa se lahko poveča z močnim in učinkovitim sodelovanjem.

Pomanjkanje povpraševanja je po njegovem mnenju mogoče ublažiti s povečanjem pozornosti lokalnim trgov, in to ne samo nočitvam, temveč tudi enodnevnim izletom. V ekonomsko težkih časih potencialni obiskovalci raje izbirajo domače destinacije in tiste tuje, ki so bližje domu, potovanja na dolge razdalje, ki vključujejo prevoz z letalom, pa takrat odpadejo, se zmanjšajo ali preložijo. Bivanje v znanih bližnjih destinacijah namreč zmanjša tveganje oziroma morebitna presenečenja v smislu obsega, cene ter kakovosti proizvodov in storitev. Ker imajo potrošniki bolj kritičen pogled na razmerje med ceno in kakovostjo, je treba jasno prikazati individualne koristi, ki jih posamezniku prinaša proizvod oziroma storitev. Prav tako je pomembno omogočiti fleksibilnost pri postopkih rezervacije in zagotoviti transparentnost ponudbe (da lahko potrošniki vedo, kaj pričakovati v smislu stroškov), kar prispeva k večji konkurenčnosti (Smeral, 2009, str. 11).

Čeprav se v takšnih časih pritisk na ceno poveča, se je treba izogibati prevelikim popustom, saj je po gospodarskem okrevanju težko ponovno postaviti prvotne cene. Prav zato naj bi se raven cen čim bolj ohranjala in dodatno okrepila z začasnimi posebnimi ponudbami. Faze nizkega povpraševanja so dobra priložnost za izpeljavo notranjih strukturnih reform in vpeljavo novih konceptov, saj je lažje premagati odpor do tehnoloških in organizacijskih inovacij. Pri pridobivanju novih kupcev pa močno pomagajo inovacije in nove interpretacije proizvodov oziroma storitev. Povečevanje motivacije zaposlenih z namenom izboljšanja kakovosti opravljenih storitev oziroma povečanja zadovoljstva kupcev in ugotavljanje potencialnih prihrankov pri stroških sta še dva izmed splošnih ukrepov za spodbujanje povpraševanja (Smeral, 2009, str. 11).

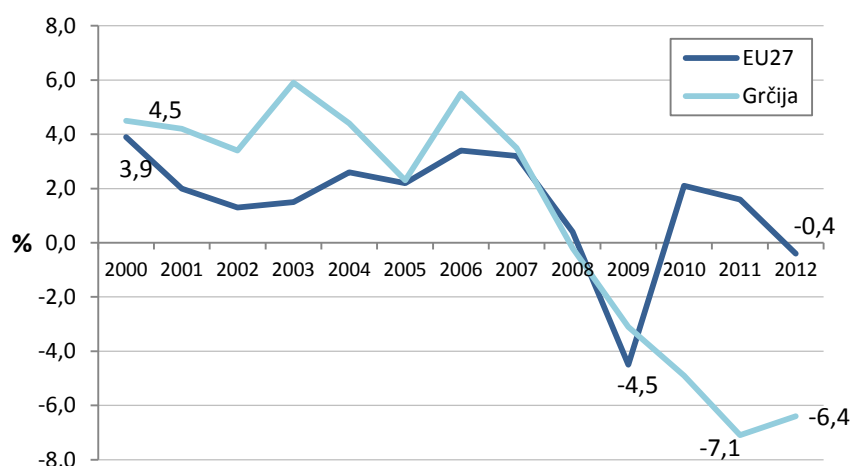
3 MEDNARODNA GOSPODARSKA KRIZA IN TURISTIČNI SEKTOR V GRČIJI

Mednarodna gospodarska kriza je podobno kot v svetu prizadela tudi grški turizem, ki je za Grčijo še posebej pomemben, saj njeno gospodarstvo temelji na storitvenem sektorju, v okviru katerega se pogosto kot glavna stebra in potenciala gospodarstva omenjata ladijski promet in turizem (European Commission, 2012a, str. 5).

3.1 Makroekonomski položaj Grčije med letoma 2000 in 2012

Grčija spada med države EU, ki jih je mednarodna gospodarska kriza najbolj prizadela. Negativno stopnjo realne rasti BDP-ja (-0,2 %) je imela že leta 2008, leta 2009 pa je ta znašala -3,1 %, medtem ko je bila v EU27 celo -4,5 % (slika 17). Najnižjo stopnjo rasti je Grčija beležila četrto zaporedno leto recesije (2011), ko je gospodarska aktivnost upadla za kar 7,1 %. Tudi naslednje leto je bil upad precejšen, 6,4-odstoten, čeprav nekoliko manjši kot leto prej. Negativni trendi so se nadaljevali v letu 2013 (-3,9-odstoten upad), leta 2014 pa bi lahko bila, glede na napovedi, po šestih zaporednih letih recesije rast ponovno pozitivna z 0,6 % (European Commission, 2013b, str. 56).

Slika 17: Stopnje realne rasti BDP-ja (v %) za EU27 in Grčijo v obdobju 2000–2012

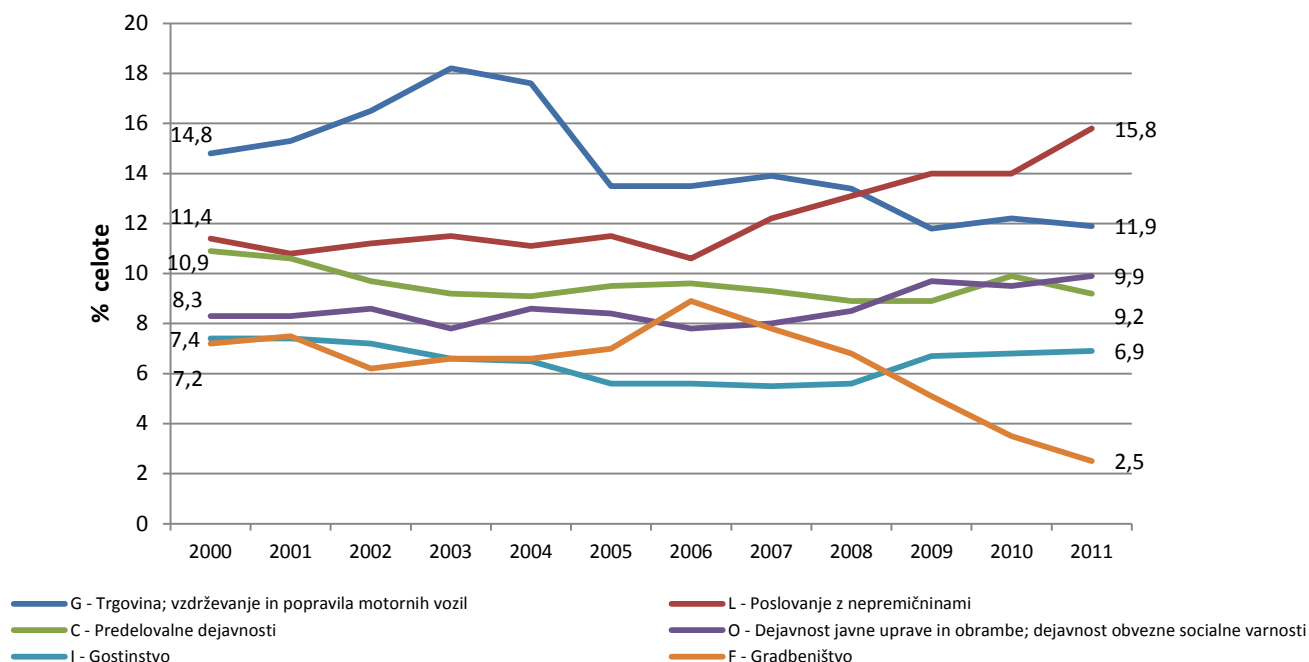


Vir: Eurostat, GDP and main components – volumes, GDP at market prices, 2013.

Mednarodna gospodarska kriza je vplivala tudi na prispevke posameznih dejavnosti k celotnemu gospodarstvu Grčije. Med najpomembnejših šest gospodarskih dejavnosti (glede na NACE Rev. 2), ki so v letu 2000 največ prispevale k grškemu gospodarstvu, so se uvrstile dejavnosti Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (G), Poslovanje z nepremičninami (L), Predelovalne dejavnosti (C), Dejavnost javne uprave in obrambe, dejavnost obvezne socialne varnosti (O), Gostinstvo (I) in Gradbeništvo (F) (seznam vseh dejavnosti je v prilogi 1). Ta prispevek prikazujem z bruto dodano vrednostjo, ki v skladu z definicijo OECD (2013) predstavlja vrednost »outputa« brez vrednosti vmesne potrošnje in s katero se meri prispevek posameznega proizvajalca, panoge ali gospodarske dejavnosti k BDP-ju.

Slika 18 prikazuje, kako so se gibal deleži bruto dodane vrednosti šestih največjih gospodarskih dejavnosti iz leta 2000 v navedenem obdobju. V letu 2011 so se tako v primerjavi z letom 2000 deleži bruto dodane vrednosti omenjenih dejavnosti nekoliko spremenili, pri čemer se je na prvo mesto uvrstila dejavnost L – Poslovanje z nepremičninami (15,8 % oziroma skoraj 29 mlrd €), v tem obdobju pa se je povečal tudi prispevek Dejavnosti javne uprave in obrambe, dejavnost obvezne socialne varnost (O). Prispevek Gostinstva (I) se je v omenjenem obdobju, relativno gledano, sicer zmanjšal (iz 7,4 % na 6,9 %) vendar se je absolutni znesek povečal iz približno 9 mlrd na 12,6 mlrd €. V zadnjem letu se je na šesto mesto, torej za Gostinstvom, uvrstila dejavnost Promet in skladiščenje (H) s 6,2 % oziroma 11 mlrd €, katere prispevek je v letu 2000 znašal 5,1 % (pregled po vseh sektorjih v Grčiji je v prilogi 2, tabela 2).

Slika 18: Gibanje bruto dodane vrednosti (v % celote) za šest največjih dejavnosti v Grčiji (glede na leto 2000) v obdobju 2000–2011

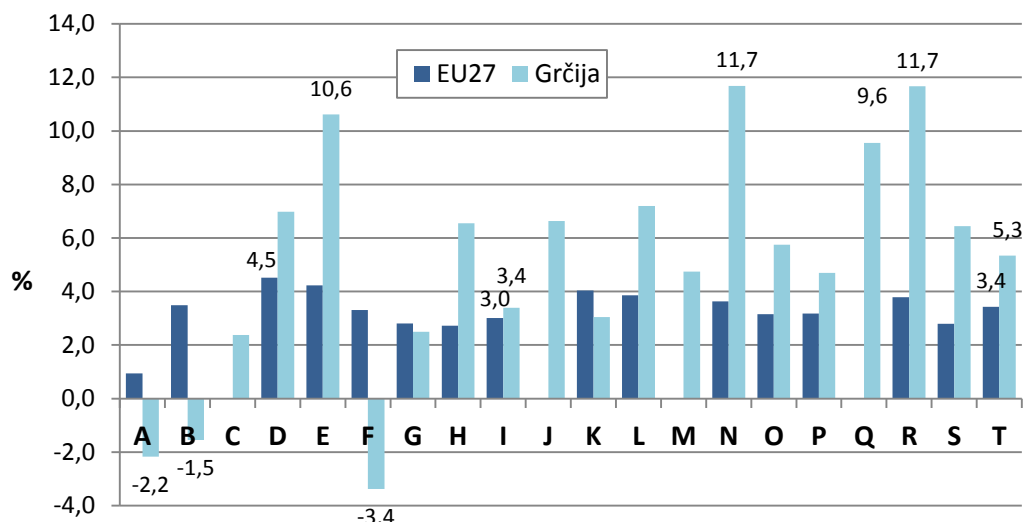


Vir: Eurostat, *National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) - Aggregates at current prices - Gross value added - Greece, 2013.*

Slika 19 prikazuje rast gospodarskih dejavnosti v Grčiji in EU27 v obdobju 2000–2011. Navedena so povprečja letnih stopenj rasti bruto dodane vrednosti v izbranem obdobju za enaindvajset dejavnosti po klasifikaciji NACE Rev.2 (dejavnost U ni prikazana, ker je njena vrednost nič). V Grčiji so v omenjenem obdobju v povprečju najbolj upadle dejavnosti Gradbeništvo (F), Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (A) ter Rudarstvo (B), in sicer prva 3,4 %, druga 2,2 % in tretja 1,5 % letno.

Na drugi strani pa so najbolj narasle Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (N), Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (R) in Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki; saniranje okolja (E) ter Zdravstvo in socialno varstvo (Q). Za prvi dve je znašala stopnja rasti 11,7 %, za tretjo 10,6 % in za zadnjo 9,6 %. Dejavnost Gostinstvo (I) je beležila pozitivno rast (3,4 %) in je bila tako malce večja kot v EU27 (3 %). Največjo stopnjo rasti je v EU27 imela dejavnost D – Oskrba z električno energijo, plinom in paro (4,5 %), ki je naraščala tudi v Grčiji, in sicer v povprečju 7 % na leto (razlaga drugih oznak dejavnosti je v prilogi 1).

Slika 19: Povprečna rast bruto dodane vrednosti po posameznih dejavnostih (NACE Rev. 2) za EU27 in Grčijo v obdobju 2000–2011*

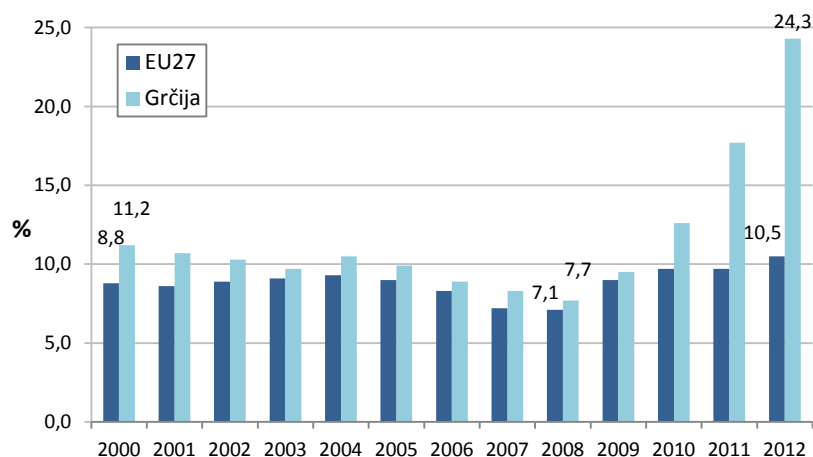


*za EU27 v omenjenem obdobju ni podatkov za gospodarske dejavnosti z oznakami C, J, M in Q.

Vir: Eurostat, *National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) - Aggregates at current prices - Gross value added - Greece, 2013.*

Poleg negativne stopnje gospodarske rasti ima Grčija v primerjavi z drugimi državami EU27 eno izmed največjih stopenj brezposelnosti, ki je od začetka mednarodne gospodarske krize močno narasla. V obdobju 2000–2012 je bila najnižja prav leta 2008, ko je znašala 7,7 %, nato pa je v naslednjem letu narasla na 9,5 %, leta 2012 pa je po četrtem zaporednem povečanju znašala že 24,3 %, medtem ko je za EU27 v istem letu znašala 10,5 % (slika 20). Več kot 65 % brezposelnih v letu 2012 je bilo brez dela več kot dvanajst mesecev, brezposelnost pa ostaja posebej visoka med starimi do 24 let in v starostni skupini od 29–44 let. Po ocenah se je povprečen bruto dohodek v Grčiji od leta 2009 do začetka leta 2013 zmanjšal za 29 %. V letu 2013 se je stopnja brezposelnosti v Grčiji povečala na 27,3 %, leta 2014 pa naj bi se po napovedih zmanjšala na 26 % (European Commission, 2013a, str. 6).

Slika 20: Gibanje stopnje brezposelnosti (v %) za EU27 in Grčijo v letih 2000–2012

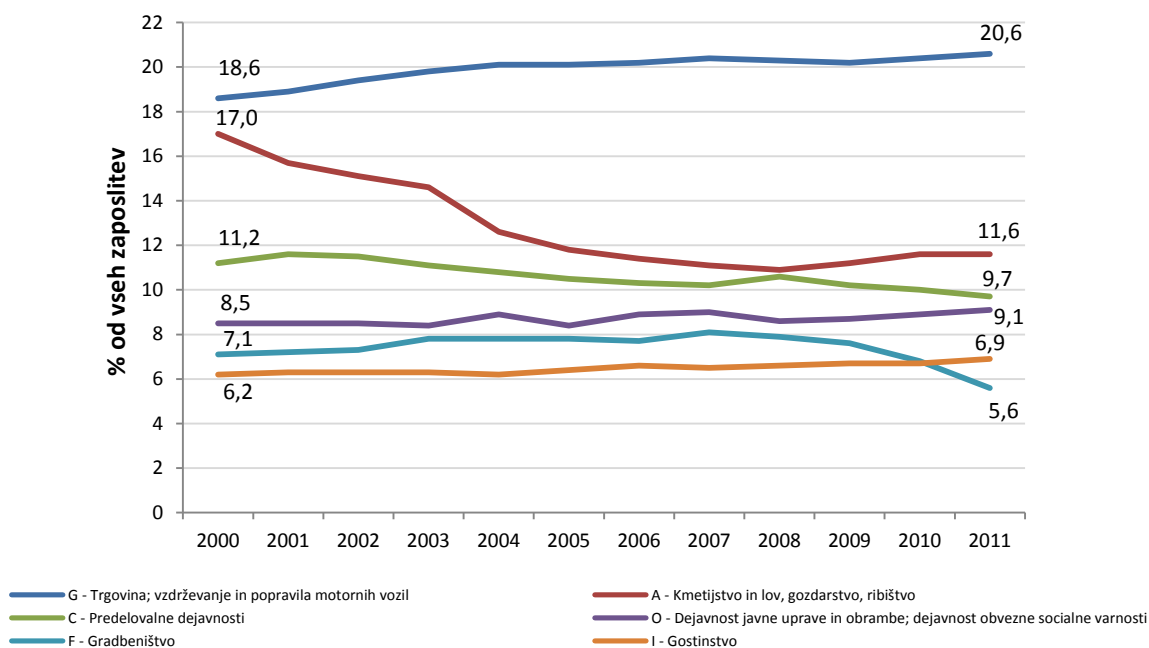


Vir: Eurostat, *Unemployment - LFS adjusted series - Unemployment rate by sex and age groups - annual average - Greece, 2013.*

V zadnjem desetletju se je struktura zaposlenosti v gospodarskih dejavnostih Grčije nekoliko spremenila, dodatno pa je na to dinamiko vplivala mednarodna gospodarska kriza, zaradi katere so bile nekatere dejavnosti bolj prizadete od drugih. Slika 21 prikazuje šest največjih gospodarskih dejavnosti v Grčiji (po NACE Rev. 2) glede na delež zaposlenih (od vseh zaposlenih) v letu 2000 in gibanje teh deležev do leta 2011. Leta 2000 je bilo tako največ zaposlenih v dejavnosti G – Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (18,6 %), ki so ji sledile dejavnosti Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (A) s 17 %, Predelovalne dejavnosti (C) z 11,2 %, Dejavnost javne uprave in obrambe, dejavnost obvezne socialne varnosti (O) z 8,5 %, Gradbeništvo (F) s 7,1 % in Gostinstvo (I) s 6,2 %.

V letu 2011 je bil vrstni red prvih šestih dejavnosti še vedno skoraj enak, le da se je na peto mesto s 6,9 % uvrstila dejavnost Gostinstvo (I) skupaj z dejavnostjo Izobraževanje (P), ki je bila v letu 2000 takoj za gostinstvom s 6,1 %. Največji spremembi sta doživeli dejavnosti Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (A), kjer se je delež zaposlenih v omenjenem obdobju zmanjšal iz 17 % na 11,6 %, in Gradbeništvo (F), kjer je delež začel upadati leta 2008 in je v letu 2011 znašal 5,6 % (pregled po vseh sektorjih v Grčiji je v prilogi 2, tabela 3).

Slika 21: Deleži zaposlenosti po posameznih dejavnostih (največjih šest) v Grčiji (v %) od vseh zaposlitev v obdobju 2000–2011



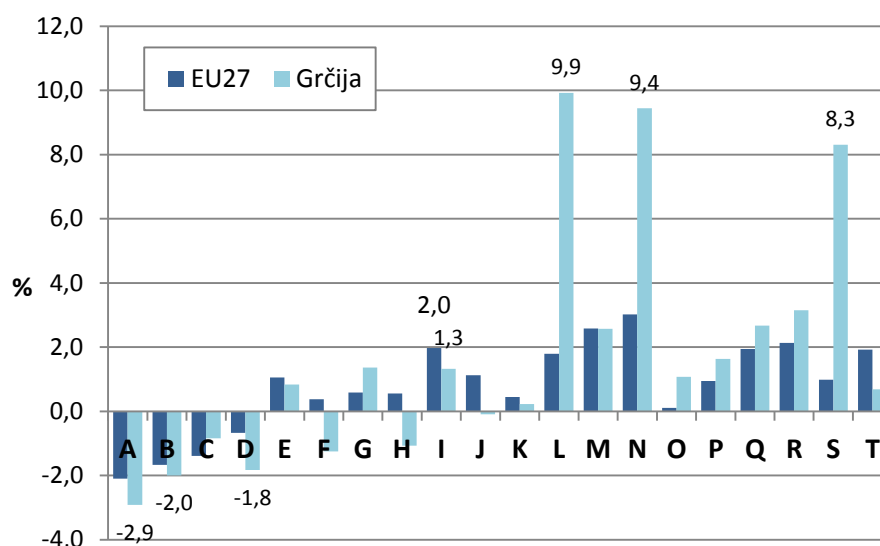
Vir: Eurostat, National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) – Employment data - Greece, 2013.

Širše dogajanje glede zaposlovanja v posameznih gospodarskih dejavnostih opisuje slika 22, iz katere je razvidno, katere dejavnosti so v izbranem obdobju največ izgubile oziroma pridobile z vidika zaposlenosti. V Grčiji so tako največji upad beležile dejavnosti Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (A), Rudarstvo (B) ter Oskrba z el. energijo, plinom in paro (D), katerim so se deleži v povprečju zmanjševali za 2,9 %, 2 % in 1,8 % letno. Poleg v navedenih

se je število zaposlenih zmanjševalo še v Gradbeništvu (F), Prometu in skladiščenju (H), Predelovalnih dejavnostih (C) ter nekoliko manj v Informacijskih in komunikacijskih dejavnostih (J). Prva dejavnost je tako beležila v povprečju 1,2-odstotni, druga 1,1-odstotni, tretja 0,8-odstotni in zadnja 0,1-odstotni padec letno.

Največ pa so pridobile dejavnosti Poslovanje z nepremičninami (L), Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (N) in Druge dejavnosti (S), kjer se je zaposlenost povprečno povečevala za 9,9 %, 9,4 % in 8,3 % na leto. Z izjemo omenjenih treh, ki so močno narasle, in Gradbeništva (F) ter Prometa in skladiščenja (H), ki sta močno upadli, se je rast zaposlenosti v večini dejavnosti gibala dokaj podobno kot v EU27. Dejavnost Gostinstvo (I) je tako v Grčiji v obdobju 2000–2011 beležila 1,3-odstotno, v EU27 pa 2-odstotno povprečno letno rast.

Slika 22: Povprečja letnih stopenj rasti zaposlenosti po posameznih dejavnostih (NACE Rev.2) za EU27 in Grčijo v obdobju 2000–2011



Vir: Eurostat, *National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) – Employment data - Greece, 2013.*

Krenz (2013, str. 19) v študiji o koncentraciji v storitvenih sektorjih proučuje gibanje zaposlenosti v dvaindvajsetih storitvenih sektorjih za štirinajst držav EU od leta 1970 do leta 2005. Na podlagi podatkov o zaposlenosti ugotavlja, da so se storitveni sektorji v EU skozi čas v povprečju enakomerno razporedili. Izjeme naj bi bili trgovina na drobno, vodni transport in finančno posredništvo (brez zavarovalništva in pokojninskih skladov), ki naj bi beležili močno rast in koncentracijo. Z vidika posameznih držav pa omenjeni avtor ugotavlja, da je v Grčiji v določenih sektorjih opazna še posebej velika koncentracija delovne sile v primerjavi s povprečjem EU, in sicer v sektorjih, povezanih s turizmom, kot so trgovina na drobno, hoteli in restavracije, transport in skladiščenje, ter v javni upravi in izobraževalnem sektorju.

Glede velikosti podjetij pa po številu zaposlenih v Grčiji, podobno kot v mnogih mediteranskih državah, kjer prevladujejo podjetja v družinski lasti, predstavljajo hrbtenico gospodarstva predvsem mala in mikro podjetja. Tako je na primer približno 30 % zaposlitev v proizvodnji v podjetjih z devet ali manj zaposlenimi. Na drugi strani je v Italiji v istem segmentu podjetij samo 15 % zaposlenih, v Nemčiji pa samo 5 %. Produktivnost teh majhnih podjetij predstavlja manj kot 40 % produktivnosti večjih podjetij z več kot 250 zaposlenimi (Mckinsey & Company, 2012, str. 18).

Ključne sektorje grškega gospodarstva predstavljajo turizem, energetika, proizvodnja – predelava hrane ter kmetijstvo – pridelava žit in trgovina. Skupno ti predstavljajo 42 % ekonomskega »outputa« in zaposlujejo 51 % vseh zaposlenih. Po napovedih naj bi imele v prihodnosti velike možnosti za rast dejavnosti, kot so proizvodnja generičnih farmacevtskih izdelkov, gojenje vodnih organizmov ali akvakultura (angl. *aquaculture*), zdravstveni turizem, oskrba starejših, razvoj regionalnih vozlišč (ladijskega) tovornega prometa in ravnanje z odpadki.

Omenjenih šest dejavnosti predstavlja tako imenovane vzhajajoče zvezde grškega gospodarstva, poleg teh pa sta naštetih še dve dejavnosti, ki bi sicer manj prispevali z vidika bruto dodane vrednosti in zaposlovanja, vendar sta pomembni pri promociji novega »navzven usmerjenega« modela grškega gospodarstva. Ti dejavnosti predstavljata razvoj »specializiranih kategorij živil« (izkoriščanje priložnosti za promocijo kmetijskih proizvodov z zaščiteno označbo porekla ali proizvodov z zaščiteno geografsko označbo na domačih in mednarodnih trgih) ter razvoj usmerjenih klasičnih izobraževalnih programov in povezovanje s priznanimi mednarodnimi izobraževalnimi institucijami (Mckinsey & Company, 2012, str. 37–38).

Za izhod iz krize mora Grčija poleg že uvedenih reform v prihodnosti izvesti še številne druge strukturne reforme. Nekateri ukrepi, s katerimi bi pripomogli h gospodarskemu okrevanju, so navedeni v nacionalnem reformnem programu Grčije za leto 2013 in se nanašajo na področja, kot so na primer trg dela, poslovno okolje, izobraževalni in zdravstveni sistem ter javna uprava (Ministry of Finance, 2013, str. 72).

Konkretno ukrepe določa tudi Program gospodarske prilagoditve (angl. *economic adjustment programme*), ki je bil leta 2010 na prošnjo Grčije sprejet s strani Evropske komisije, Evropske centralne banke in Mednarodnega denarnega sklada (v nadaljevanju IMF). Program vključuje finančno pomoč Grčiji s strani držav članic evroobmočja in IMF-a za obdobje 2010–2013 ter je namenjen ponovni vzpostavitvi fiskalne vzdržnosti, ohranjanju stabilnosti finančnega sistema ter spodbujanju konkurenčnosti, trajnostne rasti in zaposlovanja. Poleg tega je bil sprejet še drugi program gospodarske prilagoditve, ki pokriva obdobje 2012–2014. Skupna vrednost finančnega paketa obeh programov tako znaša približno 238 mlrd €, torej 73 mlrd € od prvega in 165 mlrd € od drugega programa (European Commission, 2013a, str. 5).

Gospodarsko okrevanje Grčije, ki bi temeljilo na investicijah in izvozu, naj bi bilo očitnejše šele v letih 2015 in 2016, ko naj bi stopnje rasti dosegle 2,9 % in 3,7 %. Zmanjševanje stroškov dela na enoto proizvoda, podprto s strukturnimi reformami trga dela in trga proizvodov, ter izboljšano poslovno okolje bi moralo spodbuditi konkurenčnost grškega gospodarstva, ustvariti nove dobičkonosne poslovne priložnosti in spodbuditi ustvarjanje delovnih mest (European Commission, 2013a, str. 6). Bo pa grško okrevanje odvisno tudi od dogajanja v turizmu.

3.2 Turistični sektor v Grčiji

Grčija je mediteranska država na arhipelagu z bogato gospodarsko, versko in intelektualno dejavnostjo, ki se na njenem prostoru odvija že več kot tri tisočletja in pol. Na področju turizma in gostinstva ima že dolgo tradicijo, večinoma zaradi svoje zgodovine in starodavne civilizacije. Tujce so že v antični Grčiji imeli za svete, saj je vrhovni bog grške mitologije Zevs poleg neba in svetlobe tudi bog gostoljubnosti, ki naj bi ščitil tujce in navdihoval lokalno prebivalstvo k skrbi za svoje obiskovalce (Buhalis, 2001, str. 440).

Razvoj modernega turističnega sektorja se je v Grčiji začel v petdesetih letih prejšnjega stoletja zaradi potrebe po zadovoljevanju turističnega povpraševanja. Grški turistični proizvod je, kot navaja Buhalis (2001, str. 449), zmes naravnih, kulturnih in zgodovinskih privlačnosti, razširjenih po celotni državi, ter velike raznolikosti storitev, ki jih ponujajo v večini mala in srednja turistična podjetja ali SMTE (angl. *small and medium tourism enterprises*). Glavne naravne privlačnosti Grčije predstavljajo približno 16.000 km obale in 2.500 otokov, v povprečju 300 sončnih dni letno, unikatno rastlinstvo in živalstvo ter podnebje z milimi zimami in vročimi poletji. Med glavne kulturne privlačnosti spada dediščina grške civilizacije s približno 25.000 registriranimi in zaščitnimi spomeniki ter arheološkimi najdišči, številnimi muzeji in približno 500 značilnimi tradicionalnimi naselji (Buckley & Papadopoulos, 1986 v Buhalis, 2001, str. 449).

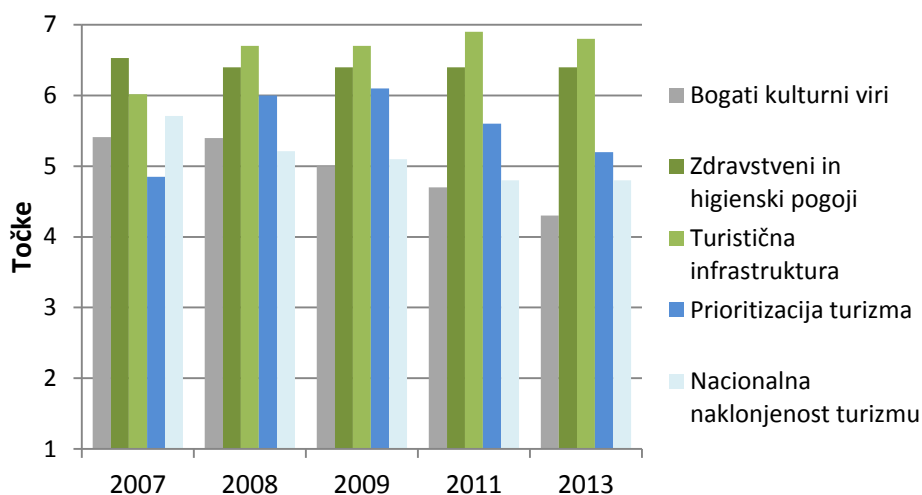
3.2.1 Značilnosti in pomen turističnega sektorja v Grčiji

Glede na Travel & Tourism Competitiveness Index⁵, ki ga izračunava Svetovni ekonomski forum (angl. *World Economic Forum – WEF*), je bila v letu 2013 Grčija uvrščena na dvaintrideseto mesto med stoštiridesetimi državami. Na podlagi bogatih kulturnih virov se je v istem letu uvrstila na petindvajseto mesto, na podlagi zdravstvenih in higienskih pogojev na trinajsto mesto, glede na turistično infrastrukturo pa na tretjo mesto. Poleg tega je v Grčiji v

⁵ Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) je namenjen merjenju dejavnikov in politik, ki vplivajo na privlačnost razvoja turističnega sektorja v različnih državah. Indeks je bil razvit na podlagi sodelovanja različnih organizacij in podjetij, povezanih s turizmom, ter temelji na treh osnovnih kategorijah spremenljivk, ki vplivajo na konkurenčnost turističnega sektorja. Te kategorije so povzete v treh »podindeksih«: zakonodajni okvir, poslovno okolje in infrastruktura ter človeški, kulturni in naravni viri turističnega sektorja. Vsak podindeks je sestavljen iz določenega števila stebrov konkurenčnosti turističnega sektorja, ki jih je skupaj štirinajst in združujejo številne posamezne spremenljivke (WEF, 2013, str. 4–5).

primerjavi s številnimi drugimi evropskimi državami prisotna močna nacionalna naklonjenost turizmu, vključno s splošno odprtim in pozitivnim odnosom do turistov (WEF, 2013, str. 16). Kljub relativno dobrim rezultatom za leto 2013 v primerjavi z drugimi državami pa so se vrednosti omenjenih stebrov konkurenčnosti grškega turističnega sektorja od začetka krize gibale različno (slika 23). Čeprav je od leta 2008, ko je bila uvrščena na dvaindvajseto mesto med sto tridesetimi državami, v celoti gledano, sicer nazadovala za deset mest, na določenih področjih še vedno ostaja konkurenčna. Medtem ko je na podlagi bogatih kulturnih virov nazadovala in se iz petnajstega mesta (leta 2007) uvrstila na petindvajseto mesto (leta 2013), pa se je na podlagi turistične infrastrukture iz devetega mesta v letu 2008 uvrstila na tretjo mesto v letu 2013 (podrobnejši podatki so v prilogi 3).

Slika 23: Gibanje povprečnih vrednosti nekaterih stebrov konkurenčnosti turističnega sektorja v Grčiji (na lestvici 1–7) v izbranih letih*



Legenda: *1 – najslabše, 7 – najboljše

Vir: WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report* 2007, str. 206; 2008, str. 188; 2009, str. 206; 2011, str. 202; 2013, str. 178.

Zdravstveni in higienski pogoji se v zadnjih letih skoraj niso spremenili, sta se pa poslabšali nacionalna naklonjenost turizmu in prioritizacija turističnega sektorja s strani države. Vzrok tega nazadovanja bi, kot navajajo pri WEF (2013, str. 16), lahko bil v nadaljnjem slabšanju družbeno-političnega okolja, v katerem se sprejemajo ukrepi oziroma politike, in nižjem zaznavanju prioritete turizma v državi, verjetno zaradi krčenja razpoložljivih sredstev za določeno dejavnost sredi splošnih ekonomskih in finančnih težav.

Glavne produkte grškega turizma predstavljajo »sonce, pesek in morje« (angl. *sun, sand & sea*), bogastvo zgodovine, kulture in tradicije ter spektakularna pokrajina. Turistična infrastruktura Grčije je dobro razvita, turistično ponudbo pa želijo še razširiti in se pozicionirati kot celoletna destinacija s turistično infrastrukturo, ki bi pokrivala vse štiri letne čase in bi odgovarjala raznolikim in zahtevnim potrebam enaindvajsetega stoletja. Med dejavnosti, ki jih nameravajo še razširiti, spadajo na primer razvoji integriranih turističnih »resortov« oziroma kompleksov (angl. *integrated resorts*) in stanovanjskih nepremičnin,

nadgrajenih in novih marin, konferenčnih centrov, term, tečajev golfa in športnega turizma, razvoj wellness in zdraviliškega turizma ter proizvodov kmečkega turizma in gastronomske ponudbe (Gros, 2010, str. 10).

Z vidika nastanitvene ponudbe je imela Grčija v letu 2011 skupno približno 9.600 uradnih nastanitvenih objektov (hoteli in podobni nastanitveni obrati) s skupno kapaciteto približno 760.000 ležišč, v katerih so skupaj beležili približno 69 milijonov nočitev, od tega pa so približno 15 milijonov predstavljale nočitve rezidentov in skoraj 54 milijonov nočitev nerezidentov (tabela 2). Od leta 2000 do leta 2011 se je število omenjenih nastanitvenih objektov povečalo skoraj za 16 %, število ležišč pa za približno 26 %, medtem ko so se je število nočitev povečalo za dobrih 14 %.

Tabela 2: Število hotelov in podobnih nastanitvenih obratov ter število ležišč in število nočitev (v tisoč) v teh obratih v Grčiji za obdobje 2000–2011

Leto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Število objektov	8.342	8.342	8.329	8.689	8.899	9.036	9.111	9.207	9.385	9.559	9.732	9.648
Število ležišč - hoteli in podobni obrati	607.614	607.614	606.330	644.898	668.271	682.050	693.252	700.933	715.857	732.279	763.407	763.668
Nočitve - skupaj (v tisoč)	60.840	55.105	53.478	53.476	51.590	54.017	56.708	64.086	64.074	64.292	65.059	69.138
• Rezidenti (v tisoč)	14.628	13.290	13.128	13.716	13.280	13.942	14.249	16.675	16.840	18.367	16.815	15.370
• Nerezidenti (v tisoč)	46.212	41.815	40.350	39.760	38.310	40.075	42.459	47.410	47.234	45.926	48.244	53.768

Vir: Eurostat, *Tourism – Annual data on tourism industries – Capacity of tourist accommodation establishments - Number of establishments, bedrooms and bed-places; Nights spent by residents and non-residents, 2013.*

Glede na število sob je bilo po raziskavi iz leta 2001 v Grčiji 93 % hotelov z manj kot sto sobami, ki so zaposlovali od ene do šestdeset oseb ter so tako definirani kot SMTE. Sicer pa hoteli predstavljajo samo del celotne nastanitvene ponudbe Grčije. Poleg hotelov ponudbo dopolnjujejo še manjši nastanitveni objekti, kot so zasebne sobe, apartmaji, vile, bungalovi in kampi (tako imenovani parahotelski nastanitveni objekti), kar kaže na opazno razdrobljenost nastanitvenega sektorja (Bastakis, Buhalis & Butler, 2003, str. 151). Leta 2011 je bilo tako poleg hotelov in podobnih nastanitvenih obratov, kot so moteli, penzioni, gostišča in prenočišča, v Grčiji tudi skoraj 18.000 drugih nastanitvenih objektov (npr. apartmajska in počitniška naselja, zasebne sobe, apartmaji in hiše) s skupno 270.000 ležišči ter 300 kampov z 81.000 ležišči (Eurostat, 2013).

V istem letu je bilo v Grčiji 16,4 milijona mednarodnih turističnih prihodov, ki so imeli glede na vrsto transportnega sredstva naslednjo strukturo: največ tujih turistov (skoraj 11,7 milijona oziroma 71 %) je prišlo z zračnim, 3,8 milijona (23 %) s cestnim, približno 1 milijon (malo manj kot 6 %) z vodnim in približno 3.800 (niti 1 %) z železniškim transportom (ELSTAT, 2012, str. 24), kar kaže na veliko odvisnost grškega turizma od letalskega prometa.

Približno 70 % vseh turističnih potovanj v Grčijo predstavljajo organizirana oziroma paketna potovanja s čarterskimi letalskimi družbami (Gros, 2010, str. 11). Ta oblika turističnih potovanj prevladuje, saj imajo tuji »touroperaterji« (organizatorji potovanj) v grškem turizmu veliko moč. Kot je že bilo omenjeno, so v grškem turističnem sektorju večinoma SMTE. Ta pa imajo določene strateške in funkcionalne pomanjkljivosti, ki lahko ogrozijo ne samo njihovo delovanje in standard ponujenih storitev, temveč tudi njihovo sposobnost za optimalno pogajanje o svojih pogojih.

V turističnem sektorju, za katerega so značilni spremenljivo povpraševanje, minljivost proizvodov in precejšnje investicije na strani ponudbe, je še posebej pomembno načrtovanje. Ena izmed značilnosti SMTE-jev je pomanjkanje načrtovanja in strateške vizije, v procesih odločanja pa prevladujejo taktične in operativne odločitve. SMTE-ji so tako pogosto šibki pri menedžmentu in trženju, saj jim primanjkuje virov za zaposlovanje specializiranega osebja in primerno promocijo. Omenjene slabosti skupaj s pomanjkanjem osnovnih poslovnih informacij silijo SMTE-je, da v svoji turistični ponudbi uporabljajo »proizvodno naravnano« pristop, s čimer postanejo šibek člen v distribucijskem kanalu, njihova odvisnost od posrednikov pa postane neizogibna (Bastakis, Buhalis & Butler, 2003, str. 152).

Pomembna značilnost grškega turističnega sektorja je tudi koncentracija turistične sezone med poletnimi meseci (od aprila do oktobra). Fenomen sezonskosti ni posebnost grškega turizma, temveč je prisoten v vseh turističnih receptivnih državah, vključno z drugimi južnimi evropskimi državami, kot so Španija, Portugalska in Italija. Toda sezonskost je v Grčiji veliko izrazitejša kot v omenjenih državah, kar se posledično odraža v zaposlitvah v turističnem sektorju, ki so večinoma začasne in sezonske narave (Petrakis, 2012, str. 439).

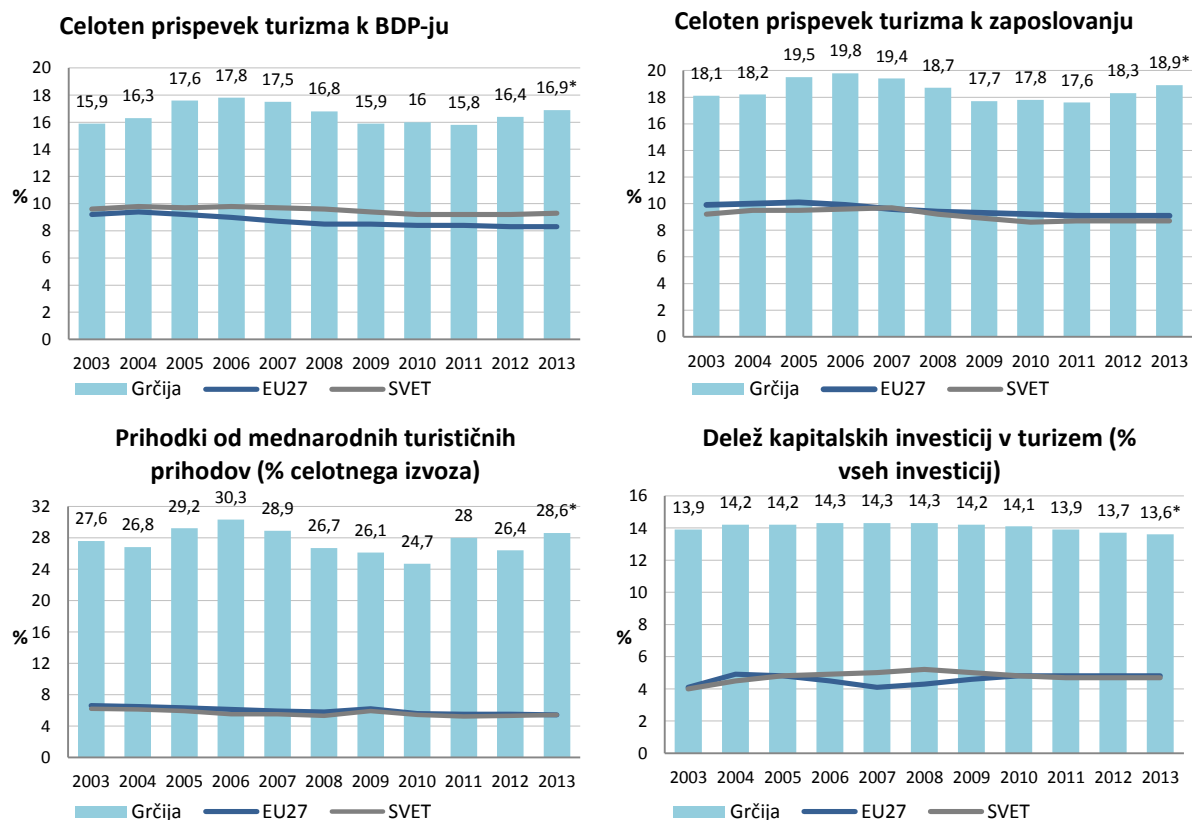
3.2.2 Vpliv mednarodne gospodarske krize na turistični sektor v Grčiji

Grčija spada med države, kjer turistični sektor v relativnem smislu predstavlja pomemben del gospodarstva. Tako je v Grčiji v letu 2012 celoten prispevek turizma k BDP-ju znašal 30,3 mlrd € oziroma 16,4 % (svet 9,2 %), s čimer jo WTTC uvršča na štirideseto mesto med sto štiriinosemdesetimi državami. Celoten prispevek turizma k zaposlovanju je predstavljal 689.000 zaposlitev ali 18,3 % vseh zaposlitev (svet 8,7 %), delež prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov v celotnem izvozu pa 26,4 %, kar predstavlja 11,4 mlrd € (svet 5,2 %). Delež kapitalskih investicij v turizmu je znašal 13,7 % ali 3,1 mlrd € (svet 4,7 %), kar, v celoti gledano, kaže na veliko odvisnost gospodarstva od turističnega sektorja (WTTC, 2013a, str. 1–8).

Gibanje omenjenih štirih kazalnikov v obdobju 2003–2013 (slika 24) kaže na zmanjšanje prispevkov turizma v letu 2008 na vseh naštetih področjih, torej od BDP-ja do investicij, čeprav so se vsi razen investicij zmanjševali že pred mednarodno gospodarsko krizo. V letu 2012 sta se prispevka k BDP-ju in zaposlovanju rahlo povečala (manj kot 1 % točko), v letu 2013 pa se bodo, po ocenah WTTC (Economic Data Search Tool, Greece, 2013), rahlo

povečali vsi prispevki. Izjema bo prispevek na področju kapitalskih investicij v turizem, kjer naj bi se delež še dodatno zmanjšal. Delež kapitalskih investicij v turizem je edini kazalnik, ki se zmanjšuje že četrto zaporedno leto od pojava krize – drugi kazalniki so sicer upadli po letu 2008, vendar so se kmalu spet izboljšali.

Slika 24: Glavni kazalniki prispevka turizma (v %) v Grčiji v letih 2003–2013*



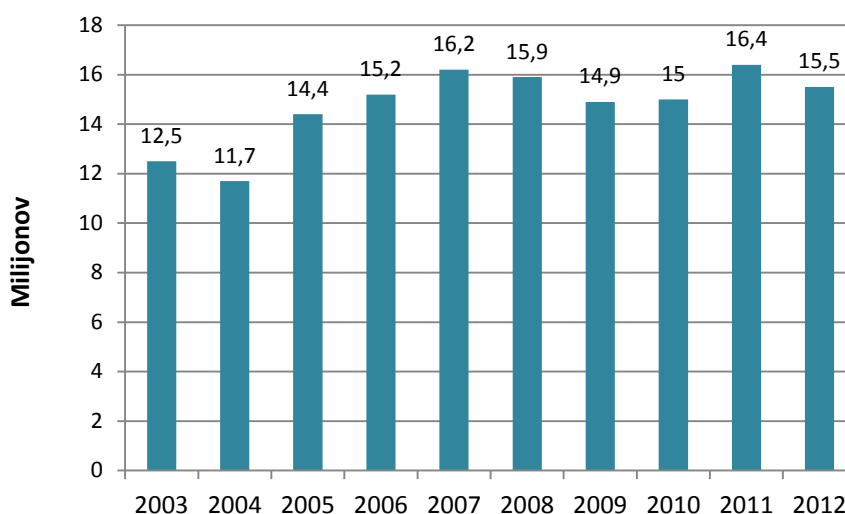
*ocena WTTC

Vir: WTTC, Economic Data Search Tool, Greece – Travel and Tourism Total Contribution to GDP; Travel and Tourism Total Contribution to Employment; Visitor Exports; Capital Investment, 2013.

Glede na namen potovanja turistov v letu 2012 je kar 94,3 % neposrednega prispevka turizma k BDP-ju Grčije (20,5 mlrd €) predstavljala potrošnja za prostočasna potovanja, medtem ko je potrošnja za poslovna potovanja predstavljala 5,7 % omenjenega prispevka oziroma 1,2 mlrd €. V istem letu je z vidika države izvora turistov 55,2 % predstavljala potrošnja tujih in 44,8 % potrošnja domačih turistov, kar ni zanemarljiv delež (WTTC, 2013a, str. 6).

Mednarodna gospodarska kriza je vplivala tudi na mednarodne turistične prihode v Grčiji (slika 25), ki so se v prvih letih krize zmanjšali, Grčija pa se je po številu mednarodnih turističnih prihodov na svetu iz šestnajstega mesta v letu 2008 uvrstila na sedemnajsto mesto v letu 2011, pri čemer sta jo v tem obdobju počasi prehiteli Tajski in Savdska Arabija (World Bank, 2013).

Slika 25: Mednarodni turistični prihodi v Grčiji (v milijonih) v obdobju 2003–2012



Vir: UNWTO Elibrary – *Tourism Factbook, Greece: Arrivals of non-resident tourists at national borders by country of residence 2007 – 2011, 2012.*

Prav tako se je močno spremenila tudi sama struktura prihodov. Od leta 2007 do leta 2012 so se namreč precej zmanjšali deleži nekaterih »tradicionalnih« izvornih trgov, in sicer italijanskega, ki se je v omenjenem obdobju zmanjšal za 2,2 % točke in se je iz tretjega uvrstil na šesto mesto desetih največjih držav po mednarodnih turističnih prihodih. Na tretjo mesto po prihodih se je uvrstila sosednja Makedonija z 8,4 %. Od tradicionalnih izvornih držav je na zadnjem mestu pristala Nizozemska, ki je bila v letu 2007 na petem mestu, na njenem mestu pa se je v letu 2012 na lestvici pojavila Rusija s 5,6 %. Tudi delež ZDA v mednarodnih turističnih prihodih se je od leta 2007 opazno zmanjšal, saj se po petih letih ni uvrstila med deset največjih držav. Na prvem in drugem mestu pa se kljub krizi v navedenem obdobju ves čas ohranjata Nemčija in Velika Britanija, ki že več let za Grčijo predstavljata glavna izvorna trga (tabela 3).

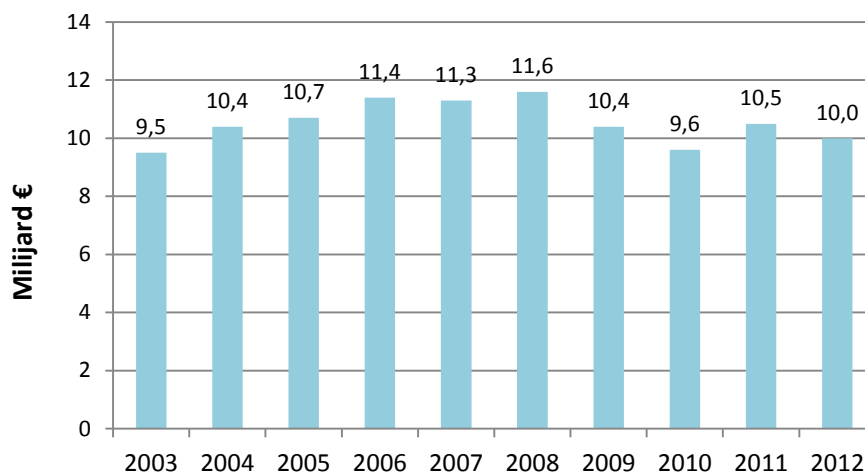
Tabela 3: Struktura mednarodnih turističnih prihodov glede na državo izvora (delež države kot % celote) – lestvica desetih največjih držav po prihodih v letih 2007, 2009 in 2012

2007			2009			2012		
1.	Nemčija	16,8	Nemčija	15,9	Nemčija	13,6		
2.	Velika Britanija	15,5	Velika Britanija	14,2	Velika Britanija	12,4		
3.	Italija	7,7	Francija	6,5	Makedonija	8,4		
4.	Francija	6,1	Italija	6,3	Francija	6,3		
5.	Nizozemska	4,6	Nizozemska	4,4	Rusija	5,6		
6.	Bolgarija	4,3	Bolgarija	4,4	Italija	5,5		
7.	ZDA	3,8	ZDA	3,6	Srbija & Črna gora	4,0		
8.	Srbija & Črna gora	3,4	Srbija & Črna gora	3,3	Turčija	3,9		
9.	Ciper	3,0	Ciper	2,9	Bolgarija	3,9		
10.	Belgija	2,5	Švedska	2,4	Nizozemska	3,1		
	Ostali	32,3	Ostali	36,1	Ostali	33,3		

SETE - Association of Greek Tourism Enterprises, *International tourist arrivals 2000 – 2012, 2013a.*

Skupaj s prihodi so se po letu 2008 zmanjšali tudi prihodki od mednarodnih turističnih prihodov (slika 26), ki so se zmanjšali dvakrat zapored in so v letu 2010 prišli skoraj na raven iz leta 2003. Po prihodkih od mednarodnih turističnih prihodov v svetu se je Grčija leta 2008 uvrstila na petnajsto mesto, leta 2012 pa na triindvajseto mesto (SETE, 2013).

Slika 26: Prihodki od mednarodnih turističnih prihodov Grčije (v milijardah €) v obdobju 2003–2012



Vir: SETE - Association of Greek Tourism Enterprises, International tourism receipts by country of origin 2005 - 2012, 2013b.

Tako kot se je spremenila struktura prihodov, so se spremenili tudi deleži držav v mednarodni turistični potrošnji (tabela 4). Podobno kot pri prihodih so se tudi pri prihodkih v obdobju 2007–2012 opazno zmanjšali deleži tradicionalnih izvornih držav. Italija, ZDA in Belgija so v petih letih na lestvici »top desetih držav« glede na potrošnjo nazadovale za dve mesti, Nizozemska pa celo za tri. Po drugi strani pa se je močno povečal delež Rusije (za 7,3 % točke), katere državljani so v letu 2012 v Grčiji postali tretji največji turistični potrošniki za državljani Nemčije in Velike Britanije.

Tabela 4: Struktura prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov glede na državo izvora (delež države kot % celote) – lestvica desetih največjih držav v letih 2007, 2009 in 2012

2007		2009		2012	
1.	Velika Britanija	19,1	Nemčija	17,7	Nemčija
2.	Nemčija	18,0	Velika Britanija	15,6	Velika Britanija
3.	Italija	7,7	Francija	7,0	Rusija
4.	ZDA	6,7	Italija	6,1	Francija
5.	Francija	6,3	ZDA	5,5	Italija
6.	Nizozemska	4,3	Nizozemska	4,6	ZDA
7.	Ciper	3,9	Ciper	3,7	Ciper
8.	Belgija	2,8	Belgija	3,0	Švica
9.	Švica	2,3	Švica	2,9	Nizozemska
10.	Rusija	2,1	Rusija	2,9	Belgija
	Ostali	26,8	Ostali	31,0	Ostali

Vir: SETE - Association of Greek Tourism Enterprises, International tourism receipts by country of origin 2005 -2012, 2013b.

Grški turizem je torej v zadnjih letih doživel nekatere spremembe, ki so bile zelo verjetno tudi posledice mednarodne gospodarske krize. Koliko je bil grški turizem prizadet zaradi krize, sem poskušal v nadaljevanju ugotoviti s pomočjo analize podatkovne baze podjetij iz različnih dejavnosti grškega gospodarstva. Pri tem sem si pomagal tudi z do zdaj naštetimi podatki oziroma splošnim opisom dogajanja v grškem turističnem sektorju.

3.3 Analiza prizadetosti turističnega sektorja v Grčiji zaradi gospodarske krize

V tem podpoglavju je predstavljena analiza prizadetosti turističnega sektorja v Grčiji, narejena na podlagi podatkov grških podjetij. Na začetku je opredeljen problem in predstavljena glavna hipoteza, sledita ji predstavitev metodologije in vzorca ter interpretacija analiziranih podatkov.

3.3.1 Opredelitev problema

Grško gospodarstvo je bilo od začetka mednarodne gospodarske krize močno prizadeto, kar je razvidno že iz velikega padca BDP-ja in povečanja brezposelnosti po letu 2008. Kljub vsemu pa niso bile vse gospodarske dejavnosti v Grčiji enako prizadete. Nekatere so na primer takoj po pojavu krize beležile precejšen upad, ki se je z leti še poglobil, druge so se soočale s postopnim upadanjem, spet tretje so kljub nenadnemu upadu relativno hitro okrevale.

Grški turizem je bil prav tako kot druge gospodarske dejavnosti izpostavljen vplivom gospodarske krize in globalnim spremembam potrošniških navad, ki sem jih opisal v drugem poglavju. Za podrobnejši vpogled v dogajanje v grškem turističnem sektorju sem poleg splošnih statističnih podatkov o gospodarskih dejavnostih Grčije, objavljenih s strani uradnih institucij, analiziral tudi podatke iz podatkovne baze Amadeus, ki so bili podani na ravni posameznega podjetja.

Namen te analize je bil na podlagi podatkov iz baze podjetij Amadeus ugotoviti, ali je mednarodna gospodarska kriza prizadela grški turizem, ali je bil ta bolj ali manj prizadet od drugih gospodarskih dejavnosti ter kakšna je bila njegova dinamika v letih pred in po začetku krize (leta 2008) v primerjavi z drugimi dejavnostmi. Z analizo sem želel preveriti veljavnost glavne hipoteze in posameznih podhipotez, ki sem jih oblikoval na podlagi proučene literature.

Glavna hipoteza se tako glasi: Turizem v Grčiji je bil zaradi mednarodne gospodarske krize manj prizadet od drugih gospodarskih dejavnosti.

Podhipoteze, s katerimi sem želel dodatno pojasniti glavno hipotezo, so naslednje:

1. Dinamika turističnega sektorja je zaradi velike odvisnosti od zunanega povpraševanja nekoliko drugačna od siceršnje gospodarske dinamike v Grčiji.

2. Turizem v Grčiji je bil zaradi padca gospodarske aktivnosti v EU, ki za grški turizem predstavlja glavni izvorni trg, prizadet prej kot gospodarstvo Grčije nasploh.
3. Turizem v Grčiji je bil zaradi odvisnosti od zunanjega povpraševanja manj prizadet kot gospodarstvo Grčije nasploh, saj je bil padec gospodarske aktivnosti v EU v povprečju precej manjši kot v Grčiji.

3.3.2 Metodologija in vzorec

Predstavljeni podatki so bili pridobljeni iz podatkovne baze Amadeus, ponudnika poslovnih informacij Bureau van Dijk, in analizirani s pomočjo statističnega programskega paketa Stata 12.0/IC. Gre za podatke o rezultatih iz poslovanja podjetij iz različnih sektorjev grškega gospodarstva v letih 2003–2012. V omenjenem obdobju je bilo v posameznem letu v vzorec zajetih med 10.426 in 17.291 podjetij, za leto 2012 pa je bilo do datuma zajetja podatkov v bazi le 1.306 podjetij. Skupno število opazovanj v celotnem vzorcu tako znaša 123.546.

Po podatkih Evropske komisije je bilo v letu 2011 v Grčiji skupno 728.282 podjetij (ocena na podlagi statističnih podatkov iz obdobja 2005–2009 iz Eurostatove podatkovne baze Structural Business Statistics Database, ki vključujejo dejavnosti B–J, L, M in N) (European Commission, 2012b, str. 1). Za vse dejavnosti skupaj je na Eurostatu dostopen le podatek za leto 2008, ki znaša 833.233 podjetij (Eurostat, 2013). Vzorec tako predstavlja približno 1,6 % celotnega števila podjetij v Grčiji (izračun za leto 2008).

Podjetja so na podlagi klasifikacije Evropske komisije razvrščena glede na število zaposlenih, in sicer na mikro (manj kot 10 zaposlenih), mala (10–49 zaposlenih), srednja (50–249 zaposlenih) in velika (več kot 250 zaposlenih) podjetja. Kot je razvidno iz tabele 5, skozi celotno obdobje v vzorcu prevladujejo mala (42,6–48,8 %) in mikro (39,9–45,5 %) podjetja, katerih delež je bil v letu 2011 celo večji od deleža malih podjetij. Delež srednje velikih podjetij je v celotnem obdobju znašal okrog 10 %, velikih podjetij pa je bilo le okrog 1–2 %. Skupno število podatkov o velikosti podjetij se po letih razlikuje, ker za nekatera podjetja ni razpoložljivih podatkov za celotno obdobje (nekatera podjetja so bila v tem obdobju na novo ustanovljena, nekatera pa so prenehala s poslovanjem).

Tabela 5: Število in odstotek grških podjetij (zajetih v vzorec) glede na velikost po številu zaposlenih v obdobju 2003–2012

	2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012*	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Mikro	4163	39,9	4455	40,6	4772	41,3	5043	41,8	5332	42,3	5794	42,6	6872	41,7	7403	43,0	7863	45,5	443	33,9
Mala	5089	48,8	5314	48,4	5536	47,9	5720	47,4	5944	47,1	6292	46,3	7543	45,7	7653	44,5	7373	42,6	504	38,6
Srednja	1042	10,0	1080	9,8	1118	9,7	1142	9,5	1180	9,4	1282	9,4	1711	10,4	1758	10,2	1650	9,5	230	17,6
Velika	132	1,3	134	1,2	142	1,2	152	1,3	162	1,3	219	1,6	368	2,2	402	2,3	405	2,3	129	9,9
Skupaj	10426	100	10983	100	11568	100	12057	100	12618	100	13587	100	16494	100	17216	100	17291	100	1306	100

*Do datuma zajetja podatkov (15. 7. 2013) je bilo za leto 2012 v bazi le 1.306 podjetij.

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

V vzorcu so bila zajeta tudi nekatera podjetja z več kot 5.000 zaposlenimi, ki pa so bila izključena iz vzorca, saj so predstavljala tako imenovane osamelce (angl. *outliers*) oziroma opazovanja, katerih številske vrednosti se glede na opredeljena merila bistveno razlikujejo od vrednosti drugih podatkov (SURS, 2013b, str. 11). Skupaj je bilo takšnih 56 opazovanj za 17 podjetij.

Glede na Statistično klasifikacijo gospodarskih dejavnosti v Evropski skupnosti, Revizija 2 (NACE Rev. 2), je, kot prikazuje tabela 6, največ v vzorec zajetih podjetij iz dejavnosti G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil (35,3–38 %). Tej sledijo dejavnosti C – Predelovalne dejavnosti (22,2–25,4 %), I – Gostinstvo (9–10 %), F – Gradbeništvo (4,4–6,1 %) in M – Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (4,3–5,4 %). Podatki o številu podjetij po posamezni gospodarski dejavnosti, na podlagi katerih so bili izračunani deleži v spodnji tabeli, so v prilogi 4 (tabela 5).

Tabela 6: Delež grških podjetij (zajetih v vzorec) glede na gospodarsko dejavnost (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2012

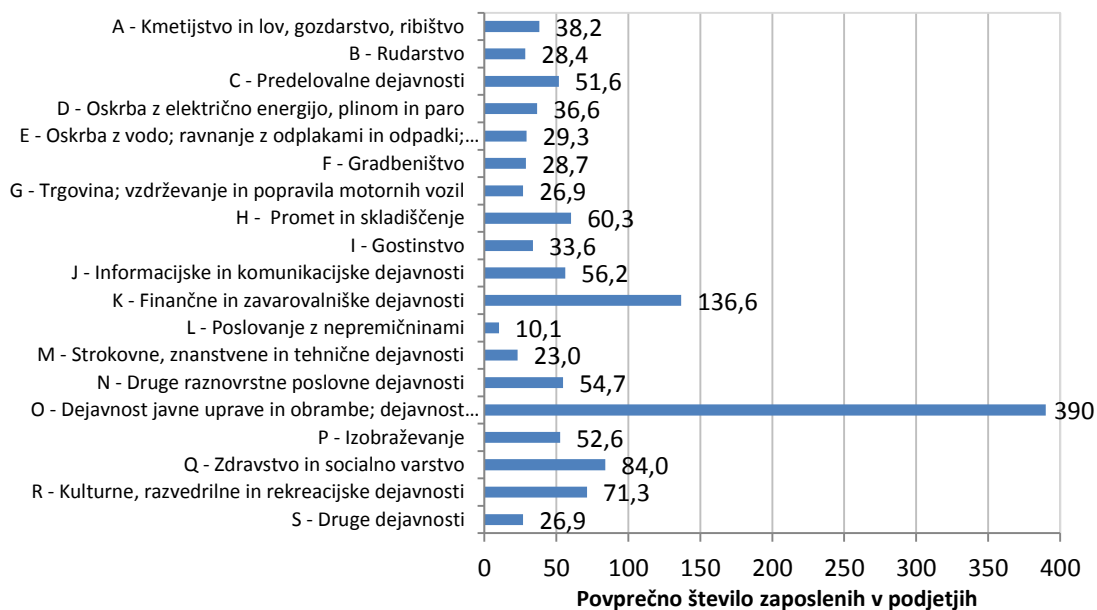
	NACE Rev. 2 dejavnost	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
A	Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,2	1,2	3,3
B	Rudarstvo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,2
C	Predelovalne dejavnosti	25,4	25,0	24,7	24,4	24,2	23,7	22,6	22,3	22,2	22,4
D	Oskrba z električno energijo, plinom in paro	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,5	0,6	0,7	1,0
E	Oskrba z vodo; ravnanje z odplakami in odpadki; saniranje okolja	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,2
F	Gradbeništvo	4,4	4,6	4,8	4,9	4,9	5,4	6,1	6,1	5,9	3,7
G	Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	38,0	38,0	38,2	38,6	38,8	38,2	36,2	35,6	35,3	32,2
H	Promet in skladiščenje	2,8	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5	3,3
I	Gostinstvo	9,9	9,7	9,6	9,3	9,1	9,2	9,8	9,8	10,0	4,1
J	Informacijske in komunikacijske dejavnosti	3,6	3,6	3,6	3,7	3,6	3,7	4,0	4,1	4,1	5,4
K	Finančne in zavarovalniške dejavnosti	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	1,7	1,7	4,9
L	Poslovanje z nepremičninami	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	2,0
M	Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	4,3	4,4	4,5	4,5	4,5	4,6	5,1	5,3	5,4	5,7
N	Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4	3,5	3,8	3,8	3,8	3,4
O	Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
P	Izobraževanje	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	0,8	0,9	1,0	1,0	5,2
Q	Zdravstvo in socialno varstvo	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6	1,8	1,9	2,0	1,3
R	Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	1,7
S	Druge dejavnosti	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,1
	Skupaj	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Do datuma zajetja podatkov (15. 7. 2013) je bilo za leto 2012 v bazi le 1.306 podjetij.

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Največje število zaposlenih v proučevanem vzorcu imajo podjetja iz dejavnosti javne uprave in obrambe ter obvezne socialne varnosti (O), ki so imela v letu 2011 v povprečju 390 zaposlenih (slika 27). Sledijo jim podjetja iz finančnih in zavarovalniških dejavnosti (K) s povprečno 137 zaposlenimi, zdravstva in socialnega varstva (Q) s povprečno 84 zaposlenimi, iz kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnosti (R) s povprečno 71 zaposlenimi ter iz dejavnosti prometa in skladiščenja (H) s povprečno 60 zaposlenimi.

Slika 27: Povprečno število zaposlenih v podjetjih po dejavnostih (NACE Rev. 2) v vzorcu grških podjetij v letu 2011



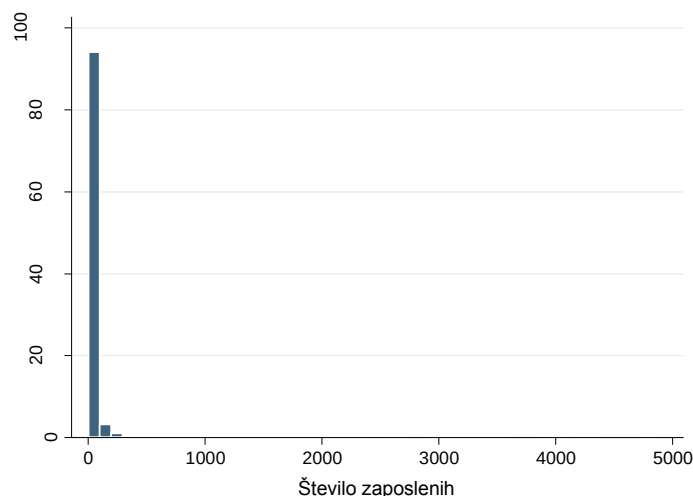
Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Ob podrobnejši analizi spremenljivke »število zaposlenih« (priloga 4, slika 1) sem opazil, da ima kar 5 % podjetij v vzorcu do 2 zaposlena, polovica podjetij do 13 zaposlenih in 95 % podjetij do 110 zaposlenih. Podjetja iz vzorca imajo v povprečju 35 zaposlenih, pri čemer standardni odklon znaša 123, kar pomeni, da se število zaposlenih v povprečju odklanja od aritmetične sredine za 123 enot.

Preveril sem tudi asimetričnost (angl. *skewness*) in sploščenost (angl. *kurtosis*) porazdelitve, ki ju merimo s koeficientoma asimetrije in sploščenosti, za katera velja, da sta v primeru normalne (idealne) porazdelitve enaka nič (Macfie & Nufrio, 2006, str. 80).

V mojem primeru znaša koeficient asimetričnosti 16,94, kar pomeni, da je porazdelitev spremenljivke »število zaposlenih« asimetrična v desno (večja gostota je pri nižjih vrednostih spremenljivke). Vrednost koeficienta sploščenosti pa je pozitivna in znaša 408,9, kar kaže na koničasto porazdelitev z daljšim repom. Porazdelitev spremenljivke število zaposlenih je prikazana na sliki 28. Porazdelitev se je izkazala kot zelo asimetrična, zato je bil potreben razmislek o ustrezni meri srednje vrednosti.

Slika 28: Porazdelitev spremenljivke »število zaposlenih« (v %) na vzorcu grških podjetij za obdobje 2003–2011



Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

3.3.3 Interpretacija podatkov

V nadaljevanju s pomočjo strukturnega kazalnika (število zaposlenih) in nekaterih kazalnikov poslovanja podjetij opisujem, kaj se je v obdobju 2003–2011 dogajalo z dejavnostjo I – Gostinstvo v primerjavi z vsemi dejavnostmi skupaj in v primerjavi z dejavnostma C – Predelovalne dejavnosti in G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil. Slednji sem vključil v primerjavo zato, ker v Grčiji predstavljata pomembni gospodarski dejavnosti z vidika bruto dodane vrednosti in zaposlenosti, poleg tega pa je tudi velik delež podjetij iz teh dejavnosti zajetih v vzorec.

3.3.3.1 Število zaposlenih

Zaradi že omenjene asimetrije podatkov o številu zaposlenih interpretacijo podatkov najprej začnem s prikazom vrednosti median. Mediana (središčnica) predstavlja vrednost, pri kateri ima polovica enot vzorca večje, polovica pa manjše vrednosti. Njena prednost pred povprečjem je, kot navajata Macfie in Nufrio (2006, str. 80), da je manj občutljiva na napake v podatkih oziroma da osamelci manj vplivajo na njeno vrednost.

Vrednost mediane števila zaposlenih po posameznih letih v vseh dejavnostih skupaj je relativno stabilna (tabela 7). V letih 2003–2006 in v letu 2009 je njena vrednost znašala 14, kar pomeni, da je imela polovica podjetij v vzorcu manj kot 14 zaposlenih, polovica pa več kot toliko. Rahlo zmanjšanje vrednosti mediane so vse dejavnosti beležile v letih 2007, 2008 in 2010 (13 zaposlenih) in v letu 2011 (12 zaposlenih). V predelovalnih dejavnostih je v navedenem obdobju mediana znašala 20 zaposlenih, v zadnjem in predzadnjem letu pa je bila nekoliko manjša in je znašala 18 (leta 2010) in 17 zaposlenih (leta 2011). V gostinstvu je bila mediana v celotnem obdobju enaka in je njena vrednost znašala 17 zaposlenih. Podobno je

bilo v trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil, kjer je v vseh letih znašala 10 zaposlenih, z izjemo leta 2009 (11 zaposlenih).

Tabela 7: Mediana števila zaposlenih in število podjetij v vseh dejavnostih ter izbranih treh dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

	Vse dejavnosti		C – Predelovalne dejavnosti		I – Gostinstvo		G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	
Leto	Mediana	N	Mediana	N	Mediana	N	Mediana	N
2003	14	10.426	20	2.653	17	1.031	10	3.965
2004	14	10.983	20	2.750	17	1.064	10	4.172
2005	14	11.568	20	2.857	17	1.107	10	4.414
2006	14	12.057	20	2.940	17	1.125	10	4.651
2007	13	12.618	20	3.054	17	1.152	10	4.892
2008	13	13.587	20	3.222	17	1.247	10	5.190
2009	14	16.494	20	3.731	17	1.614	11	5.969
2010	13	17.216	18	3.832	17	1.693	10	6.123
2011	12	17.291	17	3.839	17	1.726	10	6.100

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

V primeru povprečnih stopenj rasti so bile vrednosti nekoliko drugačne. Omenjene dejavnosti so imele od začetka obdobja do leta 2008 oziroma 2009 razmeroma majhne stopnje rasti povprečnega števila zaposlenih, leto po začetku krize (v nekaterih dejavnostih že v istem letu) pa so se te stopnje v proučevanem vzorcu grških podjetij močno povečale. Povprečno število zaposlenih se je tako v letu 2009 glede na leto 2008 v gostinstvu povečalo za 40 %, predelovalnih dejavnostih za 65 %, trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil za kar 101 % in v vseh dejavnostih za 82 %, kar je glede na stanje grškega gospodarstva v tem obdobju (povečanje števila brezposelnih in padca BDP-ja leta 2009) zelo presenetljivo.

Vzrok za tako ogromno povečanje v zaposlenosti sem poskušal najti v morebitnih sprejetih gospodarskih reformah ali ukrepih Grčije, vendar na spletu nisem zasledil nobenih informacij, ki bi kazale na povečevanje zaposlovanja v zasebnem sektorju. Omenja se le povečevanje zaposlovanja v javnem sektorju od leta 2000 naprej, ki se je še posebej močno povečalo v obdobju 2006–2010 (Ioannou, 2012, str. 2), kar pa ne bi smelo vplivati na tako ogromno rast števila zaposlenih v omenjenih gospodarskih dejavnostih. Poleg tega bi omenil tudi, da se je sicer število delovno aktivnega prebivalstva (skupina od petnajst do štiriinšedemdeset let) v Grčiji v letu 2009 glede na prejšnje leto povečalo za malo manj kot 1 % (Eurostat, 2013), torej tudi to ne bi smelo vplivati na tako veliko povečanje zaposlenih v tem letu. Vzrok za takšno povečanje v zaposlenosti sem poskušal najti še v povečevanju števila opazovanj po letih v proučevanem vzorcu, vendar po letu 2007 istočasno narašča tudi povprečno število zaposlenih (tabela 8), kar torej tudi ne pomaga pojasniti problema visoke rasti števila zaposlenih v letu 2009.

Tabela 8: Število podjetij, skupno število zaposlenih in povprečno število zaposlenih po letih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

Leto	Število podjetij	Skupno število zaposlenih	Povprečno število zaposlenih
2003	10.426	311.421	29,87
2004	10.983	322.205	29,34
2005	11.568	339.367	29,34
2006	12.057	354.947	29,44
2007	12.618	373.911	29,63
2008	13.587	438.594	32,28
2009	16.494	656.532	39,80
2010	17.216	697.479	40,51
2011	17.291	688.980	39,85

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Ker je v vzorcu veliko podjetij z enim zaposlenim in v tem primeru že ena nova zaposlitev predstavlja 100-odstotno povečanje, sem poskušal podatke prilagoditi tako, da sem iz vzorca izključil vsa opazovanja z enim samim zaposlenim. Rezultati se po tej spremembi niso bistveno razlikovali, saj je bila rast števila zaposlenih še vedno visoka in je na primer v letu 2009 znašala kar 84 %, kar je več kot v primeru pred spremembo podatkov (podrobneje v prilogi 4, tabeli 7 in 8). Zato sem želel preveriti, kaj se dogaja s podatki v primeru, če obdržim samo opazovanja, ki se od aritmetične sredine razlikujejo za tri standardne odklone, kar pomeni, da sem izločil zgornji in spodnji del porazdelitve (oba repa in zunanje standardne odklone). Tudi v tem primeru rast zaposlenosti leta 2009 glede na prejšnje leto znaša 29 % za vse dejavnosti skupaj, za gostinstvo 18 %, za predelovalne dejavnosti 16 % in za trgovino, vzdrževanje in popravila motornih vozil 41 % (tabela 9).

Tabela 9: Povprečna letna rast števila zaposlenih v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v %) v obdobju 2004–2011 ter število podjetij v vzorcu grških podjetij v primeru omejitve na tri standardne odklone od povprečne vrednosti rasti števila zaposlenih

	Vse dejavnosti		I – Gostinstvo		C – Predelovalne dejavnosti		G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	
	Povprečje rasti	N	Povprečje rasti	N	Povprečje rasti	N	Povprečje rasti	N
2004	0,20	9.444	–0,02	1.026	0,02	2.076	0,02	3.902
2005	0,18	10.001	–0,08	1.054	0,54	2.249	0,17	4.133
2006	0,01	10.490	0,02	1.093	–0,06	2.592	0,05	4.388
2007	0,10	10.497	0,05	1.119	0,09	2.188	0,00	4.610
2008	2,63	12.342	0,10	1.144	1,07	2.958	1,99	4.857
2009	29,62	13.319	17,71	1.213	16,20	3.173	41,19	5.156
2010	3,39	16.063	3,97	1.592	–1,56	3.648	2,91	5.848
2011	–3,34	16.810	–0,86	1.669	–5,12	3.761	–4,50	6.031

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Povprečne rasti števila zaposlenih so bile v letu 2009 v naštetih dejavnostih še vedno presenetljivo visoke, kar je pokazalo, da je v tem primeru zaradi asimetrije podatkov prikaz mediane ustrežnejši od povprečja.

3.3.3.2 Letna prodaja

Opis dogajanja v primeru letne prodaje prav tako začenjam s prikazom median. V tabeli 10 predstavljam mediane rasti in vrednosti median v obdobju 2003–2011 za navedene tri dejavnosti in vse dejavnosti. Podatki iz te tabele kažejo, da se je letna prodaja po letu 2008 začela zmanjševati v vseh navedenih dejavnostih, saj so vse beležile negativne mediane rasti.

Tabela 10: Mediana rasti prodaje (v %) in mediana vrednosti prodaje (v tisočih €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

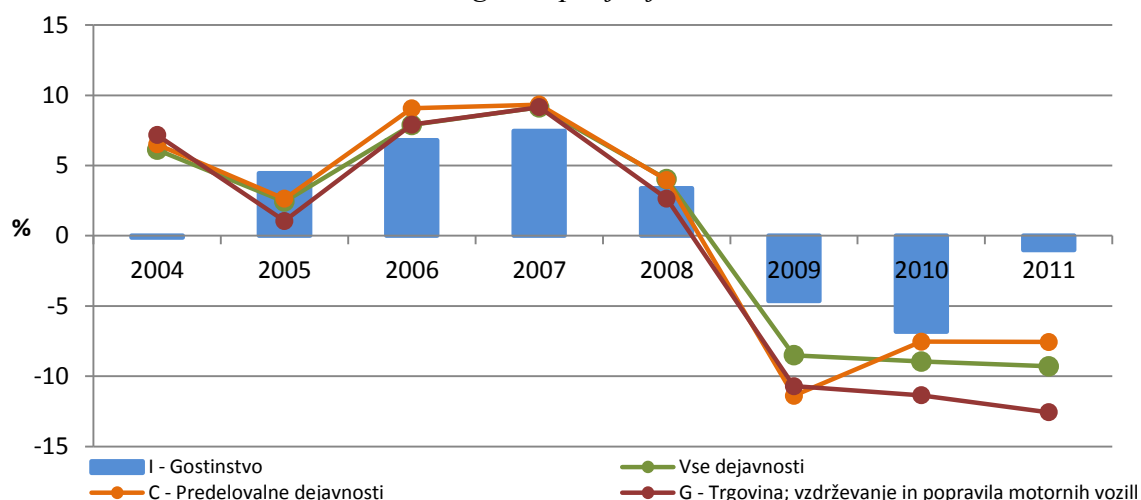
	Vse dejavnosti		I – Gostinstvo		C – Predelovalne dejavnosti		G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	
Leto	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti
2003	/	1461,5	/	739	/	1744	/	1923
2004	6,12	1544	−0,13	729	6,51	1786,5	7,17	2086,5
2005	2,43	1539	4,45	805	2,63	1867	1,05	2036,5
2006	7,89	1658	6,81	818	9,07	1993,5	7,91	2222
2007	9,14	1829	7,45	911,5	9,33	2179,5	9,15	2387
2008	4,02	1864	3,37	929	3,97	2305,5	2,64	2451,5
2009	−8,51	1522,5	−4,63	811	−11,39	1919	−10,71	1993
2010	−8,95	1343	−6,82	781	−7,54	1683,5	−11,36	1715
2011	−9,30	1157	−1,02	750	−7,56	1481	−12,56	1525,5

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Iz slike 29 je jasneje razvidno, da je po letu 2007 mediana rasti prodaje začela upadati v vseh prikazanih dejavnostih. Že v istem letu in leto prej je gostinstvo beležilo najmanjši vrednosti mediane rasti izmed naštetih dejavnosti, in sicer 7,45 % (leta 2007) in 6,81 % (leta 2006). Po začetku gospodarske krize pa je beležilo najmanjši upad rasti in si je tudi najhitreje opomoglo, tako da je imelo v letu 2011 najmanjšo negativno mediano rasti prodaje (−1,02 %). Na drugi strani pa je bila v istem letu od izbranih dejavnosti najbolj prizadeta dejavnost trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil (−12,56 %).

Prikazani podatki o gibanju letne prodaje kažejo odziv gostinstva na spremembe v gospodarski aktivnosti v primerjavi z izbranimi gospodarskimi dejavnostmi. Kot je že bilo omenjeno v drugem poglavju, turizem sledi isti dinamiki kot celotno gospodarstvo in trgovina, vendar se turistično povpraševanje odziva na ciklične spremembe z določenim časovnim zamikom.

Slika 29: Mediana rasti prodaje (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij



Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 11 zajema povprečne vrednosti letne prodaje po posameznih gospodarskih panogah za izbrani vzorec v obdobju 2003–2011. Največje povprečne vrednosti prodaje so imele na začetku obdobja dejavnosti iz kategorije R – Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti, ki so dosegle največjo vrednost prodaje prav leta 2009 (skoraj 81 milijonov €).

V letu 2011 so bile kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (R) s 57 milijoni € na tretjem mestu, in sicer za finančnimi in zavarovalniškimi dejavnostmi (K), ki so imele v povprečju skoraj 58 milijonov € letne prodaje. Na prvo mesto je prišla dejavnost oskrbe z električno energijo, plinom in paro (D), kjer so v povprečju ustvarili približno 67 milijonov € prodaje in se je tako vrednost od začetka obdobja, ko je znašala 2 milijona €, močno povečala.

Tabela 11: Vrednosti povprečne letne prodaje (v tisoč €) po posameznih gospodarskih dejavnostih (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

Tisoč €		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
DEJAVNOST										
A	Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	2721	3727	3416	3789	3686	5023	6247	5967	7614
B	Rudarstvo	3711	4150	3410	5807	5607	5627	4904	4797	3875
C	Predelovalne dejavnosti	5507	5988	5845	6612	7481	8315	9866	12326	14073
D	Oskrba z električno energijo, plinom in paro	2086	3482	3639	7422	3695	53346	64663	57564	67205
E	Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki; saniranje okolja	2472	3731	3736	3950	4449	5844	4548	4420	3562
F	Gradbeništvo	3384	3575	2923	3361	4678	7169	7734	5514	4978
G	Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	8267	9035	9232	9998	10761	10952	9879	9274	8663
H	Promet in skladiščenje	5999	6176	6938	7511	8665	10356	8725	9201	8471
I	Gostinstvo	1531	1528	1673	1744	1889	2073	1830	1744	1762
J	Informacijske in komunikacijske dejavnosti	3872	4302	4076	4911	5823	5616	11559	10271	9940

se nadaljuje

nadaljevanje

DEJAVNOST	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
K Finančne in zavarovalniške dejavnosti	6465	5005	4740	6607	6770	19383	23050	43123	57572
L Poslovanje z nepremičninami	1695	1493	1778	1734	1877	2157	1553	1216	1145
M Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	3633	3747	3622	3578	4530	4455	3492	2777	2322
N Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	2604	3527	3365	3476	4137	4231	4794	4368	4533
O Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	0	0	0	0	0	358	567	1415	599
P Izobraževanje	1703	1942	1891	2093	2275	2415	2344	2394	2132
Q Zdravstvo in socialno varstvo	1994	2276	2485	2977	3465	4130	6386	6225	5552
R Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	13233	11101	10124	10600	16126	9429	80663	69005	56640
S Druge dejavnosti	1055	1313	1290	1544	1862	1933	1490	1730	1459
Vse dejavnosti	5671	6145	6170	6812	7569	8333	8922	9314	9665

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

V zgoraj omenjenih dejavnostih se je od začetka opazovanega obdobja, to je leta 2003, do konca tega obdobja, to je leta 2011, povprečna letna prodaja močno povečala: od štirikrat (R – Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti), devetkrat (K – Finančne in zavarovalniške dejavnosti) do celo dvaintridesetkrat (D – Oskrba z električno energijo, plinom in paro). Prav zato sem za našteje dejavnosti preveril, kakšna je bila v tem obdobju struktura podjetij po velikosti, in ugotovil, da se je pri vseh povečalo število velikih podjetij (tabela 12).

Tabela 12: Število podjetij po velikosti (glede na število zaposlenih) v navedenih gospodarskih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
D – Oskrba z električno energijo, plinom in paro									
Mikro	10	11	13	15	17	27	62	84	93
Mala	4	4	4	4	5	6	13	14	16
Srednja	1	1	1	1	1	2	5	6	6
Velika						1	3	3	3
K – Finančne in zavarovalniške dejavnosti									
Mikro	74	79	81	82	84	96	129	137	133
Mala	70	70	74	73	79	76	87	98	103
Srednja	16	17	20	20	21	27	34	35	33
Velika	1	1		1	1	10	21	23	25
R – Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti									
Mikro	10	11	13	14	13	12	22	23	24
Mala	15	20	24	23	24	29	42	47	48
Srednja	5	6	6	6	7	8	11	15	16
Velika	2	2	2	2	3	3	3	3	3

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Pri dejavnosti D je bilo tako v letu 2008 v vzorec vključeno eno veliko podjetje, v letu 2009 pa sta bili vključeni še dve. Sicer pa se je po letu 2008 v tej dejavnosti predvsem povečalo število mikro podjetij (iz 27 leta 2008 na 93 leta 2011). V finančne in zavarovalniške dejavnosti (K) se je leta 2008 vključilo 9 velikih podjetij, leta 2011 pa jih je bilo že 25, prav tako pa se je v vzorcu povečalo število mikro, malih in srednjih podjetij. V okviru kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnosti (R) se je v omenjenem obdobju dodatno vključilo le eno veliko podjetje, medtem ko se je podvojilo število mikro in potrojilo število malih podjetij. Vrednosti povprečne prodaje glede na velikost podjetja za isto obdobje so v prilogi 4 (tabela 9).

Tako kot v primeru števila zaposlenih so bile tudi pri letni prodaji v izbranih dejavnostih in vseh dejavnostih skupaj v vzorcu zelo velike povprečne stopnje rasti v celotnem obdobju 2004–2011 (priloga 4, tabela 10). Tako je na primer leta 2004 dejavnost gostinstva beležila 60-odstotno letno rast, ki se je skozi obdobje še bolj povečala (skoraj do 300 %), medtem ko so predelovalne dejavnosti in trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil ter vse dejavnosti skupaj beležile trimesne stopnje rasti. V vseh dejavnostih skupaj in predelovalnih dejavnostih povprečna rast prodaje upada po letu 2008, v gostinstvu in trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil pa po letu 2009.

Na isti način kot pri številu zaposlenih sem želel preveriti, kaj se dogaja z rastjo povprečne letne prodaje, če uporabim prilagojene podatke, izmed katerih so bila izključena opazovanja z enim zaposlenim. Rezultati se ponovno, tako kot pri številu zaposlenih, niso bistveno razlikovali (podrobneje v prilogi 4, tabela 11). V obeh primerih (pred in po popravljanju vzorca) so bile med vrednostmi rasti prodaje ogromne številke, na primer od 167.400 %, 222.416 %, 323.500 % do maksimalne vrednosti, ki je znašala neverjetnih 740.700 %.

Poleg tega sem v številnih primerih podjetij, ki so beležila zelo velike stopnje rasti prodaje, opazil neskladnost podatkov skozi leta. Tako je na primer neko podjetje imelo naslednje vrednosti prodaje (v tisoč €): 386.107 (leto 2006), 404.611 (leto 2007), 53.334 (leto 2008) in 513.595 (leto 2009). V letu 2009 je to podjetje beležilo kar 863-odstotno rast, kar očitno nakazuje na manjkajočo številko v podatku za vrednost prodaje v letu 2008. Vendar pa spremenljivka prodaja ni bila edina s takšnimi podatki, temveč se je podoben problem pojavil tudi v primeru drugih spremenljivk.

Vrednosti mediane rasti prodaje in vrednosti prodaje zavzemajo v primerjavi s povprečjem rasti prodaje bistveno nižje in realnejše vrednosti. Zaradi velike asimetričnosti podatkov v vzorcu in posameznih ekstremnih vrednosti je torej v tem primeru (podobno kot pri številu zaposlenih) primernejši prikaz vrednosti rasti z uporabo mediane.

Za spremenljivke, prikazane v nadaljevanju, sem sicer preveril povprečne stopnje rasti (priloga 4, tabeli 12 in 13), vendar jih zaradi istega razloga (zelo velike rasti, asimetrične porazdelitve in izstopajoče maksimalne vrednosti) ne opisujem posebej, ampak sem se zato

pri posamezni spremenljivki raje osredotočil le na prikaz mediane rasti oziroma mediane vrednosti in povprečnih vrednosti. V takšnem načinu prikaza imajo morebitne napake v podatkih ali osamelci manjšo težo zaradi manjše občutljivosti mediane za skrajne vrednosti spremenljivk.

3.3.3.3 Prihodki od izvoza

Mednarodna gospodarska kriza je vplivala tudi na prihodke od izvoza. Ti so se v navedenih dejavnostih začeli zmanjševati že po letu 2007, kar je razvidno iz median rasti, ki so bile v vseh prikazanih dejavnostih, z izjemo gostinstva, negativne po letu 2008 (tabela 13).

Tabela 13: Mediana rasti prihodkov od izvoza (v %) in mediana vrednosti prihodkov od izvoza (v tisoč €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

	Vse dejavnosti		I – Gostinstvo		C – Predelovalne dejavnosti		G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	
Leto	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti
2003	/	0	/	0	/	80	/	0
2004	7,68	0	-7,13	0	6,63	83	8,33	0
2005	2,49	0	4,36	0	2,67	86	2,10	0
2006	9,60	0	-15,38	0	9,20	86	10,22	0
2007	10,47	0	21,16	0	9,94	95	11,10	0
2008	3,70	0	-0,16	0	3,27	84	3,60	0
2009	-11,19	0	-1,20	0	-10,85	53	-13,28	0
2010	-8,48	0	7,31	0	-6,67	43	-10,39	0
2011	-7,45	0	-18,87	0	-5,35	37	-10,94	0

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

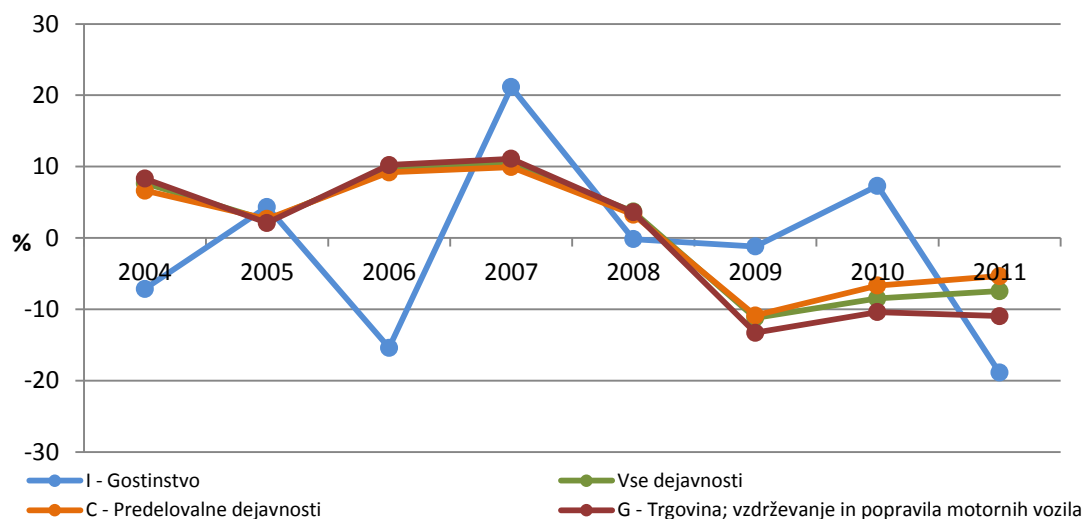
Slika 30 nazorneje prikazuje gibanje mediane rasti prihodkov od izvoza, ki so se v primeru predelovalnih dejavnosti in trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil, gibale zelo podobno kot mediane za vse dejavnosti. Kot je že bilo omenjeno, je po letu 2007 v vseh prikazanih gospodarskih dejavnostih mediana rasti začela upadati, po letu 2009 pa se je začela rahlo izboljševati, vendar je bila še vedno negativna.

Nekoliko drugačno gibanje median rasti je beležilo gostinstvo, kjer je bilo to gibanje bolj volatilno kot pri drugih izbranih dejavnostih. V letu 2009 in 2010 je bila mediana rasti v gostinstvu višja od median drugih prikazanih dejavnosti (v letu 2010 je bila za razliko od drugih pozitivna), vendar se je v zadnjem prikazanem letu močno zmanjšala.

Gibanje mediane rasti prihodkov od izvoza v primeru gostinstva kaže, da je bilo gostinstvo ob pojavu gospodarske krize z vidika prihodkov od izvoza bolj prizadeto od drugih dejavnosti, kar odraža večjo odvisnost gostinstva od mednarodnih trgov. Hkrati pa je gostinstvo v naslednjih letih hitreje okrevalo od drugih prikazanih dejavnosti. To ponazarja njegovo veliko

odvisnost od zunanjega povpraševanja oziroma gospodarskega stanja v državah, ki za grški turizem predstavljajo glavne izvirne trge in so bile zaradi gospodarske krize bistveno manj prizadete od Grčije.

Slika 30: Mediana rasti prihodkov od izvoza (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij



Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

V obdobju 2003–2011 so se povprečni prihodki od izvoza po posameznih gospodarskih dejavnostih gibal različno. Iz tabele 14 je razvidno, da sta imeli na začetku obdobja največji znesek dejavnosti A – Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (1,5 milijona €) in C – Predelovalne dejavnosti (1,4 milijona €).

Takšno stanje se je ohranilo tudi na koncu obdobja v letu 2011. Gostinstvo (I), ki ima glede na izbrani kazalnik med drugimi dejavnostmi pomemben delež, je v letu 2003 beležilo v povprečju 23.000 € prihodkov od izvoza, znesek pa je bil v tem obdobju največji v drugem letu po začetku krize, ko je znašal v povprečju skoraj 33.000 €.

Tabela 14: Vrednosti povprečnega prihodka od izvoza (v tisoč €) po posameznih gospodarskih dejavnostih (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

Tisoč €									
DEJAVNOST	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	1461,0	1838,1	1588,4	1777,3	1378,4	1439,8	1484,5	1591,3	1962,2
B Rudarstvo	450,4	397,1	499,2	1046,9	1515,7	1098,1	884,1	718,7	842,2
C Predelovalne dejavnosti	1367,9	1405,0	1535,4	1688,5	1922,9	1839,9	1478,7	1492,7	1585,6
D Oskrba z električno energijo, plinom in paro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	417,5	121,7	117,0	89,6
E Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki; saniranje okolja	505,4	803,8	778,6	852,4	934,1	751,5	378,2	467,0	609,7
F Gradbeništvo	39,5	65,2	70,7	71,4	53,9	69,8	48,2	33,6	33,2

se nadaljuje

nadaljevanje

	DEJAVNOST	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
G	Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	374,7	391,5	416,6	456,5	500,4	519,5	425,2	455,7	466,6
H	Promet in skladiščenje	1,8	1,0	1,6	1,1	1,5	1,5	2,0	2,1	3,6
I	Gostinstvo	23,0	20,8	20,1	13,8	24,8	23,8	19,5	32,8	30,0
J	Informacijske in komunikacijske dejavnosti	247,6	338,4	390,5	455,2	505,9	463,1	444,3	439,7	491,9
K	Finančne in zavarovalniške dejavnosti	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	1,8	1,9	1,8
L	Poslovanje z nepremičninami	0,9	1,9	2,9	2,5	5,7	1,7	0,9	2,2	4,7
M	Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	99,3	113,4	96,1	82,2	104,6	122,7	86,8	81,4	61,9
N	Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	2,2	2,3	2,0	2,2	2,3	1,7	7,5	4,5	7,4
Q	Zdravstvo in socialno varstvo	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,5	0,7	0,8
S	Druge dejavnosti	24,2	42,5	39,5	41,5	51,5	47,7	39,9	32,6	24,1
	Vse dejavnosti	529,5	548,9	585,5	642,0	714,1	689,0	538,9	546,7	575,5

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Povprečne rasti prihodkov od izvoza v primerih pred in po izključitvi podjetij z enim zaposlenim iz vzorca so v prilogi 4 (tabeli 12 in 13).

3.3.3.4 Dobiček na zaposlenega

Za razliko od drugih opisanih spremenljivk se je dobiček na zaposlenega v prikazanih dejavnostih že v letih pred pojavom gospodarske krize precej zmanjševal, kar kažejo večinoma negativne mediane rasti v celotnem navedenem obdobju (tabela 15).

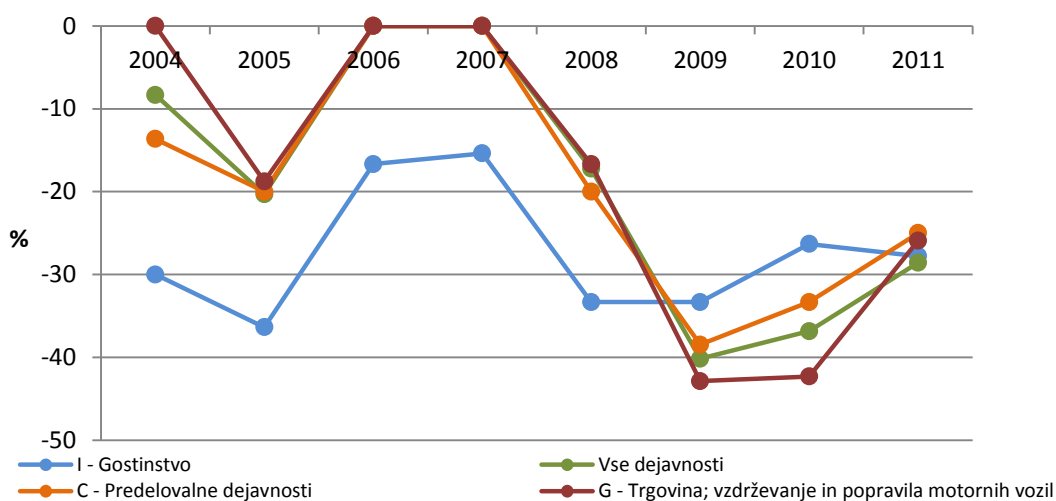
Tabela 15: Mediana rasti dobička na zaposlenega (v %) in mediana vrednosti dobička na zaposlenega (v tisoč €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

	Vse dejavnosti		I – Gostinstvo		C – Predelovalne dejavnosti		G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	
Leto	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti
2003	/	5	/	1	/	3	/	9
2004	–8,33	5	–30,00	0	–13,64	3	0	9
2005	–20,32	4	–36,36	0	–20,00	3	–18,75	7
2006	0	5	–16,67	1	0	3	0	8
2007	0	6	–15,38	1	0	4	0	10
2008	–17,24	5	–33,33	0	–20,00	3	–16,67	9
2009	–40,15	3	–33,33	0	–38,46	2	–42,86	5
2010	–36,84	2	–26,32	–2	–33,33	1	–42,31	3
2011	–28,57	1	–27,78	–2	–25,00	0	–25,90	1

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Gibanje mediane rasti dobička na zaposlenega prikazuje slika 31, iz katere je mogoče v celotnem navedenem obdobju opaziti zelo podobno dinamiko pri predelovalnih dejavnostih in trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil ter vseh dejavnostih. Tudi gostinstvo je beležilo podobno gibanje do leta 2007, ko se je začel upad dobička na zaposlenega v vseh prikazanih dejavnostih. Toda v letu 2009 se v gostinstvu v primerjavi z naštetimi dejavnostmi, ki so tem letu doživele že drugi zaporeden padec dobička na zaposlenega, negativna rast ni spremenila. V letu 2010 pa je gostinstvo imelo celo najmanjši upad dobička na zaposlenega (–26 %) v primerjavi s predelovalnimi dejavnostmi (–33 %), trgovino, vzdrževanjem in popravili motornih vozil (–42 %) in vsemi dejavnostmi skupaj (–37 %).

Slika 31: Mediana rasti dobička na zaposlenega (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij



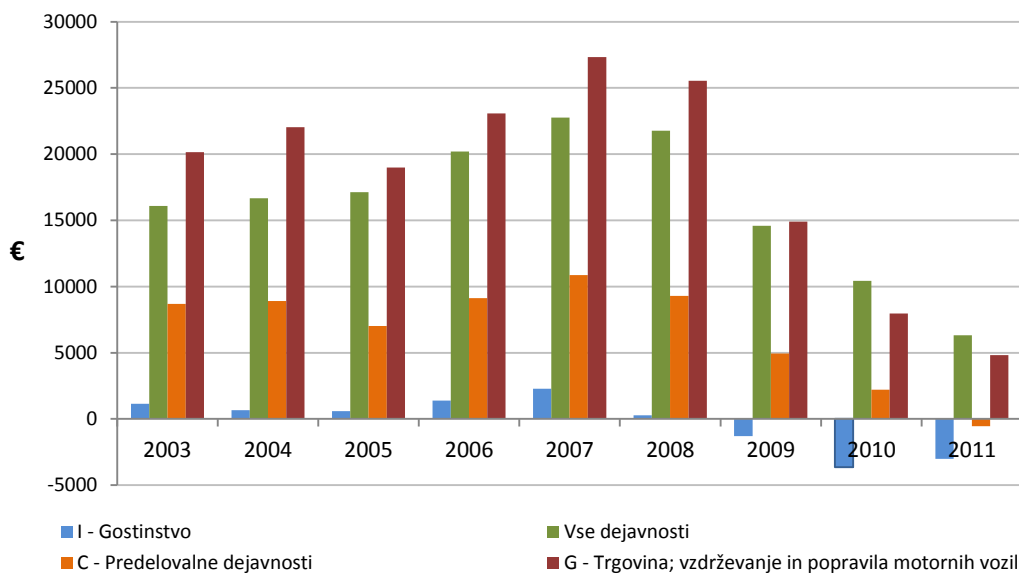
Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Povprečni dobiček na zaposlenega je bil v gostinski dejavnosti v obdobju 2003–2011 največji v letu 2007, ko je znašal približno 2.300 € (slika 32). Prav tako je bil v omenjenem letu največji za vse dejavnosti skupaj in je znašal 22.800 €. V letu 2008 pa je začel upadati in je v gostinstvu znašal le 270 €, kar je za to dejavnost zelo nizko v primerjavi z zneski iz predhodnih petih let.

Leta 2009 je povprečni dobiček na zaposlenega v gostinstvu postal negativen in je znašal –1.300 €, v naslednjem letu pa se je stanje še poslabšalo in je tako povprečna izguba na zaposlenega znašala že –3.600 € na zaposlenega. V zadnjem letu se je sicer povprečna izguba v gostinstvu malo zmanjšala, medtem ko se je v vseh dejavnostih povprečni dobiček na zaposlenega zmanjšal že četrto leto zapored.

Podobno kot v vseh dejavnostih so se gibal zneski v predelovalnih dejavnostih ter dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil. V obeh se je znesek povprečnega dobička na zaposlenega po letu 2007 začel zmanjševati in je do leta 2011 močno padel, v predelovalnih dejavnostih pa je bil v letu 2011 celo negativen.

Slika 32: Povprečni letni dobiček na zaposlenega v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v €) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij



Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Vrednosti povprečnih rasti dobička na zaposlenega so bile v primerjavi z medianami rasti bistveno večje. Podobno kot pri drugih opisanih spremenljivkah so bile vrednosti zelo razpršene, pri nekaterih podjetjih je šlo tudi za izjemno visoke (trimestne) številke. Povprečne rasti dobička na zaposlenega so v prilogi 4 (tabeli 12 in 13).

3.3.3.5 EBITDA

Kot zadnjega predstavljam finančni kazalnik, ki se uporablja za merjenje uspešnosti poslovanja podjetij, EBITDA – poslovni izid iz poslovanja pred obrestmi, davki in amortizacijo (angl. *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*). Kazalnik EBITDA kaže višino dobička iz poslovanja podjetja v določenem obdobju brez plačil obresti za dolg podjetja, davkov in zneskov za pokritje padajoče vrednosti strojev, opreme ipd., torej amortizacije (Financial Times Lexicon, 2013).

Tabela 16 prikazuje vrednosti median rasti EBITDA. Poleg mediane rasti so v tej tabeli našteje tudi mediane vrednosti EBITDA, ki so za vse omenjene dejavnosti precej nižje od v nadaljevanju prikazanih povprečnih vrednosti. Nekoliko se razlikuje tudi gibanje vrednosti median v letu 2009, ki so glede na predhodno leto manjše za vse prikazane dejavnosti, medtem ko se povprečne vrednosti EBITDA za predelovalne dejavnosti in vse dejavnosti v letu 2009 glede na leto 2008 malce povečajo.

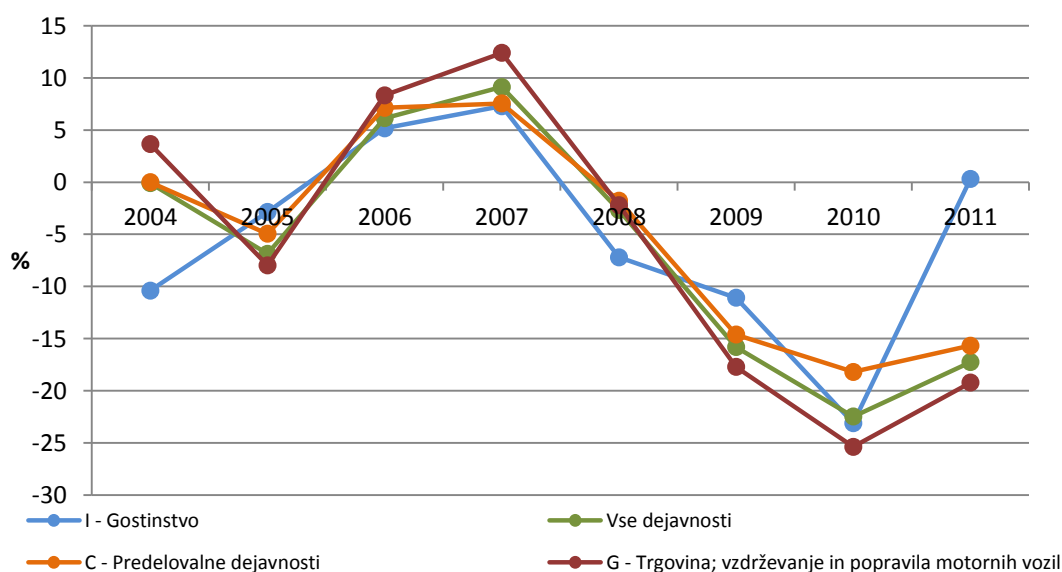
Tabela 16: Mediana rasti EBITDA (v %) in mediana vrednosti EBITDA (v tisoč €) v izbranih dejavnostih v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

	Vse dejavnosti		I – Gostinstvo		C – Predelovalne dejavnosti		G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	
Leto	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti	Mediana rasti	Mediana vrednosti
2003	/	183	/	162,5	/	232	/	189
2004	-0,10	189	-10,39	148	0	247	3,64	199
2005	-6,86	176	-2,86	159	-4,95	224,5	-7,97	174
2006	6,13	197	5,16	175	7,13	251,5	8,33	192
2007	9,13	225	7,28	186	7,55	281	12,39	227
2008	-2,67	221	-7,2	179	-1,77	268	-2,20	222
2009	-15,82	178	-11,08	154	-14,61	229	-17,71	170
2010	-22,47	133	-23,11	123	-18,19	185	-25,38	120
2011	-17,25	112	0,30	132	-15,67	146	-19,22	95

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Kako so se omenjene mediane rasti EBITDA gibale v navedenem obdobju, je lepo razvidno iz slike 33, na kateri je opazno precej podobno gibanje v vseh prikazanih dejavnostih. Tako kot pri drugih proučevanih spremenljivkah (z izjemo števila zaposlenih) so tudi v primeru EBITDA rasti začele upadati po letu 2007. Največjo rast od prikazanih je na začetku obdobja beležila dejavnost trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil (3,6 %), najmanjšo pa gostinstvo (-10 %). Podobno kot pri prejšnjih analiziranih spremenljivkah je gostinstvo v letu 2009 beležilo najmanjši upad rasti EBITDA izmed prikazanih dejavnosti (-11 %). V letu 2011 pa je od naštetih dejavnosti imelo pozitivno rast samo gostinstvo.

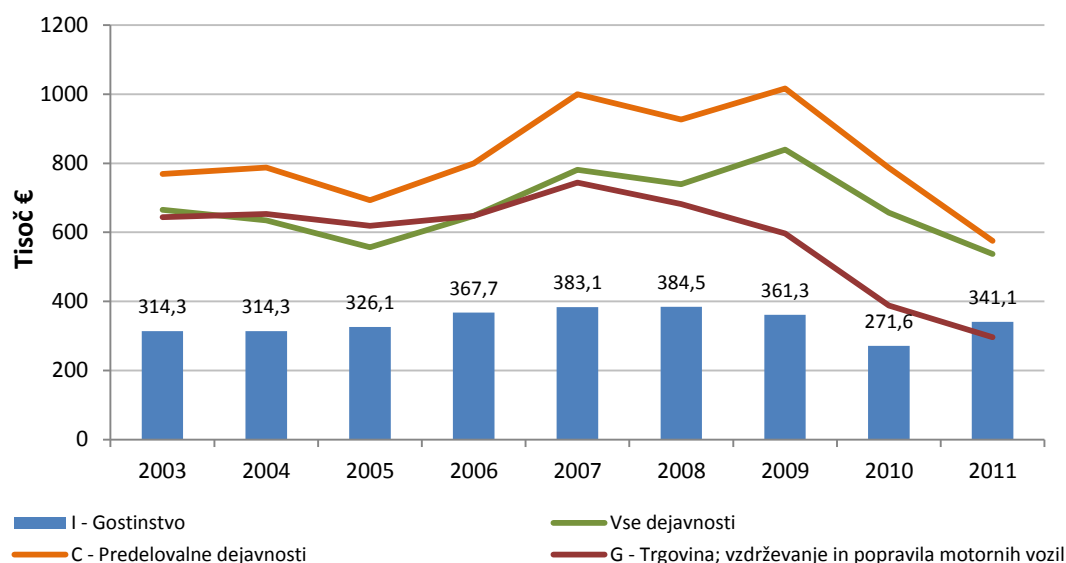
Slika 33: Mediana rasti EBITDA (v %) v letih 2004–2011 v izbranih dejavnostih v vzorcu grških podjetij



Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Slika 34 prikazuje, kako se je v obdobju 2003–2011 gibal povprečni EBITDA v gostinstvu v primerjavi s predelovalnimi dejavnostmi in trgovino, vzdrževanjem in popravili motornih vozil ter vsemi dejavnostmi skupaj. Gostinstvo je v omenjenem obdobju beležilo največjo vrednost leta 2008 (približno 385.000 €), najmanjšo pa v letu 2010 (približno 272.000 €). Dejavnost gostinstva je v letu 2011 beležila povečanje EBITDA v primerjavi s predhodnim letom, medtem ko so druge omenjene dejavnosti v zadnjem letu beležile že drugo (dejavnost C) oziroma peto (dejavnost G) zaporedno zmanjšanje vrednosti v tem obdobju.

Slika 34: Povprečni EBITDA v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v tisoč €) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij



Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Kako so se vrednosti EBITDA gibale v obdobju 2003–2011, je podrobneje razvidno iz tabele 17, kjer so za omenjene dejavnosti prikazani indeksi EBITDA s stalno osnovo v letu 2008. Za dejavnost gostinstva je tako mogoče razbrati, da je vrednost iz leta 2011 predstavljala skoraj 89 % vrednosti iz leta 2008, medtem ko je v istem letu pri dejavnosti C predstavljala 62 %, pri dejavnosti G pa približno 44 % EBITDA izpred treh let.

Tabela 17: Indeksi EBITDA za gostinstvo in izbrane dejavnosti iz vzorca grških podjetij za obdobje 2003–2011 s stalno osnovo v letu 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I – Gostinstvo	81,74	81,75	84,81	95,63	99,64	100,00	93,95	70,64	88,72
C – Predelovalne dejavnosti	83,00	84,95	74,75	86,30	107,88	100,00	109,66	84,85	62,10
G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	94,34	95,73	90,65	94,91	109,08	100,00	87,50	56,89	43,44
Vse dejavnosti	90,02	85,89	75,39	87,63	105,68	100,00	113,62	88,84	72,68

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Kot zadnjo dodajam še tabelo s podatki o povprečnih rasteh za vse do sedaj interpretirane spremenljivke v primeru omejitve na tri standardne odklone od povprečne vrednosti rasti posamezne spremenljivke (tabela 18). Tabela vsebuje podatke o številu podjetij in povprečnih letnih rasteh po posameznih spremenljivkah. V tem primeru so bile povprečne rasti spremenljivk izračunane na podlagi podatkov po omejitvi na tri standardne odklone, narejene za vsako od analiziranih spremenljivk. Po takšnem prilagajanju podatkov je na koncu v vzorcu ostalo zelo majhno število podjetij. Tako je na primer leta 2004 ostalo 2.361 od skupno 10.426 podjetij, kar je samo petina podjetij iz vzorca.

Tabela 18: Število podjetij in povprečne letne rasti posameznih spremenljivk (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij v primeru omejitve na tri standardne odklone od povprečne vrednosti rasti posamezne spremenljivke

Leto	Število podjetij	Povprečna letna rast št. zaposlenih	Povprečna letna rast prodaje	Povprečna letna rast prihodkov od izvoza	Povprečna letna rast dobička na zaposlenega	Povprečna letna rast EBITDA
2004	2.361	0,02	90,68	31,67	–5,61	13,87
2005	2.487	0,48	54,90	14,83	–16,83	5,46
2006	2.702	0,10	69,17	34,00	10,81	18,68
2007	2.537	0,05	83,58	43,76	17,12	24,94
2008	3.086	2,70	72,85	11,82	–10,87	26,57
2009	3.159	33,51	60,99	5,79	–29,40	–0,56
2010	3.407	4,17	56,27	8,59	–33,41	–14,94
2011	3.409	–3,29	48,45	5,33	–27,25	–5,38

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Po tej spremembi so bile sicer povprečne vrednosti rasti bistveno manjše, toda še vedno se je ohranila velika stopnja rasti števila zaposlenih v letu 2009, za katerega se je podatek že na začetku pokazal kot vprašljiv. Tudi pri prodaji so se ohranile relativno visoke vrednosti rasti, vendar veliko manjše kot pred omenjeno spremembo.

V naslednjem podpoglavju, s katerim se poglavje zaključuje, so opisani nekateri izzivi, s katerimi se bo grški turizem soočal v prihodnosti, omenjeni pa so tudi nekateri strateški ukrepi za spopadanje turizma s posledicami krize.

3.4 Izzivi za prihodnost in strateški ukrepi za spopadanje turističnega sektorja v Grčiji s posledicami mednarodne gospodarske krize

Mednarodna gospodarska kriza je imela velik vpliv na mednarodni turizem. Steiner et al. (2011, str. 68) v povezavi z mednarodnimi turističnimi prihodi ugotavljajo, da so se ti najbolj zmanjšali v državah z veliko odvisnostjo od izvornih trgov zahodnih držav, še posebej trgov znotraj Evrope. Kot navajajo, je to v veliki meri mogoče pojasniti z izvorom mednarodne gospodarske krize v zahodni hemisferi, ki predstavlja glavni izvorni trg za mednarodni turizem na globalni ravni. Tako so se države, ki privlačijo turiste iz bogatejših delov sveta,

nenadoma znašle v težki situaciji, po drugi strani pa so države z večjo odvisnostjo od afriških, bližnjevzhodnih in azijskih izvornih trgov manj občutile upad mednarodnega turizma.

Grčija, ki je močno odvisna od zahodnoevropskih izvornih trgov, je tako v prvih letih krize občutila upad v mednarodnih turističnih prihodih in potrošnji na račun zmanjšanja števila turistov iz omenjenih trgov. Hkrati pa so ta upad v določeni meri nadomestili, na primer, turisti iz Rusije, ki so v zadnjih letih v Grčiji precej povečali svoj prispevek k prihodom in predvsem mednarodni turistični potrošnji. V splošnem, kot navajajo Steiner et al. (2011, str. 69), so bile države z bolj diverzificiranim mednarodnim turističnim sektorjem manj prizadete zaradi zmanjšanja mednarodnih turističnih prihodov v času krize, zato je tudi za Grčijo pomembno, da se še dodatno posveti trgov razvijajočih se držav, kot sta Kitajska in Rusija.

Petrakis (2012, str. 433) v predlogu za rast grškega gospodarstva omenja turizem (poleg zdravstvenega in kulturnega sektorja) kot enega izmed treh primarnih področij razvoja, ki naj bi vplival na širšo mobilizacijo oziroma aktiviranje sektorjev gospodarstva, kot so okolje, kmetijstvo, gradbeništvo, komunikacije in transport (sekundarna področja). Pri tem pa omenja globalno segrevanje in staranje prebivalstva kot dejavnika, ki ustvarjata ugodne razmere za prihodnji razvoj turizma.

Globalno segrevanje, ki je posledica podnebnih sprememb, bi namreč lahko v poletnih mesecih v Grčiji povzročilo še bolj vroče podnebje. Kljub temu pa je struktura poletnega turizma taka, da zaradi tega tok turistov iz severnih držav, ki iščejo počitnice na soncu, ne bo prizadet, torej višje temperature ne bodo imele negativnega vpliva na model turizma, poimenovan »sonce in morje«. Poleg omenjenega bi lahko temperaturne spremembe v spomladanskem in jesenskem času ustvarile ugodne pogoje za turizem, kar bi pritegnilo večje število turistov v tem obdobju. Tako bi lahko povečanje povprečne temperature v Grčiji vplivalo na razširitev turistične sezone na pomlad in jesen, ko je povpraševanje trenutno šibko. Ker turisti, ki obiščejo Grčijo izven poletne sezone, iščejo storitve visoke kakovosti, bi lahko podaljšanje turistične sezone vodilo k izboljšanju storitev in povečanju dodane vrednosti turističnega sektorja (Petrakis, 2012, str. 440).

Staranje prebivalstva, ki je značilen pojav v zahodnih družbah, predstavlja naslednji izziv za grški turizem. Dolgoročni trend staranja populacije bo zelo verjetno povzročil precejšnje spremembe v povpraševanju po storitvah grškega turističnega sektorja. V naslednjih desetletjih se pričakuje, da se bo zaradi staranja prebivalstva spremenila absolutna velikost različnih starostnih skupin, tako da se bo zmanjšalo število mlajše populacije in povečalo število starejših ljudi. Razvite države so že zdaj začele čutiti učinke staranja prebivalstva (ti se bodo v nekaj letih še pospešili), vključno z nekaterimi državami, ki tradicionalno podpirajo grški turistični sektor (Petrakis, 2012, str. 440).

V prihodnjih nekaj letih je zato možen velik upad v povpraševanju po turističnih storitvah Grčije s strani mladih ljudi, ki pa bi ga lahko nadomestilo povpraševanje s strani starejših

turistov, kar lahko za grška podjetja pomeni nove priložnosti, a tudi nova tveganja. Toda le geografska lega in sonce ne bosta dovolj za privabljanje starejših turistov, ki zahtevajo storitve višje kakovosti, čeprav so te povezane z višjimi stroški. Strateški premik turističnega sektorja k starejšim obiskovalcem bi zelo verjetno povečal povpraševanje po turističnih storitvah za daljše obdobje v letu, kar bi v veliki meri rešilo problem sezonskosti turističnega sektorja. Tipičen primer takšnih turistov so upokojenci, ki lahko brez omejitev iz delovnega življenja ostanejo na počitnicah dlje časa (Petrakis, 2012, str. 440).

Kot je že bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, se zaradi močnejše konkurence in tehnološkega napredka dogajajo hitre spremembe v potrošniškem vedenju, poleg tega pa se spreminjajo tudi življenjski cikli proizvodov (postajajo krajši) in globalni trgi, ki postajajo vse dostopnejši. Kot navaja Sigala (2012, str. 551), te spremembe čuti tudi turistični sektor, saj tehnologija neprestano spreminja zahteve in obnašanje globalnih popotnikov, poslovne modele podjetij in turistične storitve. Prav zato je nenehno razvijanje novih storitev za turistična podjetja nujno za ohranjanje konkurenčnosti in preživetje podjetja.

V raziskavi o uporabi orodij tako imenovanega »Spleta 2.0«⁶ (npr. spletni dnevniki – blogi, socialna omrežja, forumi, spletne aplikacije) pri razvijanju novih storitev v grškem turističnem sektorju Sigala (2012, str. 559–563) ugotavlja, da grška turistična podjetja (ponudniki nastanitvenih kapacitet ter strežbe hrane in pijače, turistične agencije/organizatorji potovanj, destinacijske organizacije, turistične privlačnosti in drugi) ne investirajo dovolj sredstev (časa in denarja) za razvoj novih storitev. To pa se odraža tudi v zelo nizki uporabi orodij Spleta 2.0 pri razvoju novih storitev, ki zahtevajo dodaten vložek znanja. S pojavom Spleta 2.0 se namreč hitreje spreminjajo potrošniki, distributerji, konkurenti in drugi deležniki, ki dobivajo na moči in tako ustvarjajo več pritiska za neprestane inovacije. V prihodnosti se morajo zato grška podjetja bolj dinamično vključiti v razvoj novih storitev, pri tem pa sprejeti odprto inovacijsko kulturo in strukturo, ki bosta omogočali sodelovanje in deljenje informacij s kupci, partnerji in distributerji.

V letnem poročilu Evropski komisiji o stanju grškega turizma za leto 2012 so navedeni glavni elementi strateškega razvoja grškega turizma, ki se nanašajo na zaščito in racionalno uporabo naravnih virov, razvoj in promocijo avtentičnih doživetij, promocijo grške kulturne dediščine in sodobnega umetnostnega ustvarjanja, spodbujanje večje konkurenčnosti z zagotavljanjem storitev višje kakovosti, uravnotežen regionalni razvoj in enakomerno distribucijo koristi od turizma, zaščito in promocijo vrednot in načina življenja grškega prebivalstva ter promocijo navzven usmerjenih podjetij (European Commission, 2012a, str. 8).

Kot prednostne naloge so v omenjenem poročilu navedene aktivnosti, ki se nanašajo na ustvarjanje enostavnejšega institucionalnega okvirja na področju pridobivanja dovoljenj za

⁶Izraz Splet 2.0 (angl. *Web 2.0*) je bil prvič uporabljen leta 2004 na konferenci O'Reilly Media Web 2.0 in se nanaša na koncept spleta, v katerem lahko uporabnik soustvarja vsebino spletnih strani in tako ni več le pasiven opazovalec, temveč aktiven uporabnik, ki je v interakciji z drugimi uporabniki (O'Reilly & Batelle, 2009, str. 1).

poslovanje turističnih podjetij, poenostavitev postopkov izdajanja vizumov, podaljšanje turistične sezone z razvojem in promocijo fleksibilnejših in inovativnejših turističnih proizvodov, razvoj tematskih turističnih območij, uporabo novih tehnologij s strani turističnih podjetij (pri zaščiti in ovrednotenju naravnih in kulturnih turističnih virov, e-poslovanju, »touroperaterstvu« itd.) in usposabljanje človeških virov (European Commission, 2012a, str. 8–9.)

3.5 Omejitve raziskave

Kot omenjam že v uvodu, glavno omejitev raziskave predstavlja statistična opredelitev turističnega sektorja. V analizi je bila, kot dejavnost za primerjalno prizadetost grškega turizma, uporabljena dejavnost gostinstvo, kar ne omogoča celotnega pregleda nad turističnim gospodarstvom. Dejavnosti gostinstvo namreč ne moremo preprosto enačiti s turizmom, saj kot razlagata Planina in Mihalič (2002, str. 46) gostinski obrati nudijo svoje storitve tudi domačemu prebivalstvu, ne samo turistom in zato ne moremo na področje turizma šteti vse gostinstvo. Avtorja pravita, da je tako treba ločevati med turističnim in neturističnim gostinstvom, saj lahko preprosto obravnavanje celotnega gostinstva kot turističnega, vodi do napačne predstave, da je gostinstvo najpomembnejši del turističnega sektorja.

Turistični sektor, kot opisujem v prvem poglavju, poleg gostinstva, sestavljajo še številne druge dejavnosti (od naravnih znamenitosti do zdravilišč in plaž, itd.), kjer turisti trošijo svoja sredstva. Turistična potrošnja pa se iz značilnih turističnih dejavnosti pretaka še naprej v tipične neturistične dejavnosti in panoge, saj podjetja iz značilnih turističnih dejavnosti kupujejo surovine, polproizvode ali končne proizvode pri drugih podjetjih, tudi iz tipično neturističnih dejavnosti. Na primer, podjetja iz gostinstva kupujejo prehrabene proizvode v trgovini na drobno ali na debelo, ta jih kupuje v prehrabeni industriji, ki kupuje surovine v kmetijstvu, itd. (Planina in Mihalič, 2002, str. 48).

Turizem je za razliko od običajnih dejavnosti, kot so kmetijstvo ali proizvodnja, ki so klasificirane glede na dobrine in storitve, ki jih proizvajajo, definiran glede na značilnosti potrošnika, ki povprašuje po turističnih proizvodih. Takšni proizvodi lahko izstopajo iz okvirov običajnih sektorskih definicij in zato potrebujejo drugačen pristop. Zato se za enoten pregled podatkov glede ponudbe in uporabe dobrin in storitev povezanih s turizmom, uporabljajo že omenjeni satelitski računi za turizem. Ti zagotavljajo skupno mero za oceno prispevka turizma k proizvodnji in zaposlovanju, ki je skladna z nacionalnimi računi gospodarstva, kar omogoča merjenje in razumevanje turističnega sektorja kot celote v kontekstu gospodarstva določene države (Statistics New Zealand, 2013, str. 7). Vendar je potrebno omeniti, da gre v primeru satelitskih računov za turizem za kompleksno metodologijo oziroma pristop, ki je sestavljen iz številnih konceptov in zahteva veliko statističnih podatkov iz različnih virov.

Omenil bi še, da se v raziskavah s področja turizma uporablja tudi metoda modeliranja strukturnih enačb (angl. *structural equation modeling – SEM*), ki je precej pogosta na področju družboslovja in vedenjskih znanosti (angl. *behavioral science*). Model strukturnih enačb predstavlja kompleksno, sestavljeno statistično hipotezo, ki vsebuje merski (opisuje vzorec opazovanih za neopazovane spremenljivke) in strukturni model (opisuje odnos med neopazovanimi in njihovimi opazovanimi spremenljivkami) (McDonald & Ho, 2002 v Nunkoo, Ramkissoon & Gursoy, 2013, str. 760). Takšen model so na primer v raziskavi turističnega povpraševanja v Grčiji uporabili Chaitip, Chaiboonsri, Kovács in Balogh (2010, str. 75), kjer so želeli testirati vzročni odnos med motivacijo turistov za potovanje in turistično destinacijo.

V kolikor bi želel uporabiti metodo satelitskih računov za turizem ali metodo SEM, bi v primeru moje analize to pomenilo pridobitev številnih podatkov. Tako bi na primer za uporabo metode satelitskih računov za turizem potreboval podatke o vrednosti turistične potrošnje tako turistov (domačih in tujih) kot enodnevnih obiskovalcev ali podatke o potrošnji po posameznih turističnih proizvodih (monetarni kazalci) ter podatke, kot so na primer število potovanj in nočitev glede na vrsto turizma in kategorijo obiskovalcev (nedenarni kazalci).

Tega žal ni bilo mogoče pridobiti, saj takšni podatki niso vedno javno dostopni. Poleg tega je bila Grčija leta 2009, po podatkih Evropske komisije (European Commission, 2009, str. 239), še v fazi uvajanja omenjene metodologije. Vsekakor pa se zavedam dejstva, da bi bila metodologija satelitskih računov za turizem zelo primerna za moj tip analize in zato predstavlja izziv za raziskovalno delo v prihodnosti.

SKLEP

Turizem ni bil izjema med gospodarskimi dejavnostmi, ki jih je prizadela mednarodna gospodarska kriza. Upad gospodarske aktivnosti v razvitih gospodarstvih, ki za številne države predstavljajo glavne izvirne trge, je marsikje povzročil zmanjšanje prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov. To se je v določeni meri zgodilo tudi v Grčiji, ki pa se tudi sama spopada z globoko gospodarsko krizo in se pri tem precej zanaša na turistični sektor. Ta glede na dinamiko v svetu (naraščanje števila mednarodnih turističnih prihodov in vrednosti turistične potrošnje) kljub mednarodni gospodarski krizi ostaja pomembna dejavnost, ki je kriza ni tako močno prizadela kot druge gospodarske dejavnosti. Kriza je sicer vplivala tudi na nekatere spremembe v potrošniških navadah turistov, ki vplivajo na poslovanje podjetij, toda pogled na potovanja se ni bistveno spremenil, saj se ta vedno bolj obravnavajo kot potreba in ne luksuz.

V delu pred analizo podatkov grških podjetij sem želel najprej preveriti tri podhipoteze, ki se posredno nanašajo na glavno hipotezo. Te so bile malce širše zastavljene in predstavljajo nekakšen uvod v analizo. Vse tri so se potrdile skozi predstavitev grškega turističnega

sektorja, kjer je turizem prikazan kot pomembna gospodarska dejavnost Grčije (prispevek turizma k BDP-ju, zaposlovanju, izvozu in investicijam). Grčija ima tudi velik turistični potencial (bogati naravni in kulturni viri, turistična infrastruktura, nacionalna naklonjenost turizmu), vendar pa obstajajo tudi določene ovire za razvoj turizma, kot so težave, povezane z majhnostjo turističnih podjetij (npr. pomanjkanje načrtovanja in odvisnost od posrednikov), razdrobljenost ponudbe ipd.

Z analizo sem želel preveriti glavno hipotezo, da je bil turizem v Grčiji zaradi gospodarske krize manj prizadet od drugih gospodarskih dejavnosti, pri tem pa sem si pomagal z drugimi tremi podhipotezami, ki se neposredno nanašajo na glavno hipotezo.

Dinamika turističnega sektorja se je na podlagi proučevanih podatkov izkazala za nekoliko drugačno od dinamike drugih gospodarskih dejavnosti Grčije. Dejavnost gostinstva je namreč v primeru letne prodaje po letu 2008 beležila manjši upad rasti kot vse dejavnosti skupaj oziroma kot predelovalne dejavnosti (C) in trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (G), v letu 2011 pa je bila ta razlika še večja v prid gostinstva. Prav tako je gostinstvo v primeru EBITDA leta 2009 beležilo manjši upad od omenjenih dejavnosti, v letu 2011 pa je celo beležilo rast. Podobno dinamiko (z izjemo leta 2011) je imelo gostinstvo tudi v primeru prihodkov od izvoza in dobička na zaposlenega.

Zaradi padca gospodarske dejavnosti v EU, ki za grški turizem predstavlja glavni izvorni trg (Nemčija, Velika Britanija, Francija, Italija itd.), je bil turizem v Grčiji prizadet prej kot gospodarstvo Grčije nasploh. Že leta 2008 se je v primerjavi z letom 2007 število mednarodnih turističnih prihodov v Grčiji zmanjšalo, začela pa se je spreminjati tudi struktura prihodkov od mednarodnih turističnih prihodov, pri čemer so se deleži prej omenjenih izvornih trgov zmanjšali. Tudi prihodki od izvoza so se v proučevanem vzorcu leta 2008 bolj zmanjšali v gostinstvu kot v vseh dejavnostih skupaj.

Toda prav zaradi odvisnosti od zunanjega povpraševanja je bil turizem manj prizadet kot gospodarstvo Grčije nasploh, saj je bil padec gospodarske aktivnosti v EU v povprečju še vedno manjši kot v Grčiji, ki od začetka krize beleži eno izmed največjih stopenj brezposelnosti v EU. Kljub začetnemu padcu ob pojavu krize leta 2008 pa si je turizem, glede na podatke iz analize gostinstva v obdobju 2003–2011, relativno hitro opomogel.

Glavna hipoteza, ki je, da je bil turizem v Grčiji zaradi mednarodne gospodarske krize manj prizadet od drugih gospodarskih dejavnosti, se je torej potrdila. Kljub temu pa bi vseeno ponovno omenil, da je bila za analiziranje trendov turističnega sektorja uporabljena samo dejavnost gostinstva, kar dovoljuje le omejen pogled na dogajanje v grškem turističnem sektorju kot celoti.

Poleg tega bi izpostavil težave, ki so se pojavile pri analizi podatkov. Te so se nanašale na vzorčnost podatkov, kjer so manjkali podatki o celotni populaciji (kolikšno je dejansko število

podjetij v posameznem letu) oziroma reprezentativnosti vzorca. Naslednja težava je bila spreminjajoča se struktura vzorca. V danem obdobju so se namreč spreminjale tako velikostna struktura podjetij po številu zaposlenih in struktura glede na gospodarsko dejavnost kot tudi velikost vzorca po letih, kar je predstavljalo dodatno težavo pri posplošitvi dogajanja v vzorcu.

Težave so bile povezane tudi s kakovostjo podatkov v vzorcu, med katerimi je bilo mogoče pri nekaterih podjetjih opaziti veliko neskladnost skozi leta. Poleg tega po podatkih Fundacije Sveta za mednarodne računovodske standarde (IFRS Foundation, 2013), ki spremlja uvajanje mednarodnih računovodskih standardov, Grčija še ni uvedla teh standardov na ravni SME-jev, kar lahko povzroča dodatne težave pri prilagajanju podatkov mednarodnim standardom oziroma zagotavljanju konsistentnosti podatkov.

Menim, da je bilo kljub vsem omejitvam analize v sklopu interpretacije podatkov vseeno prikazanega dovolj za doseg cilja raziskave in opis turizma kot izredno dinamičnega in fleksibilnega sektorja, ki lahko prispeva k okrevanju oziroma rasti gospodarstva. V svetu namreč vedno več ljudi potuje, saj potovanja postajajo dostopnejša in predstavljajo eno izmed oblik izobraževanja posameznika. O tem je razmišljal že Avrelij Avguštin iz Hipona (354–430 n. š.), ki je svet primerjal s knjigo in dejal, da tisti, ki ne potuje, bere samo eno stran knjige. Misel je sicer nastala v času, ko turizem v današnjem pomenu še ni obstajal, vendar posredno namiguje na njegov potencial tako za izboljšanje medsebojnega razumevanja med različnimi družbami in kulturami kot za gospodarski razvoj.

LITERATURA IN VIRI

1. Algieri, B., & Aquino, A. (2008). Recent Developments in the Italian Tourism Market. V A. D. Ramos & P. S. Jiménez (ur.), *Tourism development: economics, management and strategy* (str. 145–169). New York: Nova Science Publishers.
2. Bastakis, C., Buhalis, D., & Butler, R. (2003). The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean. *Tourism Management*, 25(2004), 151–170.
3. Blanke, J., Chiesa, T., & Crotti, R. (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Index 2013: Contributing to National Growth and Employment. V J. Blanke & T. Chiesa (ur.), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013* (str. 3–42). Geneva: World Economic Forum.
4. Buhalis, D. (2001). Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 440–480.
5. Bureau van Dijk (2013). Amadeus Database. Najdeno 15. julija 2013 na spletnem naslovu <http://www.bvdinfo.com/en-us/products/company-information/international/amadeus>
6. Butler, R. (2008). Modern Tourism and Its Development in a Post-Modern Age. V S. Babu, S. Mishra & B. Bhusan Parida (ur.), *Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms* (str. 54–63). New Delhi: SAGE Publications Pvt. Ltd.
7. Chaitip, P., Chaiboonsri, C., Kovács, S., & Balogh, P. (2010). A Structural Equation Model: Greece's Tourism Demand for Tourist Destination. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce – APSTRACT*, 4(1-2), 75–83.
8. Dullien, S., Kotte D. J., Márquez, A., & Priewe, J. (2010). Introduction. V S. Dullien, D. J. Kotte, A. Márquez & J. Priewe (ur.), *The financial and economic crisis of 2008-2009 and developing countries* (str. 1–14). New York and Geneva: United Nations Publications.
9. Du, R. Y., & Kamakura, A. W. (2012). How Economic Contractions and Expansions Affect Expenditure Patterns. *Journal of Consumer Research*, 39(2), 229–247.
10. Dwyer, L., Edwards, D., Mistils, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63–74.

11. Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R., & Van Ho, T. (2008), Estimating the Economic Impacts of Tourism Shocks. A paradigm shift in technique. V S. Babu, S. Mishra & B. Bhusan Parida (ur.), *Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms* (str. 259–272). New Delhi: SAGE Publications Pvt. Ltd.
12. Edgell, D.L., DelMastro Allen, M., Smith, G., & Swanson, J.P. (2008). *Tourism Policy and Planning. Yesterday, Today and Tomorrow*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
13. ELSTAT - Hellenic Statistical Authority. (2013). *Greece in figures*. Piraeus: Statistical information and publications division.
14. European Commission. (2009). *Tourism Satellite Accounts in the European Union. Volume 1: Report on the implementation of TSA in 27 EU Member States*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
15. European Commission. (2012a). Enterprise and Industry. Tourism, Annual Reports – Greece. Najdeno 28. avgusta 2013 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/annual_reports/2013/greece_report_2012_en.pdf
16. European Commission. (2012b). SBA Fact Sheet 2012 – Greece. Najdeno 25. septembra 2013 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2012/greece_en.pdf
17. European Commission. (2013a, 29. maj). Assessment of the 2013 national reform programme for Greece. Commission staff working document. Brussels: European Commission.
18. European Commission. (2013b). *European Economic Forecast - Spring 2013. European Economy Series*. Brussels: European Commission.
19. European Commission. (2013c, junij). *Flash consumer confidence indicator for EU and euro area*. Brussels: European Commission.
20. Eurostat. (b.l.). GDP and main components – volumes, GDP at market prices, Greece. Najdeno 23. julija 2013 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_gdp_k&lang=en
21. Eurostat. (b.l.). National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) - Aggregates at current prices - Gross value added - Greece. Najdeno 23. julija 2013 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_nace21_c&lang=en

22. Eurostat. (b.l.). National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2), Employment data. Greece. Najdeno 25. julija 2013 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_nace21_e&lang=en
23. Eurostat. (b.l.). Population and social conditions. Activity and activity rates - Active population by sex, age and nationality. Najdeno 27. septembra na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=lfsa_agan&lang=en
24. Eurostat. (b.l.). Real GDP growth rate – volume. Najdeno 12. junija 2013 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tec00115&plugin=1>
25. Eurostat. (b.l.). Statistična klasifikacija gospodarskih dejavnosti v Evropski skupnosti, Rev. 2 (NACE Rev. 2). Najdeno 16. julija 2013 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=SI&IntPcKey=&StrLayoutCode=&IntCurrentPage=1
26. Eurostat. (b.l.). Structural business statistics - Annual enterprise statistics for special aggregates of activities (NACE Rev. 2). Najdeno 25. septembra 2013 na spletnem naslovu <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>
27. Eurostat. (b.l.). Tourism - Annual data on tourism industries - Capacity of tourist accommodation establishments - Number of establishments, bedrooms and bed-places; Nights spent by residents and non-residents. Najdeno 24. avgusta 2013 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_cap_nat&lang=en
28. Eurostat. (b.l.). Unemployment - LFS adjusted series - Unemployment rate by sex and age groups - annual average - Greece. Najdeno 23. julija 2013 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une_rt_a&lang=en
29. Eurostat. (b.l.). Unemployment rate by sex and age groups - annual average. Najdeno 12. junija 2013 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsdec450&plugin=1>
30. Financial Times Lexicon. (b.l.). Earnings before interest, tax, depreciation and amortisation. Najdeno 6. oktobra 2013 na spletnem naslovu <http://lexicon.ft.com/Term?term=earnings-before-interest,-tax,-depreciation-and-amortisation>
31. Flatters, P., & Willmott, M. (2009). Understanding the Post-Recession Consumer. *Harvard Business Review*, 87(7/8), 106–112.

32. Galanos, G. (2013). The Greek Tourism Industry and the Challenge of the Economic Crisis. V P. Sklias & N. Tzifakis (ur.), *Greece's Horizons. Reflecting on the Country's Assets and Capabilities* (str. 131–145). Berlin, Heidelberg: Springer.
33. Garcia-Hirschfeld, E. C., & Gómez, L. M. R. (2011). Economic Crisis and Tourism in the European Union. *Journal of US-China Public Administration*, 8(9), 1074–1080.
34. Gee, C. Y., & Fayos-Solà, E. (1997) *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid: World Tourism Organization.
35. Gros, D. (2010). Calypso study on social tourism - Greece. Najdeno 17. avgusta 2013 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/calypso/countryreports/greece_en.pdf
36. IFRS Foundation (2013, 2. september). IFRS Application Around the World Jurisdictional Profile: Greece. Najdeno 15. decembra 2013 na spletnem naslovu <http://www.ifrs.org/Use-around-the-world/Documents/Jurisdiction-profiles/Greece-IFRS-Profile.pdf>
37. ILO. (2010). *The sectoral dimension of the ILO's work. Update of sectoral aspects regarding the global economic crisis: Tourism, public services, education and health*. Geneva: International Labour Office.
38. ILO. (2013). *Global Wage Report 2012/2013 - Wages and equitable growth*. Geneva: International Labour Office.
39. Ioannou, C. A. (2012). *Greek public service employment relations in the era of sovereign default: a Gordian knot?* Athens: Organisation for Mediation and Arbitration.
40. Kang, S. J., & Sawada, Y. (2008). Credit crunch and household welfare: The case of the Korean financial crisis. *The Japanese Economic Review*, 59(4), 438–458.
41. Kapiki, S. (2012). The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality: Results from a Study in Greece. *Central European Review of Economics and Finance*, 2(1), 19–30.
42. Kaytaz, M., & Gul, M. C. (2014). Consumer response to economic crisis and lessons for marketers: The Turkish experience. *Journal of Business Research*, 67(1), 2701–2706.
43. Keller, P. (2009). *Global Financial and Economic Crisis: What are the Implications for World Tourism?* Madrid: World Tourism Organization.

44. Kreag, G. (2001, april). The Impacts of Tourism. Najdeno 27. julija 2013 na spletnem naslovu <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>
45. Krenz, A. (2013). *Services Sectors' Concentration: The European Union, Greece, and the New Economic Geography. Discussion Papers, No. 154*. Goettingen: Center for European, Governance and Economic Development Research.
46. Kondawar, D., & Jadhav, P. (2012). Global economic crisis & consumer behaviour. *Abhinav, National Monthly refereed Journal of Reasearch in Commerce & Management* 1(12), 82–87.
47. Legg, M., & Harris, J. (2009). How the american dream became a global nightmare: an analysis of the causes of the global financial crisis. *University of New South Wales Law Journal*, 32(2), 350–389.
48. Liang, Y. (2012). Global Imbalances as Root Cause of Global Financial Crisis? A Critical Analysis. *Journal of Economic Issues*, XLVI(1), 101–117.
49. Lim, C. (2006). A survey of tourism demand modelling practice: issues and implications. V L. Dwyer & P. Forsyth (ur.), *International Handbook on the Economics of Tourism* (str. 45–72). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
50. Marketing Charts. (2011). US Consumers Display Price Sensitivity. Najdeno 9. aprila 2013 na spletnem naslovu <http://www.marketingcharts.com/wp/uncategorized/us-consumers-display-price-sensitivity-19873/>
51. Macfie, B. P., & Nufrio P. M. (2006). *Applied Statistics for Public Policy*. New York: M.E. Sharpe.
52. Mckenzie, D., & Schargrodsky, E. (2011). Buying Less but Shopping More: The Use of Nonmarket Labor during a Crisis. *Economia*, 11(2), 1–35.
53. Mihalič, T. (2002). Tourism and Economic Development Issues. V R. Sharpley & D. J. Telfer (ur.), *Tourism and Development: Concepts and Issues* (str. 81–111). Bristol: Channel View Publications.
54. Mihalič, T. (2008). *Turizem. Ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.
55. Mihalič, T. (2010). *Ekonomske funkcije turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
56. McKinsey & Company. (2012). Greece 10 Years Ahead. Defining Greece's new growth model and strategy. Executive Summary. Athens: Mckinsey & Company.

57. Ministry of Finance (2013, april). Greek National Reforms Programme. Athens: Ministry of finance.
58. Nunkoo, R., Ramkissoon, W., & Gursoy, D. (2013). Use of Structural Equation Modeling in Tourism Research: Past, Present, and Future. *Journal of Travel Research*, 52(6), 759–771.
59. OECD. (2009). *Globalisation and Emerging Economies. Policy Brief*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
60. OECD. (2013). Glossary of statistical terms - Gross value added. Najdeno 9. avgusta 2013 na spletnem naslovu <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=1184>
61. O'Reilly, T., & Batelle, J. (2009). *Web Squared: Web 2.0 Five Years On. Special Report*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.
62. Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2010). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39–45.
63. Perriman, H. E., Ramsaran-Fowdar, R. R., & Baguant, P. (2010). The impact of the global financial crisis on consumer behaviour. *Proceedings of Annual London Business Research Conference* (str. 1–14). Melbourne: World Business Institute.
64. Petrakis, P. (2012). *The Greek Economy and the Crisis. Challenges and Responses*. Berlin, Heidelberg: Springer.
65. Pirjevec, B. (2008). *Turizam – jučer, danas, ...* Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
66. Planina J., & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
67. Priewe, J. (2010). What Went Wrong? alternative interpretations of the global financial crisis. V S. Dullien, D. J. Kotte, A. Márquez & J. Priewe (ur.), *The financial and economic crisis of 2008-2009 and developing countries* (str. 15–52). New York and Geneva: United Nations Publications.
68. Proença, S., & Soukiazis, E. (2008). Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries. *Tourism Economics*, 14(4), 791–806.
69. Rajagopal. (2010). *Consumer Behavior: Global Shifts and Local Effects. Global Economic Studies Series*. New York: Nova Science Publishers.

70. Sahli, M. (2012). Tourism Trends, Challenges and Opportunities in The Mediterranean. Najdeno 8. aprila 2013 na spletnem naslovu http://www.eib.org/attachments/general/events/11th_femip_sahli_tourism_trends_en.pdf
71. Sharpley, R. (2002). Tourism: A Vehicle for Development? V V R. Sharpley & D. J. Telfer (ur.), *Tourism and Development: Concepts and Issues* (str. 11–34). Bristol: Channel View Publications.
72. Sigala, M. (2012). Exploiting Web 2.0 for New Service Development: Findings and Implications from the Greek Tourism Industry. *International Journal of Tourism Research*, 14(6), 513–615.
73. Sinclair, T., & Stabler M. (1997). *The Economics of Tourism*. London: Routledge.
74. SETE - Association of Greek Tourism Enterprises. (b.l.). The importance of tourism for Greece. Najdeno 3. avgusta 2013 na spletnem naslovu <http://sete.gr/EN/TOURISM/The%20Importance%20of%20Tourism%20for%20Greece/>
75. SETE - Association of Greek Tourism Enterprises. (2013a). International Tourist Arrivals 2000 – 2012. Najdeno 24. julija 2013 na spletnem naslovu http://sete.gr/_fileuploads/entries/Statistics/Greece/International%20Tourist%20Arrivals%20%28Non-Residents%29/catID48/EN/1300402_Afikseis%20Mi%20Katoikon-Ellada%202000-2012_new%20layout.pdf
76. SETE - Association of Greek Tourism Enterprises. (2013b). International tourism receipts by country of origin 2005 - 2012. Najdeno 24. julija 2013 na spletnem naslovu http://sete.gr/_fileuploads/entries/Statistics/Greece/International%20Tourism%20Receipts/catID69/EN/130402_EisprakseisAnaXoraProelefsis%202005-2012%20new%20layout.pdf
77. Smeral, E. (2009). The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism. *Journal of Travel Research*, 48(1), 3–13.
78. Statistics New Zealand. (2013). *Tourism Satellite Account: 2013*. Wellington: Statistics New Zealand.
79. Steiner, C., Richter, T., Dörry, S., Neisen, V., Stephenson, M. L., Lemma, A. F. & Mitchell, J. G. B. (2011). *Economic crisis, international tourism decline and its impact on the poor. An analysis of the effects of the global economic crisis on the employment of poor and vulnerable groups in the tourism sector*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO)/Geneva: International Labour Organization (ILO).

80. SURS. (2013a). Anketa o mnenju potrošnikov, Slovenija, maj 2013 - končni podatki. Najdeno 23. julija 2013 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=5504
81. SURS. (2013b). *Metodološki priročniki. Statistično urejanje podatkov*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
82. TripAdvisor. (2013, 6. marec). Survey Insights – Planning and Spending. TripAdvisor Global Study Reveals Traveler Spending and Accommodation Profitability Expected To Rise in 2013. Najdeno 10. aprila 2013 na spletnem naslovu http://www.tripadvisor.com/PressCenter-i5794-c1-Press_Releases.html
83. Tourism Industries. (b.l.). V *Understanding Tourism: Basic Glossary (UNWTO)*. Najdeno 12. junija 2013 na spletnem naslovu <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> prej UNWTO 2013
84. Turner, R., & Sears, Z. (2013). Travel & Tourism as a Driver of Employment Growth. V J. Blanke & T. Chiesa (ur.), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013* (str. 63–69). Geneva: World Economic Forum.
85. UN. (2011). *The Global Social Crisis. Report on the World Social Situation 2011*. New York, Department of Economic and Social Affairs.
86. UNEP. (2011). Tourism - Investing in Energy and Resource Efficiency. V *Towards a Green Economy Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication* (str. 414–451). Arendal: UNEP/GRID.
87. UNWTO. (1999). *Impacts of the Financial Crisis in the Asia's Tourism Sector*. Madrid: World Tourism Organization.
88. UNWTO (2005). *Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation. Recommendations to Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and to Microfinance Institutions (MFIs)*. Madrid: World Tourism Organization.
89. UNWTO. (2008). *2008 International Recommendations for Tourism Statistics*. New York/Madrid: World Tourism Organization.
90. UNWTO. (2011). *Tourism Towards 2030/Global Overview*. Madrid: World Tourism Organization.
91. UNWTO Elibrary – Tourism Factbook (2012). Greece: Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence 2007-2011. Najdeno 20. julija 2013 na

spletnem naslovu <http://www.e-unwto.org/content/h744hl962tjvp5l3/?p=ee5abe8405ea4a78a14f955537fa58cd&pi=5>

92. UNWTO. (2012a). *Compendium of Tourism Statistics. Data 2006-2010*. Madrid: World Tourism Organization.
93. UNWTO. (2012b). *World Tourism Barometer* (Vol. 10, januar 2012). Madrid: World Tourism Organization.
94. UNWTO. (2012c). *World Tourism Barometer* (Vol. 10, maj 2012). Madrid: World Tourism Organization.
95. UNWTO. (2013a). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*. Madrid: World Tourism Organization.
96. UNWTO. (2013b). *World Tourism Barometer* (Vol. 11, januar 2013). Madrid: World Tourism Organization.
97. UNWTO. (2013c). World's Top Tourism Spenders. Najdeno 10. aprila 2013 na spletnem naslovu http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/tsen_0.pdf
98. UNWTO. (2013d). *World Tourism Barometer* (Vol. 11, april 2013). Madrid: World Tourism Organization.
99. Visa. (2011). *Visa Global Travel Intentions Survey 2011*. Singapore: Visa.
100. WEF. (2007). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*. Geneva: World Economic Forum.
101. WEF. (2008). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008*. Geneva: World Economic Forum.
102. WEF. (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*. Geneva: World Economic Forum.
103. WEF. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Geneva: World Economic Forum.
104. WEF. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. Geneva: World Economic Forum.

105. World Bank. (b.l.). World Development Indicators - International Tourism, number of arrivals. Najdeno 5. avgusta 2013 na spletnem naslovu <http://databank.worldbank.org/data/views/reports/tableview.aspx>
106. WTTC. (2012). *Benchmarking Travel & Tourism - Global Summary, How does Travel & Tourism compare to other sectors?* London: World Travel and Tourism Council.
107. WTTC. (2013a). *Travel & Tourism Economic Impact 2013 - Greece*. London: World Travel and Tourism Council.
108. WTTC. (2013b). *Travel & Tourism Economic Impact 2013 - World*. London: World Travel and Tourism Council.
109. WTTC. (b.l.). Economic Data Search Tool. Capital Investment. Najdeno 20. marca 2013 na spletnem naslovu http://old.wttc.org/tsa_fullscreen_v2.php?LANG=eng&tsa01=CARIB,EUROPE,EU27,LATAM,MIDEAST,NAFRICA,NAMERICA,NEASIA,OCEANIA,SASIA,SEASIA,SSAFRICA,WORLD&tsa02=11&tsa03=2,4,5&tsa04_from=1998&tsa04_to=2012
110. WTTC. (b.l.). Economic Data Search Tool. Travel & Tourism Total Contribution to Employment. Najdeno 20. marca 2013 na spletnem naslovu http://old.wttc.org/tsa_fullscreen_v2.php?LANG=eng&tsa01=CARIB,EUROPE,EU27,LATAM,MIDEAST,NAFRICA,NAMERICA,NEASIA,OCEANIA,SASIA,SEASIA,SSAFRICA,WORLD&tsa02=4&tsa03=4,5,6&tsa04_from=1998&tsa04_to=2012
111. WTTC. (b.l.). Economic Data Search Tool. Travel & Tourism Total Contribution to GDP. Najdeno 20. marca 2013 na spletnem naslovu http://old.wttc.org/tsa_fullscreen_v2.php?LANG=eng&tsa01=CARIB,EUROPE,EU27,LATAM,MIDEAST,NAFRICA,NAMERICA,NEASIA,OCEANIA,SASIA,SEASIA,SSAFRICA,WORLD&tsa02=2&tsa03=2,4,5&tsa04_from=1998&tsa04_to=2012
112. WTTC. (b.l.). Economic Data Search Tool. Greece - Travel & Tourism Total Contribution to GDP, Travel & Tourism Total Contribution to Employment, Visitor Exports, Capital Investment. Najdeno 22. julija 2013 na spletnem naslovu http://old.wttc.org/tsa_fullscreen_v2.php?LANG=eng&tsa01=GREECE&tsa02=2,4,5,11&tsa03=5&tsa04_from=2003&tsa04_to=2013
113. WTTC. (b.l.). Economic Data Search Tool. Visitor Exports. Najdeno 20. marca 2013 na spletnem naslovu http://old.wttc.org/tsa_fullscreen_v2.php?LANG=eng&tsa01=CARIB,EUROPE,EU27,LATAM,MIDEAST,NAFRICA,NAMERICA,NEASIA,OCEANIA,SASIA,SEASIA,SSAFRICA,WORLD&tsa02=5&tsa03=2,4,5&tsa04_from=1998&tsa04_to=2012

114. Yeoman, I. (2011). The changing behaviours of luxury consumption. *Journal of Revenue & Pricing Management*, 10(1), 47–50.
115. Yeoman, I. (2012, 3. avgust). Tomorrow's Tourism. How the Global Financial Crisis has changed tourist purchasing behaviour? Najdeno 8. aprila 2013 na spletnem naslovu <http://www.tomorrowstourist.com/blog/?p=63>
116. Zagoršek, H., Jaklič, M., Bregar, L., Hribernik, A., Raškovič, M. (2008). *Ocena ekonomskega pomena turizma v Sloveniji v letu 2003 in ekstrapolacija za leto 2006*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije, Direktorat za turizem.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Statistična klasifikacija gospodarskih dejavnosti v Evropski uniji	1
Priloga 2: Bruto dodana vrednost gospodarskih dejavnosti in zaposlenost v Grčiji v obdobju 2000–2011 po NACE Rev. 2.....	3
Priloga 3: Uvrstitev Grčije glede na indeks TTCI in izbrane stebre konkurenčnosti turističnega sektorja	6
Priloga 4: Podrobnejši pregled podatkov grških podjetij, zajetih v vzorec, za obdobje 2003–2011 s prikazom rezultatov ob določenih omejitvah	7

Priloga 1: Statistična klasifikacija gospodarskih dejavnosti v Evropski uniji

Tabela 1: Statistična klasifikacija gospodarskih dejavnosti v Evropski uniji (NACE Rev. 2)

A	KMETIJSTVO IN LOV, GOZDARSTVO, RIBIŠTVO • 01 Kmetijska proizvodnja in lov ter z njima povezane storitve • 02 Gozdarstvo • 03 Ribištvo in gojenje vodnih organizmov
B	RUDARSTVO • 05 Pridobivanje premoga • 06 Pridobivanje surove nafte in zemeljskega plina • 07 Pridobivanje rud • 08 Pridobivanje rudnin in kamnin • 09 Storitve za rudarstvo
C	PREDELOVALNE DEJAVNOSTI • 10 Proizvodnja živil • 11 Proizvodnja pijač • 12 Proizvodnja tobačnih izdelkov • 13 Proizvodnja tekstilij • 14 Proizvodnja oblačil • 15 Proizvodnja usnja, usnjenih in sorodnih izdelkov • 16 Obdelava in predelava lesa; proizvodnja izdelkov iz lesa, plute, slame in protja, razen pohištva • 17 Proizvodnja papirja in izdelkov iz papirja • 18 Tiskarstvo in razmnoževanje posnetih nosilcev zapisa • 19 Proizvodnja koksa in naftnih derivatov • 20 Proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov • 21 Proizvodnja farmacevtskih surovin in preparatov • 22 Proizvodnja izdelkov iz gume in plastičnih mas • 23 Proizvodnja nekovinskih mineralnih izdelkov • 24 Proizvodnja kovin • 25 Proizvodnja kovinskih izdelkov, razen strojev in naprav • 26 Proizvodnja računalnikov, elektronskih in optičnih izdelkov • 27 Proizvodnja električnih naprav • 28 Proizvodnja drugih strojev in naprav • 29 Proizvodnja motornih vozil, prikolic in polprikolic • 30 Proizvodnja drugih vozil in plovil • 31 Proizvodnja pohištva • 32 Druge raznovrstne predelovalne dejavnosti • 33 Popravila in montaža strojev in naprav
D	OSKRBA Z ELEKTRIČNO ENERGIJO, PLINOM IN PARO • 35 Oskrba z električno energijo, plinom in paro
E	OSKRBA Z VODO; RAVNANJE Z ODPLAKAMI IN ODPADKI; SANIRANJE OKOLJA • 36 Zbiranje, prečiščevanje in distribucija vode • 37 Ravnanje z odplakami • 38 Zbiranje in odvoz odpadkov ter ravnanje z njimi; pridobivanje sekundarnih surovin • 39 Saniranje okolja in drugo ravnanje z odpadki
F	GRADBENIŠTVO • 41 Gradnja stavb • 42 Gradnja inženirskih objektov • 43 Specializirana gradbena dela
G	TRGOVINA; VZDRŽEVANJE IN POPRAVILA MOTORNIH VOZIL • 45 Trgovina z motornimi vozili in popravila motornih vozil • 46 Posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili • 47 Trgovina na drobno, razen z motornimi vozili
H	PROMET IN SKLADIŠČENJE • 49 Kopenski promet; cevovodni transport • 50 Vodni promet • 51 Zračni promet • 52 Skladiščenje in spremljajoče prometne dejavnosti • 53 Poštna in kurirska dejavnost

se nadaljuje

nadaljevanje

I GOSTINSTVO

- 55 Gostinske nastanitvene dejavnosti
- 56 Dejavnost strežbe jedi in pijač

J INFORMACIJSKE IN KOMUNIKACIJSKE DEJAVNOSTI

- 58 Založništvo
- 59 Dejavnosti v zvezi s filmi, video- in zvočnimi zapisi
- 60 Radijska in televizijska dejavnost
- 61 Telekomunikacijske dejavnosti
- 62 Računalniško programiranje, svetovanje in druge s tem povezane dejavnosti
- 63 Druge informacijske dejavnosti

K FINANČNE IN ZAVAROVALNIŠKE DEJAVNOSTI

- 64 Dejavnosti finančnih storitev, razen zavarovalništva in dejavnosti pokojninskih skladov
- 65 Dejavnost zavarovanja, pozavarovanja in pokojninskih skladov, razen obvezne socialne varnosti
- 66 Pomožne dejavnosti za finančne in zavarovalniške storitve

L POSLOVANJE Z NEPREMIČNINAMI

- 68 Poslovanje z nepremičninami

M STROKOVNE, ZNANSTVENE IN TEHNIČNE DEJAVNOSTI

- 69 Pravne in računovodske dejavnosti
- 70 Dejavnost uprav podjetij; podjetniško in poslovno svetovanje
- 71 Arhitekturno in tehnično projektiranje; tehnično preizkušanje in analiziranje
- 72 Znanstvena raziskovalna in razvojna dejavnost
- 73 Oglaševanje in raziskovanje trga
- 74 Druge strokovne in tehnične dejavnosti
- 75 Veterinarstvo

N DRUGE RAZNOVRSTNE POSLOVNE DEJAVNOSTI

- 77 Dajanje v najem in zakup
- 78 Zaposlovalne dejavnosti
- 79 Dejavnost potovalnih agencij, organizatorjev potovanj in s potovanji povezanih dejavnosti
- 80 Varovanje in poizvedovalne dejavnosti
- 81 Dejavnost oskrbe stavb in okolice
- 82 Pisarniške in spremljajoče poslovne storitvene dejavnosti

O DEJAVNOST JAVNE UPRAVE IN OBRAMBE; DEJAVNOST OBVEZNE SOCIALNE VARNOSTI

- 84 Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti

P IZOBRAŽEVANJE

- 85 Izobraževanje

Q ZDRAVSTVO IN SOCIALNO VARSTVO

- 86 Zdravstvo
- 87 Socialno varstvo z nastanitvijo
- 88 Socialno varstvo brez nastanitve

R KULTURNE, RAZVEDRILNE IN REKREACIJSKE DEJAVNOSTI

- 90 Kulturne in razvedrilne dejavnosti
- 91 Dejavnost knjižnic, arhivov, muzejev in druge kulturne dejavnosti
- 92 Prirejanje iger na srečo
- 93 Športne in druge dejavnosti za prosti čas

S DRUGE DEJAVNOSTI

- 94 Dejavnost članskih organizacij
- 95 Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo
- 96 Druge storitvene dejavnosti

T DEJAVNOST GOSPODINJSTEV Z ZAPOSLENIM HIŠNIM OSEBJEM; PROIZVODNJA ZA LASTNO RABO

- 97 Dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem
- 98 Raznovrstna proizvodnja gospodinjstev za lastno rabo

U DEJAVNOST EKSTERITORIALNIH ORGANIZACIJ IN TELES

- 99 Dejavnost eksteritorialnih organizacij in teles

Vir: Eurostat, Statistična klasifikacija gospodarskih dejavnosti v Evropski skupnosti, Rev. 2 (NACE Rev. 2), 2013.

Priloga 2: Bruto dodana vrednost gospodarskih dejavnosti in zaposlenost v Grčiji v obdobju 2000–2011 po NACE Rev. 2

Tabela 2: Bruto dodana vrednost gospodarskih dejavnosti (po NACE Rev. 2) v Grčiji v obdobju 2000–2011 v mlrd € in % celotne vrednosti

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
Dejavnost	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%
A - Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	8.039	6,6	8.275	6,4	8.187	5,9	8.447	5,5	8.208	4,9	8.429	4,9	6.834	3,7	6.830	3,5	6.394	3,1	6.372	3,1	6.300	3,2	6.175	3,4
B - Rudarstvo	694	0,6	674	0,5	775	0,6	757	0,5	806	0,5	820	0,5	781	0,4	862	0,4	780	0,4	592	0,3	627	0,3	546	0,3
C - Predelovalne dejavnosti	13.244	10,9	13.696	10,6	13.470	9,7	14.183	9,2	15.109	9,1	16.428	9,5	17.612	9,6	18.282	9,3	18.246	8,9	18.242	8,9	19.412	9,9	16.804	9,2
D - Oskrba z električno energijo, plinom in paro	2.377	2,0	2.273	1,8	2.905	2,1	2.993	1,9	3.171	1,9	3.199	1,9	3.795	2,1	4.040	2,1	4.570	2,2	4.568	2,2	4.481	2,3	4.805	2,6
E - Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in saniranje okolja	793	0,7	997	0,8	1.301	0,9	1.516	1,0	1.729	1,0	1.510	0,9	1.559	0,8	1.699	0,9	1.807	0,9	1.725	0,8	1.852	0,9	2.248	1,2
F - Gradbeništvo	8.734	7,2	9.619	7,5	8.586	6,2	10.128	6,6	11.004	6,6	12.050	7,0	16.294	8,9	15.243	7,8	13.890	6,8	10.553	5,1	6.772	3,5	4.561	2,5
G - Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	17.994	14,8	19.678	15,3	22.896	16,5	28.061	18,2	29.264	17,6	23.252	13,5	24.816	13,5	27.219	13,9	27.374	13,4	24.277	11,8	23.845	12,2	21.817	11,9
H - Promet in skladiščenje	6.190	5,1	6.965	5,4	6.896	5,0	8.469	5,5	10.410	6,3	13.059	7,6	13.737	7,5	15.403	7,9	16.393	8,0	13.223	6,4	12.898	6,6	11.272	6,2
I - Gostinstvo	9.010	7,4	9.583	7,4	9.956	7,2	10.193	6,6	10.883	6,5	9.732	5,6	10.251	5,6	10.846	5,5	11.460	5,6	13.729	6,7	13.238	6,8	12.634	6,9
J - Informacijske in komunikacijske dejavnosti	4.581	3,8	5.104	4,0	6.358	4,6	6.392	4,1	6.800	4,1	6.833	4,0	7.783	4,2	7.914	4,0	9.338	4,6	10.206	5,0	9.464	4,8	8.894	4,9
K - Finančne in zavarovalniške dejavnosti	6.765	5,6	5.603	4,3	5.806	4,2	6.578	4,3	8.153	4,9	8.463	4,9	8.985	4,9	9.110	4,7	9.384	4,6	9.214	4,5	9.245	4,7	8.959	4,9
L - Poslovanje z nepremičninami	13.837	11,4	13.899	10,8	15.515	11,2	17.748	11,5	18.563	11,1	19.870	11,5	19.479	10,6	23.837	12,2	26.923	13,1	28.826	14,0	27.371	14,0	28.929	15,8
M - Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	3.947	3,2	4.359	3,4	4.652	3,3	4.178	2,7	4.156	2,5	6.331	3,7	7.597	4,1	8.387	4,3	7.449	3,6	8.858	4,3	7.367	3,8	5.317	2,9
N - Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	1.320	1,1	1.523	1,2	1.631	1,2	1.726	1,1	1.835	1,1	3.470	2,0	3.681	2,0	3.228	1,7	3.962	1,9	3.871	1,9	3.683	1,9	3.518	1,9
O - Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	10.093	8,3	10.708	8,3	11.995	8,6	12.030	7,8	14.328	8,6	14.513	8,4	14.397	7,8	15.735	8,0	17.442	8,5	19.960	9,7	18.544	9,5	18.136	9,9

se nadaljuje

nadaljevanje

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
Dejavnost	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%	mlrd €	%
P - Izobraževanje	6.556	5,4	6.892	5,3	7.712	5,5	9.241	6,0	9.867	5,9	9.357	5,4	9.611	5,2	10.300	5,3	11.552	5,6	11.866	5,8	11.241	5,8	10.535	5,8
Q - Zdravstvo in socialno varstvo	3.426	2,8	4.363	3,4	4.992	3,6	6.005	3,9	6.384	3,8	7.677	4,4	8.124	4,4	8.629	4,4	10.002	4,9	10.817	5,3	9.843	5,0	8.798	4,8
R - Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	1.202	1,0	1.341	1,0	1.701	1,2	1.645	1,1	1.599	1,0	2.704	1,6	3.006	1,6	2.702	1,4	2.917	1,4	3.191	1,5	3.322	1,7	3.467	1,9
S - Druge dejavnosti	2.278	1,9	2.588	2,0	2.817	2,0	2.948	1,9	3.075	1,8	3.708	2,1	4.097	2,2	4.084	2,1	3.817	1,9	4.387	2,1	4.341	2,2	4.401	2,4
T - Dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem; proizvodnja za lastno rabo	761	0,6	829	0,6	963	0,7	1.069	0,7	1.196	0,7	1.191	0,7	1.220	0,7	1.273	0,7	1.336	0,7	1.427	0,7	1.379	0,7	1.324	0,7
U - Dejavnost ekstrateritorialnih organizacij in teles	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Skupaj	121.839	100,0	128.969	100,0	139.115	100,0	154.304	100,0	166.540	100,0	172.595	100,0	183.659	100,0	195.622	100,0	205.035	100,0	205.901	100,0	195.222	100,0	183.137	100,0

Vir: Eurostat, National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) - Aggregates at current prices - Gross value added - Greece, 2013.

Tabela 3: Zaposlenost po gospodarskih dejavnostih (po NACE Rev. 2) v Grčiji v obdobju 2000–2011 v % celotne zaposlenosti

Dejavnost	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A - Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	17,0	15,7	15,1	14,6	12,6	11,8	11,4	11,1	10,9	11,2	11,6	11,6
B - Rudarstvo	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
C - Predelovalne dejavnosti	11,2	11,6	11,5	11,1	10,8	10,5	10,3	10,2	10,6	10,2	10,0	9,7
D - Oskrba z električno energijo, plinom in paro	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
E - Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in saniranje okolja	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6
F - Gradbeništvo	7,1	7,2	7,3	7,8	7,8	7,8	7,7	8,1	7,9	7,6	6,8	5,6
G - Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	18,6	18,9	19,4	19,8	20,1	20,1	20,2	20,4	20,3	20,2	20,4	20,6
H - Promet in skladiščenje	5,5	5,3	4,7	4,5	4,2	4,6	4,7	4,4	4,6	4,6	4,6	4,6
I - Gostinstvo	6,2	6,3	6,3	6,3	6,2	6,4	6,6	6,5	6,6	6,7	6,7	6,9
J - Informacijske in komunikacijske dejavnosti	1,9	2,0	2,3	2,2	2,2	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
K - Finančne in zavarovalniške dejavnosti	2,5	2,4	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	2,4	2,5
L - Poslovanje z nepremičninami	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
M - Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	3,9	4,1	4,3	4,4	4,8	4,7	4,7	4,6	4,8	4,8	4,6	4,8
N - Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	1,1	1,2	1,3	1,2	1,3	2,2	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	2,4
O - Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	8,5	8,5	8,5	8,4	8,9	8,4	8,9	9,0	8,6	8,7	8,9	9,1
P - Izobraževanje	6,1	6,2	6,4	6,5	7,0	6,9	6,8	6,7	6,6	6,7	6,8	6,9
Q - Zdravstvo in socialno varstvo	4,1	4,1	4,2	4,2	4,7	4,6	4,7	4,9	4,8	4,8	5,0	5,3
R - Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
S - Druge dejavnosti	2,1	2,1	2,2	2,3	2,3	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9	4,1
T - Dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem; proizvodnja za lastno rabo	1,8	1,7	1,8	1,9	2,3	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,7	1,7
U - Dejavnost ekstrateritorialnih organizacij in teles	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vir: Eurostat, National accounts aggregates and employment by branch (NACE Rev. 2) – Employment data - Greece, 2013.

Priloga 3: Uvrstitev Grčije glede na indeks TTCI in izbrane stebre konkurenčnosti turističnega sektorja

Tabela 4: Uvrstitev Grčije glede na indeks TTCI in izbrane stebre konkurenčnosti turističnega sektorja v letih 2007, 2008, 2009, 2011 in 2013

	2007		2008		2009		2011		2013	
	Mesto	Točke (1-7)	Mesto	Točke (1-7)	Mesto	Točke (1-7)	Mesto	Točke (1-7)	Mesto	Točke (1-7)
Travel & Tourism Competitiveness Index	24./124*	4,99	22./130*	4,92	24./133*	4,91	29./139*	4,78	32./140*	4,75
Bogati kulturni viri	15.	5,41	16.	5,4	23.	5	25.	4,7	25.	4,3
Zdravstveni in higienski pogoji	3.	6,53	16.	6,4	19.	6,4	20.	6,4	13.	6,4
Turistična infrastruktura	7.	6,02	9.	6,7	5.	6,7	5.	6,9	3	6,8
Prioritizacija turističnega sektorja	22.	4,85	1.	6	3.	6,1	17.	5,6	28.	5,2
Nacionalna naklonjenost turizmu	23.	5,71	39.	5,21	35.	5,1	47.	4,8	55.	4,8

* Število zajetih držav

Vir: WEF - The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007, 2008, 2009, 2011 in 2013

Priloga 4: Podrobnejši pregled podatkov grških podjetij, zajetih v vzorec, za obdobje 2003–2011 s prikazom rezultatov ob določenih omejitvah

Tabela 5: Število grških podjetij, zajetih v vzorec, glede na gospodarsko dejavnost (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2012

NACE Rev. 2	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Skupaj
A Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	132	134	140	148	151	155	186	199	199	43	1487
B Rudarstvo	52	57	58	58	60	65	78	79	76	2	585
C Predelovalne dejavnosti	2653	2750	2857	2940	3054	3222	3731	3832	3839	292	29170
D Oskrba z električno energijo, plinom in paro	15	16	18	20	23	36	83	107	118	13	449
E Oskrba z vodo; ravnanje z odplakami in odpadki; saniranje okolja	16	20	24	27	34	44	70	77	79	3	394
F Gradbeništvo	458	508	556	587	621	729	998	1045	1016	48	6566
G Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	3965	4172	4414	4651	4892	5190	5969	6123	6100	421	45897
H Promet in skladiščenje	292	338	354	371	388	438	546	590	610	43	3970
I Gostinstvo	1031	1064	1107	1125	1152	1247	1614	1693	1726	53	11812
J Informacijske in komunikacijske dejavnosti	376	398	419	442	460	502	654	699	713	71	4734
K Finančne in zavarovalniške dejavnosti	161	167	175	176	185	209	271	293	294	64	1995
L Poslovanje z nepremičninami	191	196	202	204	212	218	261	282	274	26	2066
M Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	449	478	516	540	568	629	849	915	935	75	5954
N Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	337	363	382	405	433	480	625	660	663	44	4392
O Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9
P Izobraževanje	85	96	99	102	110	114	148	168	170	68	1160
Q Zdravstvo in socialno varstvo	159	163	175	186	197	222	289	320	339	17	2067
R Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	32	39	45	45	47	52	78	88	91	22	539
S Druge dejavnosti	20	22	25	28	29	33	42	43	46	1	289
Skupaj	10425	10982	11567	12056	12617	13586	16493	17214	17289	1306	123535

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 6: Povprečno število zaposlenih po posameznih gospodarskih dejavnosti (NACE Rev. 2) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij

	DEJAVNOST	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A	Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	18,98	18,77	19,80	19,51	19,45	33,72	41,19	42,43	38,15
B	Rudarstvo	33,90	34,35	34,10	34,10	34,25	33,83	34,17	30,37	28,36
C	Predelovalne dejavnosti	40,57	40,40	40,95	40,98	40,84	43,82	53,72	53,41	51,64
D	Oskrba z električno energijo, plinom in paro	25,60	24,06	21,50	19,80	18	44,58	33,61	27,10	36,59
E	Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki; saniranje okolja	19,81	18,85	16,33	14,30	15,82	28,68	26,69	28,52	29,32
F	Gradbeništvo	26,34	25,32	24,29	24,35	24,53	29,74	34,21	32,29	28,72
G	Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	22,07	21,53	21,39	21,68	21,75	21,87	27,09	27,65	26,89
H	Promet in skladiščenje	37,44	39,18	38,55	38,95	38,23	43,58	56,90	61,51	60,28
I	Gostinstvo	31,37	30,96	31,50	31,23	31,47	31,67	33,59	33,73	33,64
J	Informacijske in komunikacijske dejavnosti	38,25	36,43	36,90	35,84	35,28	36,84	60,59	59,16	56,21
K	Finančne in zavarovalniške dejavnosti	24,37	23,29	22,17	25,40	25,70	81,67	109,94	117,10	136,60
L	Poslovanje z nepremičninami	19,81	18,43	18,78	18,34	20,40	19,59	13,14	10,65	10,12
M	Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	25,81	25,01	24,58	24,93	24,14	24,09	24,99	23,69	23,00
N	Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	28,67	26,72	26,79	28,04	29,56	34,49	44,45	52,74	54,66
O	Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	115	115	115	115	115	115	338	390	390
P	Izobraževanje	59,36	56,50	56,20	54,10	52,41	50,49	48,83	53,74	52,65
Q	Zdravstvo in socialno varstvo	33,99	33,36	34,81	36,46	36,53	45,81	81,62	88,16	83,95
R	Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	55,03	50,64	47,04	46,78	104,21	94,27	75,47	71,61	71,29
S	Druge dejavnosti	14,95	18,23	17,52	24,82	25,41	25,55	26,33	30,77	26,87
	Vse dejavnosti	29,87	29,34	29,34	29,44	29,63	32,28	39,80	40,51	39,85

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Slika 1: Podroben opis spremenljivke »število zaposlenih« v obdobju 2003–2011 iz vzorca grških podjetij

numberofemployees

Percentiles		Smallest		
1%	1	1		
5%	2	1		
10%	3	1	Obs	123546
25%	6	1	Sum of Wgt.	123546
50%	13		Mean	35.078
		Largest	Std. Dev.	123.4103
75%	28	4358		
90%	60	4849	Variance	15230.09
95%	110	4849	Skewness	16.94123
99%	396	4849	Kurtosis	408.8945

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 7: Povprečna letna rast števila zaposlenih v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij (vključena podjetja z enim zaposlenim)

Leto	Vse dejavnosti	I – Gostinstvo	C – Predelovalne dejavnosti	G - Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil
2004	2,36	0,31	4,44	1,12
2005	1,81	1,13	3,60	1,47
2006	2,58	0,37	6,89	1,10
2007	0,98	1,18	0,57	0,70
2008	12,89	4,65	9,74	4,91
2009	82,10	40,08	64,91	101,06
2010	20,25	9,36	30,72	10,04
2011	2,32	2,19	-0,24	-0,23

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 8: Povprečna letna rast števila zaposlenih v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij (izključena podjetja z enim zaposlenim)

Leto	Vse dejavnosti	I – Gostinstvo	C – Predelovalne dejavnosti	G - Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil
2004	2,45	0,31	4,46	1,15
2005	1,90	1,15	3,61	1,57
2006	2,65	0,46	9,93	1,13
2007	1,03	1,20	0,57	0,72
2008	13,33	4,70	9,79	5,15
2009	84,30	40,48	65,54	103,84
2010	21,32	9,58	31,22	10,90
2011	2,93	2,29	0,02	0,44

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 9: Vrednosti povprečne prodaje v navedenih gospodarskih dejavnostih (v tisoč €) v obdobju 2003–2011 v vzorcu grških podjetij glede na njihovo velikost

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
D - Oskrba z električno energijo, plinom in paro									
Mikro	1376	1191	1143	1596	1252	3994	2168	2416	2237
Mala	3866	4101	11414	9866	10776	13194	5031	6110	300153
Srednja	2065	26212	4998	85047	9813	113972	764871	712814	101081
Velika						1505509	447631	531323	771060
K - Finančne in zavarovalniške dejavnosti									
Mikro	810	953	734	1034	1511	866	761	570	614
Mala	11735	8482	7133	8897	8749	3867	11891	9903	8344
Srednja	8603	8596	12112	14774	18276	52045	43511	33382	18618
Velika	21825	20559		133133	50636	226883	173072	452955	614835
R - Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti									
Mikro	377	334	402	678	563	612	465	528	467
Mala	2382	1678	2604	1933	2431	2641	6872	7551	5694
Srednja	5606	6051	5837	8266	9971	9807	29401	22948	20641
Velika	177969	179700	176424	186717	207494	109297	1889825	1787061	1513152

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 10: Povprečna letna rast prodaje v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij (vključena podjetja z enim zaposlenim)

Leto	Vse dejavnosti	I - Gostinstvo	C – Predelovalne dejavnosti	G - Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil
2004	254,19	60,00	260,40	314,91
2005	150,85	67,31	129,71	201,89
2006	191,24	79,88	235,40	201,83
2007	237,39	289,99	220,85	193,63
2008	296,74	204,28	263,14	163,28
2009	232,05	271,97	237,17	197,34
2010	190,1	207,56	126,10	188,11
2011	151,68	199,51	160,84	103,10

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 11: Povprečna letna rast prodaje v gostinstvu in izbranih dejavnostih (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij (izključena podjetja z enim zaposlenim)

Leto	Vse dejavnosti	I – Gostinstvo	C – Predelovalne dejavnosti	G – Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil
2004	257,46	60,62	261,52	320,54
2005	152,56	68,11	129,46	205,49
2006	191,21	79,18	235,65	206
2007	240,36	292,93	221,94	197,47
2008	291,40	206,38	260,99	165,51
2009	224,71	176,88	238,53	199,60
2010	193,04	206,92	126,82	192,29
2011	153,83	201,26	161,88	106,70

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 12: Povprečna letna rast po posameznih spremenljivkah (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij (vključena podjetja z enim zaposlenim)

Leto	Število zaposlenih	Letna prodaja	Prihodki od izvoza	Dobiček na zaposlenega	EBITDA
2004	2,36	254,19	190,96	-6,80	37,78
2005	1,81	150,85	104,35	-20,60	26,16
2006	2,58	191,24	119,91	7,17	36,61
2007	0,98	237,39	155,72	10,11	63,02
2008	12,89	296,74	40,62	-10,94	43,90
2009	82,10	232,05	45,54	-31,86	29,10
2010	20,25	190,1	64,87	-39,70	-10,04
2011	2,32	151,68	89,37	-30,86	42,12

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.

Tabela 13: Povprečna letna rast po posameznih spremenljivkah (v %) v obdobju 2004–2011 v vzorcu grških podjetij (izključena podjetja z enim zaposlenim)

Leto	Število zaposlenih	Letna prodaja	Prihodki od izvoza	Dobiček na zaposlenega	EBITDA
2004	2,45	257,46	192,33	-6,55	38,36
2005	1,90	152,56	103,82	-23,26	26,48
2006	2,65	191,21	120,86	2,14	36,51
2007	1,03	240,36	157,17	9,62	64,25
2008	13,33	291,40	40,13	-12,43	45,44
2009	84,30	224,71	46,00	-32,48	30,01
2010	21,32	193,04	65,61	-39,91	-15,66
2011	2,93	153,83	90,44	-36,24	41,53

Vir: Bureau van Dijk, Amadeus, 2013.