

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

MATIC JELOČNIK PELICON

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA METOD MERJENJA
EKONOMSKIH VPLIVOV TURIZMA:
PRIMER SLOVENIJE**

Ljubljana, september 2012

MATIC JELOČNIK PELICON

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani Matic Jeločnik Pelicon, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom Analiza metod merjenja ekonomskih vplivov turizma: primer Slovenije, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Tanjo Mihelič.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo 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 plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorja: _____

KAZALO

UVOD	1
1 KVALITATIVNI IN KVANTITATIVNI ORIS KAZALCEV RAZVOJA TURIZMA	4
1.1 Izbrani kazalci turizma za svet	4
1.2 Izbrani kazalci turizma za Evropo	7
1.3 Izbrani kazalci turizma za Slovenijo	9
2 TURISTIČNO POVPRASEVANJE IN POTROŠNJA	12
2.1 Turistično povpraševanje	13
2.1.1 Motivi turističnega povpraševanja.....	14
2.1.2 Dejavniki in modeli turističnega povpraševanja.....	15
2.1.3 Odvisnost turističnega povpraševanja od dohodka, cene in ostalih dejavnikov ...	18
2.2 Turistična potrošnja.....	18
2.2.1 Viri financiranja turistične potrošnje	20
2.2.2 Metode merjenja turistične potrošnje	20
2.2.3 Problematika merjenja turistične potrošnje skozi ankete turistov	22
2.2.4 Merjenje turistične potrošnje v Sloveniji.....	23
3 GOSPODARSKI POMEN TURIZMA	24
3.1 Turizem kot pospeševalec gospodarske rasti.....	25
3.1.1 Hipoteza izvoza kot pospeševalca gospodarske rasti	25
3.1.2 Hipoteza turizma kot pospeševalca gospodarske rasti.....	27
3.1.3 Turizem in gospodarski razvoj v okviru teorije kapitalnega koeficienta.....	29
3.2 Ekonomski vplivi turizma	31
3.2.1 Direktni vplivi turizma	33
3.2.2 Indirektni vplivi turizma	33
3.2.3 Inducirani vplivi turizma	34
3.2.4 Prispevek turizma h gospodarstvu	34
3.2.5 Multiplikacijski učinki turizma.....	35
3.3 Ekonomske koristi in škoda turizma	36
3.3.1 Ekonomske koristi turizma	37
3.3.2 Ekonomska škoda turizma	39
3.4 Gospodarski pomen turizma v okviru trajnostnega razvoja	40
4 METODE MERJENJA EKONOMSKIH VPLIVOV TURIZMA.....	42
4.1 Merjenje ekonomskih agregatov gospodarstva.....	43
4.2 Satelitski računi za turizem	44
4.2.1 Metodologija UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO	45
4.2.2 Metodologija po modelu WTTC in OE	47
4.3 Input-output model	49
4.4 Matrika družbenih računov	51
4.5 Izračunljiv model splošnega ravnotežja	53
4.6 Kritična ocena obravnavanih metod	55
5 OCENA EKONOMSKIH VPLIVOV TURIZMA NA GOSPODARSTVO.....	56
5.1 Vplivi turizma na svetovno gospodarstvo	56
5.2 Vplivi turizma na evropsko gospodarstvo	58
5.3 Vplivi turizma na slovensko gospodarstvo.....	59
5.3.1 Kronološki pregled merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji.....	59
5.3.2 Pregled analiz merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji	60
5.3.2.1 Analize merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji	61
5.3.2.2 Ugotovitve satelitskih računov za turizem po modelu WTTC in OE.....	64

5.3.2.3 Primerjava obravnavanih analiz merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji	65
5.3.3 Prihodnje merjenje ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji	67
5.4 Kritična ocena ekonomskega vpliva turizma na gospodarstvo.....	67
SKLEP.....	69
LITERATURA IN VIRI.....	72

KAZALO SLIK

Slika 1: Gibanje števila svetovnih turističnih prihodov in prihodkov v obdobju 1990–2010....	6
Slika 2: Prikaz konkurenčnosti turizma izbranih držav za leto 2011	7
Slika 3: Gibanje števila prenočitev turistov v državah EU	8
Slika 4: Prihodi domačih in tujih turistov v Slovenijo v obdobju 2000–2010.....	11
Slika 5: Prenositve domačih in tujih turistov v Slovenijo v obdobju 2000–2010	11
Slika 6: Stopnje v razvoju turizma in njegov vpliv na gospodarsko rast	31
Slika 7: Konceptualni okvir procesov ekonomskih vplivov turizma na lokalni ravni	32
Slika 8: Direktni, indirektni in inducirani vplivi turistične dejavnosti.....	34
Slika 9: Umestitev koristi in škode turizma v model razvoja turistične dejavnosti	37
Slika 10: Prikaz ekonomskih vplivov turizma po modelu WTTC in OE.....	48
Slika 11: Direktni, indirektni in inducirani vplivi turizma po modelu WTTC in OE	48

KAZALO TABEL

Tabela 1: Teoretični modeli turističnega povpraševanja.....	16
Tabela 2: Zapis kapitalnega koeficienta in mejnega kapitalnega koeficienta	29
Tabela 3: Stopnje v razvoju turizma glede na vrednost kapitalnega koeficienta	30
Tabela 4: Sistem tabel satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO	46
Tabela 5: Ključni ekonomski kazalniki turizma za svet za leto 2011.....	57
Tabela 6: Ključni ekonomski kazalniki za EU za leto 2008	58
Tabela 7: Ključni ekonomski kazalniki za EU za leto 2011	59
Tabela 8: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 1995 in 1998.....	61
Tabela 9: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 2000	62
Tabela 10: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 2003 in 2006.....	63
Tabela 11: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 2011 in 2022	64
Tabela 12: Primerjava obravnavanih ekonomskih kazalnikov turizma za Slovenijo	65

UVOD

Mnogo pred razvojem masovnega turizma je filozof s harvardske univerze George Santayana v svojem eseju *The Philosophy of Travel* celovito opisal proces turizma, pri čemer Santayana (1995) navaja, da moramo ljudje občasno zapustiti svoje okolje, se podati v neznano, na pot počitnic naše zavesti, z razlogom utrditve kakovosti življenja.

Tehnološki razvoj in razvoj človeških potreb je tekom zgodovine povečeval potrebo po turističnem gibanju, pri čemer je zadnjih 50 let ta razvoj potekal po izredno hitri stopnji. Tehnologija, globalizacija, rast življenjskega standarda in večji obseg prostega časa so privedli turizem do stopnje, kjer govorimo o t. i. masovnem turizmu. Turizem je postal del vsakdana večine prebivalcev razvitih gospodarstev. Z razvojem manj razvitih gospodarstev in z rastjo njihove kupne moči pa je pričakovati, da bo turizem postal del vsakdana tudi v ostalih predelih sveta in s tem še povečeval svoj obseg in pomen v življenju slehernega prebivalca.

Seveda pa se pri vsej tej pomembnosti, ki jo ima turizem na življenje posameznika, poraja vprašanje, kakšne vplive ima turizem na gospodarstvo. Gospodarstvo je vendarle tista kategorija, ki je skupni imenovalec sodobnega razvoja, in zavedanje vplivov, ki jih ima turizem na gospodarstvo, postane s tem ključnega pomena. Ekonomski vplivi v smislu ustvarjanja zaposljivosti, prispevka k dodani vrednosti in k bruto domačemu proizvodu so le nekateri ekonomski agregati, ki pokažejo, kakšen vpliv ima turizem na gospodarstvo.

Ugotavljanje ekonomskih vplivov turizma pa zahteva uporabo primernih metod merjenja agregatov turizma. Gre za vselej zahtevne metode, na podlagi katerih institucije, odgovorne za razvoj turizma, načrtujejo svoje prihodnje strategije in politike razvoja turistične dejavnosti. Merjenje ekonomskih vplivov turizma izhaja torej iz potrebe po ugotavljanju pomembnosti turizma za gospodarstvo in za izpeljavo prihodnjih strategij razvoja turistične dejavnosti.

V magistrskem delu obravnavam ekonomske vidike turizma. Podatki kažejo, da pomembnost turistične dejavnosti za gospodarstva narašča in s tem tudi potreba po ugotavljanju ekonomskih vplivov turizma. Tekom let se je uveljavila vrsta metod merjenja ekonomskih vplivov turizma, ki kljub svojim podobnostim nudijo različne rezultate. Odraž tega so netočni podatki, ki lahko dajejo turizmu preveliko ali premajhno težo, kot jo dejansko ima. Z večjim številom različnih metodoloških orodij se obenem pojavi nejasnost, ki nas pusti v dvomih, katera od metod je najprimernejša za obravnavo. Obenem se na Ekonomski fakulteti v Ljubljani kaže potreba po celoviti obravnavi metod merjenja ekonomskih vplivov turizma, saj takšno delo v času pisanja še ni na voljo.

Analiza ekonomskih vplivov turizma je v Sloveniji predmet raziskav od 60. let prejšnjega stoletja. Vplivi turizma so bili prepoznani že mnogo prej, a vendar je celovito merjenje ekonomskih vplivov turizma moč zapaziti od druge polovice prejšnjega stoletja. V časovni okvir bo v magistrskem delu vzeto obdobje od časa osamosvojitve do današnjih dni, znotraj katerega bo potekala celovita analiza ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji.

Predmet magistrskega dela leži v analizi ekonomskih vplivov turizma, v predstavitvi različnih metod merjenja ekonomskih vplivov turizma in njihovi uporabi v Sloveniji.

Namen magistrskega dela je razširiti in sistematično povezati znanje o turizmu kot gospodarski dejavnosti ter združiti ključne vidike ekonomskih vplivov turizma. Dodana vrednost magistrskega dela se kaže v celoviti obravnavi turizma kot gospodarske dejavnosti, ki bo raziskovalcem lahko služila kot orientacija oz. izhodišče za nadaljnje raziskovanje turistične dejavnosti.

Cilj magistrskega dela je nazorno prikazati kazalce sodobnega turizma na svetovni, evropski in domači ravni, pregledati temeljna teoretična spoznanja ugotavljanja turistične potrošnje in ekonomskih vplivov turizma ter celovito prikazati različne metode merjenja ekonomskih vplivov turizma. Skozi navedena teoretična spoznanja je v zadnjem poglavju cilj predstaviti ekonomske vplive turizma na svetovno, evropsko in slovensko gospodarstvo v izbranem časovnem obdobju. Skozi navedene cilje bo moč doseči v zgornjem odstavku predstavljen namen magistrskega dela.

Zaradi specifičnosti tematike ni vzvodov za postavljanje ničelne in alternativne hipoteze. Raziskovalna vprašanja so tista, ki skušajo zapolniti mesto, ki jo v sodobnih raziskovalnih delih nosita omenjeni hipotezi. Raziskovalna vprašanja so močno povezana s predmetom in namenom dela ter so sledeča:

- katere metode merjenja ekonomskih vplivov turizma obstajajo v literaturi;
- kako poteka merjenje ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji;
- kakšen je pomen turizma za gospodarstvo Slovenije?

Raziskovalna vprašanja obsegajo tako kvalitativne kot kvantitativne enote mere. Kvalitativne enote izražajo teoretični opisi različnih metod, kvantitativne pa podatki svetovnih gospodarskih organizacij, statistični podatki Statističnega urada Republike Slovenije, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo Republike Slovenije, Slovenske turistične organizacije, drugih državnih in nedržavnih ustanov ter dosedanjih strokovnih analiz ekonomskih vplivov turizma.

Tip magistrskega dela ima značaj teoretičnega dela. Zaradi zahtevnosti posameznih metod merjenja ekonomskih vplivov turizma je takšne analize izredno težko izvesti. Postavlja se namreč vprašanje dostopnosti podatkov, ki jih velevajo posamezni deli metod. Zaradi te težavnosti se metode merjenja ekonomskih vplivov turizma izvajajo na državni ravni. Nezmožnost empirične raziskave obravnavane tematike me je vodila v smer, ki obsega predvsem metode deskripcije, primerjave in analize, ki celovito zajemajo obravnavano tematiko in slonijo prvenstveno na sekundarnih podatkih. Na koncu raziskovalnega dela je relativno preprosta raziskava, ki poda vpogled v pomen turizma za gospodarstvo Slovenije. S kombinacijo deskriptivnih in analitičnih metod je mogoče celovito obravnavati predstavljen predmet magistrskega dela.

Magistrsko delo je razčlenjeno na pet poglavij, ki sledijo logičnemu zaporedju, ki je potrebno za razumevanje predstavljene problematike. V uvodnem delu opredelim problematiko, namen in cilje magistrskega dela, metodologijo ter strukturo dela. Vsebina prvega poglavja predstavlja kratek oris sodobnega turizma na svetovni, evropski in slovenski ravni. Za vsako od treh ravni predstavim prihode in prenočitve, kar dopolnim s trenutnimi gospodarskimi razmerami in percepcijo institucij za razvoj turizma. S tem se pridobi vpogled v turistično dejavnost, v njeno velikost in v trend razvoja, kar je osnova za nadaljnjo oceno ekonomskih vplivov.

V drugem poglavju se osredotočim na ključni element ekonomskih vplivov turizma, to je na turistično povpraševanje in iz njega izpeljano turistično potrošnjo. Vsaka denarna enota, ki jo turistično povpraševanje izvede, je nosilec vseh nadaljnjih ekonomskih vplivov, zato je smotno pričeti analizo ekonomskih vplivov turizma s turističnim povpraševanjem. V prvem delu opredelim vzroke za nastanek turističnega povpraševanja, ki ga predstavim tudi v izbranih modelih. V drugem delu pa opredelim turistično potrošnjo in metode njenega merjenja s krajšo analizo metod merjenja turistične potrošnje v Sloveniji.

Nadaljujem s tretjim poglavjem, kjer analiziram turizem kot gospodarsko dejavnost. V prvem delu namenim pozornost turizmu kot pospeševalcu gospodarske rasti. Predstavim percepcijo turizma kot izvozne dejavnosti, ki lahko pospeši celotno rast gospodarstva. Nato preidem na predstavitev direktnih, indirektnih in induciranih ekonomskih vplivov, skozi katere se ustvarjajo koristi ali pa škoda turistične dejavnosti. Tako v tretjem delu opozorim na pomembnost ločevanja vplivov in koristi oz. škode turizma. Evalvacija koristi oz. škode turistične dejavnosti je tista, ki pokaže, ali je turizem ugodno prispeval h krepitvi blagostanja rezidentov ali ne. V zadnjem, četrtem delu tega poglavja zaključim z mislijo udejanjanja trajnostnega razvoja turizma, ki bo skušal minimizirati neugodne in maksimizirati ugodne vplive ter s tem prispevati h kvaliteti življenja vseh udeležencev v razvoju turizma.

Četrto poglavje ponudi predstavitev aktualnih metod merjenja ekonomskih vplivov turizma. Pričnem z najbolj pogosto metodo merjenja direktnih ekonomskih vplivov turizma, to so satelitski računi za turizem. Nezmožnost zajetja vseh ekonomskih vplivov turizma te metode me je vodila v analizo ostalih metod. Tako je predstavljena metodologija satelitskih računov turizma, ki temelji na ekonometričnem modeliranju. Nadaljujem z metodami osnovanimi na družbenih računih in sicer z input-output modelom in matriko družbenih računov ter iz njih izpeljanih multiplikatorjev. Ti metodi z ugotavljanjem prepletenosti gospodarstva nudita evalvacijo indirektnih in induciranih vplivov turizma, s čimer se lahko presoja celotni prispevek turizma h gospodarstvu. Kot zadnjo metodo pa opredelim izračunljiv model splošnega ravnotežja, ki je v zadnjem času izredno priljubljen za evalvacijo ekonomskih vplivov turizma. S tem so zajete vse ključne metode merjenja ekonomskih vplivov turizma.

Zadnje, peto poglavje se nanaša na predstavitev ekonomskih agregatov turizma v Sloveniji. Skladno s prvim poglavjem predstavim agregate svetovnega in evropskega turizma. Nadaljujem s pregledom ekonomskih analiz slovenskega turizma, iz katerih izluščim najpomembnejše, in jih tudi predstavim. Poglobim se tudi v ugotavljanje pristojnosti za

izvajanje analiz ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji. Nadaljujem s kritičnim pogledom na pomembnost turistične dejavnosti za gospodarstva in tako celovito zaključim magistrsko delo.

1 KVALITATIVNI IN KVANTITATIVNI ORIS KAZALCEV RAZVOJA TURIZMA

Gee (1999, str. 3) ugotavlja, da je turizem največja in najbolj diverzificirana dejavnost v naboru vseh svetovnih gospodarskih dejavnosti. Navedeno trditev Gee podkrepi z dejstvom, da se zajetno število gospodarstev nanaša na to dinamično dejavnost kot na primarni vir generiranja prihodkov, zaposlovanja, rasti zasebnega sektorja in razvoja splošne infrastrukture. Gee še posebej poudari pomen razvoja turistične dejavnosti (angl. *tourism industry*) pri gospodarstvih v razvoju, kjer je razvoj ostalih dejavnosti, kot so proizvodnja ali izraba naravnih bogastev, omejen oziroma nemogoč.

Kot ena izmed najhitreje rastočih dejavnosti v smislu devizne izmenjave in ustvarjanja delovnih mest zdrava turistična dejavnost zagotavlja pomembne priložnosti za države, dvig življenjskega standarda in, kar je še posebej pomembno za države v razvoju, omogoča zniževanje revščine (WEF, 2008, str. xiii).

Turizem se v Sloveniji pospešeno razvija in raste s hitrejšo stopnjo, kot je povprečna rast slovenskega gospodarstva. S svojimi številnimi ugodnimi vplivi na gospodarski, družbeni in socialni razvoj ter pomembnimi ekonomskimi vplivi predstavlja razvojno in poslovno priložnost za našo državo (Ministrstvo za gospodarstvo, 2008, str. 7).

Planina & Mihalič (2002, str. i) navajata, da je turizem danes del življenjskega stila večine prebivalcev razvitih dežel in sredstvo za pridobivanje deviznih sredstev in pospeševanje ekonomskega razvoja.

Pogled Svetovne turistične organizacije (v nadaljevanju UNWTO) jasno govori v prid turizmu kot pomembnemu generatorju gospodarske rasti. Svetovni gospodarski forum (v nadaljevanju WEF) prav tako daje pomembno težo turizmu, v smislu poslovnih priložnosti na eni strani in na drugi krepitvi življenjskega standarda. Ne nazadnje tudi slovenska stroka in politika priznavata, da je turizem pomemben člen v verigi slovenskih gospodarskih dejavnosti.

Ti smiselno zaokroženi pogledi na sodobni turizem, ki popeljejo od svetovnih organizacij, preko globalne do nacionalne ravni, jasno kažejo splošno uveljavljen konsenz o pomembnosti turizma. Ta konsenz daje turizmu visoko raven pomembnosti tako za nacionalno kot tudi za svetovno gospodarstvo.

1.1 Izbrani kazalci turizma za svet

Rosentraub & Joo (2009, str. 759) ugotavljata, da je turizem tekom druge polovice 20. stoletja doživljal neprestano rast, ki jo niso zavrli niti teroristični napadi leta 2001. Avtorja v delu nadaljujeta s podatki UNWTO, ki ocenjuje, da je leta 1950 25 milijonov turistov obiskalo

izbrano tujo državo. To število se je leta 2006 kljub kopici neugodnih dogodkov povzpelo na 842 milijonov, kar odraža izjemen interes za mednarodna potovanja.

Vpliv turizma na gospodarsko rast in razvoj sodobnih družb je postal predmet analiz državnih institucij po vsem svetu. Ob vrednotenju turizma kot eni izmed vodilnih dejavnosti gospodarstva je cilj vseh teh analiz kreacija strategij, ki bi, kar se da hitro, popeljale turistično dejavnost do generiranja ugodnih ekonomskih vplivov (Dritsakis, 2004, str. 305). Chen & Chiou-Wei (2009, str. 812) dopolnita teze Dritsakisa z mislijo, da je doseganje višje gospodarske rasti skozi razvoj strategije turistične dejavnosti postala praksa gospodarskega razvoja večine držav razvoju.

Lee & Chang (2008, str. 180) ugotavljata, da se je razvil splošni konsenz, ki ne daje turizmu le vlogo spodbujevalca mednarodne denarne izmenjave, ampak ustvarja tudi zaposlitvene priložnosti, stimulira rast turistične dejavnosti in skozi te vplive krepi gospodarsko rast. Razvoj turistične dejavnosti je postala prioriteta večine gospodarstev pri čemer Dritsakis (2004, str. 305) doda, da je turizem gospodarska dejavnost primarne vrednosti in pomembnosti za veliko število držav.

Svetovna gospodarska kriza, ki je izbruhnila leta 2008, je imela obilico negativnih vplivov na svetovno gospodarstvo. Kreditna sposobnost bank se je v tem času močno zmanjšala, trgovanje usahnilo, pretok kapitala zastal, rast upadla in stopnja brezposelnosti krepko narasla. Medtem ko je vzvode za pričetek krize moč iskati v finančnih sektorjih razvitih gospodarstev, se kriza ni ustalila znotraj radija le-teh, temveč je hitro prešla meje in dosegla vse dele svetovnega gospodarstva (IMF, 2010, str. 9).

Konsolidacija svetovnega gospodarstva je v polnem teku, vendar ni usklajena. V večini gospodarstev je proizvodnja močno pod optimalno vrednostjo, delež brezposelnih ostaja visok in gospodarska rast nizka. Vse to kaže, da bo potrebno še vrsto let za dokončno odpravo vseh sledi gospodarske krize (IMF, 2011b, str. xv).

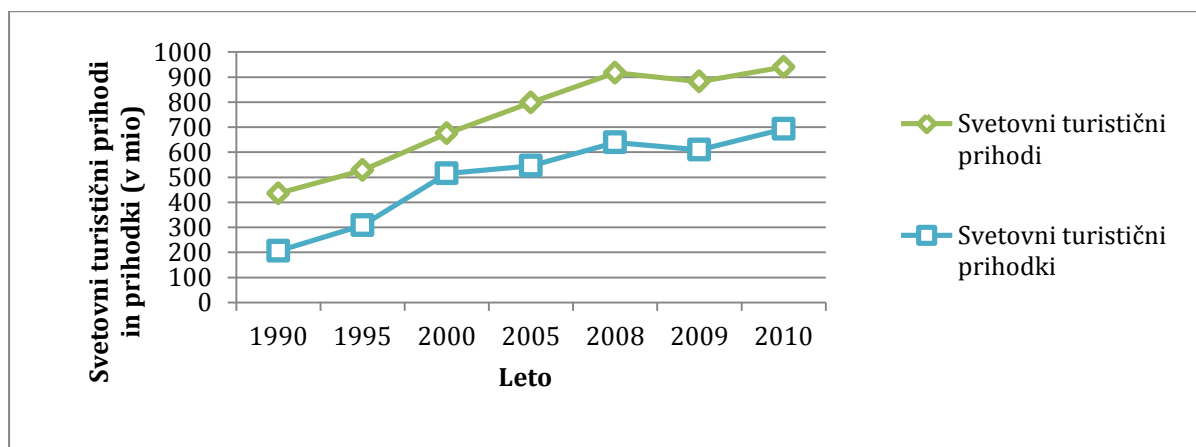
Neugodni vplivi svetovne gospodarske krize leta 2008 in 2009 so dosegli tudi turistično dejavnost, ki pa se ji je leta 2010 uspelo konsolidirati hitreje, kot je bilo sprva pričakovati (UNWTO, 2011, str. 3). UNWTO (2010, str. 3) nadaljuje, da je svetovna gospodarska kriza, podkrepljena z negotovostjo o influenci A(H1N1), zaznamovala leto 2009 kot eno izmed najtežjih obdobji za turistično dejavnost. Leta 2009 so se turistični prihodi glede na predhodno leto namreč zmanjšali za 4,2 %. V zadnjem kvartalu leta 2009 pa se je rast po več kot 14 mesecih negativnih trendov vendarle povrnila.

Kot prikazuje slika 1, je leta 2009 število svetovnih turističnih prihodov upadlo za 3,8 %, ¹ iz 917 milijonov (2008) na 882 milijonov (2009). Leta 2010 (ocena) pa je število svetovnih turističnih prihodov znašalo 940 milijonov, kar je 6,6 % več kot leta 2009. Večina destinacij je doživela pozitivno rast, ki se je marsikje odražala v dvomestnih številih. Seveda pa

¹Podatek se zaradi leta izdaje razlikuje od podatka navedenega v prejšnjem odstavku.

konsolidacija ni potekala enakomerno; gospodarstva v razvoju so bistveno hitreje obnovila rast (+8 %) kot razvita gospodarstva (+5 %) (UNWTO, 2011, str. 3).

Slika 1: Gibanje števila svetovnih turističnih prihodov in prihodkov v obdobju 1990–2010



Vir: UNWTO, *Tourism Highlights*, 2011, str. 4.

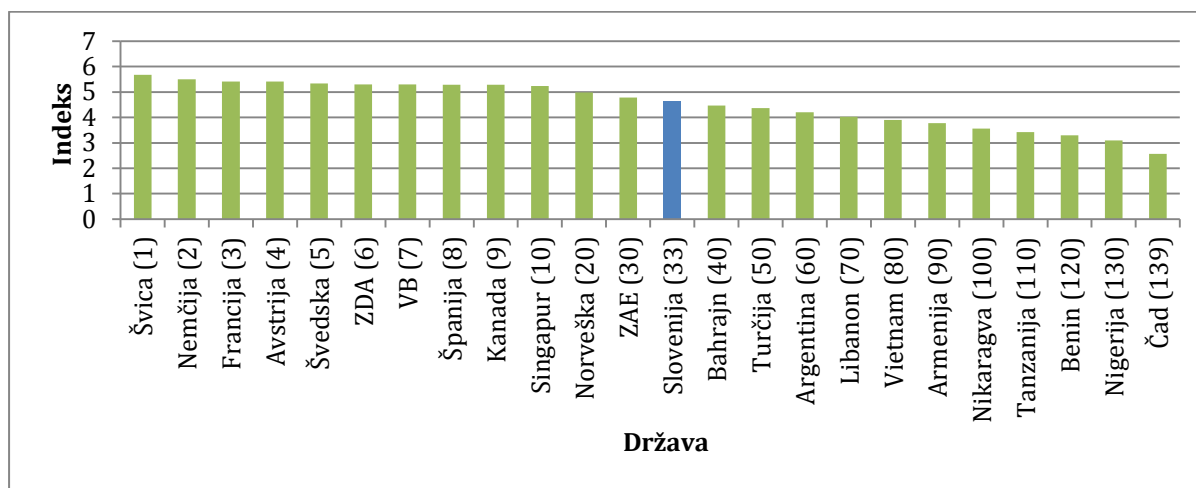
Slika 1 prikazuje tudi podoben trend pri svetovnih turističnih prihodkih, ki so iz 639 mrd EUR (2008) padli na 610 mrd EUR (2009), kar predstavlja 4,6 % upad. Ocenjuje se, da so leta 2010 svetovni turistični prihodki zrasli na 693 mrd EUR, kar glede na leto 2009, ko so znašali 610 mrd EUR, predstavlja 12 % rast (UNWTO, 2011, str. 4).

UNWTO (2011, str. 4) ocenjuje, da je rast svetovnih turističnih prihodkov (izraženih v realnih vrednostih lokalnih valut) leta 2010 znašala 4,7 %, kar kaže, da rast svetovnih turističnih prihodkov zaostaja za rastjo števila svetovnih turističnih prihodov (6,6 %). UNWTO nadaljuje, da je trend hitrejše rasti prihodov kot prihodkov popolnoma običajen pojav v obdobjih po kriznih situacijah. Razloge za ta trend je moč iskati v večji stopnji konkurenčnosti, nezviševanju cen ponudnikov in želji turistov po krajšem oddihu v bližini domačega okolja.

Predstavljeni podatki o prihodih in prihodkih turizma na svetovni ravni kažejo, da gre za izredno veliko dejavnost, ki je v zadnjih 50 letih doživljala visoko stopnjo rasti. Trenutne neugodne gospodarske razmere so zavrle to rast, a kljub temu turizem s svojim obsegom še vedno predstavlja izredno veliko dejavnost. Seveda kvantiteta turizma ne sodi pred kvaliteto turizma. Kakovostna turistična dejavnost je tista, ki lahko pretvori turizem v gospodarsko kategorijo, ki bo imela pomemben položaj v gospodarstvu.

Da pa lahko turistična dejavnost prispeva pomemben delež k rasti in prosperiteti posameznega gospodarstva, je potrebno preseči številne prepreke, ki omejujejo razvoj turistične dejavnosti (WEF, 2011, str. xiii). Z indeksom konkurenčnosti turistične dejavnosti WEF prikazuje stopnjo privlačnosti posameznih držav za razvoj turizma. Kot je razvidno iz slike 2, dežele zahodne Evrope (Švica, Nemčija, Francija in Avstrija) dosegajo najvišjo raven konkurenčnosti turizma.

Slika 2: Prikaz konkurenčnosti turizma izbranih držav za leto 2011



Vir: WEF, *Travel & Tourism Competitiveness Report*, 2011, str. xv.

Razvijanje turizma v smeri doseganja visoke ravni konkurenčnosti predstavlja pot do generiranja ugodnih ekonomskih vplivov turizma na gospodarstvo. Zgolj pogled na število prihodov in prihodkov svetovnega turizma kaže, da je turizem pomemben pojav, ki ima potencial, da pretvori te prihode tudi v ugodne ekonomske vplive. Kakšni pa so te vplivi na svetovno gospodarstvo, bo razvidno v zaključku magistrskega dela.

1.2 Izbrani kazalci turizma za Evropo

Turizem je za Evropsko unijo (v nadaljevanju EU) izredno pomembna gospodarska dejavnost s širokim naborom pozitivnih vplivov na gospodarsko rast in z ustvarjanjem delovnih mest (Komisija evropskih skupnosti, 2010, str. 1). Eurostat (2008, str. 1) nadaljuje, da je Evropa najpomembnejša destinacija in vir turistične aktivnosti na svetovni ravni in igra ključno vlogo na področju svetovnega turističnega trga. Trendi kažejo, da bo Evropa v naslednjem desetletju ohranila položaj glavne turistične destinacije, kar pomeni, da se bo število mednarodnih prihodov v razdobju 2000–2020 več kot podvojilo (Ecorys, 2009, str. 1).

Po obdobju (2003–2007) pozitivnih gospodarskih tokov je ta trend z recesijo v večini držav zavrla globalna gospodarska kriza. Leta 2008 se je gospodarska rast članic EU zmanjšala na 0,5 %. Leta 2009 pa se je ta trend še nadaljeval in se na koncu odražal v kar 4,2 % negativni gospodarski rasti članic EU (Eurostat, 2011a, str. 18).

Mednarodni denarni sklad (IMF, 2011a, str. xi) ocenjuje, da konsolidacija evropskega gospodarstva poteka s polno paro, vendar v nadaljevanju svari pred morebitnimi nevarnostmi, ki bi lahko zavrla ta proces okrevanja. Mednarodni denarni sklad (IMF, 2011, str. xi) navaja, da je bila leta 2011 realna rast bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP) EU 1,7 %, za leto 2012 pa napoveduje, da se bo ta še nekoliko zmanjšala in znašala 1,4 %. Evrska kriza je dodatno otežila okrevanja gospodarstva v EU, s čimer so trenutne razmere izredno otežene. Ugotovitve Mednarodnega denarnega sklada potrdi tudi Urad za makroekonomske analize in razvoj (UMAR). Trenutna tveganja za rast so večja, kot so še bila aprila 2011, med tveganji

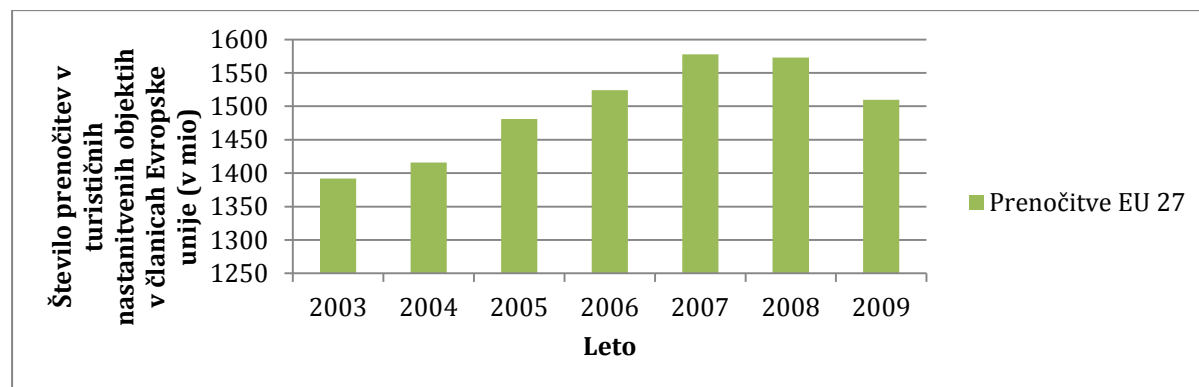
pa prevladujejo morebitne posledice naravne nesreče na Japonskem, negotovost glede okrevanja ameriškega gospodarstva in nadaljnja zaostritev javnofinančne krize v perifernih evropskih državah (UMAR, 2011, str. 7). Zadnji kazalci gospodarskih gibanj torej kažejo, da je gospodarstvo EU v slabem stanju in hitrega okrevanja ni moč pričakovati.

Pogled na zadnjih nekaj let namiguje, da je dolgoletno rast turistične dejavnosti zavrla vsesplošna gospodarska kriza, ki je opustošila svetovno gospodarstvo. Dva ključna kazalca stanja turizma pokažeta, da so (UNWTO, 2011, str. 6):

- leta 2010 prihodi v Evropi iz naslova mednarodnega turizma znašali 476.551.000, kar je 3,3 % več kot leta 2009 (461.509.000). Leta 2008, pred znaki gospodarske krize, je število prihodov znašalo 485.193.000, kar pomeni, da se je leta 2009 glede na leto 2008, število prihodov zmanjšalo za 4,9 %;
- leta 2010 prihodki v Evropi iz naslova mednarodnega turizma znašali 406.251 mio USD, kar je 1,14 % manj kot leta 2009, ko so znašali 410.932 mio USD. Leta 2008, pred gospodarsko krizo, je število prihodkov znašalo 471.797 mio USD, kar kaže, da se je leta 2009 glede na leto 2008, število prihodkov zmanjšalo za 12,9 %.

Predstavljena dva kazalca je smotrno dopolniti s tretjim, ki predstavlja število prenočitev, tokrat omejenih na države članice EU. Kot je razvidno iz slike 3, je od leta 2008 zapažen trend upadanja števila prenočitev turistov. Leta 2009 se je v primerjavi z letom 2007 število prenočitev zmanjšalo za 4,3 %.

Slika 3: Gibanje števila prenočitev turistov v državah EU



Vir: Eurostat, Nights spent in hotels and similar establishments, 2011c.

Podani podatki kažejo, da je turistična dejavnost na ravni Evrope in EU utrpela širok nabor negativnih vplivov, za katere je vzroke moč iskati v svetovni gospodarski krizi. Po podatkih Eurostata (2011b, str. 1) se je po dveh izredno neugodnih letih za turistično dejavnost (leta 2009 je glede na predhodno leto število prenočitev v EU padlo za 0,3 %, leta 2008 pa za kar 3,7 %), leta 2010 vendarle uspelo dejavnosti izkoptati iz težav, saj je število prenočitev v EU naraslo za 2,8 % v primerjavi s preteklim letom. Leta 2010 je število prenočitev tujih gostov v EU naraslo za 5,1 %, število prenočitev domačih gostov pa za 1,1 %.

Oživitev rasti turistične dejavnosti je bila po navedbah Eurostata (2011) prisotna čez celotno leto 2010. V razdobju januar–april 2010 se je število nočitev dvignilo za 1,7 %, v primerjavi z istim razdobjem leta 2009. V razdobju maj–avgust 2010 je bila zabeležena 2,6 % rast in v razdobju september–december 2010 5,1 % rast nočitev kot v istih razdobjih leta 2009. Na strani turističnega povpraševanja leta 2009 ni bilo zapaziti nobenega velikega upada v primerjavi z letom 2008, medtem ko je bil občuten upad povpraševanja leta 2010 za 1 %.

UNWTO (2011, str. 6) ugotavlja, da se je januarja 2010 končal trend 19-mesečne negativne rasti turistične dejavnosti v Evropi, ki je bila v okviru vseh svetovnih turističnih regij najmočnejše prizadeta s strani svetovne gospodarske krize. Predstavljeni kazalci gibanj turistične dejavnosti kažejo, da je ponovno prisoten trend rasti. Ker je turistična dejavnost močno povezana z ostalimi dejavnostmi, je smotrno podati misel, da bo konsolidacija še kako odvisna od gibanj in trendov ostalih dejavnosti.

V kolikor se za hip ustavim še pri najpomembnejših državah EU v turističnem smislu, lahko ugotovimo, da je po kriteriju števila prihodov mednarodnih turistov (UNWTO, 2011, str. 6) leta 2010 na prvem mestu Francija (77 mio), sledijo ji Španija (53 mio), Italija (44 mio), Velika Britanija (28 mio), Nemčija (27 mio) in Avstrija (22 mio).

Mednarodni prihodki iz naslova turizma kažejo, da je Španija (UNWTO, 2011, str. 6) leta 2010 zasedla prvo mesto (52 mrd USD), sledijo ji Francija (46 mrd USD), Italija (39 mrd USD), Nemčija (35 mrd USD), Velika Britanija (30 mrd USD) in Avstrija (19 mrd USD).

V kolikor se osredotočimo še na število prenočitev v letu 2010, lahko ugotovimo, da je Španija z 268 milijoni na prvem mestu, sledijo ji Italija (245 mio), Nemčija (229 mio), Francija (196 mio) in Velika Britanija (166 mio). Teh 5 držav je ustvarilo kar 70 % vseh prenočitev turistov v EU leta 2010 (Eurostat, 2011b, str. 1).

Zgoraj podani podatki sovpadajo z ugotovitvijo Eurostata (2010a, str. 193), da je Evropa najbolj obiskana turistična regija na svetu. Kar polovica od 10 najbolj priljubljenih turističnih držav na svetu je znotraj EU. Turizem s svojim velikim potencialom generiranja novih delovnih mest, velikim vplivom na gospodarsko rast in z ugodnimi socioekonomskimi vplivi predstavlja pomembno dejavnost EU (Eurostat, 2010, str. 7).

1.3 Izbrani kazalci turizma za Slovenijo

Vse dosedanje strokovne ugotovitve kažejo na to, da ima Slovenija za razvoj turizma dovolj priložnosti, ki lahko ugodno vplivajo na celoten ekonomski, socialni in prostorski razvoj. Turizem je za Slovenijo razvojna priložnost tudi zato, ker lahko različni proizvodi zaradi svoje kakovosti in omejene količine dosežejo ustrezno ceno le s pomočjo izvoza na domačih tleh, to je z direktno prodajo turistom iz tujine. Prav sredstva, ki jih turisti ustvarijo v tujini in potrošijo pri nas za nakup blaga in storitev, ki se prodajajo po polni ceni, so najbolj dragocen vir dohodka zasebnega in javnega sektorja. To je tudi tista bistvena ekonomska prednost, ki jo ustvarja turizem, in ga zato tudi vse države na različne načine spodbujajo (Resolucija o

strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje, str. 721).

Turistična dejavnost povezuje številne gospodarske dejavnosti, zato ima enega največjih proizvodnih panožnih multiplikatorjev in pomembno pospešuje regionalni razvoj, povečuje ekonomsko vrednost biotske raznovrstnosti, naravnih vrednot in kulturne dediščine ter omogoča povečanje družbene blaginje. Slovenski turizem je eden izmed temeljnih stebrov uravnoteženega gospodarskega, socialnega in okoljskega razvoja, prav tako pa je pomembna poslovna priložnost za slovensko gospodarstvo in družbeni razvoj (Ministrstvo za gospodarstvo, 2002, str. 1).

Ministrstvo za gospodarstvo (2006, str. 5) ocenjuje, da turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za Slovenijo. Glede na sedanjo stopnjo razvitosti slovenskega turizma in obstoječ razvojni potencial lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih dejavnosti slovenskega gospodarstva in tako pomembno prispeva k doseganju razvojnih ciljev Slovenije, opredeljenih v strategijah razvoja Slovenije.

Slovenska turistična organizacija (STO, 2007, str. 6) navaja, da turizem za Slovenijo predstavlja še vedno v veliki meri neizkoriščeno možnost njenega gospodarskega in družbenega razvoja in prepoznavnosti v svetu, saj po relativnem obsegu turističnih kapacitet in po številu turističnih ponudnikov v Sloveniji kot tudi po turističnem prometu in zaposlenosti še vedno zaostaja za primerljivimi državami oziroma pokrajinami v Evropi.

Zgoraj navedeni izvlečki gospodarskih percepcij vrednotenja turizma v Sloveniji celovito in kronološko zaokrožijo vse državne poglede na turistično dejavnost v času neodvisnosti Republike Slovenije. V ključnih strategijah razvoja slovenskega turizma je torej vselej vladalo zavedanje, da je turizem pomembna gospodarska dejavnost, ki lahko pripomore velik delež k rasti in razvoju slovenskega gospodarstva.

Vplivi globalne gospodarske krize so posegli tudi na področje slovenske turistične dejavnosti. IMF navaja (2011, str. xii), da je leta 2009 gospodarska rast v Sloveniji znašala -8,1 %, leta 2010 1,2 %, leta 2011 1,9 % in leta 2012 naj bi znašala 2,0 %. Torej trend, ki je prisoten tako na svetovni kot na evropski ravni, se pojavi tudi v Sloveniji.

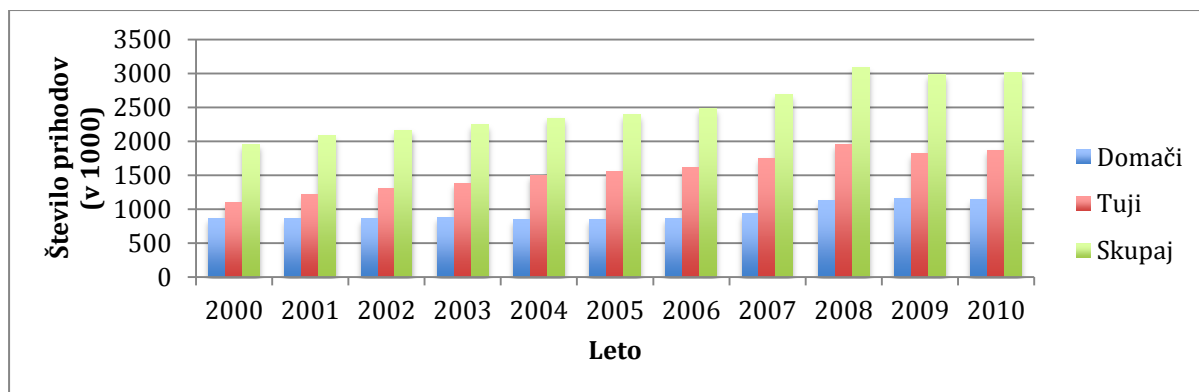
Neugodne gospodarske razmere so imele vpliv tudi na kazalce turistične dejavnosti Slovenije. Ključna kazalca stanja turizma v Sloveniji nam pokažeta, da so (UNWTO, 2011, str. 6):

- leta 2010 prihodki v Sloveniji iz naslova mednarodnega turizma znašali 2.311 mio USD, kar je 8 % manj kot leta 2009, ko so znašali 2.511 mio USD. Leta 2008, pred gospodarsko krizo, pa je število prihodkov znašalo 2.820 mio USD, kar pomeni, da se je leta 2009 glede na leto 2008 število prihodkov zmanjšalo za skoraj 11 %;
- leta 2010 prihodi v Sloveniji iz naslova mednarodnega turizma znašali 1.844.000, kar je 2,2 % več kot pa leta 2009, ko so znašali 1.803.000. Leta 2008, pred gospodarsko

krizo, pa je število prihodov znašalo 1.940.000, kar pomeni, da se je leta 2009 glede na leto 2008, število prihodov zmanjšalo za 7,1 %.

Podatke UNWTO o številu prihodov in prihodkov iz naslova mednarodnih turistov v Sloveniji je smotno dopolniti s podatki Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju SURS) o številu prihodov domačih turistov in tako pridobiti skupno število turistov v izbranem obdobju.

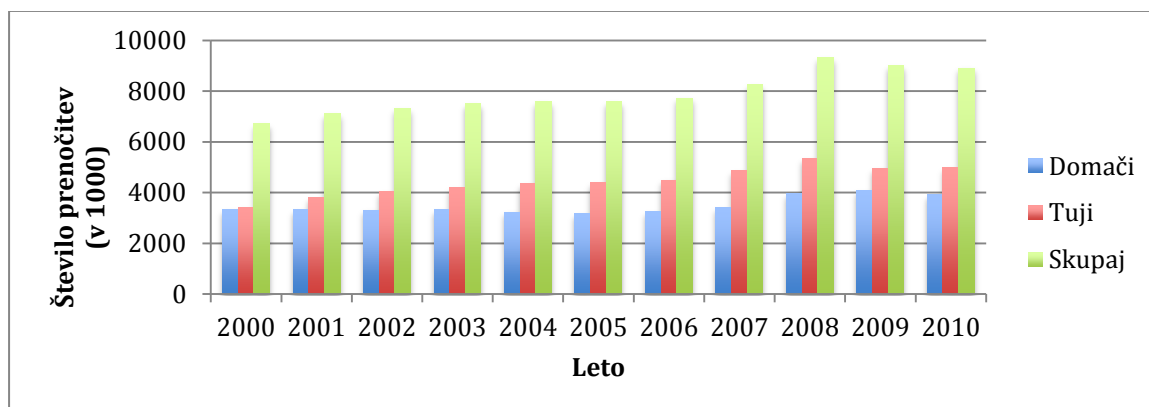
Slika 4: Prihodi domačih in tujih turistov v Slovenijo v obdobju 2000–2010



Vir: SURS, Statistični letopis Republike Slovenije, 2010a.

Kot je razvidno iz slike 4, je število prihodov domačih in tujih turistov strmo naraščalo do leta 2008. Po tem letu pa je sledil upad, čigar vzroke kaže iskati v svetovni gospodarski krizi, ki je posegla tudi na slovenska tla.

Slika 5: Prenočitve domačih in tujih turistov v Sloveniji v obdobju 2000–2010



Vir: SURS, Statistični letopis Republike Slovenije, 2010a.

Kot je razvidno iz slike 5, je tudi na strani prenočitev turistov prisoten podoben trend kot na strani prihodov. Vse to potrди dejstvo, da slovenski turistični dejavnosti ni bilo prizaneseno s strani vplivov finančne in gospodarske krize.

Kot vse kaže, pa je turizem v Sloveniji vendarle oživil svojo rast v zadnjem letu. STO (2011, str. 1) navaja, da je turizem v Sloveniji v letu 2010 okrevljal na enaki ravni kot turizem v

Evropi, pri prihodih turistov smo zabeležili za 1 % več gostov, prenočitev pa je bilo manj 1 % manj. Napovedi slovenskih turističnih managerjev za leto 2011 kažejo, da bo turistična dejavnost ponovno dosegla pozitivno rast, saj se je indeks turističnega zaupanja za leto 2011 prvič po finančni krizi povzpел nad 100 in dosegel vrednost 104.

Kot kažejo zadnji podatki, je v prvi polovici leta 2011 število prihodov znašalo 1.335.005, kar je 5,7 % več kot v prvi polovici leta 2010, ko so znašali 1.258.505. Obenem je to število tudi preseglo število prihodov iz prve polovice leta 2008, ko so znašali 1.322.300. Podoben trend je moč zapaziti tudi pri prenočitvah. V prvi polovici leta 2011 so znašale 3.843.277, kar je 4,8 % več kot v istem obdobju leta 2010, ko so znašale 3.657.206. Še vedno, a le za malo, pa omenjeno obdobje ni uspelo preseči števila prihodov v istem obdobju leta 2008, ko so znašali 3.874.297 (SURS, 2011). Napisano potrdi tudi STO (2011), ki navaja, da je v prvih 7 mesecih Slovenijo obiskalo 6 % več turistov, število tujih turistov se je povečalo celo za 9 %, število domačih turistov pa za 1 %.

Na tem mestu kaže nameniti pozornost tudi konkurenčnosti slovenskega turizma (Slika 2). Slovenija od 139 držav zaseda 33. mesto (WEF, 2011, str. 334), kar jo uvršča v zgornjo tretjino najbolj konkurenčnih turističnih držav. Iz omenjenega poročila je moč razbrati, da se je slovenski turizem najbolj odrezal na strani varnosti, naravnih danosti, transportne in turistične infrastrukture, izobrazbe lokalnega prebivalstva itd. Veliko manj naklonjeni pa so bili pisci tega poročila rigidni zakonodaji, letalski infrastrukturi, kadrovskim virov, cenovni konkurenčnosti turističnih proizvodov in storitev itd. Iz navedenega velja izpeljati misel, da je potrebno izboljšati, razviti in utrditi izbrane dejavnike slovenske turistične dejavnosti, ki bodo okrepili konkurenčnost in posledično doprinesli k povečanemu številu prihodov in prihodkov.

Iz napisanega je moč povzeti, da je turizem tako v svetu kot v Evropi in Sloveniji doživel hitro rast v preteklosti, ki pa so jo v zadnjem času zavrle neugodne gospodarske razmere. Neugoden trend razvoja turizma iz leta 2009, ki je bilo za turizem najtežje v moderni zgodovini, se je leta 2010 in 2011 končal. Turizem naj bi tako na podlagi predstavljenih podatkov ponovno generiral rast. Kakšni pa so vsi ti vplivi prihodov in prihodkov turizma na gospodarstvo, bo moč ugotoviti v nadaljevanju. A sprva je potreben pogled na analizo turistične potrošnje, ki je izvor vseh ekonomskih vplivov turizma.

2 TURISTIČNO POVPRASEVANJE IN POTROŠNJA

Motivacija po turistični rekreaciji je konceptualizirana kot dinamičen proces internih psiholoških dejavnikov (potreb in interesov), ki ustvarijo v posamezniku občutek napetosti oziroma porušijo ustvarjeno ravnotežje. Ti notranji dejavniki in neravnotežje posameznika vodijo k dejanjem ponovne vzpostavitve ravnotežja skozi zadovoljitev novonastalih potreb in interesov (Crompton & McKay, 1997, str. 427).

Poleg zgoraj navedenega teoretičnega okvira motivacije po turistični rekreaciji so na voljo tudi drugi okviri (npr. MacCannell, Plog, Dann, Iso-Ahola, Pearce & Caltabiano, Kim & Chalip itd.), pri čemer pa velja poudariti, da je vsem teorijam skupni imenovalec

zadovoljevanje potreb in interesov turistov. Torej potrebe in interesi so osnovni motivatorji sprožitve turistične rekreacije (Hung & Petrick, 2011, str. 387).

Reprezentativen turist je soočen z naborom različnih alternativ za zadovoljitev potrebe po turistični rekreaciji, izmed katerih pa izbere tisto destinacijo, ki mu omogoča maksimiziranje celotne koristnosti. Celotno korist turist maksimizira z bivanjem v izbrani destinaciji, pri čemer korist predstavljajo privlačnosti destinacije (ugodna klima, prijetno naravno okolje, zanimiva kultura itd.). V času turistične rekreacije turist troši tudi ostale proizvode in storitve ter tako skuša maksimizirati svojo celotno koristnost (Divisekera, 2003, str. 33).

Potrošniki imajo pri odločitvi o porabi finančnih sredstev poleg turističnih storitev na voljo tudi širok spekter ostalih, s turizmom nepovezanih proizvodov in storitev (Crouch et al., 2007, str. 247). Papatheodorou (2000, str. 164) nadaljuje, da racionalni potrošnik razporedi svoja sredstva med turistične in neturistične storitve in proizvode na tak način, da kar najbolj maksimizira celotno koristnost ob danih omejitvah.

Turistično povpraševanje se nanaša na pripravljenost in zmožnost turista za nakup turističnih dobrin pri danih cenah v določenem časovnem obdobju. Turistično povpraševanje tako leži v središču ekonomskih vplivov turizma na gospodarstvo (Dwyer et al., 2010, str. 5).

Turizem je potrošniško usmerjena ekonomska aktivnost. Turistična potrošnja predstavlja osnovo za ekonomsko analizo turizma in merjenja njegovih prispevkov in vplivov (Mihalič, 2002, str. 88). Razumevanje turistične potrošnje je tako ključnega pomena za ugotavljanje ekonomskih vplivov turizma, ki so predmet tega magistrskega dela.

2.1 Turistično povpraševanje

V teoriji povpraševanja pravimo, da ljudje maksimizirajo svojo koristnost, kar pomeni, da izberejo tisto košarico potrošnih dobrin, ki jo imajo najraje (Samuelson & Nordhaus, 2002, str. 80). V kolikor potrošnik s svojim racionalnim prepričanjem vidi v turističnih dobrinah zadostno raven koristnosti, bo želel dodati te dobrine v svojo košarico, kar ga privede do turističnega povpraševanja.

Divisekera (2003, str. 33) nadaljuje, da ima z odločitvijo o potovalni nameri turist na voljo vrsto potencialnih destinacij z različnimi stopnjami substitucije. Za sprožitev turističnega povpraševanja mora najprej izbrati sebi primerno destinacijo. V tem procesu je turist omejen s svojimi finančnimi zmožnostmi in zadostnim obsegom prostega časa, kar nakazuje, da je izbira primerne destinacije kot predmeta turističnega povpraševanja tipičen primer problema potrošnikove izbire. V skladu z opisano problematiko magistrskega dela je navedena percepcija turističnega povpraševanja (kot problem potrošnikove izbire) tipične mikroekonomske narave. Song & Wong (2003, str. 58) navajata, da se problem potrošnikove izbire turističnih dobrin modelira v obliki odvisne spremenljivke (turistično povpraševanje) in neodvisnih spremenljivk (dohodek, cena itd.). Na ta način se predstavi turistično povpraševanje, ki je, kot bomo videli, odvisno od vrste dejavnikov.

Z ekonomskega vidika lahko na turizem in posledično na turistično povpraševanje gledamo tudi kot na tokove blagovne menjave, kjer turisti potujejo v izbrane destinacije z namenom pridobitve zelenih dobrin (Zhang & Jensen, 2007, str. 239). Tok turističnega povpraševanja je vzporeden z denarnim tokom (prihodki), ki prihaja iz območja stalnega bivališča turista in je namenjen v izbrano destinacijo v zameno za neposredno izmenjavo storitev in proizvodov (blago) od lokalnega prebivalstva v destinaciji do turistov. V tem oziru je jasno, da sta turizem in blagovna menjava (kljub temu da potekata v nasprotujoči se smeri, saj morajo turisti pripotovati in potrošiti storitve in proizvode neposredno v izbrani destinaciji) dve tesno povezani obliki mednarodne gospodarske aktivnosti (Zhang & Jensen, 2007, str. 224).

UNWTO (1999, str. 377) opredeljuje turistično povpraševanje kot tisto količino turističnih storitev in proizvodov, ki so jo potrošniki v danem času na trgu pripravljeni kupiti pri dani ravni cen. Smeral (2010, str. 59) nadaljuje, da se povpraševanje po turističnih dobrinah razlikuje od ostalih povpraševanj po tem, da turisti ne povprašujejo le po eni sami dobrini, temveč po celotni izkušnji, ki jo sestavlja vrsta različnih storitev in proizvodov. Torej turisti povprašujejo po prenočiščih, gostinskih storitvah, spominkih, razglednicah; uporabljajo prevozna sredstva, zabavne in rekreacijske zmogljivosti itd. Na ta način turistično povpraševanje vpliva na vrsto dejavnosti, ki nudijo dobrine, po katerih turisti povprašujejo.

2.1.1 Motivi turističnega povpraševanja

Motivacija je potreba, ki usmerja posameznikova dejanja v smer, ki mu omogoča doseči želeno raven zadovoljstva (Berli & Martin, 2004, str. 626). Gartner (1993, str. 196) nadaljuje, da so motivi tisti, ki določajo, kaj želimo doseči oziroma pridobiti z dobrino, ki je predmet obravnave. Kotler (1982) ugotavlja, da je lahko motivacija plod notranjih in zunanjih spodbud. Notranje spodbude izvirajo iz osebnih potreb, ki so lahko psihološke, družbene, egocentrične, varnostne in kot potrebe po samorealizaciji. Zunanje spodbude pa izvirajo iz oglaševalskih in trženjskih akcij, ki so dosegle potrošnika.

Klenosky (2002, str. 385) navaja, da teoretični okvir potiska in potega (angl. *push-pull*) Grahama Danna iz 70. let prejšnjega stoletja omogoča relativno enostaven pristop za razlago motivov turističnega povpraševanja in obnašanja turistov. Dejavniki potiska se nanašajo na določene silnice v življenju posameznika, ki ga vodijo do sprožitve turističnega povpraševanja. Ti dejavniki so tesno povezani s potrebami in željami posameznika, kot je želja po zapustitvi stalnega bivališča, potreba po počitku, rekreaciji, prestižu, zdravju in družbeni interakciji. Dejavniki potega pa se na drugi strani nanašajo na tiste silnice, ki usmerjajo posameznikovo odločitev o izbiri določene destinacije po sprejetju odločitve o sprožitvi turističnega povpraševanja. Te dejavnike predstavljajo značilnosti, privlačnosti ali atributi destinacije, kot so vreme, plaže, športne zmogljivosti, ugodne letalske povezave itd.

Vrsto let se je na dejavnike potiska in potega gledalo kot na dve različni odločitvi, ki se sprožita v različnem času; prva je usmerjena na odločitev o turističnem povpraševanju in druga na odločitev o izbiri turistične destinacije (Klenosky, 2002, str. 385). To nakazuje, da se dejavniki potiska sprožijo pred dejavniki potega (Dann, 1981, str. 207). Kim et al. (2003, str.

171) navaja, da je ta misel že prešla svoje meje in da je danes splošno uveljavljen konsenz o tem, da se na dejavnika potiska in potega ne sme gledati kot na dejavnika, ki sta med seboj neodvisna, temveč kot na dejavnika, ki sta med seboj tesno povezana.

Correia et al. (2007, str. 48) zaključijo, da tako osebni motivi (dejavniki potiska) kot tudi značilnosti destinacije (dejavniki potega) odločajo o sprožitvi turističnega povpraševanja.

2.1.2 Dejavniki in modeli turističnega povpraševanja

Potrebe posameznika se po preferenčni lestvici spreminjajo v efektivno povpraševanje glede na njegovo kupno moč. Pomemben dejavnik je na eni strani dohodek oz. denarna sredstva, ki jih ima turist na razpolago za turistično potrošnjo. Na drugi strani pa so pomembne tudi cene turističnih in drugih komplementarnih dobrin in substitutov (Mihalič, 2006, str. 26).

Skladno s klasično ekonomsko teorijo na povpraševanje po turističnih dobrinah vpliva vrsta cenovnih in necenovnih dejavnikov, med katere sodijo velikost trga, dohodek, oglaševanje in promocija, dostopnost, cene substitutov in komplementarnih dobrin, pričakovanja kupcev, sezonskost, razpoložljiv obseg prostega časa itd. (Dwyer et al., 2010, str. 37). Dwyer et al. (2010, str. 37) nadaljuje, da je turistično povpraševanje odvisno od:

- cenovnih dejavnikov – strošek turističnega povpraševanja, ki bremeni turista, sestavlja strošek transporta do destinacije in strošek bivanja v destinaciji (nastanitev, gostinske storitve, zabava itd.). V primeru mednarodnega potovanja se ne sme pozabiti tudi na devizne tečaje, ki prav tako sodijo med cenovne dejavnike;
- necenovnih dejavnikov – sestojijo iz socioekonomskih in demografskih dejavnikov (dohodek, razpoložljivi prosti čas, izobrazba, poklic itd.) in kvalitativnih dejavnikov (potrebe in želje potrošnika, kakovost turističnih storitev, podoba in promocija destinacije, kulturne vezi, vremenske razmere, želje turistov itd.).

Song & Wong (2003, str. 58) nadaljujeta, da ekonomisti sicer priznavajo vpliv družbenih, kulturnih in geografskih dejavnikov destinacije na turistično povpraševanje, vendar je realizacija v največji meri odvisna od ekonomskih dejavnikov.

Morebiti presojanje, kateri so ključni dejavniki, ki oblikujejo turistično povpraševanje na tem mestu, ni ključno, temveč je bolj pomembno spoznanje, da je turizem kot storitev izredno zapletena in heterogena. Ryan (2003, str. 73) navaja, da za razliko od ostalih proizvodov in storitev ne gre pri turizmu za »nakup« materialne dobrine, temveč za storitev, s pomočjo katere si turisti oblikujejo izkušnjo oz. doživetje. Gre torej za neoprijemljivo dobrino, od katere po zaključku turistične rekreacije turisti razen obogatitve z izkušnjami in občutki v materialnem smislu nimajo velike koristi. Ta specifičnost in heterogenost, ki jo turizem obsega, je torej razlog za prisotnost številnih dejavnikov, ki narekujejo turistično povpraševanje in ki jih je v celoti izredno težko zajeti v modelu turističnega povpraševanja.

Ker je dejavnikov veliko, moramo torej izbrati le tiste, ki so posebej pomembni za nastanek in razvoj turističnega povpraševanja. Izbrane dejavnike združimo v model turističnega povpraševanja (Mihalič, 2008, str. 76), ki se ga lahko prikaže v teoretični ali empirični obliki.

Teorija razkriva, da enovit teoretičen oz. splošni model turističnega povpraševanja ne obstaja. Uveljavila se je kopica (Tabela 1), ki pa so si kljub različnemu obsegu dejavnikov relativno podobni.

Tabela 1: Teoretični modeli turističnega povpraševanja

Model	Zapis funkcije	
Krippendorfov model	$TD = f(DOH, URB, MOTOR, PČ)$	(1)
Cicvaričev model	$TD = f(PREB, IND, URB, DOH, PČ, IRAC)$	(2)
Planinov model	$TD = f(POTR, PRIVL, DOH, PČ, IRAC, P)$	(3)

Legenda:

DOH ... dohodek	URB ... urbanizacija
MOTOR ... motorizacija	PČ ... prosti čas
PREB ... število prebivalstva	IND ... stopnja industrializacije
URB ... urbanizacija	IRAC ... iracionalni dejavniki
POTR ... potreba po turistični rekreaciji	PRIVL ... privlačnosti
P ... agregatne cene za vse vrste dobrin, ki jih turisti trošijo	

Vir: J. Planina & T. Mihalič, Ekonomika turizma, 2002, str. 87.

Za razliko od teoretičnih modelov empirični modeli skušajo kvantificirati vpliv izbranih dejavnikov na obseg turističnega povpraševanja. To pomeni, da (Planina & Mihalič, 2002, str. 93) empirični modeli operirajo s konkretnimi podatki in konkretnim povpraševanjem po določeni turistični destinaciji. V nadaljevanju predstavljam izbrane empirične modele, za katere sem ocenil, da so v teoriji najpogostejši.

Lim (1997, str. 838) ugotavlja, da je najpogosteje uporabljen model mednarodnega turističnega povpraševanja moč zapisati v naslednji obliki:

$$TD_{ij} = f(Y_j, TC_{ij}, RP_{ij}, ER_{ij}, QF_i) \quad (4)$$

pri tem TD_{ij} predstavlja povpraševanje po mednarodnih turističnih dobrinah iz države izvora j v destinacijo I , Y_j dohodek v državi j , TC_{ij} transportne stroške med destinacijo i in državo izvora j , RP_{ij} relativne cene (razmerje med cenami v destinaciji i in cenami v državi izvora j ter ostalimi destinacijami), ER_{ij} devizni tečaj med valuto države izvora j in valuto namembne destinacije I , QF_i pa predstavlja kvalitativne faktorje v destinaciji i .

Število dejavnikov, od katerih je odvisno turistično povpraševanje, je izredno veliko, pri čemer so najpomembnejši dohodek, ki omogoča nakup turističnih dobrin, cene proizvodov in storitev v destinaciji v primerjavi s cenami v domačem okolju in konkurenčnimi

destinacijami, transportni stroški, devizni tečaji in ostali kvalitativni faktorji (Lim, 1997, str. 840).

Song et al. (2010, str. 381) model turističnega povpraševanja napišejo nekoliko drugače kot:

$$Q_t = f(PT_t, PS_t, Y_t) + u_t \quad (5)$$

kjer Q_t predstavlja obseg turističnega povpraševanja v času t , PT_t cene turističnih dobrin v času t , PS_t cene substitutov v času t , Y_t višino dohodka turista v času t , u_t pa predstavlja slučajno napako, ki zajema ostale dejavnike, ki vplivajo na obseg turističnega povpraševanja v času t .

Model je prikaz splošnega povpraševanja po turističnih dobrinah, ki kaže, da je povpraševanje odvisno od dejavnikov, ki nanj vplivajo. V tej regresijski funkciji je moč zapaziti le dejavnike (dohodek, cena turistične dobrine in cena substitutov), ki so bili najpogostejše empirično testirani v analizah turističnega povpraševanja (Song et al., 2010, str. 382).

Song & Witt (2000, str. 2) model turističnega povpraševanja še nekoliko spremenita:

$$Q_{ij} = f(P_{is}, Y_j, T_j, A_{ij}, \varepsilon_{ij}) \quad (6)$$

pri čemer Q_{ij} predstavlja obseg turističnega povpraševanja v destinaciji i s strani turistov iz države j , P_i cene turističnih dobrin v destinaciji I , P_s cene substitutov, Y_j višino dohodka v državi izvora j , T_j želje turista v državi izvora j , A_{ij} višino oglaševalskih akcij destinacije i v državi j , ε_{ij} pa slučajno napako, ki obsega vse ostale faktorje, ki lahko vplivajo na obseg turističnega povpraševanja v destinaciji i s strani turistov v državi j .

Croes & Vanegas (2005, str. 880) ugotavljata, da je v primeru turističnega povpraševanja izredno težko identificirati vse ključne dejavnike in spremenljivke ter jih zapisati v enotni obliki matematične oz. regresijske funkcije. Planina & Mihalič (2002, str. 91) dodata, da je delovanje posameznih dejavnikov različno. Nekateri vplivajo neposredno na oblikovanje turističnega povpraševanja (potreba po rekreaciji, dohodek itd.) in nekateri posredno šele na trgu (količina, cene turističnih dobrin itd.).

Predstavljeni teoretični in empirični modeli turističnega povpraševanja potrdijo misel, da v svetovni literaturi doslej ni mogoče najti popolnega modela turističnega povpraševanja. Vzrok je gotovo v dejstvu, da so številčno znani le nekateri dejavniki (na primer dohodek in cene), medtem ko so drugi neznani ali povsem iracionalni in samo subjektivno ocenjeni (na primer potrebe in privlačnosti). Popoln model turističnega povpraševanja torej ne obstaja in vsak model se omeji le na nekatere dejavnike (Mihalič, 2008, str. 80).

Kljub temu da enotni model turističnega povpraševanja ni dostopen in je odvisen od namena raziskave, je vselej moč podati tezo, da je na podlagi predstavljenih funkcij turističnega povpraševanja moč izpostaviti naslednje dejavnike: dohodek turista, cene turističnih dobrin,

cene substitutov, transportne stroške, devizne tečaje, oglaševanje, potrebe in želje turistov in ostale kvalitativne dejavnike. Omenjene dejavnike se glede na namene in cilje raziskave skrči na želeno število in predstavi v modelu turističnega povpraševanja.

2.1.3 Odvisnost turističnega povpraševanja od dohodka, cene in ostalih dejavnikov

Klasična ekonomska teorija navaja (skladno z ugotovitvami iz poglavja 2.1.2), da so glavni dejavniki turističnega povpraševanja dohodek turistov, cena turističnih dobrin in cena ostalih substitutov (Lee et al., 1996, str. 532). Iz navedenih treh dejavnikov, ki najmočneje vplivajo na turistično povpraševanje, Dwyer et al. (2010, str. 41) izpelje cenovno, križno in dohodkovno elastičnost turističnega povpraševanja, ki merijo odziv povpraševanja po turističnih dobrinah glede na spremembe v ceni turističnih storitev in proizvodov v destinaciji, ceni nadomestnih turističnih dobrin in višini dohodka turista (avtorji navajajo tudi trženjsko elastičnost turističnega povpraševanja, ki meri odziv povpraševanja na spremembe v obsegu trženjskih prijemov, vendar ker delo ni trženjske narave, to obliko elastičnosti zanemarimo).

Lee et al. (1996, str. 532) navaja, da se turistično povpraševanje in potrošnja povečujeta s povečanjem obsega dohodka. S tem nakazuje, da je turistično povpraševanje dohodkovno elastično, kar uvršča turistične dobrine med luksuzne dobrine. Planina & Mihalič (2002, str. 131) skozi Badouinovo klasifikacijo dobrin potrdita zgornjo ugotovitev in navajata, da lahko turizem obravnavamo kot komformno dobrino oz. dobrino ugodja.

Z rastjo (upadom) cen turističnih dobrin se turistično povpraševanje zmanjša (poveča). Sprememba cen turističnih dobrin vpliva na potrošnikove nakupne odločitve, kar pomeni, da je turistično povpraševanje cenovno elastično (Lee et al., 1996, str. 533). Seveda ta ugotovitev ni reprezentativna za univerzalno turistično povpraševanje. Obstajajo ekstremi, ko sprememba v ceni turističnih dobrin ne vpliva ali pa izredno veliko vpliva na obseg povpraševanja. Planina & Mihalič (2002, str. 104) ugotavljata, da se z ekonomskim razvojem cenovna elastičnost zmanjšuje, ker raste dohodek in ker se večja stopnja nujnosti turističnih potreb. Turistično povpraševanje z gospodarskim razvojem postaja vse bolj cenovno neelastično.

Destinacija mora spremljati cene svojih neposrednih konkurentov, saj bodo spremembe cen substitutov imele vpliv na turistično povpraševanje in na izbiro destinacije (Song & Wong, 2003, str. 59). Ta ugotovitev nakazuje pozitivno križno elastičnost turističnega povpraševanja. Velja opozoriti, da teze elastičnosti turističnega povpraševanja ne odražajo vsesplošnega stanja. Te kategorije so variabilne narave in so različne v različnih gospodarstvih oz. regijah. Nemogoče je tako prikazati splošno sliko elastičnosti turističnega povpraševanja. Kljub tezam, da postaja vse manj cenovno in dohodkovno občutljivo, bodo trenutne in napovedujoče se neugodne gospodarske razmere preverile veljavnost teh tez.

2.2 Turistična potrošnja

Izdatki za turizem (angl. *tourism expenditure*) so glavna komponenta metod merjenja ekonomskih vplivov turizma, saj nudijo informacije, s katerimi se lahko analizira ekonomske

vplive turizma v danem prostoru in času (Jang & Ham, 2009, str. 373). Mulves (1998, str. 267) doda, da so ekonomski vplivi turistov odvisni od izdatkov za turizem.

Na turizem se pogosto gleda kot na tokove ljudi, ki povprašujejo po storitvah in proizvodih. Vendar se lahko na turizem gleda tudi na drugačen način, in sicer kot na procese, v katerih se finančna sredstva stekajo od potrošnikov do ponudnikov in skozi ta prenos se ustvarjajo prihodki. Vpogled v obseg in strukturo izdatkov za turizem je tako ključnega pomena, za vzpostavitev tega drugega gospodarskega pomena turizma. Skozi analizo izdatkov za turizem je mogoča analiza ekonomskih vplivov turizma na gospodarstva ter na različne dejavnosti, ki sestavljajo izbrano gospodarstvo (UNWTO, 1995a, str. 65).

UNWTO (1995, str. 3) navaja, da je korelacija med izdatki za turizem in turistično potrošnjo (angl. *tourism consumption*) velika, pri čemer definira izdatke za turizem kot »vsoto vseh izdatkov, ki nastanejo zaradi in med potovanjem ali v destinaciji in ki jih ustvari turist ali v njegovem imenu druga oseba«. Dwyer et al. (2010, str. 252) opredeljuje turistično potrošnjo kot celotno potrošnjo vseh dobrin (plačljivih in neplačljivih), ki jo ustvari turist ali v njegovem imenu druga oseba zaradi potovanja, med potovanjem ali v destinaciji. Dwyer et al. (2010, str. 253) nadaljuje, da je s tem turistična potrošnja širši pojem od izdatkov za turizem, saj obsega vse izdatke za turistične dobrine poleg tega pa tudi uporabo neplačljivih storitev in proizvodov, socialne transferje itd.

Iz zgoraj navedene definicije je moč razbrati, da (a) potrošnja turističnih dobrin ni nujno ustvarjena neposredno preko turista. V večini primerov poteka potrošnja turističnih dobrin preko turistov, vendar v nekaterih primerih ta potrošnja poteka preko prijateljev in sorodnikov, kot je nakup spominka s strani turista na potovanju in podarjena prijatelju ob povratku v domače okolje. In (b) izdatki za turizem niso nujno ustvarjeni neposredno preko turista. V primeru skupinskih potovanj, kot so potovanja družine, lahko starš v imenu svojega otroka sproži izdatke za turizem. Prav tako lahko oseba, ki je sprožila izdatke, participira ali ne participira pri potovanju. Primer slednjega so službena potovanja, kjer so potovanja lahko financirana s strani države, podjetja itd. (UNWTO, 1995, str. 4).

Velja opozoriti, da so naslednji nakupi, ki se lahko odvijajo v času potovanja, izključeni iz obsega izdatkov za turizem (WTO, 1995a, str. 66):

- nakupi z namenom prodaje ali nadaljnje proizvodnje turističnih dobrin in nakupi turistov v imenu delodajalcev na službenih potovanjih;
- kapitalske investicije ali transakcije (denimo nakup zemljišča, nepremičnin itd.);
- denarna sredstva dana v dar prijateljem ali sorodnikom v času potovanja, ki ne predstavljajo plačila turističnih dobrin in donacije institucijam.

Planina & Mihalič (2002, str. 223) ločita med bruto in neto turistično potrošnjo. Bruto turistična potrošnja obsega finančna sredstva, ki jih turisti porabijo neposredno za nakup vseh vrst turističnih dobrin. Če od bruto turistične potrošnje odštejemo znesek, za katerega se

zaradi potovanja in odsotnosti zmanjša redna osebna potrošnja v kraju stalnega bivanja, dobimo neto turistično potrošnjo.

WTO (1995a, str. 66) navaja, da je moč razčleniti izdatke za turizem na štiri vidike. Tako lahko razlikujemo med:

- mednarodnimi in domačimi izdatki za turizem;
- znotraj mednarodnimi izdatki za turizem med transportnimi stroški in ostalimi oblikami izdatkov;
- izdatki enodnevnih obiskov in večdnevnih potovanj;
- gleda na proizvod oziroma storitev, na katerega se izdatki nanašajo.

2.2.1 Viri financiranja turistične potrošnje

Skladno z ugotovitvijo iz poglavja 2.1.3, da je dohodek eden izmed glavnih kvalifikatorjev turističnega povpraševanja, je to ugotovitev moč prenesti tudi na vire financiranja turistične potrošnje. Za oblikovanje turističnega povpraševanja so pomembna predvsem tista finančna sredstva, ki ostanejo na voljo po zadovoljitvi nujnejših potreb. Ta sredstva izvirajo iz dohodka, bodisi da gre za narodni dohodek, BDP oziroma osebne prejemke ali za sredstva skupne porabe (Planina, 1997, str. 110).

Planina & Mihalič (2002, str. 119) nadaljujeta, da so glavni viri turistične potrošnje (brez poslovnega turizma, saj se ta financira iz sredstev podjetij, organizacij in vlad):

- sredstva podjetij, vlad in drugih institucij, s katerimi se pospešuje razvoj določenih vrst turizma in s katerimi se sofinancira turistična potrošnja, neposredno ali posredno;
- del osebnih prejemkov, ki ostane po zadovoljitvi nujnih potreb na razpolago in se porabi sproti, to so sredstva za tekočo ali prosto potrošnjo;
- del, ki ostane na voljo za izboljšanje življenjske ravni in ki se ne porabi sproti, temveč se oblikuje prihranek oziroma drugi viri, kot so npr. najeti krediti ali prodaja premoženja za kritje turistične potrošnje;
- del, ki je doma namenjen nujni potrošnji, ker se nujna potrošnja v kraju stalnega bivališča zmanjša, oziroma razlika, za katero se zmanjša.

Danes se pri nas velika večina vse turistične potrošnje financira iz lastnih virov, to je neposredno iz osebnih prejemkov oziroma premoženja. Sredstva, ki ostanejo, ko so zadovoljene nujne življenjske potrebe, so na voljo za potrošnjo dobrin, ki izboljšajo življenjski standard nad eksistenčni minimum. Količina teh sredstev je odvisna od višine osebnega dohodka in od njegove delitve, torej od deleža, ki se porabi za nujno potrošnjo (Planina & Mihalič, 2002, str. 116).

2.2.2 Metode merjenja turistične potrošnje

V strokovni literaturi je moč zapaziti vrsto raziskav, ki skušajo oceniti turistično potrošnjo v državah, regijah, mestih in drugih krajih, ki so lokacija posebnih dogodkov. Te ocene

turistične potrošnje so ključnega pomena za nadaljnjo analizo vseh ekonomskih vplivov turizma v izbrani regiji (Frechtling, 2006, str. 26). Frechtling (2006, str. 27) nadaljuje, da je turistično potrošnjo moč meriti na podlagi treh kriterijev: priložnosti za sprožitev turistične potrošnje (posebni dogodki ali določena perioda časa), območja turistične potrošnje (kraj ali geografsko območje) in časovnega okvira turistične potrošnje (prihodnja ali pretekla).

UNWTO (2000, str. 41) navaja naslednje metode merjenja turistične potrošnje: uporaba obstoječih podatkov, ankete gospodinjstev, ankete turistov, ankete ponudnikov turističnih storitev, uporaba podatkov centralnih bank, modeli analiz izdatkov.

Prva metoda obsega uporabo obstoječih podatkov (angl. *existing data*). Pred pričetkom merjenja turistične potrošnje je smotrno preveriti, ali so takšni podatki že na voljo (baze nacionalnih statističnih uradov). V kolikor se ugotavlja turistično potrošnjo za posamezno gospodarstvo, obstajajo javno dostopni podatki (denimo sredstva javnega prevoza), ki jih je smotrno uvesti v analizo. V primeru analize več gospodarstev ali pa posebnega dogodka, pa ti podatki ne obstajajo predhodno (Frechtling, 2006, str. 30).

Druga metoda se nanaša na ankete gospodinjstev (angl. *household surveys*). Večina držav izvaja redne ankete in popise prebivalstva, v katerih poleg ostalih enot meri tudi potrošnjo, stopnjo dohodka, zaposlitev itd. Relativno enostavno je zato vprašati respondente v teh anketah po razlikovanju lokalnih nakupov od tistih izvedenih na potovanjih. Ta metoda merjenja je najbolj učinkovita za meritve domače turistične potrošnje (WTO, 2005, str. 1).

Pri metodi anket turistov (angl. *visitor surveys*) se anketira izbran vzorec turistov v območju, ki je predmet obravnave. Zbrani odgovori na vprašanja o turistični potrošnji se preračunajo na povprečno vrednost na turista na dan. To povprečno vrednost se nato pomnoži s številom vseh turistov v izbranem kraju v danem časovnem obdobju, s čimer se dobi skupno turistično potrošnjo. Turiste se lahko anketira ob vstopu v destinacijo, ob izhodu iz destinacije, v času bivanja v destinaciji, v času potovanja ali pa celo po povratku v domače okolje. Izmed naštetih oblik se skozi ankete o turistični potrošnji, ki so dane turistom ob izhodu iz destinacije in se nanašajo na potrošnjo v zadnjih 24 urah, pridobi najbolj natančne ocene. Podatke iz zadnjih 24 ur se nato pomnoži z dolžino bivanja in tako dobi skupno turistično potrošnjo. (Frechtling, 2006, str. 30). Smith (2000, str. 225) doda, da je to najbolj uporabljena metoda merjenja turistične potrošnje.

Ponudniki turističnih storitev (letalske družbe, nastanitveni objekti, ladijski prevozi itd.) lahko v času koriščenja storitve turistu ponudijo možnost participacije v anketi (angl. *tourism establishment surveys*), kjer ga poleg drugih vprašanj povprašajo tudi po turistični potrošnji. Podatki pridobljeni skozi to obliko merjenja turistične potrošnje odražajo relativno visoko natančnost potrošnje za koriščeno storitev, vendar ne obsegajo podatkov potrošnje za ostale storitve, ki jih je turist koristil v času trajanja turistične rekreacije (Frechtling, 2006, str. 31).

Pri uporabi podatkov centralnih bank (angl. *central bank data*) gre za metodo, kjer se turistično potrošnjo ocenjuje na podlagi skupne vsote menjav tujih valut. Centralna banka

sešteje zneske domače valute, ki so bili prodani turistom v izbranem časovnem obdobju. Podatki so na nacionalni ravni in s tem ni omogočeno merjenje potrošnje posebnih dogodkov in posameznih regij v državi. Metoda je bila v preteklosti izredno priljubljena, vendar je v zadnjem času izgubila svojo priljubljenost (Frechtling, 2006, str. 31).

Modeli analiz izdatkov (angl. *expenditure models*) skušajo na t. i. tihi način zajeti potrebne podatke za analizo izdatkov za turizem. (Frechtling, 2006, str. 31). Ločimo med modelom razmerja izdatkov in modelom faktorja stroškov.

Model razmerja izdatkov (angl. *expenditure ratio model*) temelji na podatkih o izdatkih za dobrine, ki so podobni turističnim proizvodom in storitvam. V prvem koraku se zberejo podatki o prihodkih hotelskih namestitev v destinaciji. V drugem se izvede anketo med turisti v destinaciji, kjer se sprašuje po celotnih izdatkih v destinaciji in vsoti, ki je bila namenjena za prenočevanje v hotelih. V tretjem koraku se na podlagi dobljenih podatkov izračuna razmerje med izdatki namenjenimi za prenočevanje in celotnimi izdatki. V zadnjem koraku se to razmerje aplicira na podatke pridobljene iz prvega koraka in tako pridobi oceno izdatkov za turizem (Vanhove, 2005, str. 33).

Model faktorja stroškov (angl. *cost-factor model*) je prisoten v Združenih državah Amerike, kjer nacionalna turistična organizacija bazira oceno ekonomskih vplivov turizma na tem modelu. Turistična potrošnja se ocenjuje na podlagi devetnajstih turističnih dobrin znotraj šestih osnovnih kategorij: javni prevoz, prevoz z lastnim prevoznim sredstvom, prenočevanje, gostinske storitve, zabava in rekreacija ter nakupi ostalih dobrin. Model vsebuje vrsto funkcij, ki so sestavljene iz neodvisnih spremenljivk izraženih v obliki količine posameznih turističnih aktivnosti (npr. število nočitev v hotelu), koeficientov, ki so strošek na enoto izbranih turističnih aktivnosti (faktor stroškov) in odvisnih spremenljivk, ki so razne oblike turistične potrošnje za izbrano kategorijo turističnih proizvodov in storitev (Vanhove, 2005, str. 33).

Frechtling (2006, str. 32) navaja, da najpomembnejša razlika med navedeni metodami merjenja zadeva priložnost za sprožitev turistične potrošnje, iz katere se izpeljeta dve obliki: letna ocena turistične potrošnje v destinaciji in ocena turistične potrošnje, ki jo sproži poseben dogodek. V prvem primeru bodo ankete turistov ali model faktorja stroškov najprimernejša orodja za merjenje turistične potrošnje. V drugem primeru pa so zaradi specifik posebnih dogodkov ankete turistov tisto orodje, ki bo omogočalo izpeljavo ocene turistične potrošnje.

2.2.3 Problematika merjenja turistične potrošnje skozi ankete turistov

Lovejoy (2003, str. 7) ugotavlja, da je najučinkovitejša metoda ugotavljanja turistične potrošnje uporaba anketnih obrazcev, v katerih se skuša pridobiti informacije o količini in vrsti potrošenih turističnih dobrin. Iz tako pridobljenega vzorca se izračuna povprečno turistično potrošnjo, ki se jo lahko prenese na celotno turistično potrošnjo določene regije, države ali pa na ostale izbrane kriterije (Stynes & White, 2006, str. 8).

Vanhove (2005, str. 32) doda, da je potrebno anketirati turiste v času trajanja turistične rekreacije in največ 24 ur po opravljeni potrošnji. V tem primeru ta metoda zagotavlja zanesljiv in učinkovit način merjenja potrošnje. Stynes & White (2006, str. 9) nadaljujeta, da je potrebno sprva zajeti vzorec turističnih potovanj, iz njega izračunati povprečno potrošnjo, povprečno število potnikov na potovanje in povprečno dolžino potovanja ter iz teh podatkov izpeljati povprečno dnevno potrošnjo ali povprečno potrošnjo na turista. V kolikor se poslužuje obratni postopek, lahko ta metoda poda netočne podatke.

Stynes & White (2006, str. 10) opozorita na 3 najpogostejše vire napak anket turistov, ki se odražajo v netočnih podatkih o turistični potrošnji:

- napaka pri merjenju;
- napake zaradi nereprezentativnih vzorcev in napake vzorčenja;
- napake v analizi in interpretaciji.

Napaka pri merjenju se nanaša na razliko med posredovanimi informacijami o potrošnji in o dejanski potrošnji turističnih dobrin. Zaradi te nevarnosti je potrebno anketirati turista kmalu po izvedbi turistične potrošnje saj se s tako izognemo posredovanju prenizke ali previsoke turistične potrošnje (angl. *recall bias*) ter posredovanju potrošnje, ki presega meje turistične destinacije (angl. *telescoping*) (Wilton & Polovitz Nickerson, 2006, str. 18).

Za pridobitev povprečne turistične potrošnje izbrane populacije turistov je potrebno imeti reprezentativen vzorec te populacije. To veleva oblikovanje vzorca na podlagi dolžine bivanja, potrošnih navad, stopnje dohodka itd. V kolikor vzorec ni oblikovan na podlagi teh in drugih kriterijev, potem ne bo reprezentativen in bo odražal napačne podatke. Ker je relativno težko oblikovati reprezentativne vzorce, se svetuje ugotavljanje povprečja za ozko določene segmente turistov (Stynes & White, 2006, str. 10).

Ocena turistične potrošnje skozi anketo o turistih, ki je izvedena v kraju turistične rekreacije kmalu po izvedbi potrošnje in kjer so zgoraj navedene napake minimizirane, nudi podrobne podatke o turistični potrošnji in potrošnih vzorcih turistov, ki se jih lahko uporabi za nadaljnje analize, strategije in trženjske namene (Wilton & Polovitz Nickerson, 2006, str. 24).

2.2.4 Merjenje turistične potrošnje v Sloveniji

V Sloveniji pridobiva podatke o turistični potrošnji Statistični urad Republike Slovenije. Turistično potrošnjo obravnava iz vidika domače in tuje turistične potrošnje ter tako izvaja dve vrsti anket: o tujih turistih in o turističnih potovanjih domačega prebivalstva.

Z anketo o tujih turistih (Priloga 6) pridobivamo podatke o sociodemografskih značilnostih tujih turistov in spoznavamo značilnosti njihovega bivanja v Sloveniji. Zbiramo tudi podatke o povprečni potrošnji tujih turistov in o njihovih vtisih o naši državi in bivanju v njej. Rezultati ankete kot posnetek stanja pomagajo oblikovati politiko razvoja turizma in so hkrati element za oceno izračunavanja prilivov iz turizma (SURs, 2010b).

Skozi to anketo se izračunajo povprečni dnevni izdatki na turista, ki vključuje vse izdatke, ki jih je imel turist med bivanjem v Sloveniji, in sicer za nastanitev, za hrano in pijačo v lokalih in trgovinah, za druge nakupe, za prevoz po Sloveniji, za rekreativne in kulturne dejavnosti, za igre na srečo itd. (SURs, 2010c).

Velja opozoriti, da se anketa o tujih turistih izvaja vsaka 3 leta. Zadnje anketiranje je potekalo v aprilu, juniju, juliju in avgustu ter decembru 2009, kjer so bili anketirani naključno izbrani tuji turisti v izbranih hotelih in kampih. Naslednja anketa je predvidena leta 2012, ki bo po zadnjih informacijah identična tej iz leta 2009, ki je prikazana v prilogi 6.

Za ugotavljanje potrošnje domačih turistov se izvaja anketa o turističnih potovanjih domačega prebivalstva (Priloga 7). To anketo se izvaja vsako četrletje in se poleg ostalih kategorij ugotavljajo tudi povprečni dnevni izdatki na turista na zasebnem (in poslovnem) potovanju, po spolu in starosti turistov ter po značilnostih potovanj (SURs, 2010).

3 GOSPODARSKI POMEN TURIZMA

Vplivi turistične dejavnosti se združujejo v tri kategorije: ekonomske, sociokulturne in ekološke oz. okoljske. Ekonomski in neekonomski vplivi (sociokulturni in okoljski) turizma na izbrano regijo so lahko pozitivne ali negativne narave (Lindberg & Johnson, 1997, str. 91).

Dejstvo, da ima turistična dejavnost vpliv na gospodarstvo, je bilo splošno sprejeto med državami že daleč nazaj. Povišana (ali znižana) stopnja turistične aktivnosti, ki je lahko plod trženjskih strategij, letalskih povezav, davčnih ukrepov, posebnih dogodkov itd., bo imela vpliv na celotno gospodarstvo in še posebej na gospodarstvo regije, kjer se odvija. Dwyer et al. (2004, str. 308) navaja, da vlada percepcija turizma kot gospodarske dejavnosti, ki ima pozitivne ekonomske vplive in ki jo kaže spodbujati zavoljo rasti celotnega gospodarstva.

Mednarodna turistična dejavnost ima preko vrste kanalov vpliv na dolgoročno gospodarsko rast. Prvi od teh kanalov se nanaša na turizem kot dejavnost, preko katere se v gospodarstvo stekajo devizni prilivi. Kot alternativa izvozu turistična potrošnja prispeva k plačilni bilanci gospodarstva in predstavlja pomemben vir prihodkov za celotno gospodarstvo. Devizni prilivi se stekajo nakupom dobrin in storitev, kar seveda spodbudi gospodarsko rast (Kim et al., 2006, str. 925). Drugič, spodbuja investicije v novogradnje in v višjo stopnjo konkurenčnosti med domačimi in tujimi poslovnimi subjekti. Tretjič, spodbuja ostale dejavnosti preko direktnih, indirektnih in induciranih vplivov. Četrto, prispeva k zaposlovanju in povečuje dohodke zaposlenih. Petič, omogoča domačim podjetjem pozitivno izrabo ekonomij obsega. Nenazadnje turistična dejavnost predstavlja pomemben vir širitve znanja, stimulira raziskave in razvoj ter akumulira človeški kapital. Te ugotovitve, da turistična dejavnost sproži ali prispeva k dolgoročni gospodarski rasti, so v literaturi poznane v okviru hipoteze turizma kot pospeševalca gospodarski rasti (Schubert et al., 2011, str. 377).

Turistična dejavnost pomaga skozi svoje dohodkovne, zaposlitvene, devizne in multiplikacijske učinke gospodarstvu doseči višjo stopnjo razvitosti in rasti (Rasul &

Manandhar, 2009, str. 188). Hitrejša gospodarska rast pomeni tudi širitev gospodarstva, kar prispeva k večji konkurenčnosti. Turistična dejavnost tako prispeva h krepitvi in širitvi gospodarstva, kar pomeni, da prispeva k večji konkurenčnosti gospodarstva na mednarodnih tleh (Jin, 2011, str. 339).

Poleg ekonomskih vplivov je lahko turizem tudi mehanizem družbenih sprememb in napredka družbe, saj skozi interakcijo turistov in domačinov nudi obema vpogled v nove ideje, kulturo, vrednote, način življenja in tako spodbuja tudi družbeni napredek (Todaro, 1997, str. 16).

3.1 Turizem kot pospeševalec gospodarske rasti

Rast BDP označujemo s pojmom gospodarska rast, pri čemer je termin za merjenje rasti znan kot stopnja gospodarske rasti. V kolikor pride do pojava povečanja proizvodnje ali storitev v izbrani državi, potem je moč govoriti o gospodarski rasti. Lahko se jo meri v odnosu do povečanja števila prebivalstva, delovnih mest ali v odnosu do rasti celotnih prihodkov ali zaposlitev (Yamoah, 2007, str. 23).

Univerzalna teorija gospodarske rasti ne obstaja, ampak se teoretični okviri za obravnavo gospodarske rasti izpeljujejo iz različnih ekonomskih teorij, na eni strani iz neoklasične teorije, na drugi iz teorije naravnih virov, vmes pa še iz vrste ostalih teorij (Yamoah, 2007, str. 35). Nekatere od teorij navajajo, da so razpoložljivi resursi vir gospodarske rasti, druge, da je odprtost trga in vpetost v mednarodno trgovino ključ hitrejše gospodarske rasti, spet tretje dajejo pozornost človeškemu virom, infrastrukturi gospodarstva in učinkoviti vladni politiki, četrte domačim in tujim investicijam ter višini dolga države itd. (Francis, 2003, str. 33).

Različna časovna razdobja so v toku zgodovine nudila različno stopnjo naklonjenosti klasični ideji prostega trga Adama Smitha in protekcionističnim načelom merkantilistov. V zadnjih desetletjih je moč reči, da je prisotna neoklasična naklonjenost gospodarstev do mednarodne trgovine, ki ima pozitiven vpliv na gospodarsko rast. Da mednarodna trgovina ugodno vpliva na gospodarsko rast, potrdijo številne študije, ki kažejo, da imajo navzven usmerjena gospodarstva konstantno večjo gospodarsko rast kot pa vase usmerjena gospodarstva. Lep primer se kaže v azijskih tigrih, kjer je njihova zgodnja odprtost do mednarodne trgovine pripomogla do hitre rasti gospodarstva (Chimobi, 2010, str. 137).

Korelacija med izvozom in gospodarsko rastjo je torej pozitivna. Tako ima s svojimi neposrednimi vplivi (denarni prilivi) kot tudi s svojimi posrednimi vplivi (eksternalije) izvoz pozitiven vpliv na BDP. Zakaj je temu tako, so mnenja deljena; nekateri avtorji dajejo v ospredje njegovo spodbujanje specializacije v proizvodnji, drugi ekonomije obsega, tretji devizne prilive, četrto multiplikacijske učinke itd. (Mat Ghani, 2006, str. 28).

3.1.1 Hipoteza izvoza kot pospeševalca gospodarske rasti

Iz trditev navedenih v poglavju 3.1 je izpeljana hipoteza izvoza kot pospeševalca gospodarske rasti (angl. *exports-led growth hypothesis*), ki narekuje, da rast gospodarstev ni odvisna le od

povečanja obsega dela in kapitala znotraj izbranega gospodarstva, temveč tudi od povečanja obsega izvozne dejavnosti gospodarstva. Nadalje hipoteza navaja, da je izvoz lahko pospeševalec gospodarstva, ki bo generiral hitro in konstantno gospodarsko rast (Singh & Saeed, 2010, str. 252). Izpeljana je iz kejnezianske teorije rasti, ki pravi, da je gospodarska rast odvisna od stopnje rasti povpraševanja. V tem oziru rast izvozne dejavnosti predstavlja sredstvo za povečevanje rasti povpraševanja, ki pripelje do višje gospodarske rasti. Navedeno odraža neoklasično misel, ki trdi, da se gospodarska rast lahko doseže z izvozno usmerjeno strategijo gospodarstva (Tang, 2006, str. 33).

Baharumshah & Rashid (1999, str. 262) navajata, da izvozna dejavnost ustvarja gospodarsko rast preko naslednjih šestih kanalov:

- ekspanzija trgovine bo okrepila produktivnost skozi ekonomije obsega v izvozni dejavnosti;
- povečana stopnja konkurenčnosti na mednarodnih trgih spodbuja tehnološki razvoj in izboljšano vodenje gospodarskih družb, čigar vplivi se bodo razlili (angl. *spill-over effects*) v ostale neizvozne dejavnosti in industrije, kar se bo odražalo v povečani rasti celotnega gospodarstva;
- devizni prilivi iz naslova izvoza bodo odpravili nekatere omejitve pri gospodarski rasti, saj bodo povečali obseg uvoza dobrin široke potrošnje, kapitala in dobrin oz. surovin za nadaljnjo proizvodnjo. Širitev izvozne dejavnosti spodbuja akumulacijo kapitala, kar posledično privede do gospodarske rasti;
- izvoz ima lahko zaradi boljše alokacije virov, ki se jih locira skozi specializacijo in iskanje komparativnih prednosti, ugodne vplive na višjo produktivnost podjetij;
- skozi povečanje obsega izvozne dejavnosti se ustvarjajo nove zaposlitvene priložnosti in povečuje dohodek prebivalstva;
- izvoz ima pozitiven vpliv na krivuljo tehnološkega učenja podjetij, kar se razlije po gospodarstvu in prispeva k večji stopnji produktivnosti in odprtosti podjetij.

Države, ki obsegajo štiri azijske tigre (Hong Kong, Tajvan, Singapur in Južna Koreja), so dober primer gospodarstev, ki svojo politiko gospodarskega razvoja temeljijo na izvozni dejavnosti. Tako od 60. let prejšnjega stoletja beležijo visoko in konstantno gospodarsko rast. Na drugi strani so države Latinske Amerike, ki s svojimi vase usmerjenimi gospodarstvi dosegajo slabše rezultate na področju gospodarske rasti (Singh & Saeed, 2010, str. 253).

Velja poudariti, da je gospodarska rast izredno kompleksen pojav, ki je odvisen od številnih dejavnikov, med drugim od kapitala, izvoza, človeških virov, trgovine, cenovnih sprememb, političnih razmer, geografske lokacije itd. (Nain & Ahmad, 2010, str. 69). V primeru azijskih tigrov je vsekakor izvoz prispeval veliko k hitri gospodarski rasti, vendar velja opozoriti, da je v zaledju celovita strategija, ki obsega tudi intervencijo države v gospodarstvo preko protekcionističnih in monetarnih ukrepov ter ostalih mehanizmov uravnavanja gospodarstva.

3.1.2 Hipoteza turizma kot pospeševalca gospodarske rasti

Tema o tem, ali naj gospodarstva razvijajo turistično dejavnost za doseg dolgoročne gospodarske rasti, je relativno nova. Še do nedavnega je večji del stroke dajal prednost izvozu naravnih virov in proizvedenih izdelkov za generiranje gospodarske rasti, v zadnjem času pa se čedalje več pozornosti namenja izvozu druge oblike proizvodov, ki niso ne surovine in ne izhajajo iz proizvodnje, temveč sodijo v kategorijo storitev. V tem oziru lahko na turistično dejavnost gledamo kot na netradicionalno obliko izvoza, ki se potroši in generira prihodke v kraju nastanka, ter tako prispeva k gospodarski rasti (Cortes-Jimenez et al., 2009, str. 2).

Gospodarska pomembnost turistične dejavnosti je izpeljana iz dejstev, da turizem predstavlja pomemben vir prihodkov, zaposljivosti, rasti zasebnega sektorja in razvoja infrastrukture gospodarstev. Še posebej so zgornji vplivi pomembni za mala gospodarstva in gospodarstva v razvoju, seveda pa je turistična dejavnost pomemben steber tudi razvitih gospodarstev. Skozi vse te pozitivne ekonomske vplive turizem ne le stimulira rast svoje dejavnosti, temveč tudi pospeši rast celotnega gospodarstva. Krepitev gospodarske rasti skozi udejanjanje turistične dejavnosti je postala pomembna strategija gospodarskega razvoja večine svetovnih gospodarstev (Chen & Chiou-Wei, 2009, str. 812).

Cortes-Jimenez et al. (2009, str. 2) nadaljujejo, da je teza o turistični dejavnosti kot glavnemu atributu pospeševanja gospodarske rasti in razvoja gospodarstev v razvoju splošno uveljavljena in njena pomembnost strmo narašča.

Neposredno iz hipoteze izvoza kot pospeševalca gospodarske rasti sta leta 2002 Balaguer in Cantavella-Jorda na primeru Španije izpeljala hipotezo turizma kot pospeševalca gospodarske rasti (angl. *tourism-led growth hypothesis*), s čimer sta sprožila vrsto novih raziskav, ki ugotavljajo, ali turizem sproži gospodarsko rast ali pa razvoj gospodarstva prispeva k rasti turistične dejavnosti (Cortes-Jimenez & Paulina, 2007, str. 3).

Hipoteza turizma kot pospeševalca gospodarske rasti navaja kopico argumentov, ki kažejo, da bo turistična dejavnost postala glavna determinanta dolgoročne gospodarske rasti. Prvi argument, ki kaže v prid tej hipotezi, je, da se devizni prilivi iz naslova turistične potrošnje lahko usmerijo v proizvodnjo proizvodov in storitev iz ostalih dejavnosti gospodarstva, kar posledično pripelje do gospodarske rasti (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2000, str. 2).

Seveda se osnovni argument dopolni z ostalimi argumenti, ki so bili izpeljani iz hipoteze izvoza kot pospeševalca gospodarske rasti in so navedeni pod poglavjem 3.1.1. Vredno je omeniti, da prihodki iz naslova mednarodne turistične potrošnje generirajo gospodarsko rast tudi skozi povečano stopnjo konkurenčnosti med podjetij v turistični dejavnosti in med posameznimi turističnimi destinacijami.

Balaguer & Cantavella-Jorda (2000, str. 10) sta prva potrdila hipotezo turizma kot pospeševalca gospodarske rasti. Dokazala sta, da so v razdobju 1975–1997 prihodki iz naslova mednarodnega turizma v Španiji konstantno kompenzirali neučinkovitost ostalih

dejavnosti gospodarstva. Na podlagi turistične dejavnosti se je torej ohranjala in ustvarjala gospodarska rast Španije.

Hipoteza obravnava mednarodno turistično dejavnost kot pomemben strateški faktor pospeševanja rasti celotnega gospodarstva (Brida et al., 2008, str. 1). Velja poudariti, da se hipoteza ne omejuje le na mala gospodarstva, temveč se nanaša na vse oblike in velikosti gospodarstev. Norsiah & Kamaruzaman (2010, str. 141) nadaljujeta, da morajo gospodarstva na podlagi številnih potrditev podane hipoteze, vključevati turistično dejavnost v svoje strategije gospodarskega razvoja, saj bodo s tem generirala potrebne devizne prilive, ki se bodo poleg ostalih ugodnih vplivov odražali tudi v pospešeni gospodarski rasti.

Brida & Paulina (2010, str. 4) ugotavljata, da ima mednarodna turistična potrošnja pozitiven vpliv na dolgoročno gospodarsko rast preko naslednjih kanalov:

- turistična dejavnost je pomemben vir generiranja deviznih prilivov, ki se jih lahko uporabi pri nadaljnjem proizvodnem procesu. Tako gospodarstva ciljajo na povečanje deviznih prilivov iz naslova mednarodne turistične potrošnje, skozi katere financirajo uvoz in ohranjajo raven državnih rezerv;
- turistična dejavnost igra pomembno vlogo pri stimuliranju investicij v infrastrukturo, človeški kapital in stopnje konkurenčnosti. Turistična dejavnost sloni na 4 produkcijskih faktorjih: človeški in fizični kapital, tehnologija in naravni viri. Človeški kapital igra odločilno vlogo pri turizmu, zato se lahko na turizem gleda kot na gospodarsko dejavnost, ki generira vrsto novih delovnih mest. Fizični kapital, ki sestoji iz širokega nabora zasebne in splošne infrastrukture, kot so letališča, pristanišča, ceste, hoteli in restavracije, je prav tako pomemben dejavnik proizvodnje in trgovine. Tehnologija je naslednji faktor za produktivnost in učinkovito rast. To še posebej velja v svetovnem gospodarstvu, kjer informacijska in komunikacijska tehnologija predstavlja vrsto priložnosti za turistične destinacije;
- turistična dejavnost spodbuja ostale dejavnosti gospodarstva preko direktnih, indirektnih in induciranih vplivov. Povečana stopnja turistične potrošnje bo pripeljala do dodatne aktivnosti v ostalih dejavnostih. Seveda pa je te ugodne vplive turizma na ostale dejavnosti zaradi heterogenosti turizma izredno težko ugotavljati. V ta namen se od 90. let prejšnjega stoletja veliko pozornosti namenja izboljšavi metod merjenja ekonomskih vplivov turizma, s pomočjo katerih gospodarstva lažje razumejo in ocenijo ekonomske vplive turistične dejavnosti;
- turistična dejavnost generira zaposlovanje in s tem posledično povečuje prihodke. To se navezuje na t. i. multiplikacijske učinke turizma. Mednarodna turistična potrošnja financira lokalna podjetja. Del prihodkov iz tega naslova gre za plačila produkcijskih faktorjev (plače, obresti, najemnine itd.), ostali del pa postane dobiček. Ta dobiček v nadaljevanju sproži novo potrošnjo, ki proizvede nadaljnje ekonomske vplive;
- turistična dejavnost sproži tudi pozitivne ekonomije obsega. Kot je znano iz ekonomske teorije, se povprečni stroški na enoto znižajo, ko se obseg proizvodnje poveča. Poleg tega pa tudi s povečanjem proizvodnje števila različnih proizvodov padejo celotni povprečni stroški posameznega podjetja. Tako denimo hotelski objekti

ob povečanju mednarodnega turističnega povpraševanja širijo svoj obseg poslovanja in diverzificirajo svoje poslovanje z nudenjem dodatnih storitev.

Zgoraj navedena prepričanja o tem, da lahko turistična dejavnost sproži ali pospeši gospodarsko rast, so tako zajeta v hipotezi turizma kot pospeševalca gospodarske rasti. Velja poudariti, da se ta hipoteza lepo odraža na primeru majhnih gospodarstev. Prvih deset gospodarstev po deležu prispevka turistične dejavnosti k BDP so mala gospodarstva, oziroma bolje rečeno, manjše otoške države. Tako so številna tropska otoška gospodarstva reorganizirala svoje strategije gospodarskega razvoja in se iz tradicionalnega izvoza, denimo sladkornega trsa, preusmerila v razvoj turistične dejavnosti. Ta poteza jim omogoča doseči željeno gospodarsko rast in na temelju turistične dejavnosti ohranjati zdravo gospodarstvo (Schubert et al., 2011, str. 377).

S pospešenim raziskovanjem hipoteze turizma kot pospeševalca gospodarske rasti se je pojavila vrsta novih vprašanj. Eno izmed teh je tudi, da še ni jasno, ali rast turistične dejavnosti pospeši gospodarsko rast ali pa obratno rast gospodarstva prispeva k rasti turistične dejavnosti. Oh (2005, str. 43) navaja, da je turistična dejavnost tista, ki sproži in pospeši gospodarsko rast, a vendarle bodo potrebne še dodatne raziskave, ki bodo to tudi potrdile.

3.1.3 Turizem in gospodarski razvoj v okviru teorije kapitalnega koeficienta

Mihalič (2010, str. 70) navaja, da je razprava o sposobnosti turizma za stimulacijo gospodarske rasti in prispevka k BDP predmet intenzivne razprave, v kateri so zagovorniki turizma enako glasni kot njegovi nasprotniki. Ta razprava pogosto temelji na analizi kapitalnega koeficienta v turističnem gospodarstvu v primerjavi s kapitalnim koeficientom v celotnem gospodarstvu.

Kapitalni koeficient (Tabela 2) je opredeljen kot razmerje med inputom in outputom kapitala v določenem časovnem razdobju. Predpostavlja se, da povečanje stopnje, po kateri kapital proizvaja output (to je nižja vrednost kapitalnega koeficienta) ugodno vpliva na povečanje gospodarske rasti (Mihalič, 2010, str. 71).

Tabela 2: Zapis kapitalnega koeficienta in mejnega kapitalnega koeficienta

Kapitalni koeficient R	Mejni kapitalni koeficient MR
$R = \frac{K(t)}{Y(t)} \quad (7)$	$MR = \frac{DK(t)}{DY(t)} \quad (8)$

Legenda:

$K(t)$... kapital v določenem časovnem razdobju

$Y(t)$... output (BDP) v določenem časovnem razdobju

$\Delta K(t)$... sprememba v kapitalu v določenem časovnem razdobju

$\Delta Y(t)$... sprememba outputa (BDP) v določenem časovnem razdobju

Vir: T. Mihalič, Ekonomske funkcije turizma, 2010, str. 71.

V ekonomski analizi turizma se kapitalni koeficient v turistični dejavnosti primerja s kapitalnim koeficientom za celotno gospodarstvo in, v kolikor je kapitalni koeficient turistične dejavnosti nižji kot njegova vrednost v celotnem gospodarstvu, potem turizem pospešuje gospodarsko rast v celotnem gospodarstvu. V primeru, če je turistični kapitalni koeficient višji, pa deluje zaviralno na stopnjo gospodarske rasti (Mihalič, 2010, str. 71).

Na podlagi vpliva turistične dejavnosti na gospodarstvo teorija turističnega kapitalnega koeficienta razvršča turizem v tri razvojne faze oz. stopnje (Tabela 3).

Tabela 3: Stopnje v razvoju turizma glede na vrednost kapitalnega koeficienta

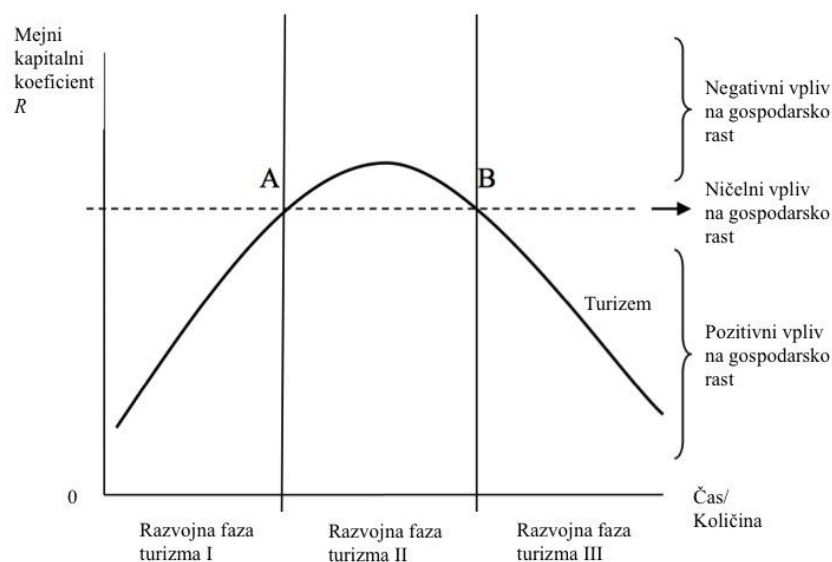
Stopnja v razvoju		Kapitalni koeficient	Vpliv na gospodarsko rast
I	Pred razvojem turizma (spontani obiski)	MR turistične dejavnosti < MR celotnega gospodarstva	Turizem prispeva h gospodarski rasti, vendar zaradi majhnega obsega te vplivi niso veliki.
II	Razvoj turizma (investicije v turizem)	MR turistične dejavnosti > MR celotnega gospodarstva	Zavesten razvoj turizma zavira gospodarsko rast zaradi velikih kapitalskih vlaganj v turistično infra- in superstrukturo in zaradi počasnih rezultatov teh investicij
III	Razvita turistična dejavnost (vzpostavljena turistična infra- in superstruktura)	MR turistične dejavnosti < MR celotnega gospodarstva	Turizem pospešuje gospodarsko rast, saj so pretekla vlaganja v turistično infra- in superstrukturo zaključena in prično dajati donose. Povečuje se število turistov in njihova potrošnja.

Vir: T. Mihalič, Economic Impacts of Tourism, particularly its Potential Contribution to Economic Development, 2012, str. 11.

V prvi razvojni fazi torej turizem poteka zgolj na spontan način. Investicij v turizem ni veliko in ponudniki turističnih storitev izvajajo to dejavnost s pomočjo improvizacije. Na tej razvojni stopnji je kapitalni koeficient turizma mnogo nižji kot povprečni razvojni koeficient v celotnem gospodarstvu. V drugi razvojni fazi turizma se prične turistični obisk povečevati in s tem tudi potreba po dodatnih vlaganjih v turizem. Z investicijami v turizem prične vrednost povprečnega kapitalnega koeficienta v turizmu naraščati in preseže vrednost povprečnega koeficienta v celotnem gospodarstvu, kar upočasnjuje gospodarsko rast. V tretji razvojni fazi pa zaradi posledice preteklih, že zaključenih investicij v turizmu, začne vrednost kapitalnega koeficienta padati in se ustavi pod vrednostjo kapitalnega koeficienta celotnega gospodarstva. Mihalič (2010, str. 73) navaja, da je to deloma sad tekočih inovacij in izboljšav v kakovosti in asortimentu turističnih proizvodov, ki ne zahtevajo več (dodatnih) vlaganj, povečujejo pa turistično potrošnjo in tako prek vpliva na output znižujejo vrednost turističnega kapitalnega koeficienta, saj je le malo dodatnih vlaganj potrebnih za dodatno enoto turističnih donosov.

Na sliki 6 mejni kapitalni koeficient v obliki navzdol obrnjene črke U lepo ponazarja razvojne faze vplivov turizma na gospodarstvo.

Slika 6: Stopnje v razvoju turizma in njegov vpliv na gospodarsko rast



Vir: T. Mihalič, *Economic Impacts of Tourism, particularly its Potential Contribution to Economic Development*, 2012, str. 12.

Teorija kapitalnega koeficienta kaže, da je zmožnost turizma pospeševati gospodarsko rast odvisna od razvitosti celotnega gospodarstva. Stopnja razvitosti gospodarstva je pomemben dejavnik, ki vpliva na znižanje vrednosti kapitalnega koeficienta. Bolj kot je razvito gospodarstvo, večji so zaslužki od turistične nočitve in obratno (Mihalič, 2010, str. 74).

3.2 Ekonomski vplivi turizma

Kot je razvidno iz poglavja 3.1 vlada v zavesti gospodarstev prepričanje, da ima turistična dejavnost pozitiven vpliv na gospodarstvo. Na svetovni ravni je prisoten trend povečevanja izdatkov namenjenih za turistično potrošnjo, kar narekuje visoko stopnjo razvoja te dejavnosti, in v prihodnje je moč pričakovati, da bo ta razvoj potekal s to isto razvojno hitrostjo. Zaradi napisanega je tako izredno pomembno razumeti načine in poti, preko katerih turistična potrošnja vpliva na gospodarstvo in kako se jo lahko s primernimi ukrepi še dodatno spodbudi in okrepi (Schubert & Brida, 2009, str. 591).

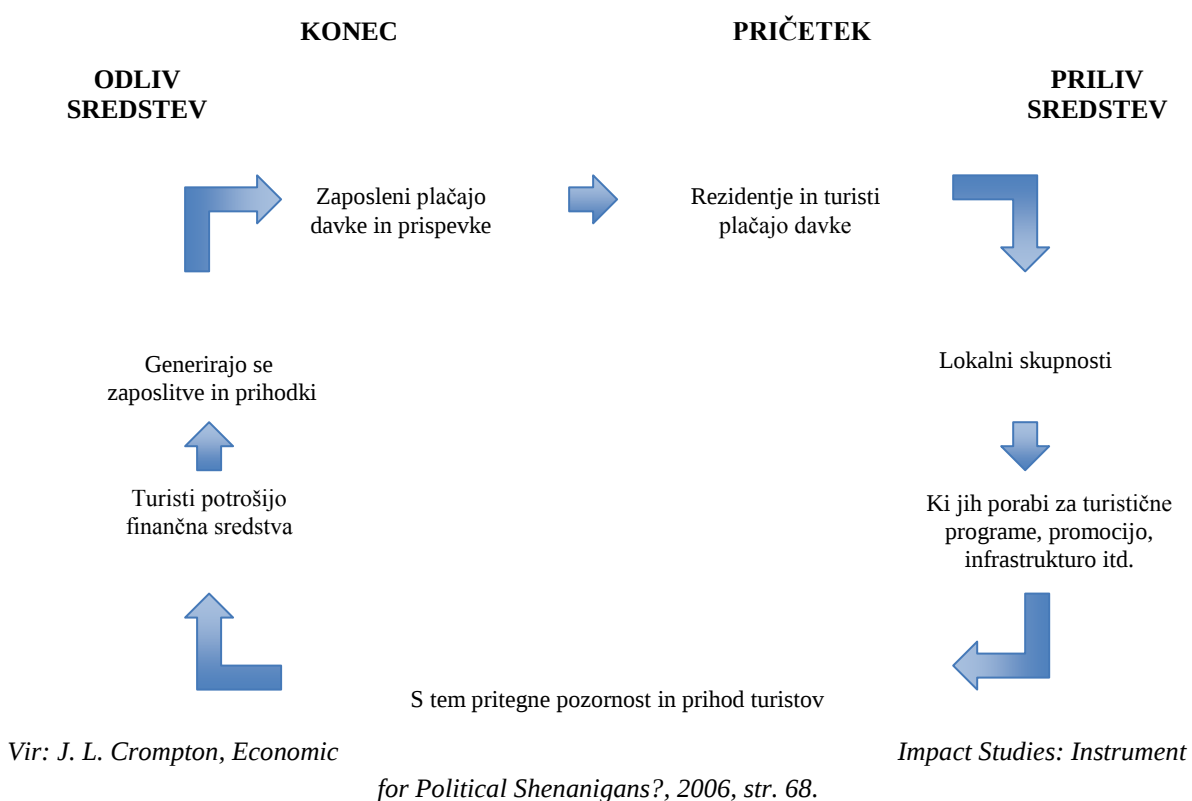
Turizem vpliva na generiranje prihodkov in zaposlitvenih možnosti ne samo v dejavnostih, kjer se realizira turistična potrošnja, temveč tudi v ostalih področjih gospodarstva, kjer prejemniki svoje prihodke porabijo. Velja poudariti, da generiranje prihodkov in zaposlitev sproži tako turistična potrošnja iz naslova mednarodnega turizma kot tudi domača turistična potrošnja in v marsikaterih gospodarstvih domača presega tujo turistično potrošnjo (Sinclair & Stabler, 1997, str. 139).

Turistična dejavnost naj bi generirala prihodke in zaposlovanje, vodila k pozitivni plačilni bilanci, stimulirala s turizmom povezane dejavnosti ter prispevala k povečani gospodarski aktivnosti posamezne države. Turizem naj bi s tem imel vpliv na najpogosteje uporabljeno kvalitativno enoto mere gospodarskega razvoja, BDP (Ivanov & Webster, 2007, str. 379).

Ekonomske vplive (angl. *economic impacts*) je moč razvrstiti in obravnavati z vidika različnih kriterijev, pri čemer se bom sam posluževal pristopa, ki obravnava turistično potrošnjo z vidika pozitivnih in negativnih ekonomskih vplivov na gospodarstvo in z vidika škode in koristi, ki jih ustvari turistična potrošnja gospodarstvu.

Ekonomska analiza vplivov turizma sledi in seštevata monetarna plačila turistične potrošnje, ko potujejo po regionalnem gospodarstvu. S tem meri transferje plačil iz ene dejavnosti v drugo (Tyrell & Johnston, 2006, str. 3). Crompton (2006, str. 67) navaja, da je cilj analize ekonomskih vplivov turizma, ki so definirani kot ekonomska sprememba v prihodku lokalnega prebivalstva zaradi realizacije turistične potrošnje, oceniti ekonomske koristi v širšem kontekstu, ki jih ta prinaša lokalnim skupnostim.

Slika 7: Konceptualni okvir procesov ekonomskih vplivov turizma na lokalni ravni



Na lokalni ravni je moč prikazati ekonomske vplive turistične potrošnje na način, kot je prikazan na sliki 7, kjer je razvidno, da predstavljajo predstavniki lokalnih skupnosti vir začetnih investicijskih vložkov za sprožitev turistične dejavnosti v njihovi skupnosti. V zameno za njihove začetne vloške in za naklonjenost turistični dejavnosti, pridobi lokalno prebivalstvo ROI (angl. *return on investment*) v obliki novih delovnih mest in povečanega dohodka gospodinjstvom. Ta proces se nadaljuje v neskončnost in prispeva k večjemu ekonomskemu blagostanju skupnosti (Crompton, 2006, str. 68).

Seveda pa je ta proces ekonomskih vplivov turizma, kot je prikazan na sliki 7, mnogo kompleksnejši in obsega direktne, indirektne in inducirane vplive.

3.2.1 Direktni vplivi turizma

Mihalič (2008, str. 227) navaja, da so direktni vplivi turizma posledica direktne turistične potrošnje, to je potrošnje prve transakcije direktno med turistom in njegovim dobaviteljem, npr. hoteli, agencijami, transportnimi podjetji itd.

Turistična potrošnja ima torej v tej prvi fazi direkten vpliv na gospodarsko aktivnost v obliki prihodkov od prodaje, plač in prispevkov zaposlenih v turistični dejavnosti in prihodkov države iz naslova obdavčitev s turizmom povezanih podjetij (Dwyer et al., 2010, str. 217).

Huse et al. (1998, str. 722) dodajo, da se direktni vplivi turistične potrošnje kažejo v dveh oblikah, in sicer kot direktni vplivi na primarno dejavnost, torej na turistično dejavnost, in kot povezani vplivi na sekundarne dejavnosti, torej na ostale s turizmom povezane dejavnosti. Direktni vplivi (angl. *direct effects*) turizma se nanašajo na področja, kjer turisti potrošijo svoja sredstva. Ta primarna turistična dejavnost obsega hotele, gostinske obrate, turistične agencije itd. Podjetja, osebnosti in institucije, ki doživljajo s turizmom povezane vplive (angl. *spin-off effects*) se nahajajo izven turistične dejavnosti in so prav tako deležne direktne turistične potrošnje (primeri so denimo trgovine z oblačili, bencinski servisi itd.).

S potrošnjo direktnih prihodkov iz naslova turistične potrošnje v proučevanem gospodarstvu se pojavijo indirektni in inducirani vplivi turizma (Huse et al., 1998, str. 723).

3.2.2 Indirektni vplivi turizma

Indirektni vplivi (angl. *indirect effects*) se sprožijo s cirkulacijo turistične potrošnje v destinaciji, znotraj katere potekajo transakcije med organizacijami. Te vplivi torej nastanejo, ko ponudniki turističnih dobrin nabavijo potrebne inpute za te dobrine od primernih ponudnikov, te od drugih ponudnikov itd. Ta indirektna turistična potrošnja oblikuje nadaljnje prihodke podjetjem, gospodinjstvom in državi. Prejemniki te potrošnje bodo porabili prihodke iz tega naslova za nadaljnji nakup potrebnih sestavin za proizvodnjo inputov in bodo s tem oblikovali prihodke ostalim podjetjem, gospodinjstvom in državi, ki ga bo spet porabila za oblikovanje potrebnih inputov. V tem krogu je skoraj vsaka dejavnost gospodarstva zajeta v indirektnih vplivih turistične potrošnje (Dwyer et al., 2010, str. 218).

Mihalič (2008, str. 227) doda, da v proučevanem letu del prihodkov iz prve transakcije v gospodarstvu ne »obleži«, temveč stopi v drugo transakcijo in se uporabi za izplačila za nabavo, plače, nove investicije itd.; del prihodkov tudi odteče iz gospodarstva, bodisi v tujino (uvoz materiala) ali v prihranke in ne sodeluje več v nadaljnjih gospodarskih aktivnostih v proučevanem gospodarstvu. Preostali prihodki pa stopijo še v tretjo, četrto, včasih tudi v peto transakcijo v razdobju enega leta. To je odvisno, kako hiter je obrat denarja v gospodarstvu.

3.2.3 Inducirani vplivi turizma

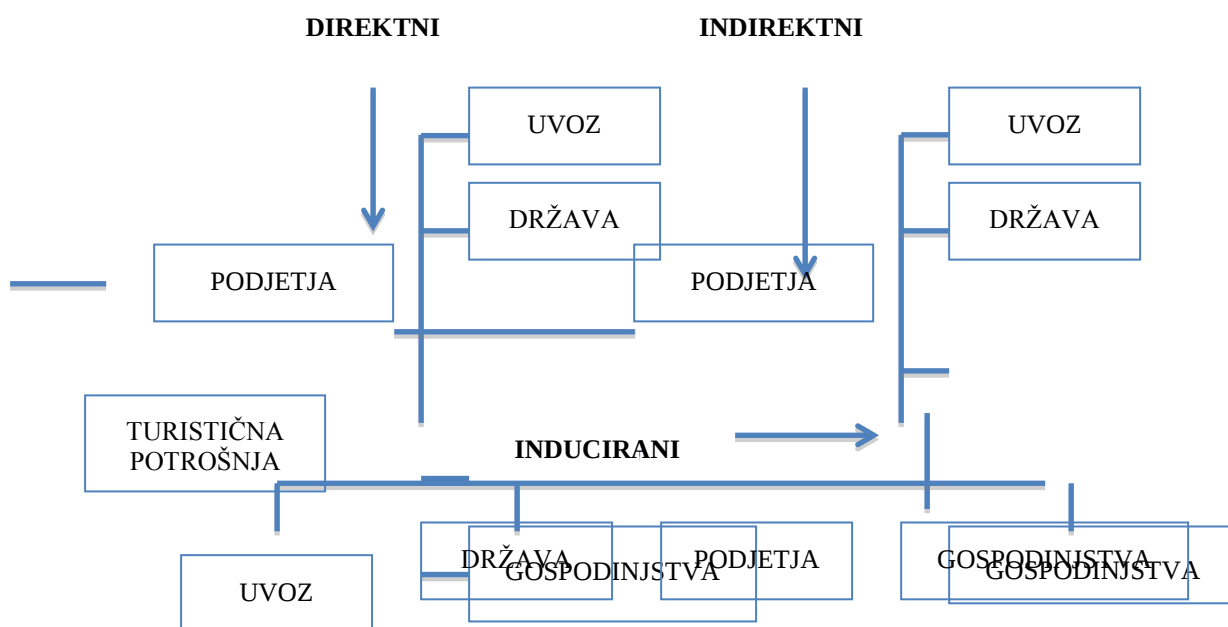
Zaradi povečanih plač v gospodarstvu, ki so posledica dodatne turistične potrošnje, se poveča tudi lokalna potrošnja. Tudi ta povzroči ekonomske aktivnosti v večih transakcijah in te vplive imenujemo inducirane vplive turistične potrošnje (Mihalič, 2008, str. 227).

Inducirani vplivi (angl. *induced effects*) tako nastanejo, ko prejemniki direktne in indirektno turistične potrošnje (lastniki podjetij in njihovi zaposleni) porabijo svoje prihodke. Na primer zaposleni v hotelskem objektu bodo porabili dele svojih plač za denimo najemnino, obiske kinematografov, nakup avtomobila itd. (Dwyer et al., 2010, str. 218).

3.2.4 Prispevek turizma h gospodarstvu

Torej, direktni vplivi vodijo do indirektnih in induciranih vplivov (Slika 8). Indirektni vplivi se nanašajo na potrošnjo podjetij v turistični dejavnosti in potekajo navzgor v verigi vrednosti (angl. *upstream effects*). Na drugi strani se inducirani vplivi nanašajo na potrošnjo zaposlenih v turistični dejavnosti in potekajo navzdol v verigi vrednosti (angl. *downstream effects*).

Slika 8: Direktni, indirektni in inducirani vplivi turistične dejavnosti



Vir: L. Dwyer et al., *Tourism Economics and Policy*, 2010, str. 219.

Vsota direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma predstavlja celotni prispevek turizma h gospodarstvu (angl. *economic contribution*). Celotni prispevek turistične dejavnosti so skupna povečanja v BDP, dodani vrednosti (v nadaljevanju DV), zaposlitvah itd. Zaradi lažje obrazložitve so v nadaljevanju omenjeni vplivi grupirani v dve skupini, in sicer v primarne (direktni vplivi) in sekundarne vplive (indirektni in inducirani vplivi).

Bull (1995, str. 148) navaja, da je v okviru obravnave ekonomskih vplivov turizma na gospodarstvo najpogosteje obravnavana tematika analiza sekundarnih vplivov turizma. Iz tega razloga se bom v prihodnjih odstavkih osredotočil na sekundarne vplive turizma in njegove tako imenovane multiplikacijske učinke.

3.2.5 Multiplikacijski učinki turizma

Multiplikacijski učinki turizma izhajajo iz ekonomske teorije multiplikacijskih učinkov, ki sta jih v prvi polovici prejšnjega stoletja razvila ekonomista J. M. Keynes in R. K. Kahn. Ta ekonomska teorija navaja, da penetracija novih denarnih sredstev v gospodarstvo skozi denimo mednarodno turistično potrošnjo stimulira celotno gospodarstvo ne le enkrat, temveč večkrat. Po tej teoriji se gospodarska rast generira skozi izvozne dejavnosti (poleg tega tudi s privatnimi in državnimi investicijami), ki posledično kreirajo zaposlitve in dohodek. V primeru turizma se lahko na prihodke iz naslova mednarodne turistične potrošnje gleda kot na izvozno dejavnost. Prihodke iz naslova izvoza je Keynes poimenoval kot injekcije v gospodarstvo, ki okrepijo potrošnjo znotraj gospodarstva. Ti devizni prilivi ostanejo v gospodarstvu in so deležni več krogov potrošnje (Lundberg et al., 1995, str. 135).

Multiplikator izraža posredne² vplive turistične potrošnje. Je razmerje med prihodki, ki jih ustvarijo podjetja in sektorji s tem, da turističnim podjetjem prodajajo svoje blago in storitve, ki jih ta potrebujejo za svojo proizvodnjo in za oblikovanje končne turistične ponudbe, ter začetno turistično potrošnjo kot delom osebne potrošnje (Planina & Mihalič, 2002, str. 245).

Multiplikator v turizmu predstavlja določeno število, ki se ga pomnoži z enoto začetne turistične potrošnje, in tako skuša oceniti obseg ekonomskih vplivov turizma (Dwyer et al., 2010, str. 285). Planina & Mihalič (2002, str. 249) nadaljujeta, da npr. multiplikator 3,27 pomeni, da povzroči vsaka enota začetne osebne turistične potrošnje dohodek v turističnem gospodarstvu skupaj v velikosti 3,27. Moč je reči, da multiplikator meri povezanost posamezne dejavnosti z ostalim gospodarstvom, in teza, da ima turizem enega izmed največjih multiplikacijskih učinkov v primerjavi z ostalimi dejavnostmi, verjetno ni daleč od resnice.

Dwyer et al. (2010, str. 219) ugotavlja, da so na vsaki stopnji multiplikacijskega procesa prisotna odtekanja (angl. *leakages*). Bull (1995, str. 149) nadaljuje, da razlog, zakaj je le del novo ustvarjenega dohodka ponovno potrošen v gospodarstvu, leži v drugih virih, ki zmanjšujejo ta dohodek in onemogočajo nadaljnjo potrošnjo le-tega v lokalnih transakcijah. Najpogostejši viri odtekanj so obdavčitve, oblikovanje prihrankov in potrošnja na uvozu. Lundberg et al. (1995, str. 135) doda, da, v kolikor pobrani davki niso ponovno vneseni v gospodarstvo, zmanjšajo ekonomski vpliv deviznih prilivov. Prihranki, ki niso takoj ponovno investirani, zmanjšajo obseg povpraševanja po dobrinah. Nenazadnje uvoz dobrin pomeni tudi odtok tega novo ustvarjenega denarja iz gospodarstva. Keynes v odnosu do svoje teorije tako ugotavlja, da se gospodarska rast sproži, ko je obseg injekcij večji od odtekanj.

² Beri kot sekundarne.

Posledica vsake oblike odtekanj je odtekanje denarnih sredstev iz domačega gospodarstva. To posledično pomeni, da se količina finančnih sredstev za nadaljnje multiplikacijske učinke zmanjša (Dwyer et al., 2010 str. 220). V primeru turistične dejavnosti bo obseg odtekanj odvisen od deleža turistične potrošnje, ki ostane v destinaciji, od deleža turistične potrošnje, ki postane prihodek lokalnega prebivalstva, in nagnjenosti lokalnega prebivalstva za potrošnjo tega novo ustvarjenega prihodka v destinaciji (Ryan, 2003. str. 165).

V odnosu do multiplikacijskih učinkov je moč povzeti, da ima turistična dejavnost ekonomske vplive skozi (Ryan, 2003, str. 161):

- prispevanje k plačilni bilanci. Na domače turiste, ki se odpravljajo v tujino, lahko gledamo kot na uvozno dejavnost, na mednarodne turiste, ki pridejo v destinacijo, kot na izvozno dejavnost in dodatno tudi, ko se domači turisti odločijo za letovanje v domovini in ne v tujini, se lahko na to gleda kot na učinek substitucije uvozu;
- ustvarjanja zaposlitev in dohodka z sprožitvijo investicij v turistične zmogljivosti, turistične potrošnje v dani lokaciji in marsikdaj s ponovno integracijo prihrankov v potrošnje odločitve.

Ekonomske vplivi turistične dejavnosti in njen prispevek h gospodarstvu so tako obrazloženi in jasni. Da pa bo moč ugotoviti, kakšne so dejanske koristi izvajanja turistične dejavnosti in tudi morebitne nezaželene škode iz tega naslova, se v prihodnjem poglavju osredotočim ravno na to, torej na koristi in škodo turistične dejavnosti.

3.3 Ekonomske koristi in škoda turizma

Lepp (2007, str. 881) podaja rezultate raziskave o razvoju turistične dejavnosti v vasi Bigodi v afriški državi Uganda, ki je bila izvedena leta 2003, in v njej citira lokalno prebivalko, ki svoje občutke o razvoju turizma v svoji vasi predstavi takole: »Vsi imamo koristi od turizma. V kolikor imaš kaj za prodati, lahko zaslužiš. Ne tako dolgo nazaj je ljudstvo trpelo, do zaslužka nisi moral priti. S prihodom turistov pa so se odprle različne poti za zaslužek. Ljudje služijo denar skoraj na vseh področjih.«

Seveda je rast in razvoj turistične dejavnosti v izbrani destinaciji povezana s povečanjem števila prihodov turistov v to destinacijo, kar ustvarja prihodke. Z večanjem števila obiskovalcev se povečuje potreba po izgradnji novih namestitvenih zmogljivosti in izboljšavi splošne infrastrukture. Poleg splošne infrastrukture narašča tudi potreba po turistični superstrukturi in dodatnih zmogljivostih in storitvah. Vse to sproži investicije v te objekte in storitve, za katere je financiranje zaradi mobilnosti kapitala in mednarodnih posojil relativno enostavno. Torej, povečanje in izboljševanje turistične infrastrukture, turistične superstrukture in tudi splošne infrastrukture ter večanje števila prihodov turistov ima na gospodarstvo tako ekonomske in neekonomske koristi kot pa tudi ekonomsko in neekonomsko škodo (Schubert, 2010, str. 321). Perdue et al. (1990, str. 589) so prikazali koristi in škodo od turizma v naslednjem modelu:

Slika 9: Umestitev koristi in škode turizma v model razvoja turistične dejavnosti



Vir: R. R. Perdue et al., *Resident Support for Tourism Development*, 1990, str. 589.

Kot je razvidno iz slike 9, je od razmerja med koristi in škodo turizma odvisna pripravljenost lokalnega prebivalstva za podpiranje razvoja turistične dejavnosti v njihovem okrožju. Preden se usmerim na predstavitev koristi in škode turizma, je vredno opozoriti na pomembnost ločevanja vplivov od koristi in škode.

Dwyer et al. (2010, str. 222) navaja, da se vplivi turizma ne odražajo vselej tudi v koristih. Ekonomski vplivi se nanašajo na spremembe v BDP, DV, zaposlenosti itd. Spremembe v BDP odražajo vrednost dodatne gospodarske aktivnosti, ki je rezultat turistične potrošnje, vendar ne odražajo oz. pokažejo tudi stroškov, ki jih je gospodarstvo utrpelo zaradi te dodatne gospodarske aktivnosti. Da se ustvari dodatna gospodarska aktivnost, ki vodi v povečanje BDP in gospodarsko rast, so potrebni inputi v to aktivnost, ki se odražajo v dodatnih zaposlitvah, v potrebi po novem kapitalu, po novih zemljiščih in po naravnih in kulturnih privlačnostih. Torej, z vključitvijo novih resursov za doseganje dodatne gospodarske aktivnosti iz naslova turistične dejavnosti BDP ne odraža s svojimi številkami pravih koristi za gospodarstvo in prebivalstvo. Moč je reči, da pretirava celo v svojih ocenah. Koristi so torej tisti kazalec, ki pokažejo, kako bolje gre gospodarstvu in prebivalstvu zaradi te dodatne gospodarske aktivnosti, ki je v tem primeru turizem.

3.3.1 Ekonomske koristi turizma

Ryan (2003, str. 149) klasificira gospodarske koristi turistične dejavnosti v osem skupin:

- turistična potrošnja mednarodnih turistov predstavlja zaslužke v obliki deviznih prilivov. Kot omenjeno v poglavju 3.2.2 lahko gledamo na turizem kot na izvozno dejavnost, ki prinaša prilive iz tujine, in posledično na odhode domačih turistov v tujino kot na uvozno dejavnost, s katero se odlivajo denarna sredstva v tujino in kot taka predstavlja izgubo gospodarstvu;
- potrošnja turistov predstavlja vir davčnih prihodkov za državo gostiteljico turistične aktivnosti. Lahko se jih aplicira v direktni obliki, kot denimo turistična taksa ali izhodna taksa, ali pa indirektno skozi klasične mehanizme, kot so davek od prodaje ali pa davek na DV;

- turistična potrošnja generira dobiček podjetjem, ki v zameno za poslovanje v turistični dejavnosti nudijo storitve oz. proizvode in vlagajo potreben kapital;
- ustvarjajo se nova delovna mesta;
- različne ekonomske koristi v obliki eksternalij. Pri tem gre za koristi tretjih oseb, ki niso neposredno vpete v ekonomske transakcije turistične dejavnosti;
- skozi turistično potrošnjo se poveča potreba po enotah domače valute, kar zmanjša strošek domače valute napram ostalim valutam;
- turistična dejavnost omogoča doseganje že prej omenjenih ekonomij obsega, kar se še posebej odraža pri državah z manjšim številom prebivalstva;
- nenazadnje turistična dejavnost omogoča redistribucijo dohodka in zaposlitev v manj razvite regije. Marsikatera privlačnost leži v teh odmaknjenih regijah, kar prinaša gospodarske koristi tudi tem regijam.

Sirakaya et al. (2002, str. 58) navaja, da se od izvajanja turistične dejavnosti pričakuje kreiranje delovnih mest, kreiranje in distribucija prihodkov iz tega naslova in trajnostni regijski razvoj, kar posledično pripomore k dvigu kvalitete življenja prebivalcev. Kot je razvidno, so vse potencialne koristi od turizma mnogo širše in močno presegajo zgolj meje kreiranja zaposlitev in dohodka.

V primeru turizma kot generatorja zaposlitev velja povedati, da je turizem delovno intenzivna dejavnost. Planina & Mihalič (2002, str. 236) dodata, da je za turistično dejavnost značilen velik pomen živega dela kot glavnega produkcijskega faktorja v nekaterih panogah in v nekaterih razvojnih fazah. To še posebej velja za začetne razvojne faze turizma, ki ne zahteva visoke kvalifikacije. Obenem tudi pozitivno deluje na migracije prebivalstva, ker zadržuje prebivalstvo v manj razvitih regijah in redkeje poseljenih območjih ali celo privlači delovno silo iz drugih, bolj razvitih regij.

Seveda so z zaposlitveno funkcijo turizma povezani tudi določeni problemi, kot so relativno nizke plače, sezonskost, nizke kvalifikacije itd. (Lazič, 2011, str. 21), vendar lahko zaključim, da, v kolikor povečanje emitivnega turizma vodi k dodatni gospodarski aktivnosti in posledično do upada stopnje brezposelnosti, s tem turizem prinaša korist k celotnemu gospodarstvu (Dwyer et al., 2010, str. 228).

Turizem kot generator deviznih prilivov igra pomembno vlogo v plačilni bilanci gospodarstva. Čim večji je devizni priliv od turizma, toliko bolj je določena država sposobna financirati in povečati uvoz blaga ali povečati nakup storitev v tujini (Planina & Mihalič, 2002, str. 226). Poleg tega lahko zaradi povečane stopnje turističnega povpraševanja dosega višje cene svojih storitev, kar dvigne zaslužke lastnikov turističnih storitev oz. zmogljivosti (Dwyer et al., 2010, str. 225). Skozi turizem kot izvozno dejavnost lahko gospodarstvo tako dosega višje cene, kot pa če bi samo izvozilo dobrine na druge trge.

Kato et al. (2010, str. 149) navaja, da je eden izmed načinov, kako povečati raven koristnosti za lokalno prebivalstvo in gospodarstvo države gostiteljice, tak, da se obdavči turiste in

turistično dejavnost. Najbolj pogosti načini obdavčitve zaradi koristi rezidentov so davki v obliki turističnih taks (npr. taksa za prenočitev v hotelu) in vstopne oz. izstopne takse (npr. ob prihodu ali izhodu iz države). Gooroochurn & Sinclair (2005, str. 482) dodata, da je primarni namen obdavčitev turističnih dobrin odpraviti nezmožnost samoregulacije turističnega trga in generiranje prihodkov. Večinoma imajo države monopolno vlogo pri turistični dejavnosti, zato lahko skozi obdavčitev odpravimo delno monopolne probleme. Avtorja tudi navajata, da UNWTO beleži več kot 40 oblik obdavčitev turistične dejavnosti, kar kaže, da država lahko zajema zajetno vsoto denarja, kar se odraža v koristih na mnogih ravneh.

Naslednja oblika koristi leži v t. i. pozitivnih eksternalijah oz. zunanjih vplivih. Kot je znano iz ekonomske teorije, eksternalije obstajajo, ko ima nekdo koristi od ekonomskih transakcij, v katerih sam ni neposredno udeležen. Mihalič (2008, str. 237) poda primer pozitivnih eksternalij, ko turistično podjetje na svoje stroške uredi parke v destinaciji, od katerih imajo koristi tudi rezidenti. Vanhove (2005, str. 173) doda, da razvoj turistične dejavnosti prispeva k izboljšanju prometnih povezav, kakovosti oskrbe z vodo, z novimi letalskimi povezavami postanejo lokalnemu prebivalstvu dostopne druge države itd.

Vanhove (2005, str. 174) tudi opozori na korist turistične dejavnosti, ki se kaže v povečani stopnji podjetniške dejavnosti v destinaciji. Denimo izgradnja hotelov v destinaciji omogoča nastanek novih podizvajalcev, ki bodo prispevali k gradnji hotelov. Za pripravo potrebnih obrokov je potrebna velika količina pridelkov, ki spodbuja agrikulturo v dejavnosti itd.

Prikazane koristi, ki so plod ekonomskih vplivov turistične dejavnosti, zajemajo le najpomembnejše. Seveda so tu še druge, kot so povečanje poslovnih priložnosti, stimuliranje investicij v infrastrukturo, diverzifikacija gospodarstva, ohranjanje naravnih in kulturnih privlačnosti, številne nove zmogljivosti, ki jih lahko koristijo rezidentje, možnosti spoznavanja novih kultur itd. (Dwyer et al., 2010, str. 221). Vse te koristi se še bistveno povečajo, ko upoštevamo multiplikacijske učinke turizma.

3.3.2 Ekonomska škoda turizma

Razvoj turistične dejavnosti lahko, kot je znano, prispeva h gospodarski rasti, za katero pa ni rečeno, da se bo odražala v povečanju prihodkov rezidentov in njihovem blagostanju. Kot vsaka druga dejavnost lahko tudi turizem in z njim povezana gospodarska rast krepko oslabi kvaliteto življenja lokalnega prebivalstva (Sahli & Nowak, 2007, str. 426).

Andriotis & Vaughan (2003, str. 173) opozorita na pomembnost percepcije lokalnega prebivalstva zoper turistično dejavnost v njihovem kraju. Od njihovega zaznavanja turistične dejavnosti je odvisen način obnašanja in sprejemanja turistov. V kolikor bo torej stopnja škode zaradi turizma na lokalno prebivalstvo in destinacijo velika, bo to odtehtalo vse koristi in posledično odvrnilo rezidente od podpiranja razvoja turistične dejavnosti.

Lundberg et al. (1995, str. 42) opozori na prvo nevarnost turizma, ki izvira iz previsoke odvisnosti gospodarstva od turizma. Pomembno je, da gospodarstvo kreirajo heterogene

dejavnosti, od katerih nobena izrazito ne prevladuje, in tako skupaj prispevajo k zdravemu gospodarskemu razvoju. Prevelika odvisnost od turistične dejavnosti, kot je vidna denimo v otoških državah južnega Pacifika, predstavlja nevarnost, saj ob morebitnem zatonu te dejavnosti lahko pride do celotnega zloma gospodarstva.

Vanhove (2005, str. 174) nadaljuje z naslednjo potencialno škodo, ki zadeva inflacijo oz. porast cen v destinaciji. Povečano število turistov v destinaciji lahko sproži dvig cen proizvodov, storitev in zemljišč v regiji, kar se še posebej odraža v državah v razvoju. Prav tako bo sezonska značilnost turizma povzročila dvig cen v sezoni in upad izven sezone. Ker si turisti lahko privoščijo višje cene, ponudniki dvignejo cene, kar ima neugodne vplive na lokalno prebivalstvo, ki mora ob konstanti ravni plač plačevati za dobrine višje cene.

Jones & Munday (2007, str. 165) dodata, da ima turistična dejavnost tudi druge nezaželenе vplive, kot so povečana stopnja onesnaženosti v kraju, prenatrpanost destinacije, kriminaliteta itd. Gre za t. i. negativne eksternalije in obsegajo stroške utrpene na družbenokulturni, okoljski in seveda tudi gospodarski ravni.

Schubert (2010, str. 322) poda nekaj primerov teh eksternalij, ki se kažejo v obliki povečane stopnje prometa tako na cesti kot tudi v mestih in na sredstvih javnega prevoza, iz česar prihaja do konflikta med rezidenti in turisti; povečana stopnja hrupa; večja onesnaženost; višja stopnja CO₂ emisij; preobrazba izgleda lokalnih skupnosti; prevelika stopnja novih gradenj; degradacija naravnega okolja; zmanjšanje števila divjih živali; povečana stopnja urbanizacije; večja stopnja tatvin; poškodovanje kulturnih znamenitosti itd.

Kot je razvidno, ima turistična dejavnost poleg vseh ugodnih vplivov tudi marsikater neugoden vpliv, ki lahko razvrednoti vse potencialne koristi od udejanjanja turistične dejavnosti. Zaradi te bojazni je pomembno udejanjati trajnostni razvoj turizma. To je razvoj, ki bo v svojih strategijami skušal minimizirati neugodne vplive in maksimizirati pozitivne.

3.4 Gospodarski pomen turizma v okviru trajnostnega razvoja

Turizem danes predstavlja veliko priložnost za generiranje prihodkov in zaposlitev v vseh državah ne glede na njihovo stopnjo gospodarskega razvoja. Model masovnega turizma, skozi katerega so gospodarstva dosegala te blagodejne učinke, je s preskokom v novo tisočletje izgubil svojo veljavnost (Fayos-Sola, 1996, str. 405). V 60. in 70. letih prejšnjega stoletja je paradigma masovnega turizma v ospredje dajala izključno ugodne ekonomske vplive turizma. Negativne neekonomske (sociokulturne in okoljske) posledice masovnega razvoja turizma na primeru francoske riviere in mehiškega Acapulca v 80. letih prejšnjega stoletja pa so pokazale, da tak razvoj turizma ni primeren, saj se odraža v degradaciji okolja, izgubljanju pomena kulture, povečanju stopnje kriminalitete itd. Zaradi teh negativnih vplivov turizma, ki so seveda vidni tudi v številnih drugih destinacijah, se je ob koncu 80. let prejšnjega stoletja pojavila ideja po novi paradigmi razvoja turizma. Gre za t. i. politiko trajnostnega razvoja turizma (angl. *sustainable tourism development*), ki bo minimizirala vse negativne vplive turizma in ob tem povečevala pozitivne (Puppim de Oliveira, 2003, str. 99).

Ker je imel in ima razvoj turizma potencial k doprinosu neugodnih ekonomskih, sociokulturnih in okoljskih rezultatov, je potrebna intervencija državnih institucij, ki bodo s svojo zakonodajno močjo posegla v politiko takšnega razvoja turistične dejavnosti, ki bo ustvarjal koristi iz svojega naslova in zmanjševal potencialne negativne vplive.

Osrednja politika razvoja turistične dejavnosti mora tako s svojimi strategijami skrbeti za kakovost življenja lokalnega prebivalstva na eni strani in na drugi za kakovostno preživetje turistične rekreacije turistov (Liu & Wall, 2006, str. 160). To načelo odraža strategija trajnostnega razvoja turizma, ki ob generiranju ugodnih ekonomskih vplivov turistične dejavnosti krepi lokalne skupnosti in skrbi za ohranjanje naravnih in kulturnih privlačnosti (Castellani & Sala, 2010, str. 871). Velja poudariti, da je v EU tak razvoj turistične dejavnosti zapisan v najpomembnejših smernicah razvoja, kot je na primer Lizbonska strategija.

Mihalič (2006, str. 97) ugotavlja, da je najbolj široko sprejeta definicija trajnostnega turizma definicija UNWTO, po kateri trajnostni turistični razvoj:

- zagotavlja optimalno uporabo naravnega okolja, vzdržuje ekološke procese in pomaga varovati naravne vire in biološko raznovrstnost;
- spoštuje sociokulturno avtentičnost lokalnega prebivalstva, čuva njihovo izgrajeno in kulturno dediščino in tradicionalne vrednote, prispeva k razumevanju in toleranci med različnimi kulturami;
- zagotavlja ekonomsko uspešnost poslovanja na dolgi rok, omogoča socialne in ekonomske koristi za vse udeležence in njihovo pravično razporeditev, vključno na področju stabilne zaposlenosti, pridobivanja dohodkov, socialnih storitev za lokalno prebivalstvo ter prispeva k odpravljanju revščine.

Naklonjenost trajnostnemu razvoju turizma na mednarodnem in državnem nivoju je torej jasna. Še posebej pomembno v teh strategijah je, da ima lokalno prebivalstvo preko lokalnih turističnih organizacij možnost participacije pri razvoju strategij. Vključitev vseh udeležencev pri razvoju politike razvoja turizma bo tako omogočala prenesti na državno raven njihove zahteve, kar se bo odražalo v primernih strategijah razvoja (Dredge, 2006, str. 270).

Skozi udejanjanje trajnostne politike razvoja turizma je omogočena maksimizacija vseh koristi, ki jih turizem omogoča. Velja tudi poudariti (Crouch, 2010, str. 40), da med destinacijami vlada visoka stopnja konkurenčnosti. Povečana globalna mobilnost turistov pomeni, da destinacije ne tekmujejo le na lokalni oz. regionalni ravni temveč tudi na globalni.

Lahko bi dejali, da je pravzaprav udejanjanje trajnostne politike turističnega razvoja predpogoj za konkurenčni boj posamezne destinacije z ostalimi destinacijami. Skozi takšno politiko turističnega razvoja se bodo lahko vsi pozitivni vplivi turizma pretvorili v koristi, ki bodo prispevale k večji gospodarski stabilnosti države in posledično k večjemu blagostanju njenih državljanov in državljanek.

4 METODE MERJENJA EKONOMSKIH VPLIVOV TURIZMA

Teoretične ugotovitve preteklih poglavij navajajo, da ima turizem potencial za krepitev gospodarstva. Odgovor na vprašanje, kakšen je prispevek turizma h gospodarstvu, zahteva uporabo aktualnih metod merjenja ekonomskih vplivov turizma.

Izmera vplivov, ki jih ima turizem na narodno gospodarstvo ali na gospodarstvo posamezne regije, ni enostavna. Problemi pri izmeri obsega turizma se pojavljajo predvsem zato, ker se turizem v družbenih računih (osnova za ugotavljanje makroekonomskih agregatov) ne pojavlja kot samostojna dejavnost (mednarodni statistični standardi turizma ne identificirajo kot konvencionalne dejavnosti). S tem ko turizma ni moč zaslediti v družbenih računih kot samostojne dejavnosti, njegov vpliv na gospodarstvo ni takoj očiten. Potrebno je pogledati v ostale dejavnosti, ki sestavljajo turizem (npr. nastanitve, transport, gostinstvo itd.), jih združiti za potrebe analize v dejavnost turizma in s tem skušati ugotoviti njegove vplive.

Ahlert (2008, str. 226) navaja, da je informacije o vplivih turizma na gospodarstvo moč pridobiti skozi ekonomski model, ki ima zmožnost združevanja podatkov iz družbenih računov s podatki o turističnih gibanjih turistov. S tem je moč celovito zajeti vse potrebne podatke za oceno ekonomskih vplivov turizma v izbranem prostoru.

Pregled literature nakazuje, da je turistično dejavnost moč meriti na različne načine. Več metod je bilo v preteklosti apliciranih za ugotavljanje vplivov turizma, pri čemer pa v nadaljevanju obravnavam zgolj tiste, za katere sem presodil, da so najbolj aktualne:

- satelitski računi za turizem;
- input-output model;
- matrika družbenih računov;
- izračunljiv model splošnega ravnotežja.

Zaradi specifičnosti in različnih komponent turistične dejavnosti univerzalna metoda merjenja vplivov na gospodarstvo ne obstaja (Akkemik, 2011, str. 3). Potrebe analize oz. raziskave vodijo raziskovalce turizma v izbiro tiste metode, ki bo, kar se da celovito, zajela in predstavila prispevek turizma h gospodarstvu.

Seveda je vredno omeniti, da analize merjenja ekonomskih vplivov turizma nudijo institucijam vpogled v gospodarsko pomembnost turizma. Na osnovi tako pridobljenih podatkov se lahko sprejemajo smernice nadaljnjega razvoja turizma. Na drugi strani pa se lahko izvaja tudi simulacije turizma, s pomočjo katerih se ugotavlja, kako bi sprememba v posamezni spremenljivki vplivala na turistično dejavnost, in obratno, kako bi sprememba v agregatnem turističnem povpraševanju vplivala na celotno gospodarstvo. Ključnega pomena je torej, da so uporabljene metode izvedene na pravi način in da zajamejo vse potrebne podatke. S tem bo moč pridobiti nazorno sliko pomena turizma za gospodarstvo.

4.1 Merjenje ekonomskih agregatov gospodarstva

Temeljni ekonomski agregat gospodarstva je BDP, ki obsega celotno denarno vrednost končnih proizvodov in storitev, proizvedenih v državi v danem letu in s pomočjo katerega se meri celotno uspešnost in delovanje gospodarstva (Samuelson & Nordhaus, 2002, str. 390). Žižmond (2003, str. 20) navaja, da je BDP produkt oz. output narodnega gospodarstva, ki je celotna vrednost proizvodov in storitev, ki so namenjeni končni potrošnji.

Podlaga za izračun BDP je sistem družbenih računov (angl. *System of National Accounts* - SNA). V Sloveniji, kot tudi drugod v državah EU, je v uporabi Evropski sistem nacionalnih in regionalnih računov (v nadaljevanju ESR), ki je mednarodno primerljiv računovodski okvir za sistematično in podrobno opisovanje celotnega gospodarstva (regij, držav in skupin držav), njegovih sestavnih delov in odnosov z drugimi gospodarstvi (SURS, 2005, str. 27).

Okvir ESR sestavljata dve glavni skupini tabel: a) sektorski računi in b) input-output tabele in računi po dejavnostih. Sektorski računi zagotavljajo sistematični opis posameznih stopenj ekonomskega procesa po institucionalnih sektorjih: proizvodnje, ustvarjanja dohodka, razdelitve dohodka, prerazdelitve dohodka, porabe dohodka ter finančne in nefinančne akumulacije. Sektorski računi zajemajo tudi bilance stanja za prikaz stanja sredstev, obveznosti in neto vrednosti po začetku in koncu obračunskega obdobja. Input-output tabele in računi po dejavnosti podrobneje opisujejo proizvodni proces (stroškovno strukturo, ustvarjeni dohodek in zaposlenost) ter tokove blaga in storitev (proizvodnjo, uvoz, izvoz, končno potrošnjo, vmesno potrošnjo in investicije po skupinah proizvodov (SURS, 2005, str. 27). Na podlagi ESR je tako mogoče analizirati strukturo gospodarstva, razvoj gospodarstva in primerjati gospodarstvo z drugimi gospodarstvi.

Družbeni računi držav EU kot osnova analiz merjenja ekonomskih agregatov temeljijo na standardni statistični klasifikaciji dejavnosti EU, NACE. NACE klasificira dejavnosti gospodarstva, na podlagi katerih temelji tudi Standardna klasifikacija dejavnosti (v nadaljevanju SKD) Slovenije. SKD je torej podlaga za pripravo družbenih računov in ta klasifikacija turizma kot samostojne dejavnosti ne obravnava.

O turizmu kot gospodarski kategoriji se v Sloveniji večinoma govori samo v povezavi s hotelskimi in podobnimi nastanitvenimi obrati (SKD postavka H55.1 Dejavnost hotelov in podobno), z gostinstvom (celotna postavka H Gostinstvo v SKD) in z dejavnostjo turističnih agencij in organizatorjev potovanj (SKD postavka I.63.3 Dejavnost potovalnih agencij in organizatorjev potovanj, s turizmom povezane dejavnosti), govorimo o t. i. HORECA/TA sektorju (SURS, 2002, str. 151). Takšno vrednotenje turizma je preozko, saj ne ponazarja celotnega obsega turizma in njegovih vplivov. Bolj smotrno je turizem obravnavati kot turistično dejavnost (angl. *tourism industry*), ki zajema direktne vplive turizma, ali pa kot turistično gospodarstvo (angl. *tourism economy*), ki poleg direktnih obravnava tudi indirektne in inducirane vplive.

Merjenje gospodarske dejavnosti torej poteka na podlagi družbenih računov. Na to osnovo so aplicirane izbrane metode, ki kvantificirajo zadane cilje gospodarskih analiz. Velja poudariti, da je merjenje ekonomskih agregatov izredno zahtevno in kompleksno delo, a ključno za presojanje razvitosti oz. uspešnosti gospodarstva in dejavnosti, ki jih obsega, ter za njegovo primerjavo z ostalimi gospodarstvi.

4.2 Satelitski računi za turizem

Iz ugotovitev navedenih v poglavju 4.1 je potrebno za analizo nekaterih posebnih segmentov, kot je analiza vloge turizma v gospodarstvu ali analiza pomena človeškega kapitala za gospodarstvo ali analiza povezanosti okolja in gospodarstva, ki jih SKD direktno ne evidentira in zato niso zajeti v ESR, pripraviti posebne satelitske račune. Za namene raziskave se v satelitskih računih prikaže potrebne podrobnosti in izpusti nepotrebne sestavine ESR. V primeru turizma se torej skuša zajeti vse segmente, ki sestavljajo turizem, in jih združiti v t. i. satelitskem računu.

Satelitski računi omogočajo razumevanje velikosti in pomena aktivnosti, ki jih ni mogoče identificirati neposredno v sistemih družbenih računov. Nudijo razširitev družbenih računov za želeno področja, pri tem pa ohranjajo koncepte in strukture temeljnih računov (Dwyer et al., 2010, str. 241). SURS (2012) navaja, da družbeni računi (imenovani tudi makroekonomske statistike) zajemajo celotno gospodarstvo (npr. BDP, plačilna bilanca, primanjkljaj in dolg države, monetarna statistika itd.). V satelitskih računih za turizem (angl. *Tourism Satellite Accounts* - TSA) se torej ekonomska aktivnost povezana s turizmom identificira in oblikuje v novem računu, ki je pravzaprav satelit družbenih računov.

Satelitske račune za turizem je moč opredeliti kot metodo merjenja direktnih ekonomskih vplivov turizma, ki jih ustvarja turistična potrošnja gospodarstvu. Na tem mestu velja poudariti, da zajema zgolj direktne vplive turizma in ne tudi v poglavju 3.2 predstavljene indirektne in inducirane vplive. Izhajajoč iz sistema družbenih računov skuša tako oceniti direktne ekonomske vplive turizma. Sestavljajo ga izbran nabor medsebojno povezanih tabel, ki kažejo obseg in distribucijo različnih oblik turistične potrošnje znotraj gospodarstva in njen vpliv na BDP, narodni dohodek, zaposlitev in na ostale makroekonomske agregate (Frechtling, 2010, str. 136).

Uveljavili sta se dve obliki satelitskih računov za turizem. Prva je metodologija Statističnega urada Združenih narodov (v nadaljevanju UNSD), Statističnega urada Evropske unije (v nadaljevanju EUROSTAT), Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (v nadaljevanju OECD) in UNWTO. Druga pa je metodologija po modelu Svetovnega potovalnega in turističnega sveta (v nadaljevanju WTTC) in Oxford Economics (v nadaljevanju OE). Obe sta predstavljeni v nadaljevanju.

4.2.1 Metodologija UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO

Pričetek razvoja satelitskih računov za turizem sega v 70. leta prejšnjega stoletja. Razvoj se neposredno veže na razvoj sistemov družbenih računov, pri čemer velja opozoriti, da so se v razvoj relativno kmalu vključile ključne mednarodne organizacije, kot so OECD, UNWTO in EUROSTAT. Ministrstvo za gospodarstvo (2004, str. 23) navaja, da so leta 2000 EUROSTAT, OECD in UNWTO izdale skupni priročnik (metodološki okvir) z metodologijo za izdelavo satelitskih računov za turizem, ki pomeni odločilen skupen korak k nadaljnjemu razvoju. Leta 2000 je tudi Statistična komisija Združenih Narodov sprejela to skupno metodologijo satelitskih računov za turizem, ki je tako postala skupno in univerzalno sredstvo za spremljanje turizma in njegovih vplivov na gospodarstvo. Leta 2008 je bila predstavljena obnovljena metodologija TSA:RMF (angl. *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*), ki skupaj z metodologijo beleženja turistične statistike (angl. *International Recommendations for Tourism Statistics*) predstavlja vsesplošno sprejeto metodo merjenja ekonomskih vplivov turizma.

Namen satelitskih računov za turizem je podrobno analizirati vse aspekte povpraševanja po turističnih dobrinah, ki jih izvede turist; opazovati stik agregatnega povpraševanja z agregatno ponudbo turističnih dobrin in opisati sodelovanje z ostalimi dejavnostmi gospodarstva (UNSD et al., 2008, str. iii).

Satelitski računi za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO za razliko od v poglavju 4.2.2 opisane metodologije WTTC in OE temeljijo na statističnih opazovanjih, skozi katere se presoja ekonomske vplive turizma (Frechtling, 2010, str. 141).

Jedro satelitskih računov za turizem obsega deset tabel, ki so izpeljane iz ponudbe in potrošnje storitev sistema družbenih računov in so predstavljene v tabeli 3. Prve tri tabele prikazujejo izdatke obiskovalcev za končno potrošnjo v gotovini glede na različne vrste turizma po kategorijah proizvodov. Tabela 1 opisuje mednarodni receptivni turizem, tabela 2 domači turizem in tabela 3 mednarodni emitivni turizem. V vseh treh tabelah je zajeta končna turistična potrošnja. Tabela 4 prikazuje vse izdatke obiskovalcev za končno potrošnjo, ki so povezani z domačo turistično potrošnjo in potrošnjo mednarodnega receptivnega turizma. Ta tabela tako predstavlja podatke o turistični potrošnji, ki se jo sedaj lahko primerja s turistično ponudbo (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 39).

Z razliko od prvih štirih tabel, ki se nanašajo na potrošnjo, se tabela 5 osredini na ponudbo. Prikazuje račune proizvodnih dejavnosti, ki so značilne za turizem, s turizmom povezanih dejavnosti ter nespecifičnih dejavnosti, in sicer v taki obliki, ki ustreza primerjavi z notranjo turistično potrošnjo (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 39).

Tabela 6 združi notranjo turistično potrošnjo z domačo turistično ponudbo; je torej stičišče ponudbe in potrošnje, na podlagi katere se lahko prične izračunavati DV turizma (angl. *Tourism Gross Value Added*) in BDP turizma (angl. *Tourism Gross Domestic Product*) (Dwyer et al., 2010, str. 245).

Tabela 4: Sistem tabel satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO

Št. tabele	Opis
Tabela 1	Turistična potrošnja z naslova mednarodnega receptivnega turizma (po proizvodih in kategorijah turistov)
Tabela 2	Domača turistična potrošnja (turistična aktivnost rezidentov znotraj države po proizvodih in kategorijah turistov)
Tabela 3	Turistična potrošnja z naslova mednarodnega emitivnega turizma (po proizvodih in kategorijah turistov)
Tabela 4	Notranja turistična potrošnja (po proizvodih in kategorijah turistov)
Tabela 5	Računi proizvodnih dejavnosti povezanih in nepovezanih s turizmom
Tabela 6	Domača ponudba in notranja turistična potrošnja po proizvodih
Tabela 7	Zaposlenost v turistični dejavnosti
Tabela 8	Bruto investicije turistične dejavnosti
Tabela 9	Turistična kolektivna potrošnja
Tabela 10	Količinski (nedenarni) kazalci

Vir: UNSD et al., *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2008, str. 44.

Tabela 7 predstavlja zaposlenost v turistični dejavnosti. Zaposlenost je odločilna spremenljivka pri opisovanju gospodarskega pomena turizma, vendar pa jo statistične omejitve pri tem ovirajo, zato je njeno merjenje omejeno na zaposlenost v turistični dejavnosti, kazalca njene velikosti pa sta število delovnih mest in število zaposlenih oseb, ki imajo v tej dejavnosti vsaj eno zaposlitev (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 40).

Tabeli 8 in 9 zajemata bruto investicije turistične dejavnosti v osnovna sredstva (tudi proizvedena osnovna sredstva – npr. hoteli, ladje križarke itd.) in kolektivno potrošnjo po funkcijah in ravneh (npr. turistična promocija, urejanje področja turizma itd.) (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 40). Velja opozoriti, da so ocene tabel 8 in 9 zelo okvirne, predvsem zaradi težavnosti na metodološkem področju zbiranja podatkov in pomanjkanja izkušenj.

Tabela 10 prikazuje količinske kazalce, ki so pomembni pri razlagi denarnih informacij, predstavljenih v teh tabelah: število prihodov po vrstah turizma, kategorije obiskovalcev in dolžina bivanja itd. (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 39).

Satelitski računi za turizem na podlagi izdelave zgoraj navedenih tabel omogočajo kvantificiranje naslednjih temeljnih ekonomskih agregatov (UNSD et al., 2008, str. 54):

- notranja turistična potrošnja;
- notranja turistična poraba;
- DV turistične dejavnosti (vsota celotne DV vseh značilnih proizvajalcev);
- DV turističnega gospodarstva (vrednost, ki jo v gospodarstvu ustvarijo turistična in ostale dejavnosti in je rezultat notranje turistične potrošnje);
- prispevek turizma k BDP (vsota DV, ki jo ustvarijo turistična in ostale dejavnosti kot rezultat notranje turistične potrošnje in zneska neto davkov na proizvode in uvoz, vključenih v vrednosti tega izdatka).

Poleg navedenih ekonomskih agregatov tabele satelitskih računov za turizem omogočajo izračun tudi dodatnih agregatov, kot so zaposlenost v turizmu, bruto investicije v osnovna sredstva, turistična kolektivna potrošnja in agregatno turistično povpraševanje. Priloga 3 prikazuje šest tabel potrebnih za izračun temeljnih ekonomskih agregatov.

Ker satelitski računi za turizem zajemajo le nakup proizvodov in storitev, ki jih turisti (ali v njihovem imenu kdo drug) kupijo pred, med ali v času trajanja turistične rekreacije, torej se s tem osredinijo le na direktne vplive turizma, se zapostavlja indirektne in inducirane vplive turizma. Nikakršne korekcije v satelitskih računih ni, ki bi zajela tudi indirektne in inducirane vplive, zato satelitski računi za turizem po tej metodologiji niso sposobni v celoti izmeriti celotne DV turističnega gospodarstva, ki jo prispeva k BDP (Smeral, 2006, str. 94).

Velja pa opozoriti, da po satelitskih računov za turizem posega čedalje več gospodarstev, ki želijo izmeriti pomen turistične dejavnosti. Ker so satelitski računi za turizem izpeljani iz sistema družbenih računov, omogočajo primerjavo turizma z ostalimi dejavnostmi znotraj posameznega gospodarstva kot tudi med gospodarstvi (Dwyer et al., 2010, str. 243). To je tudi razlog za njihovo izredno pogosto uporabo med državami (Libreros et al., 2006, str. 90).

4.2.2 Metodologija po modelu WTTC in OE

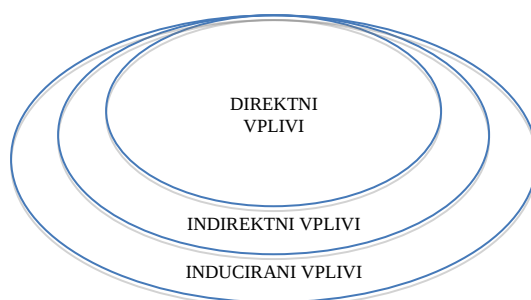
Vzporedno s sistemom satelitskih računov za turizem je WTTC razvil model simulacije satelitskih računov za turizem, najprej za Združene države Amerike in za več držav OECD, z različnimi, dokaj poenostavljenimi metodami pa tudi za številne druge države (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 24).

Namen te metodologije je priprava konsistentnih, zanesljivih in primerljivih podatkov in napovedi za oceno prispevka turizma h gospodarstvu. Te podatki in napovedi se odražajo številske, v obliki delovnih mest in BDP, ki so ustvarjeni skozi turistično dejavnost (direktno in v celoti) in procentualno kot odstotek prispevka k skupni zaposlitvi in BDP gospodarstva (WTTC & OE, 2012, str. 1).

Skozi objavljene podatke metodologije UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO se v metodologiji po modelu WTTC in OE kvantificira direktne vplive turistične dejavnosti, ki pa se jih dopolni z ugotavljanjem indirektnih vplivov turističnih ponudnikov in induciranih vplivov, ko zaposleni v turizmu potrošijo svoje zaslužke (WTTC & OE, 2012, str. 1).

Metodologija po modelu WTTC in OE vplive turizma tako obravnava širše kot metodologija UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO. Zajema tudi indirektne in inducirane vplive turizma. Na podlagi slike 10 je razvidno, da s tem, ko se metodologija UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO osredini le na direktne vplive turizma, ne zajame vseh vplivov turizma in s tem ne odraža prave pomembnosti turizma za gospodarstvo. Metodologija po modelu WTTC in OE upošteva vse vplive turizma in s tem zajame celoten prispevek turizma h gospodarstvu.

Slika 10: Prikaz ekonomskih vplivov turizma po modelu WTTC in OE



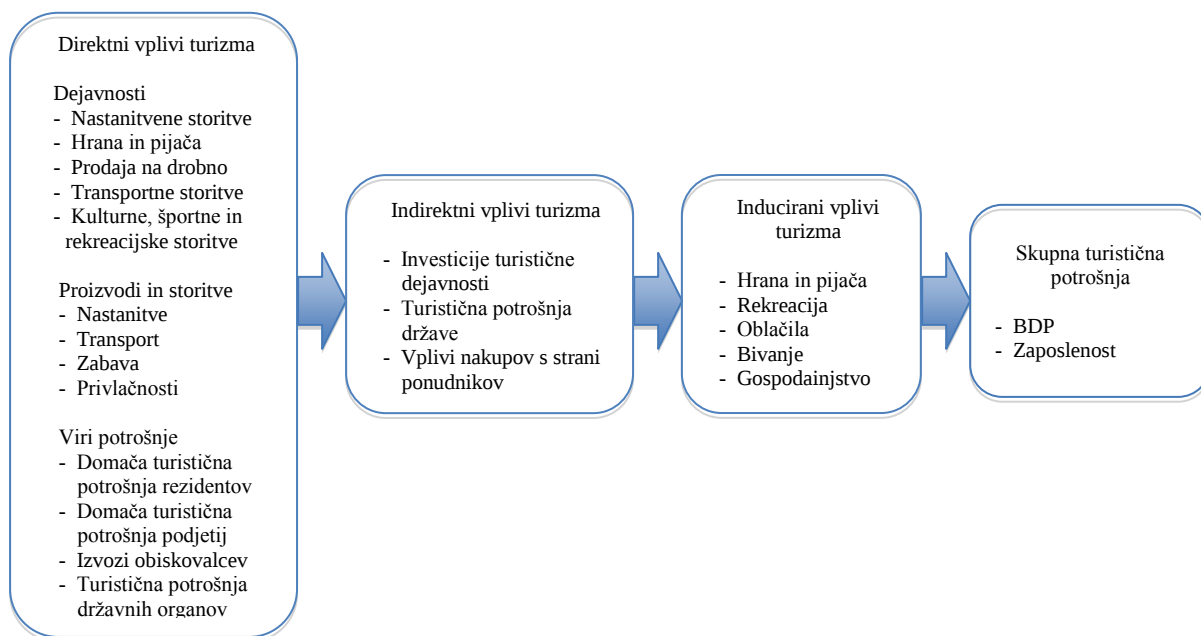
Vir: Prirejeno po WTTC, *Travel & Tourism*

Economic Impact 2012 World, 2012c, str.

2.

Velja omeniti, da ta model pri analizi agregatnega turističnega povpraševanja, ki je jedro analiz turistične dejavnosti, uporablja vrsto ocen in domnev. Z razliko od metodologije UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO, ki v celoti temelji na statističnih analizah, se pri tej metodi poslužuje modeliranja. Agregatno turistično povpraševanje se tako izpelje na podlagi ocen osebne potrošnje, poslovnih potovanj, potrošnji tujih obiskovalcev, posameznih vladnih izdatkov, skupnih vladnih izdatkov, investicij, neturističnega izvoza itd. Vplivi, ki jih ta metoda zajame in na podlagi katerih presoja in napoveduje prispevek turizma k BDP in zaposlovanju, so prikazani v sliki 11.

Slika 11: Direktni, indirektni in inducirani vplivi turizma po modelu WTTC in OE



Vir: WTTC & OE, *Methodology for producing the 2012 WTTC/OE Travel & Tourism Economic Impact Research, 2012, str. 4.*

V tem ekonometričnem modelu so družbeni računi podlaga za merjenje ekonomskih vplivov turizma, vendar se jih dopolni zgolj z ocenami agregatnega turističnega povpraševanja. Ministrstvo za gospodarstvo (2004, str. 25) doda, da so sprva izračunali agregate za Združene

države Amerike. Na osnovi statističnih serij podatkov o turističnem obisku, deviznem prilivu in odlivu, na osnovi podatkov o demografskih gibanjih ter BDP in finalni potrošnji za razvite države OECD pa so z modelom ocenili posamezne agregate tudi za te države, pri čemer so uporabili ponderje različnih deležev potrošnje za druge OECD države. WTTC ima po tej metodologiji izdelane račune za skoraj vse države sveta. Zaradi modelskega pristopa lahko WTTC tudi zelo hitro predstavi vplive eksogenih dogodkov na turistično gospodarstvo in s tem hitro pridobi rezultate, ki jih vlade potrebujejo za vodenje aktivne politike na področju turizma.

4.3 Input-output model

Analiza ekonomskih vplivov turizma sledi tokovom turistične potrošnje v gospodarstvu in s tem skuša ugotoviti spremembe, ki so jih ti vplivi imeli na temeljne ekonomske agregate gospodarstva. Kot je navedeno v poglavju 3.2, ima turistična potrošnja poleg primarnih vplivov (direktni) tudi sekundarne vplive (indirektne in inducirane) na ostale dele gospodarstva, ki pa s turizmom so ali pa tudi niso povezani. Vplivi, ki jih ima turizem na ostale dele gospodarstva, so odvisni od povezanosti oziroma odvisnosti dejavnosti med seboj. Misel, da je skoraj vsaka dejavnost gospodarstva preko indirektnih in induciranih vplivov povezana s turizmom, prav gotovo ni daleč od resnice.

Zaradi pomanjkljivosti zajetja vseh ekonomskih vplivov turizma (indirektnih in induciranih) v poglavju 4.2.1 obravnavane metode satelitskih računov za turizem se torej pojavlja potreba po dodatnih metodah, ki bi, kar se da celovito, ocenile celotne vplive turizma na gospodarstvo.

Prva od teh metod, s pomočjo katere se lahko oceni tudi ostale sekundarne vplive turizma, je input-output model (v nadaljevanju I-O) in iz njega izračunanih multiplikatorjev. Tabele I-O je v 20. letih prejšnjega stoletja razvil ekonomist Wassily Leontief, zaradi katerih je leta 1973 prejel Nobelovo nagrado. Leontief je preučeval medsebojno odvisnost dejavnosti gospodarstva; proizvode v gospodarstvu je dojemal kot proizvode namenjene končni potrošnji (outputi) in kot proizvode, ki bodo bili nadalje uporabljeni pri proizvodnji (inputi).

I-O tabele so integralni del sistema družbenih računov in pomenijo razčlenitev proizvodnega računa, ki je temeljni račun vsakega družbenega računa. Integracija posameznih kategorij v I-O tabeli daje sintetični pregled rezultatov proizvodnega procesa, njihove potrošnje in v teh procesih ustvarjene DV (Lavrač et al., 1998, str. 9).

I-O model sestavljajo tabele ponudbe in porabe po dejavnostih, tabele, ki tabele ponudbe in porabe povezujejo s sektorskimi računi, in simetrične I-O tabele po homogenih panogah. Tabele ponudbe in porabe so matrike (vrstice proizvodov, stolpci dejavnosti), ki kažejo, kako se proizvodna dejavnost razčlenjuje po vrstah proizvodov in kako se domača in uvožena ponudba blaga in storitev porazdeljuje po različnih vrstah in končnih porabah, vključno z uvozom. Tabela porabe kaže tudi strukturo proizvodnih stroškov in ustvarjeni dohodek po dejavnostih (Statistični urad Republike Slovenije, 2005, str. 44). Štraser (1996, str. 8) doda, da

je I-O model matrični prikaz reprodukcijskih odvisnosti in proizvodno-potrošnih razmerij med dejavnostmi, na katere je gospodarstvo razdeljeno.

Tabele ponudbe in porabe ter simetrične I-O tabele so matrike, ki podrobno opisujejo domači proizvodni proces in transakcije proizvodov domačega gospodarstva. Prikazujejo strukturo proizvodnje, proizvodnih stroškov in dohodke, ustvarjene v proizvodnem procesu, tokove proizvodov in storitev, proizvedenih v okviru domačega gospodarstva, ter tokove proizvodov s tujino (SURS, 2001, str. 6).

Transakcije med dejavnostmi gospodarstva so torej osrednja točka tabel I-O. Dejavnosti za proizvodnjo svojih proizvodov uporabljajo proizvode drugih dejavnosti. Tako imenovani output ene dejavnosti postane input druge dejavnosti. In s tem, ko kupec kupi dobrino, se generira povpraševanje tudi po drugih proizvodih, ki so potrebni za proizvodnjo te kupljene dobrine. Glavni namen tabel I-O je slediti oziroma opisati, kako je proizvod ene dejavnosti distribuiran skozi gospodarstvo (Zhou et al., 1997, str. 78).

Namen I-O modela je ugotoviti sektorsko strukturo proizvodnega sistema, najpogosteje narodnega gospodarstva. Temelji na empiričnih simetričnih I-O tabelah, ki uporabniku omogočajo nazorno sliko kompleksnih medsektorskih povezav in odvisnosti proučevane ekonomije. Poleg tega so tudi osnova za izdelavo I-O modelov, ki obsegajo kvantitativno zajemanje neposrednih in posrednih vplivov sprememb neke dejavnosti na preostale dejavnosti gospodarstva (Sever, 2003, str. 6).

Vpogled v verižno prepletenost gospodarstva torej omogočajo tabele I-O. Kot navajata Romero & Tejada (2011, str. 297), v verigi vrednosti vsak člen doda vrednost proizvodu oziroma storitvi. S tem prelivanjem in dodajanjem vrednosti se ustvarjajo multiplikativni učinki agregatnega povpraševanja, ki so predstavljeni v nadaljevanju in so tisti element, ki je za analizo ekonomskih vplivov turizma ključnega pomena.

Sun (2007, str. 1507) zaokroži pomen tabel I-O s tem, da ta metoda ugotavlja ekonomske vplive turizma prvič s pretvorbo sprememb v agregatnem povpraševanju (npr. turistična potrošnja) v direktne vplive v smislu zaposlitev, dohodka, davkov in DV. Vse to postori z uporabo razmerij gospodarstva, za katere pa predpostavlja, da se skozi čas ne spreminjajo (tabele I-O so statične). V drugi fazi pa se osredini na sekundarne vplive, ki so rezultat prej omenjenih medsebojnih odvisnosti dejavnosti. Ti sekundarni vplivi (indirektni in inducirani) so izračunani s pomočjo pomnožitve direktnih vplivov z multiplikatorji.

Iz analize tabel I-O se lahko izpelje I-O multiplikatorje, ki kažejo ekonomske vplive sprememb v agregatnem povpraševanju po proizvodih znotraj posamezne dejavnosti. Multiplikatorjev je več vrst. Dve glavni skupini sta kejezianski in na modeliranju temelječi multiplikatorji (kot so multiplikatorji I-O). Najpogosteje uporabljeni so multiplikator prodaje (povečanje celotne prodaje zaradi dodatnega povpraševanja), output multiplikator (povečanje prodaje in vrednosti delnic dodatnega povpraševanja), dohodkovni multiplikator (povečanje dohodka gospodinjstev zaradi dodatnega povpraševanja), multiplikator DV (povečanje DV zaradi dodatnega povpraševanja) in zaposlitveni multiplikator (povečanje zaposlitvenih

zmožnosti zaradi dodatnega povpraševanja). Dwyer et al. (2010, str. 293) doda, da je izmed naštetih multiplikator DV najpomembnejši, saj kaže spremembo v gospodarski aktivnosti na vsaki stopnji proizvodnega procesa in ga je zato smotrno uporabiti za oceno spremembe povpraševanja v gospodarstvu.

I-O model je bil pogostokrat uporabljen kot podlaga za ugotavljanje multiplikatorjev turizma v naslednjih kontekstih:

- merjenje ekonomskih vplivov turizma na gospodarstvo;
- merjenje ekonomskih vplivov turizma na izbrano regijo gospodarstva;
- merjenje ekonomskih vplivov turizma posebnih dogodkov.

Velikost multiplikatorjev je odvisna od kopice dejavnikov (od uporabljenih modelov, karakteristik zadevanega gospodarstva itd.) in pogosto dobljena ocena odraža napačno stanje vplivov izbrane industrije na gospodarstvo. Glavna pomanjkljivost iz I-O tabel modeliranih multiplikatorjev je ta, da se kapital in delo predpostavlja v neomejenih količinah, kar pomeni, da jih tabele dojemajo brez kakršnih koli omejitev. Obenem se tudi cene obravnavajo kot konstantne, ker model predpostavlja, da se plače ne spreminjajo. Seveda pa se v realnosti plače in cene spreminjajo, ko se gospodarstvo prilagaja spremembam. Z ignoriranjem fleksibilnosti plač in cen, model pozablja na zmožnost zaposlitve delavcev v drugih sektorjih in s tem daje prevelik pomen vplivu dodatnega povpraševanja na BDP in nezaposlenosti (Blake & Sinclair, 2003, str. 816).

Dwyer et al., (2004, str. 307) zaključijo, da je glavni problem I-O metode v tem, da s tem, ko predpostavlja neomejen tok virov znotraj gospodarstva in zanemara relativno redkost produkcijskih faktorjev in interakcij gospodarstva z globalnim gospodarstvom, pozablja na povratne (negativne) vplive, ki potekajo v obratni smeri od začetnega ekonomskega vpliva. Posledica tega je, da so rezultati bistveno večji od dejanskih in zato ne odražajo pravih ekonomskih vplivov.

4.4 Matrika družbenih računov

Matrika družbenih računov (angl. *Social Accounting Matrix* – v nadaljevanju SAM) je pravzaprav velika matrika družbenih računov, ki povezuje sektorske račune in polno razčlenjeno I-O tabelo. Z matriko družbenih računov označujemo matrično organizirane podatke, ki opisujejo vrednostno izraženi tok ekonomskih aktivnosti oz. z drugimi besedami, matrika kaže krogotok gospodarskih dogajanj v enem letu. Z razliko od I-O modela, ki analizira proizvodni proces, matrika družbenih procesov služi predvsem prikazu mehanizma delitvenih učinkov ekonomske aktivnosti v gospodarstvu (Lavrač et al., 1998, str. 3).

Glavna razlika med SAM in I-O tabelami je ta, da SAM vključuje tudi transferje med institucijami gospodarstva. Prikazuje ekonomsko in družbeno strukturo gospodarstva, s tem da definira nosilce gospodarskih aktivnosti in sledi njihovim transakcijam. Tabela I-O namreč ne podaja informacij o lastnikih produkcijskih faktorjev, zajetih v transakcijah. SAM to

vključi in zajema s tem poleg temeljnih ekonomskih agregatov tudi družbeno ekonomske strukture in distribucijske strukture gospodarstva in to je razlog, zakaj jo v magistrskem delu prikazujem ločeno od I-O tabel.

Lavrač et al. (1998, str. 3) ugotavlja, da se matrika družbenih računov loči od klasičnih družbenih računov, po tem da je a) v matriko vgrajena poljubno razčlenjena I-O tabela, b) vsebuje mehanizem, ki spremeni v produkciji oblikovano DV v dohodke različnih vrst institucij in c) zajema celotni sistem reprodukcije, organiziran v obliki, ki omogoča neposredno implementacijo strukturnih modelov.

SAM zajema transakcije denarja med dejavnostmi in institucijami in vključuje tako transakcije na trgu kot tudi izven njega (med institucijami). Gre torej za bistveno širšo matriko tabel družbenih računov kot tabele I-O. Na podlagi SAM modelov se lahko izpelje multiplikatorje SAM, ki navajajo, da s tem, ko se spremeni povpraševanje, dohodki narastejo skupaj s transferji med institucijami.

S tem, ko poleg povezav med dejavnostmi vzame v obzir tudi povezavo med institucijami, omogoča bistveno bolj podrobno orodje za analizo vplivov sprememb eksogenih dejavnikov na celotno gospodarstvo (Akkemik, 2012, str. 792). Je konsistenten zbor podatkov, ki vsebuje podatke o ekonomskih transakcijah med proizvodnimi dejavnostmi in institucijami v gospodarstvu (Kuhar, 2003, str. 37).

SAM je kvadratna – ima enako število vrstic in stolpcev. Vsak račun matrike je definiran z vrstičnim in stolpčnim vektorjem. Vrstični vektor prikazuje prihodke, ki jih posamezni račun prejema od računov v gospodarstvu, stolpčni vektor pa odhodke računa. Nabava oziroma odhodek ene dejavnosti je vedno prodaja oziroma prihodek druge dejavnosti. Pri tem je upoštevano načelo dvostavnega knjigovodstva, pri katerem morajo biti prihodki enaki odhodkom – matrika je tako vedno v ravnotežju (Kuhar, 2003, str. 37).

SAM vključuje poleg I-O tabele, ki je vanjo vgrajena, tudi vse ostale transakcije v okviru narodnega gospodarstva. Poljubna raven sektorske razčlenitve, omejena zgolj z razpoložljivostjo podatkov, smiselnostjo in obvladljivostjo matrike, nam omogoča reševanje specifičnih problemov v okviru narodnogospodarske celote. Multiplikativni učinki, izračunani iz tako postavljenega, vseobsežnega narodnogospodarskega ogrodja, so večji, saj zajemajo poleg klasičnih multiplikativnih učinkov, katerih izračun nam omogočajo input-output tabele, tudi izračun sekundarnih vplivov, ki izhajajo iz po definiciji v I-O tabeli nezajetih institucionalnih povezav (predvsem transferjev med institucijami) (Lavrač et al., 1998, str. 5).

Standardno strukturo SAM prikazuje priloga 4. Vsebuje šest osnovnih tipov računov: aktivnosti in dobrine, faktorji, tekoči računi institucij, kapitalski račun in račun tujine. Standardna matrika se lahko v okviru podatkovnih možnosti praktično poljubno prilagaja potrebam analize, za katero je zasnovana (Kuhar, 2003, str. 38).

Metoda SAM tako kot I-O metoda meri vpliv spremenjene turistične potrošnje na gospodarstva, s tem da izračunava povečan obseg outputa, čemu doda tudi dodatni output s turizmom povezanih dejavnosti. Ob tem predpostavlja, da so produkcijski faktorji v neomejenih količinah in potekajo znotraj gospodarstva brez omejitev. S tem razume produkcijske faktorje kot faktorje, ki niso v uporabi v ostalih dejavnostih in se z uporabo v turizmu ne odražajo v zmanjšanju v ostalih dejavnostih. S tem metoda I-O in SAM meri le pozitivne vplive turizma in zapostavlja negativne. Ti metodi torej dojemata povečanje gospodarske aktivnosti, ki je plod posamezne spremembe (denimo turizma) kot neto spremembo na gospodarstvo, ob tem pa pozabljata na negativne (povratne) vplive, ki jih je ta sprememba povzročila na ostale segmente gospodarstva, s čimer se daje preveliko težo posameznemu vplivu (Dwyer et al., 2004, str. 308).

Seveda pa ima metoda SAM vse negativne slabosti tabel I-O, ki so navedeni pod poglavjem 4.4., in s tem dobljeni multiplikatorji turistične dejavnosti ne odražajo prave vrednosti primarnih in sekundarnih turističnih vplivov.

4.5 Izračunljiv model splošnega ravnotežja

Poleg naštetih metod merjenja ekonomskih vplivov turizma se je v zadnjem času vse bolj uveljavil izračunljiv model splošnega ravnotežja (angl. *Computable General Equilibrium* – v nadaljevanju CGE). Model omogoča ugotavljati posledice sprememb v posameznih dejavnostih, njihove vplive na spremembe v drugih dejavnostih in na pomembnejše ekonomske agregate (Majcen & Buehrer, 2001, str. 1). Izhaja iz izhodišča, da sprememba cene posamezne ekonomske kategorije lahko vpliva na ostale ekonomske kategorije in posledično na celotno gospodarstvo. S priznavanjem povezav med gospodarstvom (pri čemer izhaja iz SAM) model ugotavlja sekundarne vplive sprememb na celotno gospodarstvo.

Kuhar (2003, str. 21) navaja, da so pojavi v ekonomskem okolju zapleteni in večplastni, analizirati pa jih je možno le v razmeroma poenostavljenih prikazih. Tovrstno definiranje kompleksnih pojavov v realnem svetu imenujemo modeliranje. Ekonomski model je poenostavljen prikaz realnega pojava v gospodarstvu z namenom pojasnitve obstoječih odnosov med dejavniki, napovedovanja razvoja ter simuliranja različnih scenarijev sprememb ekonomskega in političnega okolja.

CGE modelira gospodarstvo kot sistem tokov proizvodov in storitev med dejavnostmi, pri čemer so odnosi med vsemi subjekti gospodarstva matematično specificirani. Priprava CGE modela zahteva oblikovanje trgov (dobrin, storitev in produkcijskih faktorjev), proizvodnih dejavnosti in skupin povpraševanja (gospodinjstva). Obnašanje trgov, dejavnosti in gospodinjstev (ekonomski agentje) je definirano v enačbah, ki določajo njihove odzive na spremembe. Tako se v modelu skozi simulacije lahko obravnava interakcije ekonomskih agentov na ravni celotnega gospodarstva. Gre za agregatni prikaz gospodarstva, ki temelji na ravnotežju tokov dobrin in proizvodnih faktorjev - trgi dobrin in proizvodnih faktorjev so s tem v ravnotežju (ni presežene ponudbe ali povpraševanja).

Za razliko od I-O in SAM multiplikatorjev CGE model predpostavlja omejenost produkcijskih faktorjev kot tudi »handicap« potrošnikov, ki morajo racionalno razporediti svoj fiksni obseg dohodka. Trgi v modelu delujejo imperfektno in države lahko povečajo obseg potrošnje, seveda ob dvigu davčnih stopenj ali dodatnega zadolževanja (kar povzroči zmanjšan obseg povpraševanja). Gospodarstvo je povezano s tujimi gospodarstvi preko mednarodne blagovne menjave, pri kateri ob povečanem povpraševanju po izvozu zaradi naraslih menjalnih tečajev pride do povečanja potrebe po uvozu in zmanjšanja po izvozu (Dwyer et al., 2004, str. 309). Te lastnosti, ki določajo odnose med dejavnostmi, institucijami in trgi gospodarstva, so zapisane v obliki matematičnih funkcij, s čimer je določen njihov odziv na spremembe. Kuhar (2003, str. 39) doda, da je namen izgradnje aplikativnih modelov splošnega ravnotežja simuliranje sprememb ekonomskih razmer v proučevanem sistemu in analiza vplivov.

Yeoman et al. (2007, str. 1359) navaja, da so se CGE modeli uveljavili kot zanesljiv vir ocenjevanja ekonomskih vplivov s turizmom povezanih dogodkov na gospodarstvo. Prav tako lahko merijo vplive na turistično dejavnost, ki so plod različnih dogodkov (npr. terorizem, epidemije itd.). Modeli so zmožni kvantificirati vplive spremenjene turistične politike, kot je povečan davek na DV ali pa povečane takse letalskih prevoznikov, in pa tudi številčno prikazati optimistične ali pesimistične scenarije na prihodnji razvoj turizma znotraj gospodarstva. Z modeli CGE je torej lahko slediti vplivom sprememb s turizmom nepovezanih dejavnosti na turizem in tudi obratno, torej vplivom sprememb turizma na gospodarstvo. Kot omenjeno, kvantificirajo ekonomske vplive scenarijev na dohodek, zaposlitev, bilanco trgovanj, davčnih zaslužkov itd. Dwyer et al. (2004, str. 311) navaja, da se lahko model CGE uporablja za:

- oceno vpliva spremembe domačega in tujega turizma na gospodarstvo države ali regije;
- oceno vpliva povečanega mednarodnega turizma na aktivnosti države;
- oceno vpliva posebnega dogodka (npr. nogometno prvenstvo) na aktivnosti države ali regije ali mesta;
- oceno vpliva turistične takse na gospodarsko aktivnost;
- oceno vpliva davka na DV na turistično dejavnost;
- oceno vpliva spremembe regulacije mednarodne aviacije na turistično dejavnost in na celotno gospodarstvo;
- oceno kriznih situacij turizma (npr. vojne, terorizem, epidemije itd.) na gospodarstvo.

Sahli & Nowak (2007, str. 428) navajata, da model CGE v okviru analize turizma predstavlja trge (proizvodov, storitev in produkcijskih faktorjev), proizvodne dejavnosti in skupine povpraševanja (tuji in domači turisti), katerim se določi medsebojno odvisnost in s tem skuša analizirati, kako vsak trg, dejavnost in skupina povpraševanja reagira na povečani obseg turistične potrošnje.

Zaradi svoje konsistentnosti in podrobnega opisa gospodarstva (z nakazanimi povezavami med dejavnostmi, regijami in trgi) CGE model predstavlja dobro osnovo za simuliranje in ocenjevanje sprememb v gospodarstvu, ki so plod različnih sprememb (Berrittella et al., 2006, 915). Obenem velja poudariti, da so CGE modeli lahko statični ali pa dinamični in s tem dopuščajo ugotavljanje sprememb skozi čas (Dwyer et al., 2004, str. 310).

Modeliranje ekonometričnih modelov, kot je CGE, je relativno v povojih. Z razliko od naštetih metod se model CGE izvaja krajši čas in zaradi tega tudi ni razkril še vseh svojih slabosti. Gre za zapleteno in zahtevno modeliranje gospodarstva, ki pa zaradi določitve lastnosti ekonomskih subjektov omogoča izvajanje simulacij, ki bodo odražale na področju turizma bolj točne ekonomske vplive turizma.

4.6 Kritična ocena obravnavanih metod

Izhajajoč iz makroekonomske teorije je vsak gospodarski sistem večplasten in povezuje n -to število subjektov in elementov. Prepletenost gospodarskih subjektov je znotraj gospodarstva izredno velika, kot je tudi njihova medsebojna odvisnost. Vse to narekuje, da je merjenje gospodarstva in z njim povezanih agregatov izredno oteženo in zahtevno delo. V poglavjih 4.2–4.5 sem skušal kar se da jasno prikazati izbrane metode merjenja ekonomskih vplivov turizma. Seveda je to le splošen oris metod, ki so v svoji naravi izredno kompleksne in je tako na nekaj straneh težko prikazati vse lastnosti in karakteristike, ki jih zaznamujejo.

Satelitski računi za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO so najbolj pogosto uporabljena metoda kvantificiranja ekonomskega prispevka turizma h gospodarstvu. Razvoj pod okriljem Združenih narodov in ostalih mednarodnih institucij je prispeval, da države in druge raziskovalne institucije pogosto posegajo po njej. Zaradi standardizacije je metoda, z razliko od ostalih, tudi mednarodno primerljiva, kar še dodatno okrepi njeno uporabnost. Vendar kot taka je časovno zahtevna, kar pomeni, da se aplicira na gospodarstva v relativno daljših časovnih obdobjih, kar je vzbudilo interes po nastanku metodologije po modelu WTTC in OE. Z razliko od prve, druga temelji na simulacijah in domnevni povezanosti turizma z ostalim gospodarstvom. Seveda so tako dobljeni rezultati zgolj ocene in ne dejanske vrednosti, zato je potrebno z njimi premišljeno ravnati.

Pred prihodom satelitskih računov za turizem je analiza ekonomskih vplivov turizma temeljila na I-O tabelah in keynezianskem multiplikatorju. Kljub temu da sicer te metode uspešno zajamejo nekatere vplive turizma, temeljijo na neuravnoteženem okviru s številnimi domnevami. Tako domnevajo fiksne cene, fiksne koeficiente proizvodnje, obstoj prostih virov itd. Zaradi teh domnev metode ne vzamejo v okvir omejitev v gospodarstvu, kot so denimo relativna redkost dobrin, mobilnost produkcijskih faktorjev, konkurenčnost, spreminjanje cen itd. S tem ko skušajo poleg direktnih zajeti tudi indirektne in inducirane vplive, zaradi podanih omejitev dajejo turizmu prevelik pomen. Ključna napaka je torej, da ne upoštevajo t. i. povratnih vplivov (angl. *feedback effects*) sprememb na gospodarstvo. V njihovi terminologiji (s čimer seveda velja to tudi za SAM metodo) se vsaka sprememba v povpraševanju odraža denimo v zaposlitvi prej prostih produkcijskih faktorjev in s tem ne

vzame v obzir nobenih negativnih povratnih vplivov (prerazporeditev produkcijskih faktorjev iz ene industrije v drugo). Takšna analiza torej dojema povečanje gospodarske aktivnosti brez zavedanja, da je to povečanje morebiti prišlo zaradi zmanjšanja aktivnosti v ostalih delih gospodarstva (Sahli & Nowak, 2007, str. 427).

S tem ko se poveča povpraševanje znotraj turistične dejavnosti, se to odraža v prilivu produkcijskih faktorjev v to dejavnost, kar zaradi omejenosti virov pomeni zmanjšanje produkcijskih faktorjev v drugih dejavnostih. Obenem se zaradi povečanega povpraševanja v turistični dejavnosti zmanjša povpraševanje v drugih dejavnostih, kar zmanjša njihov output in DV (Dwyer et al., 2004, str. 309). Tako multiplikatorji I-O in SAM odražajo napačne, prevelike vrednosti ekonomskih vplivov turizma. S tem se daje turizmu prevelik prispevek gospodarstvu, kar ima potencialno nevarne posledice pri nadaljnjih strategijah razvoja.

Zaradi omenjenih slabosti uveljavljenih metod merjenja ekonomskih vplivov turizma se je pojavila potreba po novi metodi, ki bi, kar se da celovito, skušala zajeti prispevek turizma h gospodarstvu. To mesto je zavzela metoda CGE. Izvajanje simulacij v okviru modela CGE lahko poda bistveno bolj točne vrednosti gospodarskega pomena turizma, s čimer je seveda potrebno model razviti do te mere, da, kar se da točno, odraža aktualno gospodarsko stanje. S pravilnim matematičnim zapisom se gospodarstvo modela lahko razvije do te mere, da upošteva vse specifičnosti gospodarstva (tudi prej omenjene povratne vplive gospodarskih sprememb) in gospodarskih subjektov, s čimer se dobi rezultate, ki so bližji tisti dejanski gospodarski vrednosti turizma. Obenem omogoča metoda CGE tudi simuliranje različnih scenarijev v gospodarstvu. Kvantifikacija različnih dogodkov na turizmu oz. kvantifikacija različnih sprememb v turizmu na gospodarstvo vsekakor poveča njeno uporabnost.

Merjenje ekonomskih vplivov turizma je izredno zahtevno in kompleksno. Prepletenost gospodarstva in specifičnost turistične dejavnosti otežujeta izmero ekonomskih vplivov turizma. Podaja se celo vprašanje, ali je ob vseh kompleksih ekonomske analize turizma sploh možno izmeriti vplive turizma. Metode za merjenje turizma so na voljo kot tudi prakse in izkušnje, zato je raziskovalec ob upoštevanju le-teh lahko ocenil ekonomske vplive turizma. Kljub temu da tako dobljena ocena morebiti ne bo točna, bo nakazala okviren pomen turizma, s čimer se bo ustvarilo zavedanje turizma kot pomembne gospodarske dejavnosti.

5 OCENA EKONOMSKIH VPLIVOV TURIZMA NA GOSPODARSTVO

Skladno s prvim poglavjem magistrskega dela, v tem poglavju analiziram gospodarski pomen turizma na svetovni, evropski in slovenski ravni. Na svetovni in evropski ravni se osredotočim na soočenje podatkov UNWTO in WTTC. Na slovenski ravni pa poleg podatkov omenjenih organizacij predstavim tudi dosedanje analize vrednotenja turizma v Sloveniji.

5.1 Vplivi turizma na svetovno gospodarstvo

UNWTO (2012, str. 3) v publikaciji *Tourism Highlights 2012* navaja, da je leta 2011 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v svetovnem gospodarstvu kot posledica

turistične dejavnosti znašal 5 % svetovnega BDP. Turistično gospodarstvo je leta 2011 zaposlovalo v povprečju med 6 % in 7 % celotne delovne populacije (Tabela 5).

Pri razvitih, visoko diverzificiranih gospodarstvih, se BDP kot posledica turistične dejavnosti razteza od 2 % BDP za gospodarstva z majhnim obsegom turistične dejavnosti in do 10 % BDP za gospodarstva, kjer je turizem pomembna gospodarska dejavnost. Pri gospodarstvih v razvoju in majhnih otoških državah pa je prispevek turizma k BDP lahko še mnogo večji in lahko prispeva tudi do 25 % BDP (UNWTO, 2012, str. 3).

Kot je navedeno v poglavju 4.2.1, se UNWTO poslužuje metodologije satelitskih računov za turizem, ki analizira zgolj direktne ekonomske vplive turizma. Obenem rezultati, ki so predstavljeni v zgornjem odstavku, temeljijo le na podatkih držav, ki so implementirale metodologijo satelitskih računov za turizem UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO. UNWTO (2010a, str. 2) navaja, da je do leta 2010 60 držav analiziralo vplive turizma na podlagi omenjene metodologije in posledično v zgornjem odstavku navedeni svetovni BDP turistične dejavnosti izvira zgolj iz rezultatov analiz držav, ki so to metodologijo tudi izvedle.

WTTC (2012c, str. 1) za razliko od UNWTO navaja, da je leta 2011 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v svetovnem gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 2,8 % svetovnega BDP. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma pa je leta 2011 ustvarjen BDP v svetovnem gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 9,1 % svetovnega BDP. Turistično gospodarstvo je leta 2011 po navedbah WTTC zaposlovalo v povprečju 8,7 % celotne delovne populacije (Tabela 5).

Tabela 5: Ključni ekonomski kazalniki turizma za svet za leto 2011

Metodologija Kazalnik	Satelitski računi za turizem metodologije UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO	Satelitski računi za turizem metodologije po modelu WTTC in OE
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)	5	2,8
Delež turističnega gospodarstva v BDP (%)	/	9,1
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	6-7	8,7

Vir: UNWTO, Tourism Highlights 2012 edition, 2012, str. 3; WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2012 World, 2012c, str. 1.

Po predvidevanjih WTTC (2010, str. 8) bo turistična dejavnost ohranila vodilno vlogo pri generiranju svetovne gospodarske rasti, ustvarjanju zaposlitev in zniževanju stopnje revščine. Gospodarstva v razvoju se smatrajo kot paradni konji pri rasti svetovne turistične dejavnosti, povečevanju stopnje mednarodnih potovanj (za Kitajsko se ocenjuje, da bo prispevala 95 milijonov mednarodnih turistov leta 2020) in krepitvi domačega turizma.

UNWTO (2011a, str. 14) navaja, da se bo rast turistične dejavnosti na svetovni ravni v prihodnje nadaljevala. Število mednarodnih prihodov naj bi v razdobju 2010-2030 dosegalo 3,3 % letno stopnjo rasti. WTTC (2012c, str. 1) za razliko od UNWTO za obdobje 2012-2022

navaja 4 % letno stopnjo rasti, pri čemer naj bi ustvarjen BDP v svetovnem gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 10 % svetovnega BDP. V letu 2011 je vsaka 12. zaposlena oseba opravljala delo v turističnem gospodarstvu (UNWTO, 2011a, str. 5), a po predvidevanjih WTTC (2012c, str. 1) naj bi do leta 2022 vsaka 10. zaposlena oseba opravljala delo v turističnem gospodarstvu.

5.2 Vplivi turizma na evropsko gospodarstvo

Komisija evropskih skupnosti (2010, str. 3) vrednoti turizem kot gospodarsko aktivnost, ki je v okviru EU zmožna ustvarjanja gospodarske rasti in novih delovnih mest na eni strani in na drugi razvoju posameznih gospodarstev ter njihovi družbeni koheziji.

Komisija evropskih skupnosti (2010, str. 3) nadaljuje, da je leta 2008 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 5 % BDP EU. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma pa je leta 2008 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 10 % BDP EU. Turistična dejavnost je leta 2008 po navedbah komisije evropskih skupnosti zaposlovala v povprečju 5,2 % celotne delovne populacije EU. V kolikor se vzame v obseg tudi s turizmom povezane dejavnosti (t. i. sekundarne vplive), je turistično gospodarstvo EU leta 2008 zaposlovalo v povprečju 12 % celotne delovne populacije EU (Tabela 6). Moč je povzeti, da je turistična dejavnost tretja največja dejavnost EU (za trgovino in gradbeništvo).

WTTC (2010a, str. 10) za razliko od Komisije evropskih skupnosti navaja, da je leta 2008 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 3,4 % BDP EU. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma pa je leta 2008 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 10,5 % BDP EU. Turistično gospodarstvo je leta 2008 po navedbah WTTC zaposlovalo v povprečju 9,8 % celotne delovne populacije EU (Tabela 6).

Tabela 6: Ključni ekonomski kazalniki za EU za leto 2008

Kazalnik \ Metodologija	Satelitski računi za turizem metodologije UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO	Satelitski računi za turizem metodologije po modelu WTTC in OE
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)	5	3,4
Delež turističnega gospodarstva v BDP (%)	10	10,5
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	12	9,8

Vir: Komisija evropskih skupnosti, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe, 2010, str. 3; WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2010 European Union, 2010a, str. 10.

V tabeli 6 združeni podatki ekonomskih vplivov turizma se nanašajo na referenčno leto 2008 iz razloga, ker podatki satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO za aktualno obdobje (2011) niso dosegljivi in je leto 2008 tisto zadnje, za katero je moč pridobiti podatke za EU po navedeni metodologiji. Eurostat (2012, str. 1) navaja, da je število turističnih prihodov rezidentov v razdobju zadnjih štirih let (torej od leta 2008 do 2012) bilo relativno konstantno in je obsegalo okoli milijardo prihodov na letni ravni.

Skladno s sliko 3 predstavljeno v poglavju 1.2, ki prikazuje gibanje števila prenočitev v EU, je moč zapaziti trend upadanja. Ta trend upadanja se lepo odraža tudi v zadnjih ocenah WTTC (2012, str. 1), ki kažejo, da naj bi leta 2011 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 2,9 % BDP EU. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma, pa je leta 2011 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 7,9 % BDP EU. Turistično gospodarstvo je leta 2008 po navedbah WTTC zaposlovalo v povprečju 9 % celotne delovne populacije EU (Tabela 7). Ti zadnji podatki WTTC za leto 2011 so v primerjavi s podatki za leto 2008 bistveno nižji, kar je skladno z upadom turističnega gibanja.

Tabela 7: Ključni ekonomski kazalniki za EU za leto 2011

Kazalnik	Metodologija	Satelitski računi za turizem metodologije po modelu WTTC in OE
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)		2,9
Delež turističnega gospodarstva v BDP (%)		7,9
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)		9

Vir: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2012 European Union, 2012, str. 1.

Kljub upadu turističnega gibanja pa UNWTO (2012, str. 6) navaja, da je bilo leto 2011 za turizem EU uspešno, saj naj bi turizem v tem letu doživel 6 % rast, kar uvršča Evropo v najhitreje rastoče turistične trge. UNWTO (2012, str. 5) hkrati ocenjuje, da se je leta 2011 v Evropi ustvarilo kar 45 % vseh mednarodnih turističnih prihodkov.

5.3 Vplivi turizma na slovensko gospodarstvo

5.3.1 Kronološki pregled merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji

Turizem (predvsem tujski), je v družbenoekonomskem razvoju Slovenije pomembna dejavnost. Ekonomski vplivi turizma so pomembni tako na regionalni kot tudi na narodnogospodarski ravni. Turizem močno spodbuja proizvodnjo, ustvarja dodatni trg za celotno gospodarstvo, pozitivno vpliva na plačilno bilanco, pospešuje razvoj manj razvitih regij in podobno, pomembni pa so tudi njegovi neekonomski vplivi (Sirše et al., 1981, str. 1).

Zavedanje ekonomskih vplivov turizma se je v našem prostoru pričelo v 70. in 80. letih prejšnjega stoletja. Iz tega obdobja izvira tudi zgoraj navedeni odstavek, ki lepo odraža misel

tedanje percepcije turizma. Z ozaveščenjem pomena turizma v tem obdobju je tudi moč iskati razloge za ekspanzijo investicij v slovenski turizem in za razvijanje strategij in politik razvoja. V tem obdobju je tudi moč najti prve ekonomske evalvacije slovenskega turizma.

Pregled bibliografskega sistema pokaže, da je prva ekonomska analiza slovenskega turizma na voljo iz leta 1978. Izvedena je bila v okviru I-O tabel in iz nje izpeljanih multiplikatorjev turizma (Sirše, 1978). To kaže, da poteka analiza ekonomskih vplivov turizma na slovenskem prostoru že več ko 30 let, kar odraža zavedanje pomena turizma za gospodarstvo. Tekom 80. let prejšnjega stoletja je bila izvedena še kopica ekonomskih analiz slovenskega turizma, ki pa so v začetku 90. let zamrle. Konec 90. let prejšnjega stoletja in s pričetkom novega tisočletja je ponovno moč zapaziti več zanimanja za analize ekonomskega pomena turizma, pri čemer bi izpostavil delo Sirše & Zakotnik (1999).

Leta 2001 se je pričelo postopno izvajanje satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO, ki so leta 2004 privedli do prve izvedene študije za Slovenijo, in sicer na podatkih za leto 2000. Gre za prvo izvedeno študijo satelitskih računov za turizem po omenjeni metodologiji v Sloveniji, ki je podrobno analizirala ekonomske vplive turizma v Sloveniji. Velja poudariti, da je s pričetkom razvoja satelitskih računov za turizem za Slovenijo v letu 2001 stekla tudi priprava strategije razvoja slovenskega turizma, ki je bila izdana leta 2002 z naslovom Strategija slovenskega turizma 2002-2006 (Ministrstvo za gospodarstvo, 2002). Prva strategija razvoja slovenskega turizma sicer sega v leto 1995, ko so bili opredeljeni prvi strateški cilji in z njimi povezani potrebni ukrepi in akcije.

Naslednja pomembna evalvacija ekonomskih vplivov turizma je bila izvedena leta 2008, ponovno po metodologiji satelitskih računov za turizem za leto 2003 in ekstrapolirano za leto 2006 (Ministrstvo za gospodarstvo, 2008). Leto prej je bila pripravljena tudi nova strategija slovenskega turizma z naslovom Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011 (Ministrstvo za gospodarstvo, 2006). Torej, kot je razvidno, se je razvojna politika dosedanje strategije slovenskega turizma z letom 2012 iztekla. Leta 2012 je bila sprejeta nova strategija razvoja slovenskega turizma z naslovom Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma (Vlada Republike Slovenije, 2012), ki bo usmerjala razvoj slovenskega turizma v obdobju 2012-2016. Ključnega pomena je poudariti, da je Slovenija skladno z ostalimi članicami EU pristopila k rednemu izvajanju satelitskih računov po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO. Ekonomska evalvacija turizma v Sloveniji se torej izvaja v okviru satelitskih računov za turizem, za katere je pristojen SURS.

Poleg rednega izvajanja satelitskih računov po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO je moč podatke o vplivih turizma na slovensko gospodarstvo pridobiti tudi v okviru metodologije po modelu WTTC in OE. WTTC na svoji spletni strani objavlja letna poročila o direktnih, indirektnih in induciranih vplivih turizma na slovensko gospodarstvo. Torej merjenje ekonomskih vplivov turizma poteka v Sloveniji že relativno dolgo, kakšne pa so izmere ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji, pa bo pokazalo naslednje poglavje.

5.3.2 Pregled analiz merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji

V tem poglavju želim prikazati ugotovitve dosedanjih raziskav ocenjevanja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji. Po pregledu strokovne literature sem prišel do spoznanja, da so najpomembnejše raziskave ekonomskih vplivov turizma v času samostojne Slovenije naslednje:

- Analiza ekonomskih učinkov slovenskega turizma (Sirše & Zakotnik, 1999);
- Satelitski računi za turizem v Sloveniji (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004);
- Ocena ekonomskega pomena turizma v Sloveniji v letu 2003 in ekstrapolacija za leto 2006 (Ministrstvo za gospodarstvo, 2008).

Ugotovitve raziskav navajam v nadaljevanju, pri čemer pa velja opozoriti, da zaradi različnih metodoloških orodij njihova primerljivost ni mogoča. Ugotovitve so v drugem delu poglavja dopolnjene tudi z ugotovitvami merjenja po modelu WTTC in OE. Z analizo teh podatkov bo moč pridobiti vpogled v ekonomske vplive turizma na gospodarstvo Slovenije.

5.3.2.1 Analize merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji

Prva raziskava, ki jo obravnavam, se nanaša na ekonomsko analizo slovenskega turizma iz leta 1999 avtorjev Sirše in Zakotnik in opredeljuje ekonomske agregate turizma za leto 1995 in 1998 (Sirše & Zakotnik, 1999). Avtorja v delu navajata, da merjenje turističnega gospodarstva zgolj na plečih statističnih podatkov pridobljenih iz dejavnosti povezanih s turizmom v SKD (HORECA/TA sektor) ne odraža pravih rezultatov. Tako dobljene vrednosti so močno prenizke in dajejo turizmu prenizko vrednost.

Sirše & Zakotnik (1999, str. 18) sta v raziskavi s pomočjo I-O modela ocenila, da je leta 1995 (1998) ustvarjena DV (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašala 5,4 % (5,3 %) v DV celotnega slovenskega gospodarstva. Ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov turizma je leta 1995 (1998) turistično povpraševanje znašalo 9,4 % (9,1 %) BDP Slovenije. Turistična dejavnost je leta 1995 (1998) zaposlovala v povprečju 4,0 % (4,3 %) celotne delovne populacije Slovenije (Tabela 8).

Tabela 8: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 1995 in 1998

Kazalnik \ Leto	1995	1998
Delež DV turistične dejavnosti v DV gospodarstva (%)	5,4	5,3
Delež turističnega povpraševanja v BDP (%)	9,4	9,1
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	4,0	4,3
Multiplikator proizvodnje	1,79	1,79
Multiplikator DV	1,71	1,69
Multiplikator zaposlovanja	2,11	1,50

Vir: J. Sirše & I. Zakotnik, Analiza ekonomskih učinkov slovenskega turizma, 1999.

Turistični multiplikatorji, izračunani iz I-O tabel, so na področju proizvodnje za leto 1995 (1998) znašali 1,79 (1,79), na področju DV 1,71 (1,69) in na področju zaposlovanja 2,11 (1,50). Multiplikativen učinek turističnega povpraševanja na proizvodnjo celotnega gospodarstva je bil v obeh obdobjih eden izmed največjih med vsemi dejavnostmi, pri čemer je bil največji v dejavnosti gradbenih del 2,14 (2,18). Na področju plačilne bilance avtorja navajata, da je bilo v omenjenih obdobjih turističnega deviznega priliva v višini 850 mio USD, kar je po zmanjšanju uvoza za proizvodnjo turističnih dobrin v obsegu 146,2 mio USD in zmanjšanju za vrednost emitivnega turizma Slovencev v obsegu 574,5 mio USD neto turistični priliv znašal 130 mio USD (Sirše & Zakotnik, 1999, str. 32).

Kot je navedeno v kronološkem pregledu evidentiranja ekonomskih vplivov turizma pod poglavjem 5.2.1, so bili prvi satelitski računi za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO v Sloveniji izdelani leta 2004 in se nanašajo na analizo turizma leta 2000. Leta 2000 je bilo tako na podlagi te raziskave evidentiranih 10.484.890 nočitev vseh turistov, pri čemer so tuji turisti ustvarili 4.471.385 nočitev, domači pa 6.035.505. Notranja turistična potrošnja, ki je skup vseh izdatkov domačih in tujih turistov v Sloveniji, je leta 2000 znašala 329.454 mio SIT, pri čemer so tuji turisti generirali 221.129 mio SIT in domači 108.324 mio SIT (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004, str. 73).

Ministrstvo za gospodarstvo (2004, str. 73) ugotavlja, da je leta 2000 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) DV ustvarjena v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašala 3,8 % v DV slovenskega gospodarstva. Ustvarjen BDP (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti je leta 2000 prav tako znašal 3,8 % BDP Slovenije. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma pa je ustvarjena DV v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašala 5,5 % DV slovenskega gospodarstva. Turistična dejavnost je leta 2000 zaposlovala v povprečju 3,01 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa v povprečju 5,21 % celotne delovne populacije Slovenije (Tabela 9).

Tabela 9: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 2000

Kazalnik \ Leto	2000
Delež DV turistične dejavnosti v DV gospodarstva (%)	3,8
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)	3,8
Delež DV turističnega gospodarstva v DV gospodarstva (%)	5,5
Delež zaposlenih v turistični dejavnosti (%)	3,01
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	5,21
Multiplikator proizvodnje	1,7
Multiplikator DV	1,5

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo, Satelitski računi za turizem v Sloveniji, 2004.

Vidjen (2005, str. 36) doda, da rezultati pridobljeni iz te raziskave kažejo, da se turistična dejavnost v letu 2000 uvršča na osmo mesto glede na ustvarjeno DV v gospodarstvu, nekje v rang dejavnosti izobraževanja in zdravstva ter socialne skrbi.

Nadaljujem z naslednjo oceno ekonomskih vplivov turizma na slovenskem, ki je bila izvedena leta 2008 in se je nanašala na leto 2003 z ekstrapolacijo za leto 2006. Leta 2003 je bilo zabeleženih 2.246.100 turističnih prihodov (61,4 % tujih turistov in 38,9 % domačih turistov), ki so ustvarili 7.502.600 nočitev (55,7 % tujih in 44,3 % domačih turistov). Notranja turistična potrošnja je znašala 2.166,66 mio EUR, pri čemer so tuji turisti generirali 1.158 mio EUR in domači 933 mio EUR. Kot zanimivost velja navesti, da je leta 2003 izhodna potrošnja slovenskih turistov in enodnevnih obiskovalcev v tujini znašala 745 mio EUR (Ministrstvo za gospodarstvo, 2008, str. 20).

Ministrstvo za gospodarstvo (2008, str. 9) ugotavlja, da je leta 2003 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 4,94 % BDP Slovenije. Ustvarjena DV v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti je znašala 3,81 % DV slovenskega gospodarstva. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma je leta 2003 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 7,71 % BDP Slovenije. Turistično dejavnost je leta 2003 zaposlovala v povprečju 3,9 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa 10,2 % celotne delovne populacije Slovenije (Tabela 10).

Tabela 10: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 2003 in 2006

Kazalnik \ Leto	2003	2006
Delež DV turistične dejavnosti v DV gospodarstva (%)	3,82	4,11
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)	4,94	5,50
Delež DV turističnega gospodarstva v DV gospodarstva (%)	6,60	/
Delež turističnega gospodarstva v BDP (%)	7,72	8,50*
Delež zaposlenih v turistični dejavnosti (%)	3,90	3,99*
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	10,20	10,20*
Multiplikator proizvodnje	1,75	/
Multiplikator DV	2,01	/

Legenda:

* Ocena

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo, Ocena ekonomskega pomena turizma v Sloveniji v letu 2003 in ekstrapolacija za leto 2006 (po metodologiji Satelitski računi za turizem), 2008.

Metoda ekstrapolacije za leto 2006, ki temelji na preliminarni oceni obsega turizma in ne nudi točnih informacij, ocenjuje, da je leta 2006 notranja potrošnja v Sloveniji znašala 2.880 mio

EUR (59,08 % tuji turisti in 40,92 % domači). Izhodna potrošnja slovenskih turistov v letu 2006 naj bi obsegala 910 mio EUR (Ministrstvo za gospodarstvo, 2008, str. 77).

Ministrstvo za gospodarstvo (2008, str. 77) ugotavlja, da naj bi leta 2006 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 5,5 % BDP Slovenije. Ustvarjena DV v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti naj bi znašala 4,11 % DV slovenskega gospodarstva. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma, naj bi leta 2006 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 8,50 % BDP Slovenije. Turistična dejavnost je leta 2006 zaposlovala v povprečju 3,99 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa 10,20 % celotne delovne populacije Slovenije (Tabela 10).

5.3.2.2 Ugotovitve satelitskih računov za turizem po modelu WTTC in OE

Kot omenjeno v poglavju 4.2.2 je moč analizirati ekonomske vplive turizma tudi s pomočjo metodologije po modelu WTTC in OE. Tako pridobljeni podatki nudijo hiter vpogled v ekonomske vplive turizma. Vendar velja opozoriti, da gre za modelski pristop, ki temelji na ocenah, zato kaže vzeti tako pridobljene podatke kot grobo oceno stanja gospodarskega pomena turizma – celovito analizo nudijo omenjeni satelitski računi za turizem.

V analizi ekonomskih vplivov turizma Slovenije za leto 2012 WTTC (2012a) navaja, da je leta 2011 (ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov) ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 3,5 % BDP Slovenije. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma, naj bi leta 2011 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 12,9 % BDP Slovenije. Turistična dejavnost je leta 2011 zaposlovala v povprečju 3,9 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa 13,2 % celotne delovne populacije Slovenije (Tabela 11).

Tabela 11: Ključni ekonomski kazalniki turizma za Slovenijo za leto 2011 in 2022

Kazalnik \ Leto	2011	2022
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)	3,50	3,30
Delež turističnega gospodarstva v BDP (%)	12,90	12,40
Delež zaposlenih v turistični dejavnosti (%)	3,90	3,90
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	13,20	13,00

Vir: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2012 Slovenia, 2012a.

Napovedi, ki jih WTTC (2012a, str. 11) navaja za Slovenijo, kažejo, da naj bi turistična dejavnost Slovenije leta 2012 utrpela negativno letno stopnjo rasti v obsegu 0,5 %. Na področju dolgoročne napovedi za leto 2022 pa ocenjujejo, da bo letna stopnja rasti turistične dejavnosti znašala 2,8 % s čimer naj bi delež turistične dejavnosti v BDP Slovenije leta 2022

znašal 3,3 % BDP Slovenije. Turistično gospodarstvo naj bi prav tako leta 2012 utrpelo negativno letno stopnjo rasti, saj naj bi delež turističnega gospodarstva znašal 12,9 % BDP Slovenije. Napovedi za leta 2022 pa kažejo, da bo letna stopnja rasti turističnega gospodarstva znašala 2,9 % s čimer naj bi delež turističnega gospodarstva v BDP Slovenije leta 2022 znašal 12,4 %. Napovedi na področju zaposljivosti za leto 2012 kažejo, da bodo ostale na isti ravni kot leta 2011. Do leta 2022 naj bi letna stopnja rasti zaposljivosti znašala 0,5 %, s čimer bi turistična dejavnost leta 2022 zaposlovala 3,9 % delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa 13,0 % delovne populacije Slovenije (Tabela 11).

Predstavljenih napovedi rasti slovenskega turizma s strani WTTC kažejo, da je turistična dejavnost v Sloveniji vpeta v širšo neugodno gospodarsko stanje EU. Gospodarska kriza v Evropi (WTTC, 2012) zavira prihodnjo rast turistične dejavnosti. Seveda pa kljub temu turizem predstavlja pomemben delež v BDP Slovenije.

5.3.2.3 Primerjava obravnavanih analiz merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji

V preteklih poglavjih sem zajel in prikazal glavne analize metod merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji. Ugotovitve kažejo, da je merjenje ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji sicer bilo prisotno, a so bile izvedene po različnih metodoloških pristopih. To je tudi razlog za velike variacije v vrednostih agregatov turizma. V tabeli 12 so prikazane glavne ugotovitve dosedanjih analiz ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji.

Tabela 12: Primerjava obravnavanih ekonomskih kazalnikov turizma za Slovenijo

Kazalnik \ Leto	1995¹	1998²	2000³	2003⁴	2006⁵	2011⁶	2022⁷
Delež DV turistične dejavnosti v DV gospodarstva (%)	5,40	5,30	3,80	3,82	4,11	/	/
Delež turistične dejavnosti v BDP (%)	/	/	3,80	4,94	5,50	3,50	3,30
Delež DV turističnega gospodarstva v DV gospodarstva (%)	/	/	5,50	6,60	/	/	/
Delež turističnega gospodarstva v BDP (%)	/	/	/	7,72	8,50*	12,90	12,40
Delež zaposlenih v turistični dejavnosti	4,00	4,30	3,01*	3,90	3,99*	3,90	3,90
Delež zaposlenih v turističnem gospodarstvu (%)	/	/	5,21*	10,20	10,20*	13,20	13,00
Multiplikator proizvodnje	1,79	1,79	1,70	1,75	/	/	/
Multiplikator DV	1,71	1,69	1,50	2,01	/	/	/
Multiplikator zaposlovanja	2,11	1,50	/	/	/	/	/

Legenda:

^{1, 2} Metodologija input-output model

^{3, 4, 5} Metodologija satelitski računi za turizem UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO

^{6, 7} Metodologija satelitski računi za turizem po modelu WTTC in OE

* Ocena

Vir: J. Sirše & I. Zakotnik, *Analiza ekonomskih učinkov slovenskega turizma*, 1999; Ministrstvo za gospodarstvo, *Satelitski računi za turizem v Sloveniji*, 2004; Ministrstvo za gospodarstvo, *Ocena ekonomskega pomena turizma v Sloveniji v letu 2003 in ekstrapolacija za leto 2006 (po metodologiji Satelitski računi za turizem)*, 2008; WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact 2012 Slovenia*, 2012a.

Kot je razvidno iz tabele 12, ki združuje obravnavane analize merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji, se ob upoštevanju zgolj direktnih vplivov delež ustvarjenega BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti razteza od 3,30 % do 5,50 % BDP Slovenije. Ob upoštevanju direktnih, indirektnih in induciranih vplivov turizma pa se delež ustvarjenega BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva razteza od 7,72 % do 12,90 % BDP Slovenije.

Tabela 12 prikazuje tudi podobna razhajanja na področju zaposlovanja, kjer je razvidno da se delež zaposlovanja turistične dejavnosti giblje med 3,01 % in 4,30 % celotne delovne populacije Slovenije, delež zaposlovanja turističnega gospodarstva pa med 5,21 % in 13,20 % celotne delovne populacije Slovenije.

Razhajanja analiz ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji so kot prikazano velika. Opozoril bi tudi na velikost razhajanj podatkov satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO in po modelu WTTC in OE. Podatki kažejo, da modelski pristop s svojimi simulacijami daje turizmu še veliko večji pomen kot pa podatki metodologije satelitskih računov za turizem. Gre za različna pristopa z različnimi metodološkimi okvirji, zato velja pazljivost pri uporabi njihovih podatkov.

Iz napisanega lahko izpeljem, da so vendarle satelitski računi po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO tisti vir analize ekonomskih vplivov turizma, ki lahko poda najbolj zanesljive informacije o pomembnosti turizma za narodna gospodarstva. Zadnji dostopni podatki po tej metodologiji se nanašajo na leto 2003, iz katerih je razvidno, da turistična dejavnost ustvari nekaj manj kot 5,0 % BDP Slovenije, turistično gospodarstvo pa 6,6 % BDP Slovenije. Na področju zaposlenosti je turistična dejavnost leta 2003 zaposlovala nekaj manj kot 4 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa nekaj več kot 10 % celotne delovne populacije Slovenije.

V kolikor podatke o ekonomskih vplivih turizma na slovensko gospodarstvo iz leta 2003 primerjam po kriteriju ustvarjene DV ostalih dejavnosti slovenskega gospodarstva (Priloga 5), je moč ugotoviti, da se DV turistične dejavnosti uvršča na 10. mesto, takoj za dejavnostjo finančnega posredništva. V kolikor pa presojamo turizem širše, torej v okviru vseh vplivov, pa se DV turističnega gospodarstva leta 2003 uvršča na 5. mesto, za dejavnost prometa, skladiščenja in zveze ter pred dejavnostjo javne uprave.

Kot je razvidno iz tabele 12, WTTC in OE dajeta turizmu v Sloveniji še večji pomen. Tako naj bi turistična dejavnost ustvarila 3,50 % BDP Slovenije, turistično gospodarstvo pa kar 12,90 % BDP Slovenije. Te podatki še dodatno povečajo pomembnost turizma za

gospodarstvo Slovenije. A vedno je prisoten dvom o točnosti podatkov WTTC in OE, saj kot omenjeno v poglavju 4.2.2 ta metoda temelji na simulacijah in zaradi tega ne odraža popolno točnih informacij o pomembnosti turizma za gospodarstvo.

Turizem ima z vsemi svojimi vplivi pomemben vpliv na slovensko gospodarstvo. Uvrščanje na 5. mesto po ustvarjeni DV leta 2003 kaže, da gre za pomembno gospodarstvo dejavnost. Z vsemi svojimi vplivi in multiplikacijskimi učinki prispeva pomemben delež h gospodarstvu Slovenije in zato velja skrbno razvijati to dejavnost tudi v prihodnje.

Velja ponovno poudariti pomembnost rednega spremljanja ekonomskih vplivov turizma po metodologiji satelitskih računov za turizem UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO. Tako pridobljeni podatki o ekonomskih vplivih turizma bodo ponudili vpogled v dejanski pomen turizma za slovensko gospodarstvo in bodo lahko predstavljali osnovo za sprejemanje strategij prihodnjega razvoja slovenskega turizma.

5.3.3 Prihodnje merjenje ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji

Poizvedovanje na Direktoratu za turizem in internacionalizacijo, ki deluje v okviru Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo je potrdilo ugotovitev, da je v poglavju 5.3.2.1 predstavljena Ocena ekonomskega pomena turizma v Sloveniji v letu 2003 in ekstrapolacija za leto 2006 tista zadnja, najbolj uradna evalvacija ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2012). Raziskovanje me je vodilo naprej do vprašanja, katera institucija je tista, ki je zadolžena za evidentiranje ekonomskih vplivov turizma. Informacije pridobljene iz Direktorata za turizem in internacionalizacijo, navajajo, da je SURS zadolžen za izvajanje satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO v 3-letnih intervalih (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2012). Torej spremljanje ekonomskih vplivov turizma po metodologiji satelitskih računov za turizem je uradna metoda spremljanja ekonomskih vplivov turizma na slovenskem (Vlada Republike Slovenije, 2012, str. 36). SURS predvideva naslednjo objavo satelitskih računov za turizem konec leta 2012, nanašali pa se bodo na leto 2009. Podlaga za presojanje satelitskih računov za turizem je tudi anketa o tujih turistih v Sloveniji, ki se prav tako izvaja v 3 letnih intervalih in je bila nazadnje izdelana leta 2009. Konec leta 2012 je tako pričakovati aktualno analizo merjenja ekonomskih vplivov turizma po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO.

5.4 Kritična ocena ekonomskega vpliva turizma na gospodarstvo

Dosedanje ugotovitve magistrskega dela kažejo, da je turizem kot gospodarska dejavnost izredno kompleksna in močno prepletena z ostalimi dejavnostmi gospodarstva. Ker je izračunavanje ekonomskih vplivov turizma izredno zahtevno, je s tem prepoznavanje prispevka turizma h gospodarstvu težavno in pogosto ne odraža točnega stanja. Nekateri avtorji denimo Aramberri (2012) gredo pri ocenjevanju turizma še dlje in namigujejo, da je celotno poznavanje turizma slabo. Avtor navaja, da je na voljo le malo znanja o tem, kako turizem resnično deluje.

Podatkovni bazi, ki nudita informacije o kazalcih globalnega stanja turizma, sta prvenstveno dve: UNWTO in WTTC (obe sta tudi uporabljeni v magistrskem delu). Informacije o turizmu so tako izredno omejene in morebiti tudi nekoliko pristranske, še posebej če se zavedamo, da obe organizaciji smatrata turizem kot eno izmed najpomembnejših dejavnosti in turizem s tem predstavljata kot gonilo globalnega gospodarskega razvoja.

Aramberri (2012) turizmu kot pospeševalcu gospodarskega razvoja ne pripisuje velike pomembnosti. V poglavju 3.1 omenjene hipoteze avtor ovrže s podatki UNWTO, ki navajajo, da je leta 2011 le 14 % svetovne populacije izvedlo mednarodno turistično aktivnost, kar ima po avtorjevem mnenju zanemarljiv vpliv na svetovni BDP.

Pogled na podatke WTTC o ekonomskih vplivih turizma za leto 2011 gredo prav tako v prid Aramberrijevim (2012) tezam o prenapihnenosti turizma kot pospeševalca svetovnega gospodarskega razvoja. Leta 2011 naj bi turizem generiral 259 milijonov delovnih mest, kar predstavlja 8,8 % vseh svetovnih delovnih mest. Leta 2011 je turistična dejavnost v povprečju ustvarila 5 % svetovnega BDP, turistično gospodarstvo pa v povprečju 13 % svetovnega BDP. Pri 70 % svetovnih gospodarstev je turistična dejavnost leta 2011 ustvarila manj kot 5 % BDP, pri 72 % gospodarstev pa je turistično gospodarstvo ustvarilo manj kot 13 % BDP.

Torej zgoraj navedeni podatki UNWTO in WTTC kažejo, da turizem kljub visoki stopnji pomembnosti, ki mu jo pripisujejo nekatere institucije, vendarle ni najpomembnejša dejavnost svetovnega gospodarstva. Seveda pa to ne velja za nekatera gospodarstva, kjer je turizem steber celotnega gospodarskega razvoja. To je značilno predvsem za nekatera gospodarstva v razvoju in za teritorialno majhna otoška gospodarstva. Pri gospodarstvih kot so Macau, Maldivi, Sejšeli, Fidži, Hrvaška, Malta, Jamajka, Jordanija itd., turistično gospodarstvo predstavlja več kot 20 % celotnega BDP. Torej pri teh gospodarstvih je vselej moč govoriti o turizmu kot pospeševalcu gospodarskega razvoja in hipotezo turizma kot pospeševalca gospodarske rasti (poglavje 3.1.2) je moč potrditi. Največji ekstrem je zagotovo Macau, kjer turistično gospodarstvo leta 2011 ustvarilo več kot 80 % BDP (Aramberri, 2012).

Na področju razvitih gospodarstev pa že zaradi visoke stopnje diverzifikacije turizem prispeva manjši delež k BDP. Je le ena izmed mnogih dejavnosti gospodarstva, zaradi česar njen vpliv na gospodarstvo vpade. Seveda pa še zdaleč ni nepomembna dejavnost. Nasprotno, s svojimi vplivi ima prispevek h gospodarstvu, a le manjši kot pri gospodarstvih v razvoju.

Zanimiv je tudi pogled na strukturo turističnih gibanj. UNWTO in WTTC prvenstveno dajeta pozornost mednarodnemu turizmu. Še kako pomemben pa je za posamezno gospodarstvo domači turizem. Denimo Kitajska za leto 2010 ocenjuje, da so prihodi domačega turizma obsegali 2,1 milijardi, kar ob zavedanju, da je istega leta po podatkih UNWTO mednarodno potovalo manj kot 1 milijarda turistov, izredno pomembna informacija, ki je zagotovo imela velik obseg vplivov na gospodarstvo Kitajske.

Težko je torej govoriti o turizmu kot pospeševalcu svetovnega gospodarskega razvoja. Ocene WTTC (2012c) prihodnjega razvoja turizma napovedujejo, da bo leta 2021 turistična

dejavnost ustvarila 2,9 % svetovnega BDP (2,8 % za leto 2011) in turistično gospodarstvo 9,6 % svetovnega BDP (9,1 % za leto 2011). Torej napovedi za prihodnost niso blesteče in na podlagi njih teza, da bo turizem postal gonilo globalnega gospodarskega razvoja, ne drži.

Iz prikazanih analiz ekonomskih vplivov turizma je razvidno, da vrednotenje turizma temelji prvenstveno na statistično-ekonomskih agregatih, kot so BDP, DV itd. Razprava, ki v zadnjem času pridobiva na svoji vrednosti pa narekuje, da agregati kot so BDP in DV ne odražajo dejanskega prispevka posamezne dejavnosti h krepitvi kvalitete bivanja oz. življenjskega standarda prebivalcev, kjer se dejavnost odvija. Stiglitz et al. (2009) dopolni ugotovitve, prikazane v poglavju 3.3, da BDP in ostali ekonomski agregati, niso pravi pokazatelji vpliva posamezne dejavnosti na krepitev gospodarstva.

Denimo uveljavljeni agregati gospodarstva lahko pokažejo porast turistične dejavnosti v izbrani destinaciji, ki naj bi imela pozitiven vpliv na gospodarstvo. Ta porast turistične dejavnosti lahko posledično prispeva k večji onesnaženosti destinacije, k večjemu hrupu, k večji obremenjenosti destinacije itd., kar se seveda ne bo odražalo v dvigu kvalitete življenja lokalnega prebivalstva. Zatorej Stiglitz et al. (2009, str. 11) navaja, da je potreben odmik od uveljavljenih gospodarskih kazalcev k merjenju dobrobiti (angl. *well-being*) lokalnega prebivalstva. Merjenje dobrobiti na trajnostni osnovi je po avtorjevih besedah tista prava enota mere, ki pokaže, kako je posamezna dejavnost dejansko prispevala h gospodarstvu in h krepitvi kvalitete bivanja prebivalcev.

V tem oziru, ko je za ugotovitev vpliva posamezne dejavnosti na gospodarstvo potrebno narediti odmik od uveljavljenih metod merjenja gospodarstva, je razvidno, da se uveljavlja nova paradigma merjenja gospodarstva. Ta bo imela seveda vpliv na merjenje ekonomskih vplivov turizma, zato je moč reči, da se prava razprava o pomembnosti turizma za narodna in svetovno gospodarstvo šele pričinja.

SKLEP

S študijem predstavljene problematike magistrskega dela sem prišel do spoznanja, da je merjenje ekonomskih vplivov turizma izredno zahtevno in kompleksno. Prepletenost turistične dejavnosti z ostalimi dejavnostmi gospodarstva je izredno velika in to je razlog za težavnost zajetja in prikaza vseh ekonomskih vplivov, ki jih ima turizem na gospodarstvo. V ospredju analiz ekonomskih vplivov turizma sta organizaciji UNWTO in WTTC ter njuni metodi satelitskih računov za turizem. Kot prikazano se ocene teh organizacij o ekonomskih vplivih turizma razlikujejo, hkrati pa ob zavedanju, da vsaka želi spodbujati razvoj turizma, velja previdnost pri uporabi njihovih podatkov.

Turizem z vsemi svojimi vplivi predstavlja pomembno gospodarsko dejavnost Slovenije. Magistrsko delo je prikazalo, da so direktni, indirektni in inducirani vplivi turizma na slovensko gospodarstvo izredno obsežni, kar uvršča turizem med pomembne gospodarske dejavnosti Slovenije. Iz tega razloga velja razvijati turistično dejavnost tudi v prihodnje, s čimer je potreba po izvajanju rednih meritev ekonomskih vplivov turizma še toliko večja.

Redne analize ekonomskih vplivov turizma bodo namreč prikazale celoten vpliv turizma na gospodarstvo in s tem služile kot osnova za sprejemanje prihodnjih strategij razvoja.

V nadaljevanju prikazujem temeljne ugotovitve magistrskega dela.

Turizem je po desetletjih rasti doživel leta 2009 negativno rast, kateri je sledila konsolidacija, a prognoze kažejo, da bo ta rast v prihodnjih desetih letih potekala po mnogo nižji stopnji, kot je do leta 2009.

V zavesti organizacij kot so UNWTO, WTTC, WEF, IMF, OECD, UN in Evropska komisija vlada prepričanje, da je turizem pomembna gospodarska dejavnost, ki ima pozitivne vplive na gospodarstvo in ki jo velja razvijati.

Osnovna enota vseh ekonomskih vplivov turizma je turistično povpraševanje in iz njega izpeljana turistična potrošnja.

Ekonomske vplive turizma je moč razdeliti na primarne in sekundarne. Primarni obsegajo direktne vplive turizma. To so vplivi direktne potrošnje turistov, ki izvirajo iz nakupa turističnih dobrin. Sekundarni vplivi pa obsegajo indirektne in inducirane vplive turizma. Indirektni vplivi nastanejo, ko ponudniki turističnih dobrin nabavijo potrebne inpute za proizvodnjo turističnih dobrin. Inducirani pa nastanejo, ko zaposleni v turizmu svoje prejemke porabijo na trgu.

Turizem se v ekonomskem smislu lahko obravnava kot turistično dejavnost (angl. *tourism industry*), ki obsega direktne vplive turizma, ali pa kot turistično gospodarstvo (angl. *tourism economy*), ki obsega direktne, indirektne in inducirane vplive turizma.

Prispevek turizma h gospodarstvu (ang. *economic contribution*) se nanaša na skupek vseh ekonomskih vplivov turizma (angl. *economic impacts*) in kaže pomembnost turizma za gospodarstvo.

Najpogosteje uporabljena metoda merjenja direktnih ekonomskih vplivov turizma je metoda satelitskih računov za turizem. Je vsesplošno sprejeta metoda, ki so jo sprejele številne države, med drugim tudi Slovenija.

Nezmožnost zajetja vseh vplivov turizma satelitskih računov za turizem zahteva uporabo dodatnih metod, ki omogočajo presojanje sektorske povezanosti gospodarstva. Input-output model in matrika družbenih računov sta dve metodi, s pomočjo katerih je mogoče presojati tudi t. i. sekundarne vplive. Tako se izredno pogosto metodi dopolnjujeta s satelitskimi računi za turizem.

Ekonometrično modeliranje je poseglo tudi na področje merjenja ekonomskih vplivov turizma. Satelitski računi za turizem po modelu WTTC in OE, in model izračunljivega

splošnega ravnotežja sta dve od teh metod, pri čemer je zadnja čedalje bolj priljubljena med raziskovalci ekonomskih vplivov turizma.

Vse metode merjenja ekonomskih vplivov turizma slonijo na statistikah družbenih računov, ki se jih dopolni s potrebnimi podatki (npr. anketami turistične potrošnje).

Najpomembnejši ekonomski agregati, katerih izračun omogočajo zgoraj navedene metode, so notranja turistična potrošnja, notranja turistična poraba, DV turistične dejavnosti, DV turističnega gospodarstva, prispevek turistične dejavnosti k BDP in prispevek turističnega gospodarstva k BDP. Poleg naštetih agregatov je moč ugotavljati tudi zaposlenost v turizmu, investicije v turistična osnovna sredstva, turistično kolektivna potrošnja in agregatno turistično povpraševanje.

Na prostoru Slovenije segajo pričetki evalvacije ekonomskih vplivov turizma v 70. leta prejšnjega stoletja. Od tedaj poteka merjenje ekonomskih agregatov turizma v Sloveniji v relativno pogostih časovnih intervalih.

Slovenija je leta 2001 pristopila k izvajanju satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO in prvi so bili izračunani leta 2004 in so obsegali evalvacijo turizma za leto 2000.

Aktualna analiza satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO izhaja iz leta 2008 in se nanaša na evalvacijo turizma za leto 2003. Ob upoštevanju zgolj primarnih vplivov je leta 2003 delež ustvarjenega BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 4,94 % BDP Slovenije. Ob upoštevanju tudi sekundarnih vplivov pa je ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva leta 2003 znašal 7,72 % BDP Slovenije. Leta 2003 je turizem zaposloval 3,9 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa 10,2 % celotne delovne populacije Slovenije (Ministrstvo za gospodarstvo, 2008).

WTTC z razliko od UNWTO pripisuje turizmu v Sloveniji še veliko večji pomen. Tako navaja, da je ob upoštevanju zgolj primarnih vplivov leta 2011 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turistične dejavnosti znašal 3,5 % BDP Slovenije. Ob upoštevanju tudi sekundarnih vplivov turizma pa je leta 2011 ustvarjen BDP v gospodarstvu kot posledica turističnega gospodarstva znašal 12,9 % BDP Slovenije. Turistična dejavnost je leta 2011 zaposlovala 3,9 % celotne delovne populacije Slovenije, turistično gospodarstvo pa 13,2 % celotne delovne populacije Slovenije (WTTC, 2012a).

Objava analiz naslednjega merjenja ekonomskih vplivov turizma v Sloveniji je predvidena konec leta 2012, za njo je pristojen SURS, nanašala pa se bo na leto 2009.

Na podlagi predstavljenih temeljnih ugotovitev je moč reči, da je namen magistrskega dela (tj. razširjanje in sistematično povezovanje znanje o turizmu kot gospodarski dejavnosti ter združevanje ključnih vidikov ekonomskih vplivov turizma) dosežen. Raziskovalno delo

celovito združuje vse ključne vidike ekonomskih vplivov turizma in z njimi povezane metode merjenja. Predstavlja dobro izhodišče za nadaljnja raziskovanja ekonomskih vplivov turizma in kot tako lahko služi vladi Republike Slovenije pri sprejemanju odločitev o prihodnjem razvoju turizma v Sloveniji.

LITERATURA IN VIRI

1. Ahlert, G. (2008). Estimating the Economic Impact of an Increase in Inbound Tourism on the German Economy Using TSA Results. *Journal of Travel Research*, 47, 225-234.
2. Akkemik, A. K. (2011). Assessing the importance of international tourism for the Turkish economy: A social accounting matrix analysis. *Tourism Management*, xxx, 1-12.
3. Akkemik, K. A. (2012). Assessing the importance of international tourism for the Turkish economy: A social accounting matrix analysis. *Tourism Management*, 33, 790-801.
4. Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42, 172-185.
5. Aramberri, J. (2012). The Global Tourist System: Present and Future. V W. C. Gartner in T. Mihalič (ur.), *Tourism development – Issues and Challenges*. 82. V tisku: Nova Publishers.
6. Baharumshah, A. Z., & Rashid, S. (1999). Exports, imports and economic growth in Malaysia. Empirical evidence based on multivariate time series. *Asian Economic Journal*, 13, 389-406.
7. Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2000). *Tourism as a long-run economic growth factor: The spanish case*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I.
8. Beerli, A., & Martin, J.D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623-36.
9. Berritella, M., Bigano, A., Roson, R., & Tol, R. (2006). A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism. *Tourism Management*, 27, 913–924.
10. Blake, A., & Sinclair, T. (2003). Tourism crisis management. US Response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813–832.
11. Brida, J. G., Sanchez Carrera, E. J., & Risso, W. A. (2008). Tourism's impact on long-run mexican economic growth. *Economics Bulletin*, 3(21), 1-8.
12. Brida, J. G. & Pulina, M. (2010). *A literature review on the tourism-led- growth hypothesis*. Cagliari: Centro ricerche economiche Nord Sud (Università di Cagliari & Università di Sassari).
13. Bull, A. (1995). *The economics of travel and tourism*. Melbourne: Longman.

14. Castellani, V., & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development. *Tourism Management*, 31, 871–880.
15. Chen, C-F., & Chiou-Wei, S. Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30, 812-818.
16. Chimobi, O. P. (2010). The causal relationship among financial development, trade openness and economic growth in Nigeria. *International Journal of Economics and Finance*, 2(2), 137-147.
17. Correia, A., Oom do Valle, P., & Moco, C. (2007). Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1) 45-61.
18. Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. (2007). *A further step into the ELGH and TLGH for Spain and Italy*. Milano: Fondazione Eni Enrico Mattei.
19. Cortes-Jimenez, I., Pulina, M., Riera i Prunera, C., & Artis, M. (2009). *Tourism and exports as a means of growth*. Barcelona: Research Institute of Applied Economics.
20. Croes, R. R., & Vanegas, M. (2005). An econometric study of tourist arrivals in Aruba and its implications. *Tourism management*, 26, 879-890.
21. Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
22. Crompton, J. L. (2006). Economic Impact Studies: Instrument for Political Shenanigans?. *Journal of Travel Research*, 45, 67-82.
23. Crouch, I. G., Oppewal, H., Huybers, T., Dolnicar, S., Louviere, J. J., & Devinney, T. (2007). Discretionary expenditure and tourism consumption: Insights from a choice experiment. *Journal of Travel Research*, 45, 247-258.
24. Crouch, I. G. (2010). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27-45.
25. Dann, G. M. S. (1981). Tourism motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
26. Divisekera, S. (2003). A model of demand for international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 31-49.
27. Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27, 269-280.
28. Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
29. Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, Ray. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25, 307-317.
30. Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. Bristol: Channel View Publications.

31. Ecorys. (2009). *Study on the Competitiveness of the EU tourism industry - with specific focus on the accommodation and tour operator & travel agent industries*. Rotterdam: Ecorys.
32. Eurostat. (2008). *Panorama on Tourism*. Luksemburg: Eurostat.
33. Eurostat (2010). *Tourism statistics in the European Statistical System: 2008*. Luksemburg: Eurostat.
34. Eurostat. (2010a). *Eurostat regional yearbook 2010: Tourism 2011*. Luksemburg: Eurostat.
35. Eurostat. (2011). Tourism statistics. Najdeno 7. septembra 2011 na spletnem naslovu http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php?title=Tourism_statistics&printable=yes
36. Eurostat. (2011a). *Key figures on Europe*. Luksemburg: Eurostat.
37. Eurostat. (2011b). *Tourism in the EU27: Progressive recovery of nights spent in hotels through 2010*. Luksemburg: Eurostat.
38. Eurostat. (2011c). Nights spent in hotels and similar establishments. Najdeno 6. septembra 2011 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00043&language=en>
39. Eurostat. (2012). *Tourism in Europe: Results for 2011*. Luksemburg: Eurostat
40. Fayos-Sola, E. (1996). Tourism policy: a midsummer night' s dream? *Tourism Management*, 17(6), 405-412.
41. Francis, B. M. (2003). *Trade and economic growth in the Caribbean*. Gainesville: University of Florida.
42. Frechtling, D. (2006). An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal of Travel Research*, 45, 26-35.
43. Frechtling, D. (2010). The Tourism Satellite Account. A Primer. *Annals of Tourism Research*, 37, 136-153.
44. Gartner, W. (1993). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2/3), 191-215.
45. Gee, C. Y. (1999). *International tourism: a global perspective*. Madrid: World tourism Organization.
46. Gooroochurn, N., & Sinclair, T. (2005). Economics of tourism taxation: Evidence from Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 478-498.
47. Hung, K., & Petrick, J. F. (2011). Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays, and the construction of a cruising motivation scale. *Tourism Management*, 32, 386-393.
48. Huse, M., Gustavsen, T., & Almedel, S. (1998). Tourism impact comparisons among norwegian towns. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 721-738.

49. IMF. (2010). *Annual report 2010: Supporting a balanced global recovery*. Washington: International Monetary Fund.
50. IMF. (2011). *Regional economic outlook. Europe: Navigating Stormy Waters*. Washington: International Monetary Fund.
51. IMF. (2011a). *Regional economic outlook. Europe: Strengthening the recovery*. Washington: International Monetary Fund.
52. IMF. (2011b). *World economic outlook (April 2011). Tensions from the Two-Speed Recovery: Unemployment, Commodities, and Capital Flows*. Washington: International Monetary Fund.
53. Ivanov, S., & Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379-388.
54. Jang, S.C., & Ham, S. (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management*, 30, 372-380.
55. Jin, J. C. (2011). The effects of tourism on economic growth in Hong Kong. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 333-340.
56. Jones, C., & Munday, M. (2007). Exploring the Environmental Consequences of Tourism: A Satellite Account Approach. *Journal of Travel Research*, 46, 164-172.
57. Kato, A., Kwak, S., & Mak, J. (2010). Using the Property Tax to Appropriately Gain from Tourism. *Journal of Travel Research*, 50(2), 144-153.
58. Kim, S. S., Lee, C-K., & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24, 169-180.
59. Kim, H. J., Chen, M-H., & Jang, S.C. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27, 925-933.
60. Klenosky, D. B. (2002). The "pull" of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40, 385-395.
61. Komisija evropskih skupnosti. (2010). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe*. Bruselj: Komisija evropskih skupnosti.
62. Kotler, O. (1982). *Principles of marketing*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
63. Kuhar, A. (2003). *Ocena učinkov sprememb ekonomskih razmer v agroživilstvu z uporabo izračunljivega modela splošnega ravnotežja*. Ljubljana: Biotehniška fakulteta.
64. Lavrač, I., Tavčar, B., & Zakotnik, I. (1998). *Sistem nacionalnih računov SAM (Sociable Accounting Matrix). Slovenija 1995*. Ljubljana: Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj.
65. Lazič, I. (2011). *Reševanje problema deficitarnih kadrov v hotelirstvu: primer hotelov v Julijskih Alpah*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

66. Lee, C-K., Var, T., & Blaine, T. W. (1996). Determinants of inbound tourist expenditures. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 527-542.
67. Lee, C-C., & Chang, C-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management*, 29, 180-192.
68. Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28, 876-885.
69. Libreros, M., Massieu, A., & Meis, S. (2006). Progress in Tourism Satellite Account. Implementation and Development. *Journal of Travel Research*, 45, 83-91.
70. Lim, C. (1997). Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 835-849.
71. Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). The economic values of tourism's social impacts. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 90-116.
72. Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, 27, 159-170.
73. Lovejoy, K. (2003). Putting out the Welcome Mat. *Regional Review*, 13(2), 6-8.
74. Lundberg, D. E., Krishnamoorthy, M., & Stavenga, M. H. (1995). *Tourism Economics*. New York: Wiley.
75. Majcen, B., & Buehrer, T. (2001). *Izračunljiv model splošnega ravnotežja za Slovenijo*. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja.
76. Mat Ghani, G. (2006). *Trade elasticities and economic growth*. Los Angeles: University of Southern California.
77. Mihalič, T. (2002). Tourism and Economic Development Issues. V R. Sharpley & D. J. Telfer (Ured.), *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (str. 81-111). Bristol: Chanel View Publications.
78. Mihalič, T. (2006). *Trajnostni turizem*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
79. Mihalič, T. (2008). *Turizem. Ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
80. Mihalič, T. (2010). *Ekonomske funkcije turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
81. Mihalič, T. (2012). Economic Impacts of Tourism, particularly its Potential Contribution to Economic Development. V C. Tisdell, A. (ur.), *Handbook on Tourism Economics. Analysis, New Applications and Case Studies*. V tisku: World Scientific.
82. Ministrstvo za gospodarstvo. (2002). *Strategija slovenskega turizma 2002 - 2006*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
83. Ministrstvo za gospodarstvo. (2004). *Satelitski računi za turizem v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
84. Ministrstvo za gospodarstvo. (2006). *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007 - 2011*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.

85. Ministrstvo za gospodarstvo. (2008). *Ocena ekonomskega pomena turizma v Sloveniji v letu 2003 in ekstrapolacija za leto 2006 (po metodologiji Satelitski računi za turizem)*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
86. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2012). Direktorat za turizem. Najdeno 2. maja 2012 na spletnem naslovu http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem_in_internacionalizacija/turizem/
87. Mulves, T. (1998). Decomposition of Australian tourist expenditure. *Tourism Management*, 19(3), 267-271.
88. Nain, Z., & Ahmad, W. (2010). Export-led growth hypothesis in India: some further evidences. *The IUO Journal of Monetary Economics*, 8(3), 69-82.
89. Norsiah, K., & Kamaruzaman, J. (2010). The cointegration and causality tests for tourism and trade in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 2(1), 138-143.
90. Oh, C-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26, 39-44.
91. Papatheodorou, A. (2000). Why people travel to different places. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 164-179.
92. Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident Support for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
93. Planina, J. (1997). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
94. Planina, J., & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
95. Puppim de Oliveira, J. A. (2003). Governmental responses to tourism development: three Brazilian case studies. *Tourism Management*, 24, 97-110.
96. Rasul, G., & Manandhar, P. (2009). Prospects and problems in promoting tourism in south asia : A regional perspective. *South Asia Economic Journal*, 10(1), 187-207.
97. Resolucija o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje. *Uradni list RS*. št. 7/1995.
98. Romero, I., & Tejada, P. (2011). A multi-level approach to the study of production chains in the tourism sector. *Tourism Management*, 32, 297-306.
99. Rosentraub, M. S., & Joo, M. (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions? *Tourism Management*, 30, 759-770.
100. Ryan, C. (2003). *Recreational tourism: demand and impacts*. Clevedon: Chanel View Publications.
101. Sahli, M., & Nowak, J-J. (2007). Does Inbound Tourism Benefit Developing Countries? A Trade Theoretic Approach. *Journal of Travel Research*, 45, 426-434.
102. Samuelson, P., & Nordhaus, W. D. (2002). *Ekonomija*. Ljubljana: GV Založba.

103. Santayana, G. (1995). *The Birth of Reason and Other Essays*. New York: Columbia University Press.
104. Schubert, S. F., & Brida, J.G. (2009). Macroeconomic effects of changes in tourism demand: a simple dynamic model. *Tourism Economics*, 15(3), 591-613.
105. Schubert, S. F. (2010). Coping with externalities in tourism: a dynamic optimal taxation approach. *Tourism Economics*, 16(2), 321-343.
106. Schubert, S. F., Brida, J. G., & Risso, W. A. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management*, 32, 377-385.
107. Sever, M. (2003). *Metode ažuriranja input-output tabel*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
108. Sinclair, M. T., & Stabler, M. (1997). *The economics of tourism*. London: Routledge.
109. Singh, K., & Saeed, M. (2010). Exports-led growth hypothesis: further econometric evidence from India. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12), 251-280.
110. Sirakaya, E., Teye, V., & Sönmez, S. (2002). Understanding Residents' Support for Tourism Development in the Central Region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41, 57-67.
111. Sirše, J. (1978). *Estimation of macroeconomic effects of tourism with input-output analysis: the Yugoslavian case*. Aix-en-Provence: Centre des hautes etudes touristique.
112. Sirše, J., Planina, J., & Majcen, B. (1981). *Komparativna analiza izbranih narodnogospodarskih učinkov turizma z medsektorsko analizo v Jugoslaviji in Sloveniji*. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja.
113. Sirše, J., & Zakotnik, I. (1999). *Analiza ekonomskih učinkov slovenskega turizma*. Ljubljana: Nacionalno turistično združenje, Mednarodni inštitut za turizem.
114. Smeral, E. (2006). Tourism Satellite Accounts: A critical Assessment. *Journal of Travel Research*, 45, 92-98.
115. Smeral, E. (2010). Application of the TSA in a regional context: the case of Vienna. *Tourism Review*, 65(1), 57-65.
116. Smith, S. L. J. (2000). *New Developments in Measuring Tourism as an Area of Economic Activity*. New York: CAB International.
117. Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism demand modeling and forecasting, modern econometric approaches*. Amsterdam: Pergamon.
118. Song, H., & Wong, K. K. F. (2003). Tourism Demand Modeling: A Time-Varying Parameter Approach. *Journal of Travel Research*, 42, 57-64.
119. Song, H., Kim, J. H., & Yang, S. (2010). Confidence intervals for tourism demand elasticity. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 377-396.

120. Stiglitz, J. E., Sen, A., & Fitoussi, J-P. (2009). *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. Paris: Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress.
121. STO. (2007). *Strategija trženja slovenskega turizma 2007 / 2011*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.
122. STO. (2011). *Turistično ogledalo. April 2011*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.
123. Stynes, D. J., & White, E. M. (2006). Reflections on measuring recreation and travel spending. *Journal of Travel Research*, 45, 8-16.
124. Sun, Y-Y. (2007). Adjusting Input-Output models for capacity utilization in service industries. *Tourism Management*, 28, 1507-1517.
125. SURS. (2001). *Input-Output tabele, Slovenija, 1996. Številka 770*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
126. SURS. (2002). *Standardna klasifikacija dejavnosti*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije in Uradni list Republike Slovenije.
127. SURS. (2004). *Statistični letopis 2003*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije in Uradni list Republike Slovenije.
128. SURS. (2005). *Evropski sistem nacionalnih in regionalnih računov. Številka 4*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
129. SURS. (2010). Turistična potovanja domačega prebivalstva. Najdeno 13. oktobra na spletnem naslovu http://www.stat.si/tema_ekonomsko_turizem_potovanja_domacih.asp
130. SURS. (2010a). *Statistični letopis Republike Slovenije*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
131. SURS. (2010b). Anketa o tujih turistih. Najdeno 13. oktobra na spletnem naslovu http://www.stat.si/doc/metod_pojasnila/21-137-mp.htm
132. SURS. (2010c). Anketa o tujih turistih v Republiki Sloveniji. Najdeno 13. oktobra na spletnem naslovu http://www.stat.si/tema_ekonomsko_turizem_anketa_2009.asp
133. SURS. (2011). Prihodi in prenočitve turistov po vrstah nastanitvenih objektov in državah, Slovenija, mesečno. Najdeno 12. septembra na spletnem naslovu http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164405S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/01_21644_nastanitev_mesecno/&lang=2
134. SURS. (2012). *Statistični urad Republike Slovenije*. Najdeno 3. maja na spletnem naslovu http://www.stat.si/drz_stat_sosveti_seznam.asp?sosvet=09
135. Štraser, V. (1996). *Razmerja v slovenskem gospodarstvu v letih 1992 in 1993 v luči input-output tabel. Delovni zvezek 11/letnikIV/1995*. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.
136. Tang, T-C. (2006). Export led growth in Hong Kong: empirical evidence from the components of exports. *International Journal of Business and Society*, 7(1), 30-52.

137. Todaro, M. P. (1997). *Economic Development (6th edition)*. London: Longman.
138. Tyrell, T. J., & Johnston, R.J. (2006). The economic impacts of tourism: a special issue. *Journal of Travel Research*, 45, 3-7.
139. UMAR. (2011). *Ekonomsko ogledalo, junij 2011*. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.
140. UNSD, EUROSTAT, OECD, & UNWTO. (2008). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. New York: United Nations Statistics Division, Statistical Office of the European Communities, Organisation for Economic Co-operation and Development, & United Nations World Tourism Organization.
141. UNWTO. (1995). *Collection of tourism expenditure statistics*. Madrid: WTO.
142. UNWTO. (1995a). *Concepts, definitions and classifications for tourism statistics*. Madrid: WTO.
143. UNWTO. (1999). *International tourism: A global perspective*. Madrid: WTO.
144. UNWTO. (2010). *Tourism Highlights, 2010 edition*. Madrid: UNWTO.
145. UNWTO. (2010a). *TSA Data Around the World. Worldwide Summary*. Madrid: UNWTO.
146. UNWTO. (2011). *Tourism Highlights, 2011 edition*. Madrid: UNWTO.
147. UNWTO. (2011a). *Tourism Towards 2030. Global Overview*. Madrid: UNWTO.
148. UNWTO. (2012). *Tourism Highlights, 2012 edition*. Madrid: UNWTO.
149. Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations, Second Edition*. London: Elsevier.
150. Vidjen, T. (2005). *Merjenje ekonomskega pomena in obsega turizma v narodnem gospodarstvu*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
151. Vlada Republike Slovenije. (2012). *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016. Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije
152. Yamoah, A. B. (2007). *The effects of fiscal decentralization on economic growth in U.S. counties*. Columbus: Ohio State University.
153. Yeoman, I., Lennon, J. J., Blake, A., Galt, M., Greenwood, C., & Beattie-McMahon, U. (2007). Oil depletion: What does this mean for Scottish tourism?. *Tourism Management*, 28, 1354-1365.
154. Zhang, J., & Jensen, C. (2007). Comparative advantage. Explaining tourism flows. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 223-243.
155. Zhou, D., Yanagida, J. F., & Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.
156. Žižmond, E. (2003). *Ekonomika narodnega gospodarstva*. Ljubljana: DZS.
157. Wilton, J. J., & Polovitz Nickerson, N. (2006). Collecting and using visitor spending data. *Journal of Travel Research*, 45, 17-25.

158. WEF. (2008). *The travel & tourism competitiveness report 2008*. Ženeva: World Economic Forum.
159. WEF. (2011). *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Ženeva: World Economic Forum.
160. WTTC. (2010). *Progress and Priorities 2009-2010*. London: World Travel & Tourism Council.
161. WTTC. (2010a). *Travel & Tourism Economic Impact 2010 European Union*. London: World Travel & Tourism Council.
162. WTTC. (2012). *Travel & Tourism Economic Impact 2012 European Union*. London: World Travel & Tourism Council.
163. WTTC. (2012a). *Travel & Tourism Economic Impact 2012 Slovenia*. London: World Travel & Tourism Council.
164. WTTC. (2012b). *Economic Impact of Travel & Tourism 2012: Summary*. London: World Travel & Tourism Council.
165. WTTC. (2012c). *Travel & Tourism Economic Impact 2012 World*. London: World Travel & Tourism Council.
166. WTTC & OE. (2012). *Methodology for producing the 2012 WTTC / Oxford Economics Travel & Tourism Economic Impact Research*. Oxford: World Travel & Tourism Council & Oxford Economics.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Slovar tujk.....	1
Priloga 2: Seznam kratic	2
Priloga 3: Tabele satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO potrebne za oceno ekonomskih agregatov	3
Priloga 4: Prikaz standardne matrike družbenih računov.....	4
Priloga 5: Razvrstitev dejavnosti po strukturi dodane vrednosti v Sloveniji leta 2003	5
Priloga 6: Anketa o tujih turistih za leto 2009	6
Priloga 7: Anketa o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011	10

Priloga 1: Slovar tujk

Tabela 1: Seznam uporabljenih tujih izrazov

Computable general equilibrium	Izračunljiv model splošnega ravnotežja
Direct effects	Direktni vplivi
Domestic tourism	Domači turizem
Downstream effects	Vplivi v smeri navzdol verige vrednosti
Economic impacts	Ekonomski vpliv
Economic contribution	Ekonomski prispevek
Statistical office of the European Communities	Statistični urad Evropske unije
Exports-led growth hypothesis	Hipoteza izvoza kot gonila rasti
Feedback effects	Povratni vplivi
Gross domestic product	Bruto domači proizvod
Inbound tourism	Receptivni turizem
Indirect effects	Indirektni vplivi
Induced effects	Inducirani vplivi
International monetary fund	Mednarodni denarni sklad
International tourism	Mednarodni turizem
Leakages	Odtekanja
Local Tourism Organizatio	Lokalna turistična organizacija
Modern mass tourism	Sodobni masovni turizem
Organisation for economic co-operation and development	Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj
Slovenian tourist board	Slovenska turistična organizacija
Social accounting matrix	Matrika družbenih računov
Spill over effects	Vplivi razlitja
Sustainable tourism development	Trajnostni razvoj turizma
System of National Accounts	Sistem družbenih računov
Tourism consumption	Turistična potrošnja
Tourism demand	Turistično povpraševanje
Tourism economy	Turistično gospodarstvo
Tourism expenditure	Izdatki za turizem
Tourism gross domestic product	Bruto domači proizvod turizma
Tourism gross value added	Dodana vrednost turizma
Tourism-led growth hypothesis	Hipoteza turizma kot gonila rasti
Tourism industry	Turistična dejavnost
Tourism satellite accounts	Satelitski računi za turizem
Tourism supply	Turistična ponudba
United Nations world tourism organization	Svetovna turistična organizacija Združenih narodov
United Nations statistics division	Statistični urad Združenih narodov
Upstream effects	Vplivi v smeri navzgor verige vrednosti
Value added	Dodana vrednost
World economic forum	Svetovni gospodarski forum
World travel & tourism council	Svetovni potovalni in turistični svet

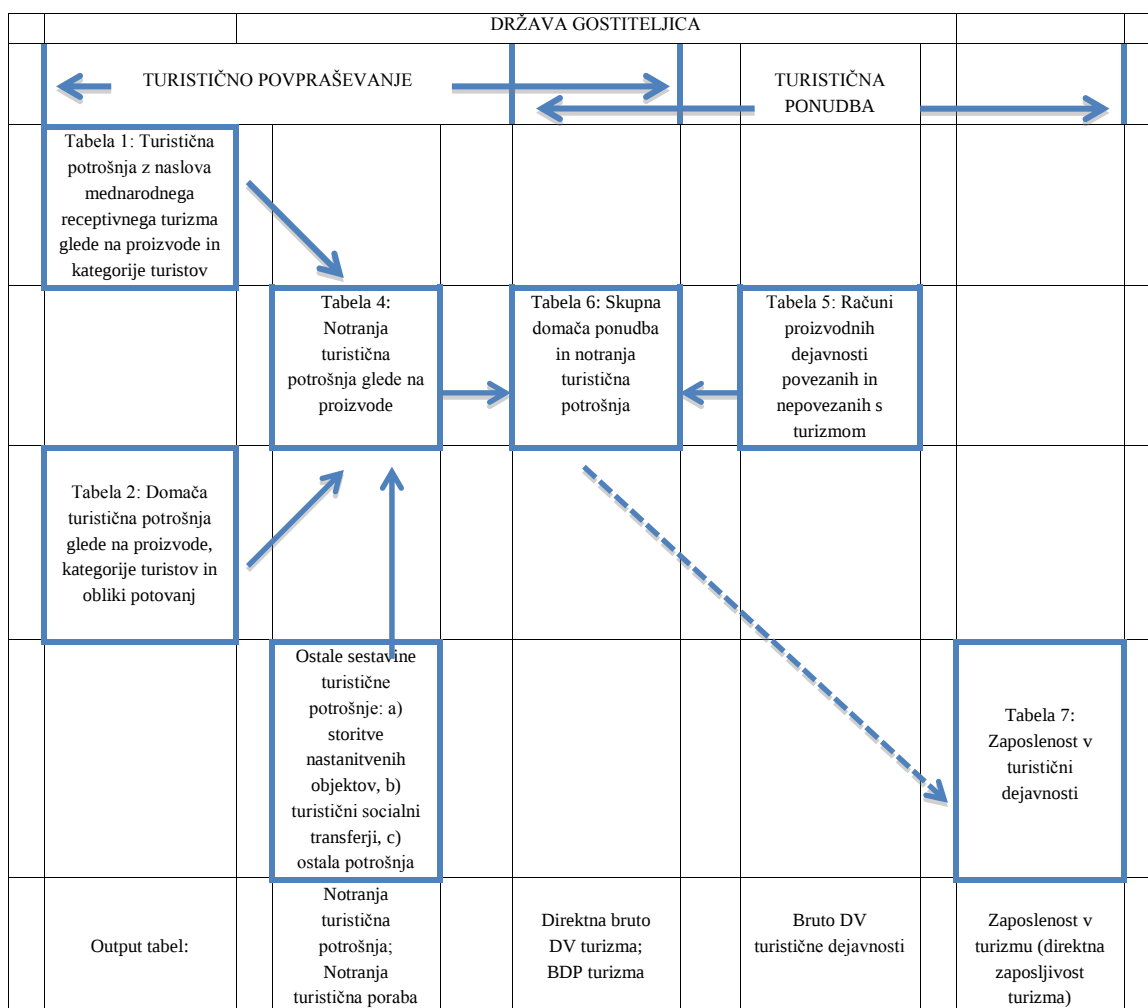
Priloga 2: Seznam kratic

Tabela 1: Seznam uporabljenih kratic

Kratica	Pomen
BDP	Bruto Domači Proizvod
CGE	Computable General Equilibrium
DV	Dodana Vrednost
ESR	Evropski Sistem Nacionalnih in Regionalnih Računov
EU	Evropska unija
EUROSTAT	Statistical Office of the European Communities
HORECA/TA	HOTels and similar establishments, REstaurants, CAFes and bars and Travel Agencies
I-O	Input-Output model
IMF	International Monetary Fund
NACE	Standardna Statistična Klasifikacija Dejavnosti Evropske unije
OE	Oxford Economics
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
SAM	Social Accounting Matrix
SKD	Standardna Klasifikacija Dejavnosti
SNA	System of National Accounts
STO	Slovenska Turistična Organizacija
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
TGDP	Tourism Gross Domestic Product
TGVA	Tourism Gross Value Added
TSA	Tourism Satellite Accounts
UMAR	Urad RS za Makroekonomske Analize in Razvoj
UNSD	United Nations Statistics Division
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WEF	World Economic Forum
WTTC	World Travel & Tourism Council

Priloga 3: Tabele satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO potrebne za oceno ekonomskih agregatov

Slika 1: Prikaz tabel satelitskih računov za turizem po metodologiji UNSD, EUROSTAT, OECD in UNWTO



Vir: D. Frechtling, *The Tourism Satellite Account. A Primer*, 2010, str. 142.

Priloga 4: Prikaz standardne matrike družbenih računov

Slika 1: Struktura standardne matrike družbenih računov

				Odhodki												
Prihodki				1	2	3 Faktorji		4 Institucije			5	6	7			
				Aktivnosti	Dobrine	Delo	Kapital	Gospodinjstva	Podjetja	Država	Varčevanja in investicije	Tujina	Skupaj			
1	Aktivnosti			Vmesna poraba	Ponudba domače proizvodnje					Subvencije	Investicije	Izvoz	Domača proizvodnja			
2	Dobrine												Končna poraba gospodinjstev		Končna poraba države	Celotno povpraševanje
3	Faktorji	Delo	Plače										Dohodek od dela	Raznovrstni dohodek Poslovni presežek	Transferji	Transferji
		Kapital	Dobički													
4	Institucije	Gospodinjstva														
		Podjetja											Dohodek gospodinjstev			
		Država											Dohodek podjetij			
													Dohodek države			
5	Račun kapitala			Davki na dodano vrednost in proizvodnjo	Posredni davki in carine			Neposredni davki	Neposredni davki			Kapitalski transferji	Celotno varčevanje			
6	Tujina													Uvoz	Plačilo delu v tujino	Plačilo kapitalu v tujino
7	Skupaj			Domača proizvodnja	Celotna ponudba	Celotni izdatki za delo	Celotni izdatki za kapital	Izdatki gospodinjstev	Izdatki podjetij	Izdatki države	Celotne investicije	Priliv deviz				

Vir: A. Kuhar, *Ocena učinkov sprememb ekonomskih razmer v agroživilstvu z uporabo izračunljivega modela splošnega ravnotežja*, 2003, str. 38.

Priloga 5: Razvrstitev dejavnosti po strukturi dodane vrednosti v Sloveniji leta 2003

Tabela 1: Razvrstitev dejavnosti po strukturi ustvarjene dodane vrednosti leta 2003.

Rang	Dejavnost	Struktura (%)
1.	D Predelovalne dejavnosti	26,7
2.	K Nepremičnine, najem in poslovne storitve	15,6
3.	G Trgovina in popravila mot. vozil	11,6
4.	I Promet, skladiščenje in zveze	7,1
5.	L Javna uprava, obvezno soc.zav.	6,5
6.	F Gradbeništvo	5,7
7.	M Izobraževanje	5,6
8.	N Zdravstvo in socialno skrbstvo	4,9
9.	J Finančno posredništvo	4,6
10.	O Druge javne, skupne in osebne	3,3
11.	E Oskrba z elektriko, plinom in vodo	2,9
12.	A Kmetijstvo, lov, gozdarstvo	2,6
13.	H Gostinstvo	2,2
14.	C Rudarstvo	0,5
15.	B Ribištvo	0,0
16.	P Zasebna gospodinjstva z zaposlenim osebjem	0,0
/	Skupaj po dejavnostih	100,0

Vir: SURS, Statistični letopis 2003, 2004.

Slika 1: Prikaz ankete o tujih turistih za leto 2009

 STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE Zakon o državni statistiki (Uradni list RS št. 45/95 in št. 9/01) Letni program statističnih raziskovanj (Uradni list RS št. 114/08)	SLO TU – TURISTI/2009 2104
---	--

Anketa o tujih turistih 2009

Izpolni anketar!

Ime objekta: **Zap. št. objekta:**

Kraj:

Vrsta kraja: **Vrsta in kateg. objekta:**

Datum anketiranja: 2009 **Zaporedna številka vprašalnika:**

Spoštovani gostje,

lepo pozdravljeni in dobrodošli v Sloveniji. Upamo, da ste dobro potovali in da se v naši državi dobro počutite.

Ker želimo, da bi bilo Vaše bivanje pri nas v prihodnje še prijetnejše, si prizadevamo, da bi turistično ponudbo in turistične storitve v Sloveniji še izboljšali. Zato Vas vljudo prosimo, da izpolnite naš statistični vprašalnik. S svojimi odgovori na anketa vprašanja nam boste pri tem zelo pomagali.

Anketa je anonimna.

Za sodelovanje se Vam zahvaljujemo.

1. Katera je država Vašega prebivališča?

2. V kateri regiji oz. kraju sicer prebivate?

3. Vaš spol:

☐ 1 Moški.

☐ 2 Ženski.

4. Vaša starost:

☐ 1 15 – 24 let

☐ 2 25 – 44 let

☐ 3 45 – 64 let

☐ 4 65 let in več

5. Kako bi opisali svoj sedanj status? Ali ste:

☐ 1 Zaposleni/samozaposleni.

}

→ vpr. 6

☐ 2 Upokojenec/rentnik.

}

→ vpr. 7

☐ 3 Študent/dijak.

}

→ vpr. 7

☐ 4 Drugo.

}

→ vpr. 7

6. V katero kategorijo poklicev bi uvrstili poklic oz. delo, ki ga opravljate oz. ki ste ga nazadnje opravljali?

☐ 1 Visoki uradnik, menedžer.

☐ 2 Strokovnjak (inženir, profesor).

☐ 3 Tehnik, strokovni sodelavec.

☐ 4 Uradnik.

☐ 5 Delavec v storitvah, trgovini.

☐ 6 Delavec v industriji, obrti.

☐ 7 Drugi poklici.

7. Ali tokrat potujete sami ali v družbi?

Označite samo 1 odgovor.

☐ 1 Potujem sam.

☐ 2 Potujem s partnerjem/partnerko.

☐ 3 Potujem z družino ali drugimi sorodniki.

☐ 4 Potujem s prijatelji.

☐ 5 Potujem s kolegi iz službe oz. s poslovnimi partnerji.

8. Vpišite število oseb, s katerimi skupaj potujete in skupaj križete stroške potovanja in bivanja, vključno z Vami:

 oseb

1

se nadaljuje

Slika 1: Prikaz ankete o tujih turistih za leto 2009

9. Kaj je bil glavni razlog za Vaš prihod v Slovenijo?
Označite samo 1 odgovor.

☐ 1 Počitnice, sprostitev, razvedrilo. → vpr. 10

☐ 2 Obisk sorodnikov ali prijateljev.

☐ 3 Zdravstveni razlogi.

☐ 4 Izobraževalni razlogi (zasebni). → vpr. 11

☐ 5 Poslovni sestanki in tečaji.

☐ 6 Konference, kongresi, seminarji, sejmi, forumi.

☐ 7 Transit.

☐ 8 Drugi razlogi (navedite, kateri): _____

10. Prosimo, ocenite stopnjo pomembnosti posameznih motivov, ki so vplivali na Vašo odločitev, da obiščete Slovenijo:

	zelo pomemben	pomemben	srednje pomemben	ni pomemben	sploh ni pomemben
1. Naravne lepote.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
2. Kulturne znamenitosti in prireditve.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
3. Podnebne razmere.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
4. Možnosti za počitek in sprostitev.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
5. Rekreativne dejavnosti.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
6. Primernost za družinske počitnice.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
7. Skrb za zdravje in storitve dobrega počutja (wellness).	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
8. Možnosti za zabavo.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
9. Igre na srečo.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
10. Nakupovanje.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
11. Ugodne cene.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
12. Bližina doma.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
13. Osebnost varnost med bivanjem.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
14. Priročnost ali cenovna ugodnost letalskih letov v državo.	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1
15. Drugi motivi (navedite, kateri): _____	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1

11. Kdaj ste se odločili, da pridete v Slovenijo?

☐ 1 Pred manj kot 1 mesecem (tik pred zdajci).

☐ 2 Pred najmanj 1 do največ 3 meseci.

☐ 3 Pred več kot 3 do največ 6 meseci.

☐ 4 Pred več kot 6 meseci.

12. Kateri vir informacij je najbolj vplival na Vašo odločitev, da pridete v Slovenijo?
Označite lahko več odgovorov.

☐ 1 Osebne izkušnje.

☐ 2 Priporočila sorodnikov in prijateljev.

☐ 3 Internet.

☐ 4 Propagandno gradivo, plakati, oglasi.

☐ 5 Mediji (časopisi, knjige-vodniki, radio, televizija, filmi).

☐ 6 Potovalne agencije.

☐ 7 Razstave, sejmi.

☐ 8 Drugo (navedite, kaj): _____

13. Ali ste pri organizaciji svojega potovanja uporabili internet?

☐ 1 Da. → vpr. 14

☐ 2 Ne. → vpr. 15

14. Za katere namene ste uporabili internet?
Označite lahko več odgovorov.

☐ 1 Za pridobitev splošnih, prometnih, turističnih informacij.

☐ 2 Za rezervacijo prevoza.

☐ 3 Za rezervacijo prenočišča.

☐ 4 Za plačilo prevoza.

☐ 5 Za plačilo prenočišča.

☐ 6 Za rezervacijo oz. plačilo drugih storitev.

15. Vpišite, kolikokrat doslej ste že bili na potovanju v Sloveniji (brez tokratnega bivanja) in kolikokrat prav v tem kraju:
Če v kraju bivanja ali drugje v Sloveniji doslej še niste bili, vpišite »0«.

a. v Sloveniji: - krat

b. v kraju anketiranja: - krat

Slika 1: Prikaz ankete o tujih turistih za leto 2009

16. Ali je Slovenija edini cilj Vašega tokratnega potovanja?

☐ 1 Da.

☐ 2 Ne.

17. Vpišite skupno število prenočitev na tem potovanju:

a) v Sloveniji: prenočitev

b) od tega v kraju anketiranja: prenočitev

18. Vpišite od kdaj do kdaj bo trajalo Vaše bivanje v Sloveniji:

od do 2009

19. Kako ste organizirali svoje potovanje?
Označite samo 1 odgovor.

S pomočjo potovalne agencije

☐ 1 Imam paketno potovanje (prevoz in prenočitev).

☐ 2 Potovalna agencija je organizirala SAMO prenočevanje.

☐ 3 Potovalna agencija je organizirala SAMO prevoz.

Brez pomoči potovalne agencije

☐ 4 Neposredna rezervacija v prenočitvenem objektu (telefon, e-pošta, telefaks, internet).

☐ 5 Brez vnaprejšnje rezervacije.

☐ 6 V organizaciji kluba, sindikata, društva.

☐ 7 V organizaciji organizatorja dogodka (npr. kongresa).

☐ 8 Drugo (navedite kaj): _____

20. Koliko oseb šteje Vaša potovalna družba, vključno z Vami, in koliko ste vsi skupaj plačali za to potovanje?

a. Vpišite **ŠTEVILO OSEB, vključno z Vami**, s katerimi skupaj potujete in skupaj križete stroške potovanja in bivanja: oseb

Vpišite izdatke, ki se nanašajo na Vas in na osebe, ki potujejo z Vami in skupaj z Vami križejo stroške potovanja in bivanja.

Ali ste pri organizaciji potovanja imeli izdatke za

b. paketno potovanje (prevoz in prenočitev)?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.	EUR
c. prevoz, ki ste jih plačali potovalni agenciji?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.	EUR
d. prevoz iz kraja Vašega prebivališča v Slovenijo in nazaj?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.	EUR
e. prenočevanje, ki ste jih plačali potovalni agenciji?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.	EUR
f. prenočevanje NA DAN (z zajtrkom, pol- ali polnim penzionom ali brez)?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.	EUR

21. Ali se ta (pred)plačila v celoti nanašajo na Vaše bivanje v Sloveniji?

☐ 1 Da.

☐ 2 Ne, plačilo velja za CELOTNO POTOVANJE (poleg Slovenije so vključene tudi druge države), in bo trajalo skupaj prenočitev.

22. Katero je glavno prevozno sredstvo, s katerim ste prepotovali največji del poti (glede na razdaljo)?
Označite samo 1 odgovor.

☐ 1 Avto, kombi (lasten ali najet).

☐ 2 Avtodom (lasten ali najet).

☐ 3 Avtobus

☐ 4 Motorno kolo.

☐ 5 Kolo.

☐ 6 Letalo.

☐ 7 Vlakov.

☐ 8 Ladja.

☐ 9 Drugo (navedite, katero): _____

23. Kje se pretežno prehranjujete?
Označite samo 1 odgovor.

☐ 1 V nastanitvenem objektu imam naročen penzion/polpenzion.

☐ 2 V gostinskih lokalih.

☐ 3 Hrano si pripravljam sam.

☐ 4 Kombinirano: v gostinskih lokalih in lastna priprava hrane.

Slika 1: Prikaz ankete o tujih turistih za leto 2009

24. Koliko denarja ste porabili včeraj v SLOVENIJI?

Vpišite izdatke, ki se nanašajo na število oseb, ki ste ga navedli pri vprašanju 20.

Ali ste VČERAJ porabili kaj denarja za

a) hrano ali pijačo v lokalih?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
b) hrano ali pijačo v trgovinah?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
c) druge nakupe (brez hrane in pijače)?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
d) prevoz (upoštevajte gorivo, parkirnine, cestnine, vozovnice, najem vozil)?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
e) rekreativne, kulturne dejavnosti, zabavo, izlete?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
f) igre na srečo?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
g) zdravstvene storitve?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
h) osebne storitve (npr. frizerski, kozmetični, masažni salon), pošto, telefon, internet in druge storitve?	☐ 1 Da.	☐ 2 Ne.		EUR
SKUPAJ				EUR

25. Kolikšni so, po Vašem mnenju, izdatki za to potovanje in bivanje v Sloveniji?

☐ 1 V mejah pričakovanja.
☐ 2 Večji od pričakovanih.
☐ 3 Manjši od pričakovanih.

26. Kakšni so Vaši vtisi o bivanju v Sloveniji?

	odlično	dobro	zelo slabo	ne morem oceniti		
a. naravno okolje	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
b. kakovost cest in storitev ob cestah	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
c. dostopnost turističnih informacij	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
d. možnosti za počitek in sprostitev	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
e. ponudba kulturnih prireditev	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
f. ponudba rekreativnih dejavnosti	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
g. možnosti za zabavo	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
h. lokalna kulinarika	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
i. gostoljubnost domačega prebivalstva	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
j. možnost sporazumevanja z domačim prebivalstvom	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
k. kakovost gostinskih storitev	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
l. kakovost ponudbe dobrega počutja (wellness)	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
m. kakovost kongresnih zmogljivosti, storitev	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
n. razmerje cena-kakovost	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
o. osebna varnost med bivanjem	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
p. drugo (prosimo, navedite): _____	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x
q. splošen vtis o Sloveniji	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ x

27. Kakšen je Vaš splošni vtis o Sloveniji?

☐ 1 Boljši od pričakovanega.
☐ 2 V mejah pričakovanega.
☐ 3 Slabši od pričakovanega.

Hvala za sodelovanje!

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA		TU-ČAP/2011-I
VPRAŠALNIK TU-ČAP 		
UVODNI DEL		
T1 Rada bi govoril/a z gospodom/gospo [Ime in priimek izbrane osebe (leto rojstva)]. 1. DA (K telefonu pride izbrana oseba) → T5 2. NE → T2 T2 Ali gospod/gospa [Ime in priimek izbrane osebe (leto rojstva)] sicer živi v vašem stanovanju in je član vašega gospodinjstva? 1. DA → T3 2. NE → T4 T3 Ali bi lahko V IMENU [Ime in priimek izbrane osebe (leto rojstva)] odgovarjal kdo drug iz gospodinjstva? V imenu izbrane osebe lahko odgovarja drug član gospodinjstva le v primerih, ko izbrana oseba: ▪ ne želi sodelovati, vendar pa ne nasprotuje sodelovanju drugega člana gospodinjstva v njenem imenu, ▪ časovno ni dosegljiva oz. je odsotna do konca anketiranja, ▪ ni zmožna sodelovanja zaradi bolezni, naglušnosti ... ▪ ni potovala, ▪ sta bila izbrana in nadomestna oseba skupaj na potovanjih, počitnicah. Nadomestna oseba naj odgovarja na anketna vprašanja le v primeru, ko v resnici pozna odgovore na vsa vprašanja, sicer naj raje ne odgovarja. 1. DA → T5 2. NE → Ctrl+S T4 Ali lahko poveste, ali gospod/gospa [Ime in priimek izbrane osebe (leto rojstva)]: 1. živi v drugem zasebnem gospodinjstvu v Sloveniji? 2. živi v tujini? 3. živi v skupinskem stanovanju ali instituciji? 4. je umrla. 5. se je preselila neznano kam. 6. drugi razlogi, kateri _____. → NOV_TEL → Konec anketiranja. → Konec anketiranja. → Konec anketiranja. → Konec anketiranja. → T4_DRUG. T4_DRUG Kateri je drugi razlog, zaradi katerega izbrana oseba ne živi v tem gospodinjstvu?		

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA		TU-ČAP/2011-I
NOV_TEL	Metodologija ankete zahteva, da anketiramo <u>IZBRANO OSEBO</u> oziroma lahko v njenem imenu odgovarja <u>LE ČLAN njenega gospodinjstva</u>. Zato vas prosim, da mi poveste telefonsko številko gospoda/gospe [Ime in priimek izbrane osebe (leto rojstva)]: 1. Da. → NOV_TEL_ST 2. Ne. → NOV_NAS 3. Nima telefona. → Konec anketiranja (Nonresponse Blok: V1) CTRL+K Ne ve. → NOV_NAS	
NOV_TEL_ST	Vpišite novo telefonsko številko _____ (vpiše 9 mestno število)	
NOV_NAS	Prosim vas, če mi lahko zaupate še (novi) naslov [Ime in priimek izbrane osebe (leto rojstva)]: 1. Da. 2. Ne, ga ne poznam.	
UL_IME.	Vpišite ulico: (? - ne ve)	
HST_DOD.	Vpišite hišno številko z dodatkom: (? - ne ve)	
PT_ID.	Vpišite pošto številko: (? - ne ve)	
PT_IME.	Vpišite ime pošte: (? - ne ve)	
T5.	Vpišite, ali bo izbrana oseba ali drug član gospodinjstva v njenem imenu sodelovala v anketi. 1. Da. → Vprašalnik 2. Ne. → Nonresponse Blok (V1)	
Zanimajo nas vsa vaša potovanja in bivanja izven vašega doma v obdobju januar – februar - marec 2011, med katerimi ste najmanj enkrat prenočili, zaradi kakršnega koli razloga: počitnice, večdnevni izleti, poslovna potovanja; zanimajo nas tudi bivanja v vaši ali družinski počitniški hiši ali stanovanju ter obiski pri sorodnikih ali prijateljih – v nadaljevanju pa nas zanimajo tudi vaši enodnevni izleti, na katerih niste prenočili.		
Sklop A POSLOVNA POTOVANJA		
A Ali ste bili v obdobju <u>januar-februar-marec 2011</u> na poslovnem ali študijskem potovanju v Sloveniji ali tujini in ste se vrnili <u>do 31. marca 2011</u>, med tem pa ste <u>najmanj enkrat</u> prenočili?		
Poslovno ali študijsko potovanje: kongres, seminar, poslovno srečanje oz. sestanek, sejem, razstava, misija, znanstveno raziskovanje, profesionalna športna udeležba, strokovno izpopolnjevanje, strokovna ekskurzija dijakov ali študentov (ne končni izlet!), izmenjava dijakov ali študentov, če jim prevoz in prenočišče plača šola oz. fakulteta		
1. Da → A1 2. Ne → preskok na sklop B		
A1 Kolikokrat ste odšli na poslovno potovanje v Sloveniji ali tujini? <u> </u> -krat Možno število poslovnih potovanj je 1 - 10. Maska za vnos podatkov o potovanjih se pojavi tolikokrat, kolikor potovanj je navedel anketiranec.		

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA	TU-ČAP/2011-I
OPIS POSLOVNEGA POTOVANJA	
P1 V kateri državi ste bili na 1. (2., 3., ...) poslovnem potovanju? _____ Šifrant držav. Zaporedna številka potovanja se spreminja glede na zgoraj vpisano število potovanj.	
P2 Kdaj ste odšli na to potovanje? /d/d/m/m/V/V//	
P3 Kolikokrat ste prenočili? I _ _ _ -krat Možno število prenočitev je 1 - 365.	
P4 Kje ste <u>večinoma</u> prenočevali? 1. hotel, motel 2. penzion, prenočišče, gostišče 3. izobraževalni, kongresni center 4. zasebna soba ali zasebni apartma (hiša) 5. mladinsko prenočišče (hostel) 6. pri sorodnikih ali prijateljih (brez plačila) 7. drugo → P4A	
P4A Prosim, povejte, kateri je bil "drugi" prenočitveni objekt: _____	
P5 S katerim prevoznim sredstvom ste prepotovali <u>na največji del poti</u>? 1. osebni avto (lasten, službeni ali najet) 2. avtobus 3. vlak 4. letalo 5. ladja ali drugo plovilo 6. drugo → P5A	
P5A Prosim, povejte, katero je bilo "drugo" prevozno sredstvo: _____	
P6 Ali je potovalna agencija kakor koli sodelovala pri organizaciji tega poslovnega potovanja, npr. pri organizaciji prevoza, prenočišča, ogleda sejma ...? 1. da → P6A 2. ne → P6B 3. ne vem → P7	
P6A Katere storitve so bile plačane potovalni agenciji? 1. SAMO nastanitev (z ali brez hrane) 2. SAMO prevoz 3. POTOVALNI PAKET (nastanitev in prevoz) Potovalni (počitniški) paket je storitev potovalne agencije, ki ima eno ceno. Paket obvezno vsebuje prenočitev, prevoz in še kakšno turistično pomembno storitev. Hrana je lahko všteta v to ceno, ni pa nujno. 4. ne vem	
P6B Kako je bilo organizirano potovanje/prenočevanje? 1. prenočevanje je bilo predhodno rezervirano neposredno v prenočitvenem objektu (preko telefona, interneta, ipd.) 2. potovanje/prenočevanje je organizirala druga organizacija, npr. društvo, sindikat ... 3. na potovanje ste se odpravili brez predhodne rezervacije prenočišča 4. ne vem	

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA		TU-ČAP/2011-I								
P7 Koliko PRIBLIŽNO so znašali skupni stroški za to poslovno potovanje? ----- EUR Ta vsota naj zajema VSE stroške <u>pred in med potovanjem ter po potovanju ne glede na to, ali jih je plačalo vaše podjetje ali organizacija ali ste jih plačali sami, in sicer:</u> - potne, - nastanitvene, - prehrabene in - druge stroške (npr. kotizacijo, nakupe ...).										
P7a Morda bi se lažje spomnili, če vam povem lestvico z razredi: Če anketiranec navede natančen znesek, ga anketar vpiše na polje P7. <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 1. do 200 2. do 300 3. do 400 4. do 500 5. do 600 6. do 700 7. do 800 8. do 900 </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 9. do 1000 10. do 1100 11. do 1200 12. do 1300 13. do 1400 14. do 1500 evrov 15. 1501 evro in več </td> </tr> </table>			1. do 200 2. do 300 3. do 400 4. do 500 5. do 600 6. do 700 7. do 800 8. do 900	9. do 1000 10. do 1100 11. do 1200 12. do 1300 13. do 1400 14. do 1500 evrov 15. 1501 evro in več						
1. do 200 2. do 300 3. do 400 4. do 500 5. do 600 6. do 700 7. do 800 8. do 900	9. do 1000 10. do 1100 11. do 1200 12. do 1300 13. do 1400 14. do 1500 evrov 15. 1501 evro in več									
PV1 Označite valuto: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 40%;">1. evro (EUR)</td> <td>→ preskok na drugo potovanje ali del B</td> </tr> <tr> <td>2. kuna (HRK)</td> <td>→ preskok na drugo potovanje ali del B</td> </tr> <tr> <td>3. ameriški dolar (USD)</td> <td>→ preskok na drugo potovanje ali del B</td> </tr> <tr> <td>4. drugo</td> <td>→ PV1a</td> </tr> </table>			1. evro (EUR)	→ preskok na drugo potovanje ali del B	2. kuna (HRK)	→ preskok na drugo potovanje ali del B	3. ameriški dolar (USD)	→ preskok na drugo potovanje ali del B	4. drugo	→ PV1a
1. evro (EUR)	→ preskok na drugo potovanje ali del B									
2. kuna (HRK)	→ preskok na drugo potovanje ali del B									
3. ameriški dolar (USD)	→ preskok na drugo potovanje ali del B									
4. drugo	→ PV1a									
PV1a: Valuta – drugo: _____										
Sklop B ZASEBNA POTOVANJA										
B Ali ste bili v obdobju <u>januar-februar-marec 2011</u> na zasebnem potovanju, počitnicah, večdnevnem izletu, vikendu, obisku v Sloveniji ali tujini in ste se vrnili <u>do 31. marca 2011</u>, med tem pa ste <u>najmanj enkrat</u> prenočili? Zasebno potovanje: - preživljanje prostega časa, počitnice, rekreacija, - ogled naravnih in kulturnih znamenitosti, - obisk kulturnih, zabavnih, športnih prireditev kot gledalec ali amaterski udeleženec, - nakupovanje, - izobraževanje na lastno pobudo, - romanje ali religiozne dejavnosti, - skrb za zdravje, bivanje v zdravilišču, - obisk sorodnikov in prijateljev, - bivanje v lastni ali družinski počitniški hiši ali stanovanju (na vikendu). <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 40%;">1. da</td> <td>→ B1</td> </tr> <tr> <td>2. ne</td> <td>→ preskok na del C</td> </tr> </table>			1. da	→ B1	2. ne	→ preskok na del C				
1. da	→ B1									
2. ne	→ preskok na del C									

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA

TU-ČAP/2011-I

B1 Ali ste morda v tem obdobju **SKORAJ VSAK KONEC TEDNA** odhajali **V ISTI KRAJ** in ste tam **VSAKIČ** prenočili najmanj enkrat in največ trikrat - na primer v lastno počitniško bivališče (vikend) ali k sorodnikom in prijateljem?

Ta kraj naj bi bil vsaj 25 km oddaljen od anketirančevega doma.

Če je šel anketiranec v teh treh mesecih le trikrat ali manjkrat v ta kraj, naj bodo ti odhodi opisani v naslednjem delu vprašalnika (sklop B2).

1. da → Q1
2. ne → preskok na del B2

Sklop Q ZASEBNA POTOVANJA – REDNI ODHODI

Q1 Ali je kraj, kamor ste odhajali skoraj vsak konec tedna, v Sloveniji ali tujini?

1. v Sloveniji → Q2
2. v tujini → Q3

Q2 Prosim, povejte ime kraja: _____
Šifrant krajev z občinami v Sloveniji.

Q3 Prosim, povejte, v kateri državi je kraj: _____
Šifrant tujih držav.

Q4 Kolikokrat ste ob koncu tedna v obdobju januar-februar-marec 2011 odšli v/na _____? I_I_I - krat
Izpiše se navedeni kraj oz. država pod Q2 ali Q3.
Možno število rednih odhodov je med 4 - 10.

Q5 Prosim, če navedete datume odhoda: _____ /d/d/m/m/I/I/I/I/
Vpišite toliko datumov odhodov, kolikor ste prej vpisali število odhodov.

Q6 Kje ste prenočevali?
1. počitniško bivališče (hiša, stanovanje, zidanica, prikolica, barka)
2. pri sorodnikih ali prijateljih
3. drugo → Q6A

Q6A Prosim, povejte, kje ste prenočevali? _____

Q7 Kolikokrat ste običajno prenočili? I_I - krat
Možno število prenočitev je med 1 - 3.

Q8 S katerim prevoznim sredstvom ste se odpeljali?

1. osebni avto, kombi (lasten ali najet)
2. avtobus
3. vlak
4. motorno kolo
5. kolo
6. drugo → Q8A

Q8A Prosim, povejte, katero je bilo "drugo" prevozno sredstvo: _____

5

se nadaljuje

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA		TU-ČAP/2011-I								
Q9	Koliko denarja ste OBIČAJNO približno porabili vi in vaša potovalna družba za ENO BIVANJE v/na _____? _____ EUR Ta vsota naj zajema VSE stroške za prevoz (npr. bencin ...), prenočevanje (npr. poraba elektrike, vode v lastnem počitniškem bivališču ...), hrano in pijačo, zabavo, izlete, nakupe ... pred, med in po potovanju/počitnicah.									
Q10	Na koliko oseb, vključno z vami, se nanaša znesek _____ EUR? I _ I _ Na ekranu se v okenčku pojavi znesek, ki ga je anketar prej vpisal. Možno število oseb je med 1 - 10. Če anketiranec pri Q9 izjavi, da ni imel izdatkov, anketar je vpisal 0 (nič), ali ne ve (?) ali noče odgovoriti (!), anketar vpraša: Koliko oseb, vključno z vami, OBIČAJNO odhaja v/na _____ ? I _ I _									
Q10A	Koliko je bilo od teh otrok, mlajših od 15 let? I _ I Q10>Q10A Možno število otrok je med 0 - 9.									
Sklop B2 ZASEBNA POTOVANJA – NEREDNI ODHODI										
Dve različici vprašanja B2: Če anketiranec NI odhajal v isti kraj ob koncu tedna: B2 Ali ste bili na počitnicah, večdnevnom izletu, potovanju, obisku samo v Sloveniji, samo v tujini ali v Sloveniji in tujini? ali Če anketiranec JE odhajal v isti kraj ob koncu tedna: B2 Razen tega, da ste skoraj vsak konec tedna odhajali v/na _____, ali ste bili še na kakšnem večdnevnom izletu, počitnicah, potovanju, in sicer v Sloveniji ali tujini? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">1. samo v Sloveniji</td> <td style="text-align: right;">→ B3</td> </tr> <tr> <td>2. samo v tujini</td> <td style="text-align: right;">→ B4</td> </tr> <tr> <td>3. v Sloveniji in tujini</td> <td style="text-align: right;">→ B3 → B4</td> </tr> <tr> <td>4. nisem šel na druga zasebna potovanja</td> <td style="text-align: right;">→ preskok na del C</td> </tr> </table>			1. samo v Sloveniji	→ B3	2. samo v tujini	→ B4	3. v Sloveniji in tujini	→ B3 → B4	4. nisem šel na druga zasebna potovanja	→ preskok na del C
1. samo v Sloveniji	→ B3									
2. samo v tujini	→ B4									
3. v Sloveniji in tujini	→ B3 → B4									
4. nisem šel na druga zasebna potovanja	→ preskok na del C									
B3	Kolikokrat ste odšli na zasebno potovanje, počitnice v Sloveniji? I _ I _ -krat Možno število zasebnih potovanj je 1 - 10. Maska za vnos podatkov o potovanjih se pojavi tolikokrat, kolikor potovanj je navedel anketiranec.									
B4	Kolikokrat ste odšli na zasebno potovanje, počitnice v tujini? I _ I _ -krat Možno število zasebnih potovanj je 1 - 10. Maska za vnos podatkov o potovanjih se pojavi tolikokrat, kolikor potovanj je navedel anketiranec. Skupno število zasebnih potovanj v Sloveniji in tujini ne more biti večje od 15.									

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA	TU-ČAP/2011-I
--	----------------------

OPIS ZASEBNEGA POTOVANJA

Prosim vas za opis vašega 1. (2., 3., ...) potovanja oz. vaših počitnic v Sloveniji.

V1S V katerem kraju v Sloveniji ste bili? _____
Šifrant krajev z občinami v Sloveniji.

Prosim vas za opis vašega 1. (2., 3., ...) potovanja oz. vaših počitnic v tujini.

V1T V kateri državi ste bili? _____
Šifrant držav.

V2 Kateri je bil najpomembnejši razlog, da ste se odpravili zdoma?

1. preživljanje prostega časa (počitnice, dopust, potovanje)	→ V3
2. obisk sorodnikov in prijateljev (družinski dogodki)	→ V4
3. drugo	→ V2A → V4

V2A Prosim, povejte, kateri je bil "drugi" razlog, ki je bil za vaš odhod najodločilnejši

V3 Katera je bila glavna dejavnost med vašimi počitnicami, dopustom, potovanjem?

1. sprostitvev, počitek, zabava	
2. rekreativne dejavnosti	
3. ogled naravnih in kulturnih znamenitosti	
4. ogled kulturnih, zabavnih, športnih prireditev	
5. sodelovanje na kulturnih, zabavnih, športnih prireditvah (neprofesionalno)	
6. nakupovanje	
7. izobraževanje	
8. skrb za zdravje, bivanje v zdravilišču	
9. romanje ali religiozne dejavnosti	
10. drugo	→ V3A

V3A Prosim, povejte, katera je bila »druga« dejavnost med počitnicami, dopustom, potovanjem: _____

V4 Ali je potovalna agencija kakor koli sodelovala pri organizaciji tega zasebnega potovanja, npr. pri organizaciji prevoza, prenočišča, ogleda sejma ...?

1. da	→ V4A
2. ne	→ V4B
3. ne vem	→ V-INT

V4A Katere storitve so bile plačane potovalni agenciji?

1. SAMO nastanitev (z ali brez hrane)
2. SAMO prevoz
3. POTOVALNI PAKET (nastanitev in prevoz)

Potovalni (počitniški) paket je storitev potovalne agencije, ki ima eno ceno. Paket obvezno vsebuje prenočitev, prevoz in še kakšno turistično pomembno storitev. Hrana je lahko všteta v to ceno, ni pa nujno.

4. ne vem

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA

TU-ČAP/2011-I

V4B Kako je bilo organizirano potovanje/prenočevanje?

1. prenočevanje je bilo predhodno rezervirano neposredno v prenočitvenem objektu (preko telefona, interneta ipd.)
2. potovanje/prenočevanje je organizirala druga organizacija, npr. društvo, sindikat, ...
3. na potovanje ste se odpravili brez predhodne rezervacije prenočišča
4. ne vem

V_INT Ali ste pri pripravi tega potovanja oz. teh počitnic kakor koli uporabili internet?

1. da → V-INT-A1
2. ne → V5

V_INT_A1 Ali ste uporabili internet za pridobitev informacij o državi, območju, kraju potovanja oz. počitnic (vreme, cene, splošne, prometne, turistične informacije)?

1. da
2. ne

V_INT_A2 Ali ste uporabili internet za rezervacijo prevoza?

1. da
2. ne

V_INT_A3 Ali ste uporabili internet za plačilo prevoza?

1. da
2. ne

V_INT_A4 Ali ste uporabili internet za rezervacijo prenočišča?

1. da
2. ne

V_INT_A5 Ali ste uporabili internet za plačilo prenočišča?

1. da
2. ne

V5 Kdaj ste odšli na potovanje, počitnice? /d/d/m/m/I/I/I/I/

V6 Kolikokrat ste prenočili? I _ _ _ -krat

Možno število prenočitev je 1 - 365.

V7 Kje ste večinoma prenočevali?

1. hotel, motel
2. penzion, prenočišče, gostišče
3. kamp
4. apartma, hiša v počitniškem naselju
5. zasebna soba ali apartma (hiša)
6. turistična kmetija
7. mladinsko prenočišče (hostel)
8. sindikalni dom
9. planinska koča, zavetišče
10. pri sorodnikih ali prijateljih (brez plačila)
11. lastno ali družinsko počitniško bivališče (hiša, stanovanje, zidanica, prikolica)
12. na plovilu (lastno ali najeto)
13. drugo

→ V7A

V7A Prosim, povejte, kateri je bil "drugi" prenočitveni objekt: _____

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA		TU-ČAP/2011-I
V8	S katerim prevoznim sredstvom ste prepotovali <u>največji del poti</u>? 1. osebni avto, kombi (lasten ali najet) 2. avtodom 3. avtobus (redna linija ali turistični) 4. vlak 5. letalo 6. ladja ali drugo plovilo 7. motorno kolo 8. kolo 9. drugo	
	→ V8A	
	V8A Prosim, povejte, katero je bilo "drugo" prevozno sredstvo: _____	
V9	Koliko denarja ste PRIBLIŽNO skupno porabili vi in vaša potovalna družba za potovanje/počitnice? _____ EUR	
	Ta vsota naj zajema VSE stroške <u>pred in med potovanjem ter po potovanju, in sicer za:</u> - prevoz, - prenočevanje, - hrano, pijačo, - zabavo, izlete, ogleda, vstopnine, nakupe, razvijanje slik ipd. Upoštevajte tudi predplačila potovalni agenciji ali drugemu organizatorju potovanja ali morebitna plačila za počitnice/potovanje, potem ko ste se že vrnili domov!	
	V9aS/T Morda bi se lažje spomnili, če vam povem lestvico z razredi: Če anketiranec navede natančen znesek, ga anketar vpiše na polje V9.	
	Za potovanja v Sloveniji 1. do 100 2. do 200 3. do 300 4. do 400 5. do 500 6. do 600 7. do 700 8. do 800 9. do 900 10. do 1000 evrov 11. 1001 evro in več	Za potovanja v tujini 1. do 200 2. do 400 3. do 600 4. do 800 5. do 1000 6. do 1200 7. do 1400 8. do 1600 9. do 1800 10. do 2000 evrov 11. 2001 evro in več
VV1	Označite valuto: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo	
	→ VV1a	
	VV1a: Valuta – drugo: _____	
	V10 Na koliko oseb, vključno z vami, se nanaša znesek _____ EUR/HRK/USD/drugo?	
	_ _	
	Možno število oseb je 1 - 15.	
	Če anketiranec ni imel izdatkov, anketar je vpisal 0 (nič), ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša:	
	Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____?	
	_ _	

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA	TU-ČAP/2010-II
--	-----------------------

V10A Koliko je bilo od teh otrok, mlajših od 15 let? V10>V10A
Možno število je otrok je med 0 - 14.

Vprašanje V11 se pojavi le, če je anketar pri vprašanju V4A označil odgovor 3 – potovalni paket.

V11 Koliko od navedene vsote je stal počitniški paket za vas in vašo potovalno družbo? EUR
Znesek naj se nanaša na isto število oseb, navedeno na polju V10.

→ preskok na drugo potovanje ali del C ali del I

Sklop C	RAZLOGI ZA NEODHOD NA DALJŠE ZASEBNO POTOVANJE
----------------	---

Vprašanje se pojavi, če anketiranec ni odšel na nobeno zasebno potovanje ali če je na zasebnem potovanju prenočil le 1-3-krat.

C Prosim, povejte mi najpomembnejši razlog, da v obdobju januar-februar-marec 2011 niste odšli na zasebno potovanje/počitnice v Sloveniji ali tujini, med katerim bi vsaj 4-krat prenočili?

1. ne čutim potrebe, ne želim zapuščati svojega doma
2. neprimeren letni čas
3. odhajal/a sem na krajša potovanja/počitnice (npr. v počitniško bivališče) ali na enodnevne izlete
4. pomanjkanje prostega časa zaradi delovnih ali družinskih obveznosti
5. ni primerne družbe
6. finančni razlogi
7. zdravstveni razlogi
8. varnostni razlogi
9. drugi razlogi

→ Ca

Ca Prosim, povejte, kateri so bili "drugi razlogi": _____

Sklop I	IZLETI V TUJINI
----------------	------------------------

I1 Ali ste v obdobju januar-februar-marec 2011 odšli na enodnevni izlet V TUJINO in niste prenočili?

1. Da → I2_1
2. Ne → D1

Definicija izleta obsega naslednje tri elemente:

- anketiranec odpotuje iz običajnega življenjskega okolja,
- za manj kot 24 ur (brez prenočitve!),
- vendar ne zaradi opravljanja aktivnosti, za katero bi prejel plačilo v obiskanem kraju.

Izlet je lahko tudi nakupovanje čez mejo ali poslovne narave.
Obvoz čez mejo zaradi neprevoznosti v Sloveniji NI izlet, pač pa zgolj tranzitni prevoz.

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA	TU-ČAP/2010-IV
I2_1 Ste bili na enodnevnem izletu v/na: ITALIJA – Kolikokrat?	
I3_1 Koliko denarja ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na ENEM enodnevnem izletu v ITALIJI? Ta vsota naj zajema vse izdatke porabljene SAMO V TUJINI. _____ EUR Ta vsota naj zajema izdatke SAMO V TUJINI, in sicer za: - prevoz, - hrano in pijačo, - vstopnine in ogleda, - osebne nakupe manjše ali večje vrednosti (hrano in pijačo, oblačila, spominke ...), - zabavo ipd. Upoštevajte tudi kakršne koli denarne transakcije (npr. za štartnine ...) v tujino (preko interneta, banke ...). V tem znesku NE upoštevajte: - kakršnih koli plačil slovenskim potovalnim agencijam, - morebitnih izdatkov za prevoz (bencin ...), nakup hrane in pijače ... v Sloveniji.	
I4_1 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO na ENEM enodnevnem izletu porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_1 ≤ I3_1	
I3_I4_V1 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo → Opombe	
I5_1 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? Če anketiranelec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša: Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? ~~~~~	
I2_2 Ste bili na enodnevnem izletu v/na: AVSTRIJA – Kolikokrat?	
I3_2 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu v AVSTRIJI? _____ EUR	
I4_2 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_2 ≤ I3_2	
I3_I4_V2 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo → Opombe	

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA	TU-ČAP/2010-IV
I5_2 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša: Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? ~~~~~	
I2_3 Ste bili na enodnevnem izletu v/na: HRVAŠKA – Kolikokrat?	
I3_3 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu na HRVAŠKEM? _____ EUR	
I4_3 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_3 ≤ I3_3	
I3_I4_V3 Označite valuto za skupne stroške in stroške za prevoz: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo → Opombe	
I5_3 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša: Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? ~~~~~	
I2_4 Ste bili na enodnevnem izletu v/na: MADŽARSKA – Kolikokrat?	
I3_4 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu na MADŽARSKEM? _____ EUR	
I4_4 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_4 ≤ I3_4	
I3_I4_V4 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo → Opombe	
I5_4 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek?	

12

se nadaljuje

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA

TU-ČAP/2010-IV

Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša:

Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? I _ _

I2_5 Ste bili na enodnevnem izletu v/na:

NEMČIJA – Kolikokrat? I _ _

I3_5 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu v NEMČIJI? _____ EUR

I4_5 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_5 ≤ I3_5

I3_I4_V5 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške:

1. evro (EUR)
2. kuna (HRK)
3. ameriški dolar (USD)
4. drugo → Opombe

I5_5 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? I _ _

Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša:

Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? I _ _

I2_6 Ste bili na enodnevnem izletu v/na:

BOSNA IN HERCEGOVINA – Kolikokrat? I _ _

I3_6 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu v BOSNI IN HERCEGOVINI? _____ EUR

I4_6 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_6 ≤ I3_6

I3_I4_V6 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške:

1. evro (EUR)
2. kuna (HRK)
3. ameriški dolar (USD)
4. drugo → Opombe

I5_6 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? I _ _

Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša:

Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? I _ _

13

se nadaljuje

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA	TU-ČAP/2010-IV
I2_7 Ste bili na enodnevnem izletu v/na: SRBIJA ALI ČRNA GORA – Kolikokrat? <u> </u><u> </u><u> </u>	
I3_7 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu v SRBIJI ALI ČRNI GORI? _____ EUR	
I4_7 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_7 ≤ I3_7	
I3_I4_V7 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo → Opombe	
I5_7 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? <u> </u><u> </u><u> </u>	
Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša: Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? <u> </u><u> </u><u> </u>	
I2_8 Ste bili na enodnevnem izletu v/na: DRUGE DRŽAVE – Kolikokrat? <u> </u><u> </u><u> </u> V opombo napišite IMENA drugih držav in ŠTEVILO enodnevnih izletov v posamezno državo.	
I3_8 Koliko ste OBIČAJNO porabili vi in vaša potovalna družba na enem enodnevnem izletu v DRUGIH DRŽAVAH? _____ EUR	
I4_8 Koliko od tega zneska ste OBIČAJNO porabili za prevozne stroške SAMO V TUJINI? _____ EUR I4_8 ≤ I3_8	
I3_I4_V8 Označite valuto za skupne stroške in prevozne stroške: 1. evro (EUR) 2. kuna (HRK) 3. ameriški dolar (USD) 4. drugo → Opombe	
I5_8 Koliko oseb je, vključno z vami, OBIČAJNO odšlo na enodnevni izlet in se nanje nanaša navedeni znesek? <u> </u><u> </u><u> </u>	
Če anketiranec ni imel izdatkov (0 EUR) ali ni vedel (?) ali ni želel odgovoriti (!), kolikšni so ti bili, anketar vpraša: Koliko oseb, vključno z vami, je odšlo v/na _____? <u> </u><u> </u><u> </u>	

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA

TU-ČAP/2010-IV

Sklop D SOCIODEMOGRAFSKI DEL – ZA VSE ANKETIRANCE

Prosim še za nekaj odgovorov o vas in vašem gospodinjstvu:

D1 Koliko članov šteje vaše gospodinjstvo?

Možno število oseb je 1 - 15.

D2 Koliko članov vašega gospodinjstva je starih 15 let ali več? D2≤D1

Možno število oseb je 1 - 15.

D3 Ali je na tej vaši telefonski številki dosegljiva še kakšna oseba, stara 15 let ali več, vendar ni član vašega gospodinjstva?

1. da → D3A

2. ne → D4

D3A Koliko je takih oseb, starih 15 let ali več?

D4 Kakšna je vaša najvišja dosežena izobrazba?

1. Ste brez šolske izobrazbe
2. nepopolna osnovnošolska izobrazba
3. osnovnošolska izobrazba
4. nižja ali srednja poklicna izobrazba
5. srednja strokovna izobrazba
6. srednja splošna izobrazba
7. višja strokovna izobrazba, višješolska izobrazba
8. visokošolska strokovna izobrazba
9. visokošolska univerzitetna izobrazba
10. specializacija
11. magisterij
12. doktorat

D5 Kako bi opisali vaš sedanji status? Ali ste:

1. zaposleni, samozaposleni
2. kmet
3. brezposelni
4. upokojenec
5. dijak, študent
6. drugo (gospodinja, ...)

D6 Ali mi lahko poveste letnico vašega rojstva?

Možne letnice so od 1900 do 1996.

D7 Zaradi analize potovanj po dohodkovnih razredih nas zanima, kolikšen je mesečni neto dohodek vašega gospodinjstva, to je vseh članov vašega gospodinjstva skupaj? _____ EUR

Preberi po potrebi: Kot dohodek upoštevajte plače, pokojnine, dohodke iz dejavnosti, dohodke iz kmetijstva, nadomestila za brezposelnost, štipendije, otroške dodatke, dohodke iz lastnine, dohodke za delo, opravljenega preko študentskega servisa ipd.

Če imate kredit, npr. za stanovanje, avto ali kaj drugega, štejte mesečni obrok odplačila k mesečnemu neto dohodku.

D7A Morda bi se lažje odločili, če vam povem lestvico z razredi in bi povedali, v kateri razred sodi neto dohodek vašega gospodinjstva:

Če anketiranec navede natančen znesek, ga anketar vpiše na polje D7.

15

se nadaljuje

Slika 1: Prikaz ankete o turističnih potovanjih domačega prebivalstva za leto 2011

ANKETA O TURISTIČNIH POTOVANJIH DOMAČEGA PREBIVALSTVA		TU-ČAP/2010-IV
1. do 500 2. do 700 3. do 900 4. do 1100 5. do 1300 6. do 1500 7. do 1700 8. do 1900 9. do 2100 evrov 10. 2101 evro in več	D8 Ali mi lahko poveste tip naselja, v katerem živite? 1. mesto 2. primestno naselje 3. manjše strnjeno naselje (kraj, trg) 4. strnjeno vaško naselje 5. raztresene hiše ali hiše na samem HVALA ZA SODELOVANJE! Anketar vpiše odgovor, ne da bi vprašal anketiranca. D9 Spol anketiranca: 1. moški 2. ženski D10 Na anketo je odgovarjala: 1. izbrana oseba 2. nadomestna oseba Šifra anketarja: _ _ _ Zaključek anketiranja.	