

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**VPLIV PANDEMIJE COVID-19 NA TURIZEM
NA DESTINACIJI PORTOROŽ-PIRAN**

Ljubljana, september 2022

RENÉE TRIPAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Renée Tripar, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Vpliv pandemije Covid-19 na turizem na destinaciji Portorož-Piran, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko red. prof. dr. Ireno Ograjenšek,

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 TURISTIČNA DESTINACIJA PORTOROŽ-PIRAN	3
1.1 Začetki turizma na destinaciji Portorož-Piran.....	3
1.1.1 Obdobje prve in druge svetovne vojne	6
1.1.2 Obdobje po drugi svetovni vojni	7
1.2 Turizem v letih po osamosvojitvi Slovenije.....	8
1.2.1 Turizem v letih 2019 do 2021	11
1.3 Teoretični pristopi k obravnavi pogledov lokalnega prebivalstva na turizem	14
2 STRATEŠKI RAZVOJ DESTINACIJE PORTOROŽ-PIRAN	16
2.1 Ključni dokumenti za razvoj turizma na nacionalni ravni.....	16
2.2 Ključni dokumenti za razvoj turizma na destinaciji Portorož-Piran.....	18
3 VPLIV PANDEMIJE COVID-19 NA TURISTIČNO PANOGO.....	20
3.1 Svet.....	20
3.1.1 Vpliv na turizem.....	21
3.1.2 Na turizem usmerjeni vladni ukrepi	23
3.2 Evropa	25
3.3 Slovenija	26
3.3.1 Vpliv na turizem.....	26
3.3.2 Splošni vladni ukrepi	28
3.3.3 Na turizem usmerjeni vladni ukrepi	30
3.3.4 Primerjava ukrepov	32
4 RAZISKAVA O POSLEDICAH PANDEMIJE ZA TURIZEM NA DESTINACIJI PORTOROŽ-PIRAN	33
4.1 Namen, cilji in raziskovalna vprašanja	33
4.2 Metodologija raziskovanja.....	34
4.3 Rezultati kvalitativnega raziskovanja	35
4.3.1 Opis vzorčnih enot	35
4.3.2 Analiza kvalitativnih odgovorov	36

4.4	Rezultati kvantitativnega raziskovanja.....	39
4.4.1	Opis vzorčnih enot.....	39
4.4.2	Analiza anketnih podatkov	40
4.4.2.1	<i>Osebnne ekonomske koristi od turizma</i>	<i>40</i>
4.4.2.2	<i>Mnenje o turizmu.....</i>	<i>41</i>
4.4.2.3	<i>Vključenost lokalnega prebivalstva v aktivnosti načrtovanja turizma na destinaciji</i>	<i>42</i>
4.4.2.4	<i>Vpliv turizma na destinacijo Portorož-Piran med pandemijo oz. v obdobju sprostitve ukrepov in pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019).....</i>	<i>43</i>
4.4.2.5	<i>Mnenje anketirancev o poletnih sezonah 2019, 2020 in 2021</i>	<i>44</i>
4.4.2.6	<i>Zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma in pogled v prihodnost</i>	<i>45</i>
4.4.3	Preizkušanje hipotez in interpretacija rezultatov	46
4.4.3.1	<i>Pogled domačinov na ekonomske koristi od turizma</i>	<i>46</i>
4.4.3.2	<i>Vključenost domačinov v razvoj turizma</i>	<i>47</i>
4.4.3.3	<i>Povezava med stopnjo izobrazbe domačinov in njihovim zadovoljstvom s stanjem turizma na destinaciji.....</i>	<i>48</i>
4.5	Ključne raziskovalne ugotovitve in priporočila	49
4.5.1	Pregled ključnih raziskovalnih ugotovitev	49
4.5.2	Omejitve raziskave	52
4.5.3	Priporočila odločevalcem na destinaciji.....	52
4.5.4	Izzivi za nadaljnje raziskovanje.....	54
SKLEP		55
LITERATURA IN VIRI		56
PRILOGE		

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prihodi ter prenočitve domačih in tujih turistov v Občini Piran	11
Tabela 2: Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran	12
Tabela 3: Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran	13
Tabela 4: Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran	14
Tabela 5: Ključni produkti na makro destinaciji Mediteranska Slovenija	17
Tabela 6: Mnenje prebivalcev o turizmu.....	41
Tabela 7: Vpliv turizma na destinacijo Portorož-Piran med pandemijo oz. v obdobju sprostitve ukrepov in pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019)	43
Tabela 8: Strinjanje s trditvami o prihodnosti turizma na destinaciji	45
Tabela 9: Kontingenčna tabela zadovoljstvo – osebna ekonomska korist	47
Tabela 10: Kontingenčna tabela zadovoljstvo – vključenost	48
Tabela 11: Kontingenčna tabela izobrazba – zadovoljstvo	49

KAZALO SLIK

Slika 1: Model upravljanja turistične destinacije Portorož-Piran	20
Slika 2: Mednarodni turistični prihodi 1989-2020.....	21
Slika 3: Status anketirancev (N=55).....	39
Slika 4: Stopnja izobrazbe anketirancev (N=54)	40
Slika 5: Ekonomske koristi od turizma	41

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Zgodovinski nastanek občine Piran.....	1
Priloga 2: Vodila za intervju z deležniki	3
Priloga 3: Analitični okvir zbranih odgovorov	4
Priloga 4: Vprašalnik za lokalno prebivalstvo	23
Priloga 5: Tabele statističnih preizkusov (SPSS izpis).....	32

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

ECDC – (angl. *European Centre for Disease Prevention and Control*); Evropski center za preprečevanje in obvladovanje bolezni

ETIS – (angl. *European Tourism Indicator System*); Turistični indikatorji na evropski ravni

EU – (angl. *European Union*); Evropska unija

GDS – (angl. *Green Destination Standards*); Pogoji za pridobitev naziva zelena destinacija

GSTC – (angl. *Global Sustainable Tourism Council*); Globalni kriteriji trajnostnega turizma

IOLO – Istrski okrožni ljudski odbor

RTH – delniška družba Riviera Turist Hotel

STO – Slovenska turistična organizacija

TZP – Turistično združenje Portorož

UNWTO – (angl. *World Tourism Organization*); Svetovna turistična organizacija

VUJA – vojaška uprava Jugoslovanske armade

WHO – (angl. *World Health Organization*); svetovna zdravstvena organizacija

ZSST – Zelena shema slovenskega turizma

UVOD

Koledarsko leto 2020 je zaznamoval nov virus COVID-19, ki v koledarskem letu 2022 še vedno predstavlja velik izziv tudi za turizem, saj si konec leta 2019 nihče ni predstavljal tolikšnega upada turističnih potovanj kot smo mu bili priča v akutnem obdobju pandemije. Maja 2020 je Svetovna turistična organizacija (v nadaljevanju UNWTO) poročala o dvaindvajsetodstotnem padcu v svetovnih potovanj, v nadaljnjih mesecih pa se je ta odstotek samo še povečeval. Ogroženih je tudi več milijonov delovnih mest v tej delovno intenzivni panogi. Azija in Pacifik sta leta 2020 zabeležila najvišji padec obiskov, kar 33 milijonov manj kot prejšnje leto, sledila je Evropa z 22 milijonskim upadom. Strokovnjaki so v prvem letu pandemije okrevanje napovedovali zelo previdno, najprej v domačem in nato tujem turizmu (UNWTO, 2020e).

Epidemija je močno prizadela tudi Slovenijo in slovenski turistični sektor. Vlada jo je uradno prvič razglasila 12. marca 2020, od takrat pa večkrat revidirala nabor specifičnih ukrepov, ki so vključevali tudi način prehajanja meje in njegove posledice. V akutni fazi pandemije je šlo za sprotno ažuriranje rdečega, rumenega in zelenega seznama držav na osnovi epidemiološkega stanja v posamezni državi. V Slovenijo je bil brez omejitev možen vstop iz držav z zelenega seznama, v nasprotnem primeru pa so morale osebe ob vstopu v državo v večdnevno karanteno (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2020a).

Da bi turistične aktivnosti povsem ne zamrle, se je Svetovna turistična organizacija že v letu 2020 tesno povezala s Svetovno zdravstveno organizacijo (v nadaljevanju WHO). Skupaj sta postavili temelje za varno in predvsem zdravju prijazno potovanje v prihodnje. Poleg omenjenega si Svetovna turistična organizacija vse od pričetka pandemije prizadeva tudi za pravilno implementacijo sprejetih ukrepov, solidarnost do prizadetih območij ter pomoč pri hitrem okrevanju turističnih deležnikov. Turistična panoga naj bi v ospredje postavila posameznika in njegovo dobro počutje. Potniki morajo biti seznanjeni s ukrepi preprečevanja širjenja virusa ter skrbeti za osebno odgovornost do sebe in ostalih (UNWTO, 2020d).

V pričujočem magistrskem delu želim preučiti, kako je potekal ponovni zagon turističnih aktivnosti po (prvem) uradnem preklicu epidemije na destinaciji Portorož-Piran v slovenski Istri, s katerimi izzivi in kako so se turistični ponudniki na destinaciji soočali v letu 2020, in kakšnega turista si turistični ponudniki ter lokalno prebivalstvo na destinaciji želijo po pandemiji. Na preučevanem območju segajo začetki turizma v drugo polovico 19. stoletja, ko so se kraji kot je Portorož, Opatija in Gradež razvijali v zdraviliške in kopališke destinacije. Cesar Franc Jožef je tako julija 1897 uradno zakonsko podprl nastanek Portoroža kot zdraviliškega kraja. Danes se turisti odločajo za to destinacijo iz nekoliko drugačnih razlogov, med poletno sezono predvsem zaradi naravnih lepot, možnosti za sprostitev, varnosti in ugodnih cen. V obdobju predsezone (pa tudi posezone, op. a.) zaradi ugodnih podnebnih razmer ter skrb za zdravje in storitve dobrega počutja (Sinkovič, 2015). V okviru

tega magistrskega dela me zanima predvsem, kaj jih je na to destinacijo vodilo v obdobju pandemije.

Namen mojega magistrskega dela je torej analizirati posledice pandemije za turizem na destinaciji Portorož-Piran. Cilja sta razumeti, s katerimi izzivi in kako so se turistični ponudniki na destinaciji soočali v letu 2020 in kakšnega turista si turistični ponudniki ter lokalno prebivalstvo na destinaciji želijo po pandemiji.

Namen in cilja želim doseči s pomočjo naslednjih raziskovalnih vprašanj:

- Kakšne spremembe je bilo moč v letu 2020 identificirati na destinaciji Portorož-Piran z vidika turističnega povpraševanja?
- Kako so se turistični ponudniki na destinaciji prilagodili pandemični situaciji?
- Kakšno je mnenje turističnih ponudnikov na destinaciji o koristnosti in učinkih turističnih bonov in drugih vladnih ukrepov, namenjenih ohranjanju delovnih mest v turizmu?
- Kako lokalno prebivalstvo ocenjuje kakovost življenja na destinaciji zaradi turizma pred pandemijo in med njo?
- Kakšnega turista si turistični ponudniki ter lokalno prebivalstvo na destinaciji Portorož-Piran želijo v prihodnosti?

Na osnovi zastavljenih namenov in ciljev magistrskega dela postavljam naslednje hipoteze:

- H1: Osebe, ki imajo ekonomske koristi od turizma, spodbujajo nadaljnji razvoj turizma na destinaciji.
- H2: Osebe, ki nimajo ekonomskih koristi od turizma, slabše ocenjuje trenutno stanje turizma na destinaciji Portorož-Piran.
- H3: Osebe, ki so vključene v razvoj turizma na destinaciji, bolje ocenjuje trenutno stanje turizma na destinaciji.
- H4: Osebe z višjo stopnjo izobrazbe so bolj zadovoljne s stanjem turizma na destinaciji kot osebe z nižjo stopnjo izobrazbe.

Magistrsko delo je sestavljeno iz teoretičnega in empiričnega dela. V teoretičnem delu, ki obsega tri vsebinska poglavja, uporabim opisno metodo, temelječo na teoretičnih in praktičnih izhodiščih iz domače in tuje literature s področja razvoja turizma na obravnavani destinaciji (prvo poglavje), strateških dokumentov na državni ravni in v občini Piran (drugo poglavje) ter vplivu pandemije na turistično panogo na svetovni in državni ravni ter na destinaciji Portorož-Piran (tretje poglavje).

V obsežnem četrtem poglavju sledi empirični del. V njem v okviru eksplorativne študije primera obmorskega letovišča kombiniram metodologijo kvalitativnega in kvantitativnega raziskovanja, tj. globinskih intervjujev in spletne ankete. S predstavniki turističnih ponudnikov na destinaciji izvedem vrsto globinskih intervjujev na temo značilnosti turističnega povpraševanja, turistične ponudbe, ocene uspešnosti vladnih ukrepov za

premagovanje posledic pandemije ter želja v zvezi s profilom turista na destinaciji po pandemiji. Za lokalne prebivalce pripravim spletno anketo na temo zaznane kakovosti življenja na destinaciji zaradi pozitivnih in negativnih učinkov turizma pred pandemijo in med njo ter na temo njihovih želja o smeri razvoja turizma na destinaciji po pandemiji.

V zadnjem delu četrtega poglavja predstavim ključne raziskovalne ugotovitve, omejitve raziskave, oblikujem priporočila odločevalcem na destinaciji, ter predstavim izzive za nadaljnje raziskovanje.

Povzetek ključnih ugotovitev magistrskega dela smiselno povzamem v sklepu.

1 TURISTIČNA DESTINACIJA PORTOROŽ-PIRAN

»Izraz turistična destinacija označuje geografski prostor, ki ga turisti izberejo za cilj potovanja. Ta geografski prostor vsebuje vse, kar potrebuje turist za bivanje, preskrbo in razvedrilo. Destinacija ni nujno geografsko opredeljena kot kraj, lahko je tudi del kraja, odvisno od predstave gosta in od oddaljenosti med ciljem potovanja in krajem bivanja« (Planina & Mihalič, 2002, str. 169). Opis zgodovinskega nastanka občine Piran ter pregled krajev, ki sodijo pod okrilje destinacije Portorož-Piran podajam v prilogi 1.

1.1 Začetki turizma na destinaciji Portorož-Piran

Najdbe o številnih posestvih na območju Portoroža, tako imenovanih *vilae rusticae*, pričajo o razvoju gospodarstva in trgovine na preučevani destinaciji že v času rimskega imperija. Kljub številnim kulturnim in političnim pretresom, ki smo jim skozi stoletja lahko priča v slovenski Istri, je začetke zdraviliškega turizma moč zaznati že v zgodnjem 13. stoletju. Povezovanje mest na zahodnih obalah z Benetkami je spodbudil prihod cerkvenih redovnikov. Med njimi so bili prvi benediktinci, ki so v tistem obdobju obiskovali kar štiri benediktinske samostane na ozemlju Piranske komune. Veliko je bilo tudi cerkva, med najstarejše sodi cerkev sv. Marije Rožnoverske, ki je ob zalivu stala že v 13. stoletju in po kateri je leta 1251 mesto dobilo ime Portus Sanctae Mariae de Rosae (kasneje Portorož). Benediktinci so bili tisti, ki so v 13. stoletju pričeli z zdravljenjem raznih bolezni z morsko vodo in blatom iz solin. Tovrstnega zdravljenja, so se posluževali predvsem revmatiki, ki so si z blatom mazali obolele dele telesa in nato namakali v solinski vodi. Pomembno vlogo v zgodovinskem razvoju mesta Portorož je imel benediktinski samostan s cerkvijo sv. Lovrenca. Ta je bil zaprt okrog leta 1300, vzrok temu ni popolnoma znan, vendar viri pričajo o hudi kugi v tistem času, ki je povzročila zaprtje objekta. Danes stoji na tem delu ozemlja hotel Metropol. Poleg omenjenega je bil pogosto obiskan tudi samostan s cerkvijo sv. Bernardina, ustanovljen leta 1452 in ukinjen leta 1806, kot posledica dekreta Jožefa II. iz leta 1783. Po razpustitvi so bili samostani dodeljeni občini, ki jih je uporabljala za bolnišnice, šole in razna skladišča. Bernardinski samostan pa je kasneje avstrijska vojska spremenila v trdnjavo za obrambo zaliva. Kljub dejstvu, da se je Portorož kot letoviški kraj razvil in

uveljavil šele v 19. stoletju, gre zasluge za njegov razvoj pripisati zdravilnim učinkom morskega blata in slanice, odkritih že nekaj stoletij prej (Brglez, Gale, Pagon & Auer, 2005, str. 11-13).

Poleg naravnih danosti, ki so služile za zdravljenje obiskovalcev, so tudi ugodna geografska lega in podnebje privabljal ljudi v Portorož tako v poletnem kot zimskem času. Spodbudo za razvoj turizma gre pripisati tudi neposredni bližini solin, kar je bilo prvič zabeleženo v knjigi Alessandra Goracucchija leta 1863 (Kavrečič, 2015, str. 159-184). Šele okrog leta 1865, ko je švicarski trgovec Josef Stölker, prišel oddajati v najem svojo Vilo Lorenzo, lahko govorimo o približevanju nastanku turizma v pravem pomenu. Stölker je bil mnenja, da je kraj primeren tudi za kopanje v morju, žal pa je bil njegov poskus privabljanja gostov neuspešen, zato se je čez deset let odločil za prodajo vile tržaškemu arhitektu Giovanniju Righettiju. Ta je poleg vile v last dobil del pripadajoče plaže in kapelico sv. Lovrenca, ki jo je kasneje tudi obnovil.

Letnica, ki uradno zaznamuje razvoj preučevane destinacije kot zdravilišča in letovišča je 1879. Tega leta je zdravnik dr. Giovanni Lugnani prepoznal pozitivne učinke zdravljenja in začel pripisovati pacientom slanico, kot zdravilo proti revmi. Tako je v prostorih tovarne soli nastalo poskusno zdravilišče z desetimi gostinskimi sobami, desetimi kadmi in nekaj kabinami za preoblačenje. Uspešno so zdravili različne bolezni, vendar so poleg obolelih zdravilišča obiskovali tudi zdravi in otroci, vsi pa so bili na kopališču razdeljeni po spolu. Družba piranskih solin je leta 1887, s strani okrajnega glavarstva, pridobila še uradno dovoljenje za odprtje kopališča, seveda upoštevajoč določeni standard poslovanja, poimenovan Kopališče s slanico (it. *Stabilimento bagni*). Zdravljenje bolnikov je bilo zelo uspešno, kar pričajo tudi številke ozdravljenih oziroma tistih, ki so se zaradi obiska zdravilišča bolje počutili. V letu 1890 je tako denimo od dvesto osemindvetdeset obiskovalcev popolnoma ozdravelo sto trinajst bolnikov, zdravje pa se je izboljšalo sto štirinidesetim. Kljub odličnim rezultatom pa upravitelji kopališča še vedno niso pridobili državnega statusa zdravilišča. Tako sta istrska deželna skupščina in deželni zbor v Poreču pripravila zakonski predlog za pridobitev tega naslova in ga poslali v odobritev notranjemu ministrstvu na Dunaj. Ureditev zdraviliškega reda za zdraviliški kraj je močno podpirala tudi občina Piran, ki je zagovarjala, da je slednje potrebno urediti predvsem zaradi večjega obiska tujih gostov in posledično višjih prihodkov s pobiranjem turistične takse po četrtem dnevu bivanja. Cesar Franc Jožef je tako leta 1897 uradno zakonsko podkrepil nastanek Portoroža kot zdraviliškega kraja, ki je obsegal območje med sv. Bernardinom in mostom sv. Lucije do vrha gričev, ki gledajo na Portorož. Leto kasneje je bil zakonsko potrjen tudi Zdravstveni red za zdraviliški okraj Porto-Rose pri Peranu, saj je bilo potrebno skrbeti za visoke higienske norme, ki so bile v rokah zdraviliškega zdravnika. Ta je moral biti v zdravilišču stalno prisoten. V Portorožu je bilo v tem času poskrbljeno tudi za zabavo in šport. Beležili so veliko število glasbenih koncertov, tekmovanj, organiziranih izletov v zaledje, zabav, plesov in gledaliških predstav. Posebnost so bile večerne zabave na morju, ki so jih poimenovali feste notturne in mare alla veneziana (nočne zabave na morju po beneško).

Poleg omenjenega so leta 1900 odprli v zdravilišču še čitalnico (it. *Casino di cura*). Prostor je bil namenjen branju, klepetu, igri in je obiskovalce oskrboval tudi z kavo. Velika plesna dvorana, ki je bila del čitalnice, je dva meseca letno gostila opereto. Na destinaciji je delovalo tudi posebno društvo, poimenovano Društvo za olepšavo in spodbujanje dotoka tujcev zdravilišča Portorož. Člani društva, ki so bili predvsem portoroški in piranski meščani, so skrbeli za promocijo in razvoj samega zdravilišča ter za vzdrževanje in označevanje poti. Veliko število turistov je pomenilo tudi potrebo po večjih namestitvenih kapacitetah. Z namenom načrtovanja novih namestitvenih kapacitet, posodabljanja kopališč in ostalih projektov je nastala delniška družba Kopališka družba Piran. Za lep izgled mesta so njeni zaposleni s pomočjo zdraviliške komisije skrbeli za urejenost kraja (izgradnja kanalizacije), spoštovanje higienskih normativov, izboljšanje in dnevno škropljenje cest ter javno razsvetljavo. Družba je leta 1891 poskrbela tudi za nastanek hotela Allo Stabilimento Balneare, ki ga danes poznamo pod imenom Grand Hotel Portorož. Kasneje je zraslo še veliko drugih (Alla Bella Trieste, Alla Casa Rosa, Al Buon Gusto itd.), katerih lastniki so bili predvsem Italijani, kasneje tudi Čehi in Nemci kot najštevilčnejši gostje na destinaciji. Leta 1911 so na destinaciji našli dvajset hotelov, penzionov in sanatorijev ter sedeminštirideset vil, ki so jih lastniki v najem oddajali med poletnimi meseci. Še vedno pa je manjkal razkošen hotel za premožnejše goste, zato so pričeli z njegovim načrtovanjem. Po nekaj neuspešnih poizkusih so šele v obdobju 1908-1912 začeli z izgradnjo hotela Palace-Kur-Hotel. Načrt zanj je pripravil arhitekt Giovanni Eustacchio. Veliko vlogo (tudi za kasnejši razvoj destinacije) je imela igralnica, ki je nastala leta 1913 pod imenom Casino des Entrangers San Lorenzo. Vsi omenjeni premiki v smeri razvoja turizma na destinaciji Portorož-Piran so privedli do večanja prepoznavnosti in uspešnosti poslovanja. Iz razpoložljivih statističnih podatkov je razvidno, da je obisk skozi leta rasel. Če je za leto 1889 zabeleženih 130 obiskovalcev, jih je v letu 1902 že 1254. Dve leti pred pričetkom prve svetovne vojne je ta številka še višja in sicer 7.000 obiskovalcev, večinoma iz pokrajin habsburške monarhije, npr. Češke, Galicije in Ogrske, pa tudi iz evropskih držav kot so Nemčija, Francija in Italija. Manj je bilo obiskovalcev, ki so prišli izven Evrope, na primer Egipta in Severne Amerike. Portorož je tako postal letoviška destinacija za elitne goste, ki so se po večini zadržali na destinaciji več kot sedem dni (Kavrečič, 2015, str. 159-184).

Na sam razvoj turizma na preučevani destinaciji Portorož-Piran so pozitivno vplivale tudi dobre prometne povezave. Že v času industrializacije (z izumom parnega stroja) je postalo premikanje iz enega v drugi kraj varnejše, cenejše, udobnejše in predvsem hitrejše. Posledice so bile vidne tudi na območju t.i. avstrijskega primorja, kjer so med 19. in na začetku 20. stoletja aktivno gradili prometno infrastrukturo, ki je tudi pripomogla k boljši povezavi med turističnimi kraji. Morski parni promet, natančneje parnik po imenu Melanira, je bil prvi s postojanko v Piranu, pred tem je ustavil v Umagu, Novigradu, Poreču in Rovinju. Z ustanovitvijo plovne družbe Societa di navigazione a vapore Istria-Trieste je bilo priobalnih linij vedno več, do leta 1910 so razpolagali z dvanajstimi ladjami. Kljub dobrim morskim povezavam je bilo nekoliko drugače na kopnu. Šele z izgradnjo železniške proge v letu 1902, imenovane Parenzana, so se istrska mesta pričela vključevati v kopensko prometno omrežje.

Kljub pritožbam in pomislekom glede izgradnje s strani nekaterih lokalnih podjetnikov, so pri odločivi za gradnjo prevladale prednosti za gospodarski razvoj (novi viri dohodkov za domačine). Nova železniška proga žal Lucije in Pirana ni povezovala, zato je bil za lažji pretok domačinov in turistov v letu 1912 priskrbljen tramvaj, ki je imel postajališče v Portorožu. Tako parnik kot železniška proga Parenzana sta skrbeli za boljšo dostopnost in povezavo destinacije z ostalimi mesti, posledično pa za razvoj turizma na destinaciji (Kavrečič, 2007, str. 323-326).

Zasluge za turistični razvoj preučevane destinacije gre pripisati tudi investicijam javnega in zasebnega sektorja v dejavnosti, ki posredno ali neposredno poskrbijo za ugled in privlačnost kraja. Turizem je v takratni državi predstavljal vir dohodka tako za domačine kot za državo, ki je finančno podpirala in nadzorovala tudi nastanek društev (olepševalna, tujsko prometna in pogozdovalna). Ta društva so skrbela za urejanje in promocijo kraja, predvsem pa za dobro počutje obiskovalcev. Za prepoznavnost Portoroža so skrbeli tudi zdraviliška komisija, zdravniki in lastniki sanatorijev. Prve turistično-promocijske materiale so izdali že v 19. stoletju. V tiskanih turističnih vodnikih so skušali predstaviti bralcu značaj domačinov, dostopnost kraja, tabele z voznimi redi vlakov, parnikov in tramvaja ter informacije o pošti, lekarni, gostilnah, hotelih itd. Leta 1910 je bila v Kopru organizirana tudi prva razstava s paviljonom za kopališča in šport (Kavrečič, 2015, str. 210-224).

1.1.1 Obdobje prve in druge svetovne vojne

Z začetkom prve svetovne vojne so se ekonomske razmere v habsburški monarhiji zelo spremenile. Uvedba vojnih davkov, zmanjšanje plač za polovico ter zvišanje ostalih že obstoječih davkov so razlogi, ki so poskrbeli za padec števila turistov. Obmorske destinacije kot je destinacija Portorož-Piran, so postale zatočišče ranjenim in oslabeлим vojakom. Po vojni so se po Kraljevino Italijo deležniki na destinaciji srečevali s številnimi izzivi, ki so močno prizadeli tudi razvoj turizma. Sodelovanje med državnim turističnim uradom in pokrajinskim uradom na področju Istre je sicer z številnimi akcijami ciljno spodbujalo potovanja in razvoj turističnega gospodarstva. Te ugodnosti so bili popusti za družinska potovanja da obalnih mest, tujci so bili opravičeni do plačila turistične takse na novih ozemljih Italije. S slednjo so skušali zagnati turizem po finančni krizi leta 1929, vendar neuspešno. Leta 1939 so cesto, ki je peljala iz Trsta do Kopra in naprej do Portoroža, celo asfaltirali. V tem obdobju najdemo pričetke razvoja poslovnega turizma; omeniti velja srečanje italijanskih inženirjev iz leta 1935. V tem obdobju sta turizem in gostinstvo (italijanski) državi predstavljala kar 20 % narodnega dohodka. Vendar pa so preučevani destinaciji močno konkurenco predstavljali italijanski turistični kraji; na sami destinaciji so se zaradi sprememb v lastništvu soočali tudi z italijanizacijo in pomanjkanjem investicij, ki so jih bili vajeni pred vojno. Izjemo je predstavljala družina Cosulich iz Trsta, ki se je leta 1919 odločila za nakup družbe Portorose in dobila v upravljanje Hotel Palace ter kasneje odkupila še nekaj hotelov na destinaciji. Želeli so privabiti predvsem premožnejše goste, zato so dve leti kasneje kupili hidroavion in postavili pristanišče za letala v bernardinskem

zalivu. Do leta 1926 so tako vzpostavili povezavo s naslednjimi kraji: Trst, Gradež, Benetke, Pavia, Torino in ostalimi. Njihovo vlaganje v destinacijo in razvoj letalskih povezav je trajalo vse do kapitulacije Italije leta 1943 (Šuligoj, 2015, str. 56-62).

1.1.2 Obdobje po drugi svetovni vojni

Med drugo svetovno vojno je večino turističnih namestitev in gostinskih obratov na preučevani destinaciji uporabljala vojaška uprava Jugoslovanske armade (v nadaljevanju VUJA) in Narodna zaščita. Po vojni je bil obalni pas, vključno s Portorožem in Piranom, del svobodnega tržaškega ozemlja in sicer cone B. Tako namestitveni kot gostinski obrati so bili v slabem stanju, zato so se lastniki pogosto odločili kar za predajo obratnim dovoljenj takratnim oblastem. Ti so se sicer zavedali potenciala turizma za gospodarstvo v državi. Prve aktivnosti za zagon so bile v teku že leta 1947. Vodil jih je oddelek za turizem pri Istrskem okrožnem ljudskem odboru (v nadaljevanju IOLO). Ta je leta 1947 ustanovil še turistični svet, ki je deloval kot posvetovalni in koordinacijski organ. Za upravljanje hotelov, gostiln in barov, vzdrževanje kopališč, igrišč in igralnic ter skrb za prevoz oseb in odprtja menjalnic, je takrat skrbela delniška družba Riviera Turist Hotel (v nadaljevanju RTH), ki je bila pod upravo operativnega vodstva Gospodarskega oddelka Istrske banke. Leto kasneje je bil narejen seznam objektov, ki so bili nato obnovljeni in predani v rabo za turistične namene. V Portorožu je RTH najprej poskrbel za prenovo kopališča, nato hotelske infrastrukture in nazadnje še zunanjšega videza letovišča. Kljub obetavnim izgledom pa zaradi »informativnega« spora med Jugoslavijo in Sovjetsko zvezo turistične sezone pred letom 1949 niso bile uspešne (Rogoznica, 2005, str. 399).

Od leta 1949 dalje so se pričele nakazovati spremembe v strategiji turizma na destinaciji. Ta je bila usmerjena predvsem v razvoj sindikalnega turizma in je temeljila na organizaciji mreže počitniških domov.

Dokumenti iz leta 1955, ko je sindikalni turizem pričel intenzivno razvijati, kažejo, da je bilo v občini Piran tega leta 15 počitniških domov. Tri leta pozneje jih je bilo že 80, v letu 1962 pa že 110. Večina od njih je bila lociranih na območju Pirana, Fiese in Strunjana, drugi močni središči pa sta bila še Portorož in Seča (Levičnik, 2019).

Počitniške domove je v upravljanje dobila slovenska sindikalna organizacija, imenovana Zveza sindikatov Slovenije (ZSS), ki je skupaj s okrožnim odborom enotnih sindikatov iz Kopra skrbela za nastanitve delavcev iz cone B svobodnega tržaškega ozemlja v počitniških domovih. Omenjeni delavci so prejeli posebne turistične nakaznice in za 25 % nižje penzijske cene. Poleg sindikalnega turizma so bili v tem obdobju popularni tudi izleti po Jugoslaviji. Govoriti začnemo o t.i. mladinskem turizmu. Uresničevanje turistične strategije je začelo zavirati dejstvo, da je bilo veliko objektov in obratov na destinaciji v zasebni lasti; po oceni IOLO je bilo kar 83 % gostinskih objektov v zasebni lasti tako podjetij kot posameznikov italijanske narodnosti. Za zagon turizma so oblasti te lastnike prisilile v obnovo in odprtje predvsem večjih in pomembnejših kapacitet, z nekaterimi pa je prišlo do

sporazumnega najemniškega dogovora. Poleg prenovljene portoroške plaže in nekaterih hotelov, za kar je poskrbel RTH, je oddelek za turizem posredoval tudi pri obnovi cestišč, kanalizacije, prepletkanih hišah in trgovinah na glavni cesti, urejenosti vrtov, parkov in pri izboljšavi javne razsvetljave in uvedbi komunalne službe. IOLO je poskrbel tudi za kategorizacijo gostinskih in turističnih objektov, za katero je bila odgovorna posebna komisija, ki je po opravljenem popisu dodelila objektu kategorijo. Razvrstitev je potekala v naslednje kategorije: A, B in C za hotele; C in D za prenočišča in gostilne; B in C za kavarne; ter B, C in D za bare in bifeje. Pomanjkljiva je bila tudi usposobljenost kadra, zato so v Portorožu organizirali dvomesečni strokovni tečaj, ki ga je opravilo 37 oseb. Zaradi vse večjega razvoja sindikalnega turizma so leta 1950 ustanovili podjetje Turist Service, ki je hotele oskrbovalo s prehrabnimi in ne prehrabnimi živili. Istega leta je prišlo tudi do prenove hotela Palace v Portorožu in izgradnje novega hotela Metropol v Piranu. V naslednjem letu je prišlo do ponovne reorganizacije turizma kot posledice sprememb gospodarskega sistema. Prišlo je do razpustitve počitniških domov, reorganizacije gostinskega sektorja in usmerjanja predvsem v tuje turiste in investitorje. Turistična taksa je bila uvedena leta 1952 in naj bi krila stroške investicij v zunanost kraja in stroškov v zvezi s turističnim prometom (Rogoznica, 2005, str. 395-422).

Brezovec (2015, str. 122-124) opisuje Portorož med leti 1960 in 1980 kot moderno turistično destinacijo s ponudbo za različne kategorije gostov, domače in tuje (tuje predvsem tiste bolj petične). V želji, da bi zadovoljili večji obseg turističnega povpraševanja, so deležniki razvijali turistično ponudbo tudi izven mestnih središč, saj so bili mnenja, da bodo tako zadovoljili večji obseg povpraševanja. V ta namen so denimo preselili ladjedelnico in na njenem mestu postavili turistično naselje Bernardin.

V poznih sedemdesetih letih se je sicer svetovna naftna kriza odrazila tudi v jugoslovanskem in slovenskem turizmu. Domači gostje si niso več mogli privoščiti dopustovanja na obali, tuji gostje pa so se zaradi dobre promocije kraja še vračali. Dodatno je potrebno omeniti še dve pomembni organizaciji, ki sta nastali v osemdesetih letih in sicer Marina Portorož (1986) ter Športno letališče v Sečovljah, ki je odprlo dodatne možnosti za prihod tujih premožnejših gostov na destinacijo (Šuligoj, 2015, str. 69-75).

1.2 Turizem v letih po osamosvojitvi Slovenije

Pred osamosvojitvijo je bilo na destinaciji Portorož-Piran pet hotelskih podjetij:

- Hoteli Bernardin (Emona, Bernardin in Vile Park),
- Hoteli Riviera (Riviera, Slovenija in Jadranka),
- Hoteli Palace (Grand Hotel Palace, "stari" Palace, Apollo, Mirna in Neptun),
- Hoteli Metropol (Grand Hotel Metropol, Roža, Vesna, Lucija, Barbara, Marita, paviljon Suisse in bungalovsko naselje),
- Hoteli Piran (Piran in Salinera v Strunjanu).

Žal so kljub velikim investicijam v povečanje kapacitet deležniki »pozabili« na obnovo starejših namestitev. Tako je hotel Palace zaradi slabega stanja ostal zaprt celih dvajset let (v obdobju 1989-2008). Na splošno je bila turistična ponudba v rokah podjetij iz družbenega sektorja, ki so se pogosto združevala in/ali razdruževala z namenom prilagajanja stanju v gospodarstvu. Leta 1976, ko je prišlo do uvedbe novega zakona o gospodarskih družbah, so se turistična podjetja med sabo pričela povezovati. Obalna ponudba je bila tako združena pod okrilje dveh večjih organizacij. Prva je bila SOZD Timav, ki je poleg nekaterih hotelskih podjetij združevala še turistične ponudnike ter kmetijska in živilska podjetja. Druga, SOZD Emona, pa je združevala samo nekatera hotelska podjetja. Omenjeni organizaciji, sta zaradi svoje velikosti in posledično težjega vodenja, propadli in prej povezana podjetja so ponovno postala samostojna (Brezovec, 2015, str. 122-124).

V nekdanji Jugoslaviji sta sicer v primerjavi z ostalimi republikami Slovenija in Hrvaška veljali za gospodarsko in turistično visoko razviti. Kljub temu je bila po osamosvojitvi v letu 1991 Slovenija prisiljena tudi v temeljit premislek o tem, kakšne razvojne načrte ima za turistični sektor. S približevanjem vstopu v Evropsko unijo je bil turizem viden kot katalizator novih delovnih mest, pospeševal je podjetništvo in zmanjševal razlike v razvitosti med posameznimi regijami. Poleg omenjenega je bila v ospredju tudi ekološka nota turizma in seveda velik pomen domačega turizma, kot posledica padca tujega turizma, ki ga gre pripisati predvsem kratkotrajni vojni leta 1991 (Planina & Mihalič, 2002, str. 68).

Po osamosvojitvi smo v Sloveniji in na preučevani destinaciji potrebovali kar deset let, da se ponovno vsaj približamo rezultatom turizma pred razpadom Socialistične federativne republike Jugoslavije. Domačih obiskovalcev je bilo kot posledica zloma sindikalnega turizma bistveno manj, po drugi strani pa je vidno izboljšanje kakovosti strukture gostov. Dejstvo je, da se je Republika Slovenija v prvih letih po osamosvojitvi soočala predvsem s problemom prepoznavnosti, saj so jo pogosto zamešali s Slavonijo ali Slovaško. To so še dolgo po osamosvojitvi kot izgovor za neuspehe v razvoju turizma izkoriščale tudi posamične vlade; enako velja za deležnike na destinaciji. Po osamosvojitvi so tuje goste, predvsem zaradi takratne vojne v sosednjo državi, najprej nadomestili domači. Ugodna geografska lega in varnost sta bila v kasnejših letih tista razloga, zaradi katerih so se turisti najpogosteje odločili za obisk. Piran je bil poznan kot obmorsko srednjeveško mesto, Portorož pa po sredozemskem podnebju in peščeni obalni rivieri. Ravno te lastnosti so bile izpostavljene tako v nemških knjižnih turističnih vodnikih kot tudi prvi izdaji vodiča *Lonely Planet* za Slovenijo. V zadnjih letih pa je vse več vodnikov o slovenski Istri in poudarek na njenem zaledju, ki predstavlja priložnost za celodnevne ali poldnevne izlete. Zaradi vse večjega zanimanja za kulturno dediščino so turistično informativni centri polni informacij o zgodovini, navadah, ribištvu, solinah, oljkarstvu itd. (Sinkovič, 2015, str. 308-311).

Destinacija Portorož-Piran se je torej skozi leta sicer spreminjala, vendar pa se dejavniki njene privlačnosti v obdobju po osamosvojitvi očitno niso bistveno spremenili.

Na področju turističnih agencij so se stvari stabilizirale šele leta 1999, ko je Gospodarska zbornica Slovenije pričela z izdajanjem licenc organizatorjem turističnih potovanj in vodnikom.

In kakšne so bile značilnosti tujih turistov v Sloveniji v tem času? Niso se odločali za nakup aranžmajev v potovalnih agencijah in so se za dopustovanje, med poletno sezono na slovenski obali, odločali zaradi naslednjih motivov: naravne lepote, podnebne razmere, možnosti za počitek in sprostitev, ugodne cene in osebne varnosti med bivanjem. Večina gostov (60 %) je za prevozno sredstvo izbrala avtomobil, sledijo avtodom ali letalski prevozi. Kljub dejstvu, da so se v preteklosti turisti posluževali predvsem ladijskih in železniških prevozov, temu ni bilo več tako. Posledično se do danes zaradi velika števila avtomobilov na preučevani destinaciji srečujemo s problemom parkiranja in gneč na cestah. Tako v Portorožu kot Piranu je premalo parkirnih mest kar se kaže tako v nejevolji gostov in domačih prebivalcev. Potrebno je izpostaviti tudi potniški terminal v Kopru, ki leta 2013, rekordno sprejel 65.434 potnikov, ki so se nato razpršili po celotni slovenski obali (Šuligoj, 2015, str. 76-81).

Kot že omenjeno, se je turizem po osamosvojitvi znašel v krizi, posledično se je zmanjšalo tudi število razpoložljivih namestitvev. Prišlo je do privatizacije namestitvenih objektov, lastniki le teh so se večinoma odločili za spremembo svojih dejavnosti. Na drugi strani ni prišlo do sprememb v hotelskih objektih. Potreba po obnovi zastarele strukture je sprožila nove investicije. Nekatera podjetja so se odločala za prodajo svojih objektov, druga pa za bančne kredite, zavarovane s hipotekami. Hotelsko podjetje Metropol je denimo obnovo financiralo s pomočjo prodaje nekaterih objektov (hotela Marita, Vesna in bungalovskega naselja), novi lastniki pa so nekatere objekte spremenili v počitniška stanovanja in prodali. Na ta način je bilo izgubljenih kar nekaj turističnih namestitvenih obratov na celotni destinaciji.

Prvemu valu privatizacije je sledil val proces koncentracije lastnine. Novi investitorji so bili iz drugih delov države ali celo drugih gospodarskih dejavnosti in so jim vlaganja v turizem predstavljala diverzifikacijo njihovih naložb. Tako je leta 2002 podjetje Istrabenz d.d. prevzelo hotelsko podjetje Hoteli Morje d.d. in nato še družbo Hoteli Palace d. d. Leta 2006 je Istrabenz Turizem d. d. (prej Hoteli Morje d. d.) pričel tržiti svojo ponudbo pod novo znamko LifeClass. Istega leta se je s pomočjo Občine Piran pričela obnova starega hotela Palace, ki je nato leta 2008 vstopil v hotelsko verigo Kempinski in sedaj nastopa na trgu kot Kempinski hotel Palace.

Največ hotelov je imela leta 2009 v lasti družba Hoteli Bernardin d.d., ki je združevala Hoteli Piran d. d., Hoteli Bernardin d. d. in Hotel Metropol d. d. in izolski HTP Simonov zaliv d. d. Ko je leta 2008 prišlo do težkih gospodarskih razmer in splošnega upada tako domačih kot tujih gostov, so podjetja, ki so poslopja obnavljala s pomočjo bančnih posojil, pričela svoje naložbe prodajati. Leta 2012 je hotel Piran kupilo podjetje Eurotas d.d., največji prevzem pa je bil realiziran leta 2015, ko je turistično podjetje Liburnia iz Opatije prevzelo

štiri hotele podjetja Metropol Group d. d. Gre za največjo tujo investicijo zadnjih dvajsetih let (Brezovec, 2015, str. 124-130).

1.2.1 Turizem v letih 2019 do 2021

Kljub pandemiji in omejenim finančnim sredstvom so se na destinaciji v letu 2020 izjemno hitro odzvali in prilagodili situaciji. Ena izmed odmevnejših kampanj, je bila akcija Nazaj v Portorož in Piran, s katero so deležniki skušali na destinacijo privabiti domače prebivalstvo. Slednja se je uvrstila na lestvico deset najboljših slovenskih oglaševalskih akcij, ki jo letno pripravi strokovna komisija Marketing magazina. S pomočjo ekipe Planet TV so pripravili nekaj posnetkov, ki prikazujejo različne vidike destinacije Portorož-Piran in se tako pridružili kampanji »Zdaj je čas. Moja Slovenija« pod vodstvom Slovenske turistične organizacije. Poleg domačih oglaševalskih kanalov so se posluževali tudi tujih. Med njimi so bili novinarji francoske televizije (*Television française 1*) in novinarka italijanske različice revije *Vanity Fair*. Posodobili so zemljevide pešpoti, ki jih sedaj krasijo fotografije in označene znamenitosti s foto točkami. Glede na opažanja Turističnega združenja Portorož je bilo na destinaciji možno opaziti goste, ki so prišli z avtom iz tudi bolj oddaljenih krajev. V letu 2019 je bil ta pas 500 km, v letu 2020 pa kar dvakrat tolikšen (Vertnik, 2020).

Tabela 1: Prihodi ter prenočitve domačih in tujih turistov v Občini Piran v letih 2019 in 2020

TURISTI	PRIHODI TURISTOV		PRENOČITVE TURISTOV	
	2019	2020	2019	2020
Domači	191.960	244.554	583.802	873.084
Tuji	428.535	123.956	1.290.660	399.858
SKUPAJ	620.495	368.510	1.874.462	1.272.942

Vir: SURS (2021d).

Kot je razvidno iz tabele 1, je destinacijo Portorož-Piran v letu 2019 obiskalo 620.495 turistov, med katerimi so prevladovali tuji (428.535) nad domačimi (191.960). V letu 2020 pa je prišlo do preobrata, saj so domači gostje opravili kar 873.084 prenočitev, tuji gostje pa samo 399.858 prenočitev.

V tabeli 2 so prikazani podatki za prihode in prenočitve tujih in domačih turistov po mesecih v letu 2020. V mesecu januarju in februarju, pred razglasitvijo pandemije v Sloveniji 12.3.2020, je bilo izrazito več tujih obiskovalcev kot domačih. V naslednjih mesecih sledi omenjeni preobrat, na katerega je vplival tudi eden izmed ukrepov vlade Republike Slovenija, tj. turistični boni. Slednjih je bilo od začetka veljavnosti 19.6.2020 do 1.10.2020 v občini Piran unovčenih 142.552 v vrednosti 21.801.115,45€ (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2020d).

*Tabela 2: Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran
po mesecih za leto 2020*

MESEC V LETU 2020	DOMAČI TURISTI		TUJI TURISTI	
	Prihodi turistov	Prenočitve turistov	Prihodi turistov	Prenočitve turistov
Januar	7.752	20.396	10.051	27.998
Februar	9.687	28.136	11.206	25.681
Marec	3.511	10.258	2.813	7.611
April	0	60	0	607
Maj	2.845	5.179	343	870
Junij	25.392	7.1539	13.939	35.665
Julij	55.979	232.365	28.742	98.577
Avgust	60.865	237.103	33.100	118.798
September	55.113	184.044	17.855	64.725
Oktober	22.192	70.014	5.798	19.068
November	767	7.789	86	199
December	451	6.201	23	59
SKUPAJ	244.554	873.084	123.956	399.858

Vir: SURS (2021e).

Po statističnih podatkih (SURs, 2021), ki obsegajo obdobje prve polovice leta (od januarja do junija 2021), je bilo v občini Piran zabeleženih 77.304 prihodov ter 231.340 prenočitev. Ravno tako kot v letu 2020 se ponavlja trend večjega števila prihodov ter prenočitev domačih turistov, ti so opravili 174.299 prenočitev (tuji 57.041) in 57.269 prihodov (tuji 20.035).

Različne nastanitvene kapacitete v piranski občini so bile do junija 2021 dobro zasedene, kar Turistično združenje Portorož (v nadaljevanju TZP), pričakuje tudi v prihodnje, v kolikor bodo pogoji ugodni. Obiskovalcem destinacije Portorož-Piran je namenjenih kar nekaj novosti, med njimi je tudi doživetje Istrski pridih tradicije. Gre za aktivno turo po destinaciji, ki zajema pešpoti, morje in kolesarske steze. Po ogledu Pirana se gostje z leseno barko odpeljejo do Strunjana, od koder se bodo z električnimi kolesi vrnejo nazaj v Portorož. Med samim doživetjem poskušajo različne istrske dobrrote na domačijah, oljčnikih in razglednih točkah. Novost v letu 2022 je tudi prenovljeni hotel Histron z morskim vodnim parkom Termaris in wellnessom Benedicta. Hotelska veriga LifeClass je za Act-ION hotel Neptun, ki ponuja celovito ponudbo za različne segmente kolesarjev, prejela kategorizacijo 5 koles. Sodobno opremljena kolesarnica z videonadzorom ponuja tudi kotiček za pranje in sušenje koles ter možnost polnjenja zračnic (TZP, 2021a).

Po podatkih spletnega portala ttaksa.si so bile nastanitve kapacitete v Piranu meseca julija leta 2021 naravnost odlično zasedene. Zabeleženih je bilo 342.000 prenočitev, kar je 3 % več kot leto prej in 4 % več kot leta 2019. V letu 2021 so bili odprti vsi hoteli v občini. V devetih dneh avgusta so hoteli zabeležili 56.000 prenočitev, kar je 22 % več kot leto prej in

odstotek več kot leta 2019. Kljub visokemu številu domačih gostov, ki so se odločili za vnovčenje turističnih bonov na destinaciji Portorož-Piran, pa je bil višji tudi delež tujih gostov. Julija 2021 so ti ustvarili 40 % vseh nočitev, kar je 10 % več kot v istem mesecu leta 2020, v hotelih pa so ustvarili kar polovico vseh prenočitev (v istem mesecu leta 2020 so jih ustvarili 33 %). Na destinaciji so bili v koledarskem letu 2021 nasploh zelo optimistični, saj so bile poleti kapacitete rezervirane vse do jeseni, nekatere celo do konca leta 2021 (TZP, 2021b).

Dober turistični obisk se je nadaljeval tudi v obdobju krompirjevih počitnic (23.-31.10.2021), ko so v hotelih piranske občine zabeležili 42.000 prenočitev, kar je 5 % več kot v primerjavi z letom 2019. V letu 2020 so bili namestitveni obrati zaradi pandemije zaprti, zato ni primerljivih podatkov. V prvih devetih mesecih leta 2021 pa so v občini Piran zabeležili 1.221.467 prenočitev, kar predstavlja 5 % več kot leta 2020 in 23 % manj kot leta 2019 (TZP, 2021d).

Tabela 3: Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran po mesecih za leto 2021

MESEC V LETU 2021	DOMAČI TURISTI		TUJI TURISTI	
	Prihodi turistov	Prenočitve turistov	Prihodi turistov	Prihodi turistov
Januar	481	4.780	39	109
Februar	0	0	0	0
Marec	0	0	0	0
April	3.449	11.078	200	842
Maj	13.268	36.641	3.034	7.874
Junij	40.079	121.817	16.776	48.262
Julij	50.786	207.459	40.398	139.880
Avgust	53.296	215.488	48.921	172.877
September	46.561	141.212	30.747	99.452
Oktober	42.588	115.964	17.866	48.896
November	27.118	74.692	5.527	15.877
December	20.052	52.603	4.359	10.738
SKUPAJ	297.678	981.734	167.867	544.807

Vir: SURS (2022a).

*Tabela 4: Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran
po mesecih za leto 2022*

MESEC V LETU 2022	DOMAČI TURISTI		TUJI TURISTI	
	Prihodi turistov	Prenočitve turistov	Prihodi turistov	Prenočitve turistov
Januar	7.707	23.334	33.659	10.628
Februar	14.456	37.963	5.598	13.411
Marec	18.690	50.801	10.711	26.963
April	26.108	62.968	26.176	72.103
Maj	31.486	80.214	27.143	69.160
Junij	48.089	129.986	43.539	125.725
Julij (začasni podatki)	23.183	109.499	61.863	216.279
SKUPAJ	169.719	494.765	208.689	534.269

Vir: SURS (2022c).

Tabela 4 prikazuje prihode in prenočitve domačih ter tujih turistov v prvih sedmih mesecih leta 2022. Kot kažejo podatki, so na destinaciji še vedno beležili več domačih kot pa tujih gostov. Vendar pa so na primer tuji turisti v mesecu aprilu 2022 bivali na destinaciji dlje časa kot pa domači.

1.3 Teoretični pristopi k obravnavi pogledov lokalnega prebivalstva na turizem

Turizem lahko na okolje, v katerem se razvija, vpliva pozitivno ali negativno. Na destinaciji lahko izboljša način življenja preko novih zaposlitvenih možnosti, prihodkov iz turistične takse ali širše gostinske ponudbe, naravnih in kulturnih znamenitosti. Po drugi strani prihaja do gneč na cestah in težave s parkirnimi prostori, več kriminala, višji stroški življenja in trenja med domačini in turisti.

Vplive turizma posledično delimo v tri skupine: ekonomski, socialno-kulturni in okoljski. Prvi so lahko prav tako pozitivni: nova delovna mesta, vlaganja in profitabilnost lokalnih podjetij, kot negativni, višje cene. Turizem vpliva tudi na socialno-kulturne lastnosti, kot so navade, življenje v družbi, prepričanja in vrednote. Pogosto se na destinacijo priselijo ljudje iz drugih regij ali celo držav in prihaja v takem kraju do izgube lokalne identitete ali celo kulture in navad. Zaradi večjega števila zelenih površin in kulturnih ustanov, je lokalno prebivalstvo spodbujeno k boljšemu načinu življenja. Posledice čuti tudi okolje, v katerem se odvijajo turistične aktivnosti, zato zadnjim vplivom pravimo okoljski. Pogosto ob razvoju turizma pozabimo na zaščito okolja, kjer prihaja do onesnaževanja vode in zraka ter pogosto poseganje v naravni habitat in tako vpliv na živalski in rastlinski svet. Na domačine lahko pozitivno ali pa negativno vpliva tudi infrastruktura: omogoča jim enostavnejše premike v

okviru destinacije (npr. na relaciji dom – služba), po drugi strani pa so lahko deležni prekomernega hrupa in gneče.

Na splošno imajo prebivalci na turističnih destinacijah pozitiven odnos do turizma; se sicer zavedajo problemov, ki jih lahko na destinaciji povzročajo turisti, vendar celostno gledano sprejemajo turistični razvoj destinacije z vsemi prednostmi in slabostmi, ki jih prinaša (Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005, str. 1056-1060).

Interakcije med turisti in prebivalci so ključnega pomena za uspešen in okolju prijazen razcvet turizma. Poznamo dve teoriji oblikovanja podpore prebivalcev na destinaciji.

Prva, tako imenovana teorija družbenih predstav (angl. *social representations theory*), ponazarja mehanizme, ki jih uporabljajo prebivalci za razumevanje predmetov in dogodkov v njihovem okolišu. Gre za vpliv na razmišljanje v določeni družbi, ki jih sicer lahko prepoznamo v neki družbi, vendar zaradi slabo postavljenih mej težko razumemo in nato posplošimo na večji populaciji.

Druga, teorija socialne izmenjave (angl. *social exchange theory*), razlaga proces interakcije med skupinami ljudi, v našem primeru prebivalci in turisti, med katerimi prihaja do pogajanj ali izmenjav. Lokalno prebivalstvo se odloča za tiste interakcije od katerih bo imelo korist brez izgub. Pozitivna stran tovrstne razlage je sposobnost razložiti tako pozitivne kot negativne zaznane vplive, na ravni posameznika ali skupine. Slednja je tudi večkrat uporabljena za načrtovanje turizma na destinaciji, saj nazorno prikaže pomen lokalnega prebivalstva za učinkovit razvoj turizma.

Pomembno vlogo pri razumevanju turizma v očeh prebivalcev ima tudi zaznavanje ekonomskih vplivov na destinaciji. Pogosto prihaja do inverzne povezave med tema dejavnikoma, na način, da večja je želja prebivalcev po boljši ekonomski sliki, bolj bodo ocenili ekonomske vplive turizma. Čeprav nimajo vsi neposrednega stika s turizmom, prepoznajo v panogi nove zaposlitvene možnosti in druge priložnosti, za katere je po njihovem mnenju vredno sprejeti tudi višje cene blaga in storitev. Težje pa prebivalci prepoznajo povezavo med socialno in kulturno komponento s ekonomskim stanjem na destinaciji, oz. pogosto prihaja do negativnih učinkov, saj so se prebivalci pripravljani, v zameno za ekonomske ugodnosti, odreči bonitetam socialnih in kulturnih investicij v korist lokalnega prebivalstva.

Ko govorimo o okoljskih vplivih na ekonomsko stanje, zaznajo negativno ekonomsko stanje pomeni nižjo raven zaznavanja negativnih okoljskih učinkov. To pomeni, da so pripravljani prebivalci sprejeti tudi takšne negativne posledice na destinaciji, kot sta onesnaževanje in zastoji, v zameno za boljše ekonomsko stanje. Med ekonomsko krizo si ljudje na neki destinaciji želijo turizma, ki jim predstavlja eno izmed rešitev in so posledično bolj odprti za nove, tudi radikalnejše razvojne zamisli (Garau-Vadell, Gutierrez- Taño & Diaz-Armas, 2018, str. 68-70).

Kljub visokim številkam uspešne turistične sezone 2021, se na preučevani destinaciji Portorož-Piran lokalni prebivalci in turisti soočajo s ponavljajočimi težavami na področju varnosti. V zadnjih sezonah so imeli težave z različnimi kršitvami javnega reda in miru (hrup, beračenje, vandalizem, tatvine, nasilje in prometne težave), zato so za pomoč zaprosili tudi predstavnika ministrstva za notranje zadeve in lokalne predstavnike policijske uprave, ki so že predlagali nekaj sistemskih rešitev za nastale težave (Slovenska tiskovna agencija, 2021a).

Poleg zgornjih kršitev se tako domačini kot hotelski gostje v središču Portoroža pritožujejo nad glasno glasbo iz bližnjih lokalov. Po veljavnem odloku naj bi lokalni ponudniki gostinskih storitev, predvsem nočni lokali, glasbo utišali ob enih ponoči, vendar pogosto omejitve prekoračijo. Na slednje so v preteklih letih že opozarjali prebivalci občine Piran, v letu 2021 pa so na problem opozorili tudi gostje iz bližnjih hotelov ter zagrozili, da se na destinacijo iz tega razloga ne bodo več vrnili. Župan občine Piran se je tako sestal z vsemi vpletenimi, ki so opozorili na potrebo po iskanju dolgoročnih rešitev za usklajevanje nočnega življenja in javnega miru. Rešitev vidijo v prenovi prostorov oziroma prezračevalnemu sistemu, ki bi skladno s protikoronskimi ukrepi dovoljeval ponočevanje v zaprtih prostorih. To naj bi bilo mogoče izvesti šele v letu 2022 (Širok, 2021).

2 STRATEŠKI RAZVOJ DESTINACIJE PORTOROŽ-PIRAN

Na strateški razvoj destinacije Portorož-Piran močno vplivajo strateški razvojni dokumenti na nacionalni ravni. Mednje sodijo Zelena shema slovenskega turizma, Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 ter Akcijski načrt razvoja in trženja gastronskega turizma 2019-2023. V nadaljevanju jih na kratko predstavljam, pri čemer posebej poudarjam elemente, ki so ključni za preučevano destinacijo.

2.1 Ključni dokumenti za razvoj turizma na nacionalni ravni

Za boljše izkoriščanje turističnega potenciala destinacije ter obenem minimiziranje možnih negativnih učinkov je ključnega pomena načrtovanje turizma. Gre za kompleksno dejavnost, ki združuje različne sektorje, zato je nujna koordinacija, s katero lahko zagotovimo zadovoljstvo tako turistov kot obiskovalcev neke destinacije. Poleg samega planiranja turizma pa je pomembno še nadzorovanje razvoja s pomočjo različnih organizacijskih struktur, promocijskih programov, zakonodaj in fiskalnih ukrepov (Inskeep, 1991, str. 16).

Promocija, organizacija ter sistematično načrtovanje turizma na nacionalni ravni je pod okriljem Slovenske turistične organizacije (STO). V ospredje postavlja umestitev Slovenije na globalnem turističnem trgu, kot zelene, aktivne in zdrave destinacije, ki si prizadeva za implementacijo in razvoj trajnostnega turizma na vseh turističnih destinacijah znotraj države. Osnova za to so med drugim tudi orodje Zelena shema slovenskega turizma (v

nadaljevanju ZSST), nacionalni program in certifikacijska shema, ki deluje pod krovno znamko Slovenia Green (STO, 2021d).

Glavni cilj je uvajanje trajnostnih pristopov v razvoj turizma, na turističnih destinacijah, ki predstavljajo temeljno raven ZSST-ja, ter pri turističnih ponudnikih, kot temeljne enote tega orodja. Za pristop k vključitvi v zeleno shemo, mora destinacija oz. ponudnik izpolnjevati kriterij evropskega sistema indikatorjev (ETIS) ter globalnih Green Destination Standards (GDS), določenih s strani Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Destinacija lahko pridobi znak Slovenia Green Destination s pripisom Platinum, Gold, Silver ali Bronze, glede na stopnjo doseženega kriterija. Ravno tako lahko naziv Slovenia Green pridobijo ponudniki, s pripisom dejavnosti, ki jo opravljajo: Accommodation, Travel Agency, Attraction, Beach in Cuisine. Poleg destinacije in ponudnikov se za znak borijo tudi slovenski parki, ki pridobijo naziv Slovenia Green Park. Na destinaciji Portorož-Piran je potovalna agencija Atlas Expres pridobila znak Slovenia Green Travel Agency in postala partner Konzorcija Slovenija Green. Poleg potovalne agencije sta si mesto v konzorciju pridobili tudi dve restavraciji: COB in RiziBizi ter pridobili znak Slovenia Green Restaurant (STO, 2021d).

V Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2017), je nova predlagana vizija slovenskega turizma opredeljena takole: "Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi."

Tabela 5: Ključni produkti na makro destinaciji Mediteranska Slovenija

PRODUKTI	
Nosilni produkti	Sekundarni/podporni produkti
• POSLOVNA SREČANJA IN DOGODKI (celotni poslovni turizem-poslovni gostje na konferencah, srečanjih, motivacijskih srečanjih in razstavah itd.) • ZDRAVJE IN DOBRO POČUTJE (celoletni produkti, ki se osredotoča na wellness, sprostitve, selfness in preventivo itd.) • SONCE IN MORJE (tradicionalni sezonski sredozemski produkt osnovan na plažah, soncu, plavanju, sprostitivi itd.) • GASTRONOMIJA (kombinacija kulinarčne dediščine in sodobnih rešitev)	• OUTDOOR • KULTURA • DOŽIVETJA NARAVE • TURIZEM NA PODEŽELJU • KROŽNA POTOVANJA • POSEBNI INTERESI • ŠPORTNI TURIZEM • KRIŽARJENJA IN NAVTIKA • IGRALNIŠTVO

Vir: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo (2017).

Pri tem gre za pozicioniranje države na višjo raven s pridihom butičnosti in visoke kakovosti doživetja za turiste, ki so zahtevnejši in usmerjeni v iskanje zadovoljujočih vsebin s poudarkom na varnosti in zeleni izkušnji v vseh fazah turistične potrošnje.

Ključne politike, ukrepi in dejavnosti ciljajo na naslednja razvojna področja: makro destinacije in turistični produkti, institucionalni in pravni okvir, turistična infrastruktura in naložbe, kadri, naravni in kulturni viri ter mala in srednje velika podjetja. Kot že omenjeno, je Slovenija razdeljena na 4 makro destinacije: Mediteranska Slovenija, Alpska Slovenija, Termalna Panonska Slovenija ter Osrednja Slovenija in Ljubljana.

V okviru te razdelitve se sestina Portorož-Piran kot vodilna uvršča v skupino makro destinacije Mediteranska Slovenija, za katero sta značilni mediteranska raznolikost in kraška naravna čudesa. Tabela 5 na predhodni strani prikazuje ključne produkte na omenjeni mikro destinaciji poslovna srečanja, zdravje in dobro počutje, sonci in morje ter gastronomija. Sekundarna oz. dopolnilna pa outdoor, kultura, doživetja narave, turizem na podeželju, krožna potovanja, posebni interesi, športni turizem, križarjenje in nautika ter igranje.

Za uresničitev zgoraj predlagane vizije slovenskega turizma je potrebno dodelati tudi vsak vodilni in podporni turistični produkt posebej s pomočjo centralnega vodenega upravljanja in podpore finančnih vlaganj. Pri vsaki makro destinaciji je opredeljenih pet TOP doživetij, katere imajo največji vpliv na prepoznavnost in podobo vsake destinacije. V okviru analizirane destinacije Portorož-Piran je moč izkusiti dve doživetji: obisk obmorskega mesta Piran ter Portoroško riviero, drugo doživetje so Sečoveljske soline z njeno dolgoletno tradicionalno pridelavo soli.

Slovenija je leta 2018 kandidirala in bila izbrana za Evropsko gastronomsko regijo leta 2021. Istega leta je nastal Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomskega turizma 2019-2023 (STO, 2018, str. 19-29), ki naj bi pripomogel k ustvarjanju višje dodane vrednosti, zagotavljanju trajnosti in povečanju mednarodne prepoznavnosti slovenske gastronomije. Temelj dokumenta predstavlja zgoraj zapisana vizija slovenskega turizma, prilagojena za segment slovenske gastronomije, kjer gre za povezovanje izjemnih posameznikov, spektakularnega okolja ter trajnostne pridelave v edinstveno turistovo doživetje. Izpostaviti je potrebno avtentično kulinarico ponudbo hrane in vina, ki jih ustvarjajo s pomočjo lokalno pridelanih živil in veliko mero znanja in srčnosti med pripravo. V kolikor je bil v prejšnjih letih poudarek na razvoju ponudbe destinacije, si bodo sedaj deležniki v gastronomskem turizmu prizadevali predvsem za mednarodno prepoznavnost. To v okviru destinacije učinkovito dosega tako lokalni gastronomi kot tudi gastronomi, ki delujejo v okviru poznanih tujih hotelskih verig (npr. v restavraciji Sophia v hotelu Kempinski Palace Portorož, ki je prejemalec Michelinovega priznanja za izjemno mediteransko kulinariko).

2.2 Ključni lokalni strateški dokumenti za razvoj turizma na destinaciji Portorož-Piran

TZP od leta 2005 predstavlja gospodarsko interesno službo (g.i.z.), ki deluje v javnem interesu za razvoj turizma na območju občine Piran. Gre za nepridobitno organizacijo s statusom pravne osebe, ki na destinaciji povezuje interese članov združenja ter lokalnega okolja, na področju turizma. »Združenje ima 13 članov. Člani TZP, g.i.z. so: Občina Piran,

Hoteli Bernardin, Istrabenz turizem, Terme Krka, Marina Portorož, Casinò Portorož, Kompas turistično podjetje, Javno podjetje Okolje Piran, Javni zavod športni in mladinski center Piran, Adriatic Slovenia, Istrabenz, Aerodrom Portorož, Antigona (TA Go Portorož)« (TZP, 2017, str. 2).

Glavno vodilo organizacije turizma v občini Portorož-Piran predstavlja dokument Strategija razvoja turizma v občini Piran do leta 2025. V njem je opredeljeno poslanstvo destinacije, ki »... s turizmom v svojem razvoju zasleduje uravnoteženo zadovoljevanje želja in potreb obiskovalcev, ponudnikov in prebivalcev. Ponuja naravno in zdravo okolje za bivanje, zabavo in delo. Pri tem ohranja bogato naravno in kulturno dediščino prostora in hkrati krepi identiteto svojih prebivalcev. Domačinom in obiskovalcem ponuja prijetno in zdravo okolje za bivanje, zabavo in delo. Ponuja raznolike storitve doživetja za zadovoljevanje potreb prebivalcev in obiskovalcev«. Opredeljena je tudi vizija »postati destinacija z vrhunsko turistično ponudbo, ki z uporabo inovativnih tehnologij in trajnostnim pristopom ustvarja okolje, ki prebivalcem in obiskovalcem zagotavlja dobro počutje« (TZP, 2018, str. 26).

Ključna produktna področja na destinaciji so skladna s tistimi, opredeljenimi v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma in sicer: prireditve in poslovna srečanja, sonce in morje, zdravje in dobro počutje, gastronomija, doživetje narave, kultura in dediščina, športni turizem in rekreacija ter zabava in prosti čas. Ravno tako na področju gastronomije, predstavljajo ukrepi na nacionalni ravni temelj predlaganih aktivnosti za izboljšavo gastronomije na destinaciji Portorož-Piran. Te so usmerjene v razvoj visoke istrske kulinarike s pomočjo lokalnih produktov, standardizacijo tipičnih jedi, delavnic in izobraževanj za lokalne gostince in hotelirje, oblikovanje turističnih proizvodov iz vina, olja in soli itd. Eno izmed načel delovanja destinacije je načelo trajnostnega in odgovornega turizma, na vseh področjih delovanja (ekonomskem, okoljskem in družbenem). Pri tem je potrebno ozaveščati tako turistične ponudnike kot prebivalce in nenazadnje tudi obiskovalce in turiste.

Občina Piran in TZP si prizadevata za trajnostno naravnano delovanje, zato so se potegovali za pridobitev trajnostnega certifikata Zeleni ključ/Green key ter naknadno certifikata *Green Cuisine/Accommodation*. Pridobitev tega okoljskega znaka pomeni odličnost na področju okoljske odgovornosti in trajnostnega delovanja v turistični industriji. Na destinaciji Portorož-Piran sta ga pridobila dva deležnika: restavracija RiziBizi (*Green Cuisine*) in hotel Histron (*Green Accommodation*) ter se na trgu pozicionirala kot okolju in družbi prijazna restavracija in namestitveni obrat (TZP, 2021c).

Za dosego zastavljenih mejnikov, opredeljenih v Strategiji turizma, je potrebna reorganizacija TZP-ja. S povečanjem delovnih nalog bi se lahko združenje preoblikovalo v destinacijsko management in marketing organizacijo (angl. *destination management and marketing company* - DMMC). Na ta način bi s podporo občine, TZP opravljal vse ključne funkcije za razvoj turizma na destinaciji: razvojno, operativno, promocijsko in distribucijsko (slika 1).

Slika 1: Model upravljanja turistične destinacije Portorož-Piran



Vir: Turistično združenje Portorož (2018).

Pod razvojno funkcijo štejemo vse aktivnosti, ki so usmerjene v raziskave, razvoj in izvajanje razvoja ter zastavljenih turističnih projektov. Po drugi strani gre tudi za povezovanje deležnikov na destinaciji ter obenem sodelovanje z različnimi organizacijami na državni ravni, med pomembnejšimi je Slovenska turistična organizacija (v nadaljevanju STO). Razvojna funkcija zajema še seznanjanje lokalnega prebivalstva z razvojem turizma in spodbujanje k pozitivnem odnosu tako do turistov, kot do turizma na splošno.

Operativna funkcija pomeni predvsem oblikovanje turističnih produktov na destinaciji, ki jih nato odgovorni pretvorijo v pakete, doživetja in programe. Hkrati razvijajo primarno zgodbo kraja, ki odseva pozicioniranje destinacije. Promocijska funkcija poleg same promocije destinacije preko različnih kanalov, zajema še spremljanje učinkovitosti uporabe promocijskih orodij ter upravljanje rezervacijskega sistema. V sklopu distribucijske funkcije so opredeljene naloge izvajanja informativne funkcije, animacije, usposabljanje turističnih vodnikov ter prodaja turističnih programov (TZP, 2018).

3 VPLIV PANDEMIJE COVID-19 NA TURISTIČNO PANOGO

3.1 Svet

Začetki pandemije segajo v december 2019, ko so na Kitajskem, natančneje v mestu Vuhan, opazili večje število obolelih za pljučnico. Po izključitvi običajnih respiratornih okužb, so potrdili novo obliko korona virusa. Novo infekcijsko bolezen, so poimenovali SARS-Cov-2

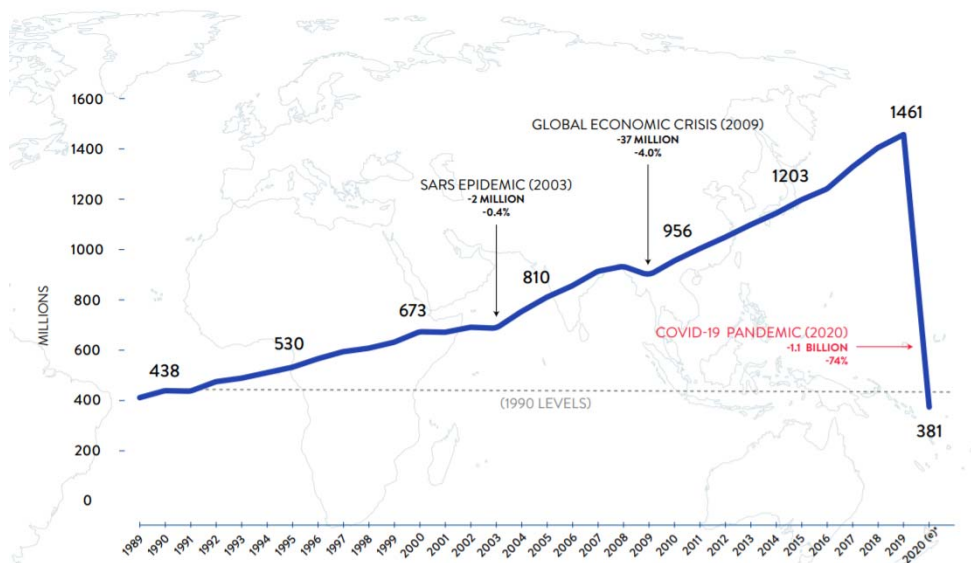
(angl. *Severe Acute Respiratory Syndrome Corona Virus* tipa 2), virus, ki jo povzroča pa COVID-19 (angl. *CoronaVirus Infectious Disease-19*). Bolezen se v večini primerih kaže z naslednjimi simptomi: vročina, kašelj in pomanjkanje zraka (NIJZ, 2021a).

Po podatkih WHO je bilo od začetka pandemije pa do konca prve polovice leta 2021 potrjenih čez 184 milijonov okužb z virusom COVID-19 in več kot 3 milijone smrti. Najvišje število beležijo Združene države Amerike (33.392406) sledita Indija (30.663665) in Brazilija (18.792511). Trend širjenja virusa je vrh dosegel aprila 2021, nato se je situacija postopoma umirjala, konec meseca junija so številke nekoliko narastle v vseh svetovnih regijah z izjemo Amerike (WHO, 2021a).

3.1.1 Vpliv na turizem

V povzetku leta 2020, katerega je izdala WHO, je turizem pred pandemijo, opisala kot najbolj rastočo gospodarsko panogo. Med letom 2019 so zabeležili 1,5 milijarde mednarodnih prihodov, številka, ki je v letu 2020 padla na 381 milijonov.

Slika 2: Mednarodni turistični prihodi 1989-2020



Vir: UNWTO (2021a).

Slika 2 prikazuje mednarodne turistične prihode v obdobju 1989-2020. Kot primerjavo pandemiji COVID-19 so na krivulji označeni še dve večji krizi, ki sta prizadeli svet v omenjenem obdobju. Tako med krizo leta 2003, ko se je pojavila bolezen Sars ter leta 2009,

ko je prišlo do svetovne gospodarske krize, ne beležimo tolikšnega upada mednarodnih potovanj kot v letu 2020. Po številu mednarodnih prihodov smo se vrnili v obdobje izpred tridesetih let (UNWTO, 2021a).

Svetovni turizem je leta 2021 v primerjavi z letom 2020 doživel štiriodstotno rast v prihodih (415 milijonov v primerjavi s 400 milijoni leta 2020). Vendar so bili prihodi mednarodnih turistov (prenočitev) še vedno za 72% nižji kot v letu 2019 pred pandemijo. Prispevek turizma v letu 2021 (merjen v neposrednem bruto domačem proizvodu turizma) je ocenjen na 1,9 milijarde ameriških dolarjev, kar je več kot 1,6 milijarde ameriških dolarjev v letu 2020, vendar še vedno precej pod vrednostjo pred pandemijo, ki je znašala 3,5 milijarde (UNWTO, 2022a).

Po svetovnem turističnem barometru UNWTO so se prihodi mednarodnih turistov od januarja do julija 2022 skoraj potrojili (+172%) v primerjavi z enakim obdobjem leta 2021. Nenehno okrevanje predstavlja močo zadržano povpraševanje po mednarodnih potovanjih, pa tudi omilitev ali odpravo omejitev potovanj do danes (86 držav do 19. septembra 2022 ni imelo nobenih omejitev, povezanih s COVID-19). V tem obdobju je potovalo 474 milijonov turistov v primerjavi s 175 milijoni v istih mesecih leta 2021. Evropa je sprejela 309 milijonov teh prihodov, kar predstavlja 65 % skupnega števila (UNWTO, 2022b).

Po ocenah Svetovnega potovalnega in turističnega sveta (angl. *World Travel & Tourism Council - WTTC*) je bilo v letu 2020 na svetovni ravni v turizmu izgubljenih 197,5 milijonov služb. Pri tem velja omeniti, da niso vsi zaposleni v turizmu ranljivi na enak način, saj je pomembno tudi v katerem sektorju in v kateri regiji oz. državi delajo. Ranljivost je funkcija dveh lastnosti in sicer stopnje izpostavljenosti tveganju ter zmožnosti obvladovanja nastalega problema (Duro, Perez-Laborda, Turrion-Prats & Fernandez-Fernandez, 2021). Segmenti prebivalstva, ki jih pogostejše doleti izguba služb, so naslednji: ženske, mladi (15-27 let), osebe z nižjimi prihodki in nižjo izobrazbo (najvišja dosežena izobrazba je osnovna šola). Študija primera opravljena za destinacijo Indonezija (Sun, Sie, Futuray, Auwalin & Wang, 2021) in sicer za obdobje januar 2020 do september 2020, je potrdila zgornje navedbe. V omenjenem obdobju je pomanjkanje turističnega povpraševanja pomenilo izgubo 1,8 milijona delovnih mest, med katerimi sta bila najbolj ogrožene ženske (3,1 %) in osebe z nižjo izobrazbo (3,1 %), sledijo mladi zaposleni (2,7 %) in osebe z nižjim prihodkom (2,3 %), ki so se soočali z visoko zaposlitveno negotovostjo. Avtorji raziskave priporočajo različne ukrepe za posamezna območja države, saj niso vse regije enako odvisne od turizma ter tudi niso vsi zaposleni v turizmu enako ogroženi zaradi pandemije Covid-19.

Poleg ekonomskega in socialnega vpliva je pandemija vpliva tudi na naravno okolje. Prišlo je do zmanjšanja ravni onesnaženosti in emisij toplogrednih plinov po zaprtju številnih obratov za proizvodnjo električne energije in tovarn, zmanjšanju obsega letalskih prevozov in omejitve gibanja ljudi v motornih vozilih. V zadnjih letih so trajnostne rešitve pridobile vse večji pomen, zato so tudi vodilne gospodarske panoge pričele v svoje poslovne strategije vključevati trajnostne programe. Je pa pandemija tudi tovrstne programme soočila s

številnimi izzivi. Po eni strani doseganje zahtev investorjev kot tudi na spremembe v vedenju turistov: vlagatelji lahko zahtevajo promocijo dolgoročnega zmanjšanja emisij ogljika in na splošno onesnaženost s strani turističnih podjetij, poudarek na uporabi obnovljivih virov energije ter. recikliranje odpadkov. Hkrati lahko stalne vladne omejitve mednarodnih potovanj vplivajo na spreminjanje turističnega vedenja ljudi, kateri se posledično raje odločajo za dopustovanje v svoji državi.

Zapisane spremembe so lahko učinkovit pospeševalec sprememb v poslovnih modelih številnih podjetij v turistični industriji. Po drugi strani pa je pandemija zmanjšala tako obseg razpoložljivega kapitala kot tudi omejila dostop do njega, saj so finančna sredstva večinsko usmerjena v osnovne poslovne dejavnosti. Na primer odmevne in drage marketinške kampanje za promocijo turističnih paketov, s pomočjo katerih skušajo turistične destinacije in organizacije ponovno privabiti goste. Na splošno ima lahko zagotavljanje boljše izkušnje prednost pred okoljskimi in socialnimi programi.

Na operativni ravni zaradi pandemije turistični ponudniki namenjajo več pozornosti osnovni higieni in čistilnim postopkom, zdravstvenim pregledom za turiste in obiskovalce ter večji pomen na poreklu hrane v dobavnih verigah.

Pandemija je torej pripomogla k prepoznavanju številnih potrebnih sprememb, ki so lahko ključne za doprinos k bolj trajnostni prihodnosti, vendar bomo šele čez nekaj let videli ali so bili zaznani signali dejansko tudi upoštevani. Dejstvo pa je, da lahko vodijo v bolj kritično teorijo trajnosti, ki umesti trajnostni razvoj v širše gospodarske, družbene in politične skupine (Jones & Comfort, 2020).

3.1.2 Na turizem usmerjeni vladni ukrepi

Na pandemijo in njene posledice za turizem so se države po svetu v letu 2020 odzvale z različnimi politikami in ukrepi (UNWTO, 2020a):

- **fiskalne politike:** oprostitve ali odlog davkov podjetjem na področju potovanj, gostinstva, turističnih licenc, trženja, davke na kapitalski dobiček; ekonomska pomoč malim in srednjem velikim podjetjem (MSP), popust na komunalne stroške za podjetja ter pomoč denarnemu toku potovalnih agencij.
- **monetarne politike:** finančna sredstva za MSP v turizmu v obliki novih shem in preferencialnih pogojev za posojila ter program spodbud letalskim prevoznikom.
- na področju **delovnih mest** so države zmanjšale dajatve za usposabljanja turističnih delavcev; subvencionirale plače za pomoč podjetjem pri ohranjanju delovnih mest v turizmu, gostinstvu in letalstvu; nudile podporo podjetjem z usposabljanjem za razvoj digitalnih spretnosti; skrbele za prekvalifikacijo turističnih in brezposelnih delavcev; označile potovanja in turizem kot poseben sektor za podporo poslovanju ter pripravile programe za krepitev zmogljivosti.

- **neposredno na sektor in podjetja usmerjeni ukrepi:** vzpostavitev notranjih kriznih mehanizmov (odbori, projektne enote); priprava komunikacijskih kanalov na primer digitalne platforme; sprotno spremljanje dogajanja za lažje razumevanje povpraševanja v turizmu ter pripravo raziskav, študij in napovedi; priprava smernic za podjetja in strokovnjake iz turistične industrije; merjenje vpliva pandemije kratko, srednje in dolgoročno ter priprava kampanj, ki promovirajo virtualni turizem.
- v okviru **javno-zasebnih partnerstev** so bila zagotovljena sredstva za obnovo in ublažitev vplivov na turizem; vzpostavitev solidarnostnih skladov z donacijami zasebnega sektorja; interakcije med odbori ter drugimi skupinami z zainteresiranimi stranmi zasebnega sektorja; različne strategije kriznega upravljanja; podpiranje podjetij z naložbenimi programi.
- na temo **ponovnega zagona turizma** so države predlagale izdajo vavčerjev (raje kot povračila) v zameno za odpovedan potovalni paket; spremembe pogodbene zakonodaje za zaščito strank in organizatorjev potovanja; smernice in priporočila za zaključene pogodbe turističnih paketov, katerih izvajanje je bilo onemogočeno zaradi pandemije; zdravstveni in varnostni protokoli, certifikati in oznake v turističnih obratih ter vzpostavitev varnostnih koridorjev med državami do ponovnega zagona mednarodnega turizma.
- Kot zadnji ukrep je bila navedena **promocija domačega turizma** s pomočjo počitniških bonov za domače prebivalstvo; promocija in trženje domačega turizma; sofinanciranje manjših promocijskih projektov in izvajanje projektov na domačem trgu; opustitev pristojbin za letalske storitve za domače prevoznike; pobude za razvoj izdelkov ter priprava napovedi povpraševanja po domačem turizmu.

V letu 2020 je zaradi pandemije vsekakor (in dokumentirano) prišlo tudi do sprememb v potovalnih navadah. V razcvetu je domači turizem, saj se ljudje iz varnostnih razlogov odločajo za preživljanje počitnic na bližnjih destinacijah. Velik poudarek je na zdravju in varnosti, potrošnikom so pomembni tudi ustrezni pogoji odpovedi potovanja. Ravno zato se pogosto odločijo za oddih v zadnjem trenutku, prednost imajo zelene turistične destinacije, ki zagotavljajo aktivnosti na odprtem. Za potovanja se odločajo predvsem mlajši, največji vpliv ima pandemija na zrele popotnike in upokoјence. Turisti na destinaciji iščejo avtentičnost, lokalne proizvode in trajnostne produkte (UNWTO, 2021a).

Ukrepi, ki so bili sprejeti za zaježitev širjenja pandemije, so skozi socialne, psihološke, socialno-ekonomske in kulturne vplive, spremenili pogled turistov na potovanja in turizem. S pomočjo izobraževanja in postavljanja novih smernic v panogi, se bomo lahko prebili skozi trenutno krizo v sektorju. Pri tem bo v veliko pomoč ravno raziskovanje na področju e-turizma in inovativnih metod potovanj. Poleg novih oprijemov je na destinacijah potrebno tudi sodelovanje med različnimi deležniki: organizatorji turizma, politične vodje, turistični viri ter na drugi strani turističnim povpraševanjem. S pomočjo novih metod raziskovanja ter konceptualnih okvirjev in analiz bi lahko prišli do inovativnih rešitev, s katerimi bi validirali pripravljenost za spremembo, katere so lahko za neko destinacijo tudi pozitivne. Obdobje

pandemije in njenih vplivov bi morali gledati kot priložnost za spremembe, ki lahko na primer pripelje tudi do uporabe ali razvoja novih tehnologij. V ospredje je potrebno postaviti udobna potovanja, personalizirane pakete ter dostopne cene. Turistična industrija naj razmisli o prenovi hotelov, izboljšanju kakovosti dela zaposlenih, poenostavljeni prodaji skupinskih tur ter registraciji gostov, nenazadnje pa tudi o uporabi digitalnih tehnologij. Posebno pozornost je potrebno nameniti družinskim animacijam kot so programi za otroke in najstnike, prilagojeni družinski meniji in zabavni program. Potrebno je poskrbeti tudi za ustrezno zaščito delavcev in obiskovalce v obliki zagotavljanja varnostne razdalje, brezplačnih mask in razkužil. Premik turistične industrije k odgovornemu oz. trajnostnemu turizmu, lahko privede k oblikovanju novih turističnih produktov (Abbas, Mubeen, Iorember, Raza & Mamirkulova, 2021).

3.2 Evropa

Dne 25. januarja 2020 je WHO opozorila na prvi primer okužbe s virusom v Evropi, natančneje Franciji. Dva okužena sta bila zabeležena v Parizu tretji pa v Bordeauxu, vsi so v predhodnih dneh prispeli iz mesta Vuhan. Glede na veliko število globalnih potovanj, je WHO opozarjala tudi na možnost širitve virusa v druge države ter obenem intenzivno pozivala vse pristojne organe k zagonu ustreznih ukrepov (WHO, 2020a).

Na področju zaježitve širjenja nalezljivih bolezni v Evropski uniji (v nadaljevanju EU), vladam ves čas pandemije pomaga Evropski center za preprečevanje in obvladovanje bolezni (v nadaljevanju ECDC). Tudi v primeru pandemije COVID-19 je v stalnem stiku z Evropsko komisijo, WHO, nacionalnimi inštituti za javno zdravje v državah EU in drugimi institucijami. Prizadeva si za sprotno ocenjevanje epidemiološke situacije ter za izmenjavo izkušenj in dobrih praks. ECDC je državam članicam zagotovil standardne protokole za pristope nadzora in testiranja. Države članice EU se na trenutno situacijo pandemije soočajo s pomočjo implementacije naslednjih ukrepov: spremljanje števila okuženih, testiranje, povečanje kapacitet v bolnišnicah, sledenje stikov glede na omejitve, obvladovanje primerov in oblikovanje strategije za ublažitev vpliva pandemije (npr. spodbujanje uporabe osnovnih higienskih ukrepov za roke in kašelj), ukrepi za fizično distanciranje ter cepljenje (ECDC, 2021).

Evropska komisija (2021) in Evropski svet sta si ves čas sistematično prizadevala za varna potovanja med evropskimi državami, ob ozaveščanju prebivalcev o pomenu cepljenja ter upoštevanju zdravstvenih in varnostnih ukrepov. Za zagotovitev prostega toka državljanov, blaga in storitev je predlagala in intenzivno podprla uporabo različnih orodij:

- **Evropsko digitalno covidno potrdilo (EU DCP)-v uporabi od 1. julija 2021:** gre za enotno evropsko splošno veljavno potrdilo o prebolelosti, cepljenosti ali testiranju (PCT-potrdilo). Slednje je lahko v digitalni ali pisni obliki, brezplačno, opremljeno s QR kodo, v maternem jeziku in angleščini, varno ter veljavno v vseh državah EU. Potrdilo izdajajo

pristojni nacionalni organi: centri za testiranje, zdravstveni organi ali na uradnih portalih npr. portal e-zdravje.

- **Re-open EU:** aplikacija vsebuje informacije o sprejetih ukrepih, zahtevami glede karantene in testiranja ter EU DCP.
- **Mobilne aplikacije za sledenje stikom v državah članicah EU:** gre za aplikacije, ki beležijo vse stike posameznika ob upoštevanju strogih smernic o varstvu podatkov. Na primer avstrijska aplikacija STOPP CORONA, ustvari samodejno povezavo z uporabniki, ki so bili dlje kot 15 minut na razdalji dveh metrov. Na ta način lahko posamezniki hitro ugotovijo, ali so bili v stiku z nekom, ki ima COVID-19.

Navedena orodja smo privzeli tudi v Sloveniji. Več informacij o razvoju pandemije ter odzivu naše države nanjo zbirno podajam v naslednji točki.

3.3 Slovenija

V Sloveniji je bil prvi primer okužbe z virusom COVID-19 potrjen 4. marca 2020 pri turistu, ki se je vrnil iz Maroka preko letališča Marco Polo Benetke, od koder je pot nadaljeval s prevozom Go-Opti. Kmalu po tem, 9. marca 2020, je takratni predsednik Vlade RS sklical sejo Sveta za nacionalno varnost in prve ukrepe za zaježitev novega koronavirusa. Največja žarišča so bila na začetku v Črnomlju, Metliki, Novem mestu in Beli krajini, kjer so bili ogroženi predvsem stanovalci v domovih za starejše občane. Vlada je prvič uradno razglasila epidemijo 12. marca 2020 in jo nato preklicala 15. maja istega leta (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2020a).

3.3.1 Vpliv na turizem

Med prizadetimi panogami zaradi pandemije je tudi turizem, kot izrazito delovno intenzivna panoga, v katero je virus prinesel veliko negotovosti in strahu pred prihodnostjo. V Statističnem pregledu leta 2020 (SURS, 2020), so bile objavljene najnovejše številke o slovenskem turizmu. Meseca januar in februar 2020, ko pandemije še ni bilo, sta v številkah prihodov in prenočitev turistov, primerljiva z letom 2019. V naslednjih mesecih, predvsem v obdobju marca do maja 2020, prenočitev turistov ni bilo. Izjemo predstavljajo tuji študentje na izmenjavah in osebe, ki ostajajo v Sloveniji dlje časa iz drugih razlogov (osebni, poslovni, zdravstveni itd.). V poletnih mesecih je število prenočitev hitro naraščalo. Za dopustovanje v Sloveniji so se odločali predvsem domači gostje, kar je bila posledica uvedbe turističnih bonov, kot ene izmed načinov reševanja slovenskega turizma. Po uspešni poletni sezoni je prišlo v oktobru do drugega vala epidemije COVID-19, kar je za seboj prineslo številne omejitve gibanja in zaprtje turističnih nastanitvenih obratov.

V poročilu Svetovnega potovalnega in turističnega sveta o ekonomskem pomenu turizma, je skupni prispevek turizma v Republiki Sloveniji leta 2020 predstavljal 7,2 % celotnega BPD. V letu 2019 je bil prispevek višji in sicer 10,8 % celotnega BDP. Število zaposlenih v turizmu

je bilo leta 2020, v primerjavi z letom pred tem, nižje za 4,0 %. Povprečna poraba tujih turistov je leta 2020 znašala 1,246.9 milijona (kar je 58,7 % manj kot leta 2019), poraba domačih turistov je bila v primerjavi s tujimi višja in sicer 1.441,9 milijona (kar je 11,9 % manj kot leta 2019). Število zaposlenih v turizmu je leta 2020 je znašalo 96.300 delovnih mest, kar predstavlja 10,8 % vseh zaposlitev. V letu 2021 smo zabeležili višanje opazovanih parametrov in sicer predstavlja skupni prispevek turizma v Republiki Slovenija leta 2021 7,7 % celotnega BDP. Število zaposlenih je v primerjavi z letom 2020 zrastle za 1,4 % (97.700 zaposlenih). Domači gostje so porabili 1.585,00 milijona evrov, kar je 10 % več kot lani, poraba tujih je bila letos višja in sicer 1,618,1 milijona evrov oz. 29,9 % več kot v letu 2020 (STO, 2021b).

V letu 2020 smo tako skupno zabeležili 3.065.085 prihodov turistov, od tega 1.216.114 tujih turistov, kar predstavlja 74,1 % manj kot v prejšnjem letu, ter 1.848.971 domačih turistov oz. 21 % več kot v letu 2019. Največ tujih turistov je bilo iz Nemčije (8,84 %), sledita Avstrija (4,05 %) in Italija (3,96 %). Skupno je bilo opravljenih 9,2 milijona prenočitev kar je 42 % manj kot v predhodnem letu. Največ prenočitev so zabeležili v občini Piran (1.272.942), ki ji sledita Kranjska Gora (613.583) in Ljubljana (540.195) (STO, 2021a).

Glede na vrsto nastanitvenega obrata so v letu 2020 turisti ustvarili največ prenočitev v hotelih, kar predstavlja 39 % vseh turističnih prenočitev (ali 3,6 milijona prenočitev). V zasebnih sobah, apartmajih in hišah je bilo ustvarjenih 24 % vseh prenočitev (ali 2,2 milijona), v kampih pa 15 % vseh prenočitev (ali 1,4 milijona). V primerjavi z letom 2019 je število prenočitev najizraziteje upadlo v mladinskih hotelih, za 61 %, v hotelih za 51 %, v zasebnih sobah, apartmajih in hišah je bil ta upad 31-odstoten, v kampih pa 30-odstoten. Turistične kmetije z nastanitvijo so v letu 2020 ustvarile 250.000 prenočitev, kar predstavlja podobno številko kot leto poprej. Spremenilo se je le številčno razmerje med prenočitvami domačih in tujih turistov, slednji so v letu 2019 ustvarili 79 % vseh prenočitev na turističnih kmetijah, v letu 2020 pa le 25 % (SURS, 2021a).

Poleg nastanitvenih obratov se tudi ostali deležniki v turizmu soočajo s krizo. Gostinski obrati so bili med prvim valom pandemije zaprti tri mesece, med drugim valom pa kar šest mesecev neprekinjeno. Novi izzivi so jih prisilili v iskanje različnih rešitev, nekateri so se povezali z industrijo, drugi so videli rešitev v dostavljanju hrane na dom, tretji so organizirali spletne delavnice ali omogočali prevzem hrane pred lokalom. Gostinska panoga se sooča poleg omejitev v poslovanju sooča še s težavo pomanjkanja kakovostnega kadra. Za čas zaprtja je prišlo do množičnega odpuščanja in prekvalifikacije kadra v ostale, uspešnejše panoge, slednje lahko prinese težave v prihodnje, ko se bo situacija normalizirala (Alič, 2020).

V letu 2020 so visok upad poslovanja, kar 90-odstotni v primerjavi s predhodnim letom, utrpeli profesionalni turistični vodniki. Nekateri so se zaradi nizkega obiska tujih gostov v Sloveniji ter na drugi strani nizkega števila slovenskih turistov v tujini odločili za zaposlitev v drugih panogah. Ostali so našli rešitve v virtualnih vodenjih ter uporabi tehničnih

pripomočkov, na primer brezžičnih sistemov za vodenje skupin. V bodoče naj bi bil poudarek na predhodnih rezervacijah časovnih terminov za ogledе bolj obiskanih znamenitosti, z namenom maksimalnega zmanjšanja medosebnih stikov (Jereb, 2021).

3.3.2 Splošni vladni ukrepi

Vlada RS (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2021) že od začetka izbruha pandemije, s pomočjo takojšnjih interventnih ukrepov in z oblikovanjem strateških ukrepov, skušala obvladovati situacijo in zmanjševati dolgoročne posledice za prebivalce in gospodarstvo. V ta namen je bila oblikovana tudi posvetovalna strokovna skupina pod vodstvom dr. Mateja Lahovnika. Vlada s pomočjo posvetovalne skupine podaja rešitve v obliki paketov ukrepov, trenutno jih je že deset.

Prvi (**#PKP1**), tri milijarde vreden paket, je stopil v veljavo 11. aprila 2020. Osredotočil se je predvsem na:

- **področje dela, družine in socialnih zadev** (Nadomestila za čakanje na delo; oprostitev plačila prispevkov za socialno varnost; enkratni solidarnosti dodatek upokojencem; višji dodatek za veliko družino itd.),
- **ukrepi na davčnem področju** (Npr. izredna pomoč v obliki temeljnega dohodka ter oprostitev plačila prispevkov za samozaposlene, družbenike, kmete in verske uslužbenice),
- **ukrepi na gospodarskem področju** (Država krije prispevek za invalidsko in pokojninsko zavarovanje od 13.3.-31.5.2020 za zaposlene, ki delajo; krizni dodatek v višini 200€; odlog plačila obveznosti za 12 mesecev itd.),
- **ukrepi specifični za posamezne skupine** (Npr. solidarnostni dodatek za študente; za storitve javnih služb, ki se v času epidemije ne izvajajo, ne bodo izdani računi itd.).

Prvega maja 2020 je stopil v veljavo Zakon o zagotovitvi dodatne likvidnosti gospodarstvu za omilitev posledic epidemije COVID-19 (**#PKP2**), ki zajema:

- **državna jamstva za likvidnostna posojila podjetij** (Višina posameznega poročstva bo največ **70 % glavnice** za velika podjetja in **80 % glavnice** za mikro, majhna ali srednja podjetja; višina posojila bo največ 10% prihodkov v letu 2019; rok za odplačilo posojila je največ 5 let itd.),
- **opolnitve prvega paketa ukrepov,**
- **ostali ukrepi** (Namesto vračila vplačanega zneska lahko turistično podjetje potrošniku izda **vrednotnico**, ki jo je mogoče unovčiti v 2 letih; oprostitev plačila najemnim prostorov, ki so v lasti države ali občine; dodatna olajšava za donacije itd.).

Tretji paket ukrepov (**#PKP3**) je prinesel še več možnosti za zagotavljanje likvidnosti gospodarstva in pomoč državljanom. Poudarek je na zagonu novih naložb v gospodarstvu,

pomoč in izboljšanje potrošnje v turizmu (turistični boni za prebivalce RS), ukrepi za pomoč kmetijstvu in gospodarstvu, ukrepi na področju vzgoje in izobraževanja ter na področju urejanja in skrbi za okolje ter prostora.

Četrty paket ukrepov(**#PKP4**) je stopil v veljavo 11. julija 2020 z veljavo Zakona o interventnih ukrepih za pripravo na drugi val epidemije COVID-19. Poleg omenjenega Zakona sta ključna ukrepa: nadomestila plač za delavce v karanteni ter nadomestilo plač zaradi varstva otrok v karanteni.

24. oktobra 2020 je stopil v veljavo peti paket ukrepov (**#PKP5**), vreden 420 milijonov evrov. V ospredje postavlja zaščito delovnih mest, skrb za starejše in preprečevanje širjenja okužb s COVID-19. Zajema ukrepe na področju zdravstva, dela, socialnega varstva, gospodarstva, vzgoje in izobraževanja, izvrševanja kazenskih sankcij in pravosodja, kmetijstva, gospodarstva in prehrane ter infrastrukture.

Šesti paket ukrepov vreden milijardo evrov (**#PKP6**), je začel veljati 28. novembra 2020 in je bil predstavljen v obliki Zakona o interventnih ukrepih za omilitev posledic drugega vala epidemije COVID-19. Glavni cilj zakona je omiliti in odpraviti posledice in vpliv nalezljive bolezni COVID-19 na področje **gospodarstva, dela in delovnih razmerij, socialnega varstva ter zdravstvenega varstva**.

Sedmi paket ukrepov (**#PKP7**) v vrednosti 550 milijonov evrov je stopil v veljavo 31.12.2020. Ponovno prinaša enkratni krizni dodatek najbolj ranljivim skupinam prebivalstva ter dodatno pomoč zdravstvu, turizmu, prevoznikom, socialnim in zdravstvenim delavcem.

Osmi paket ukrepov (**#PKP8**) je stopil v veljavo 5. februarja 2021. Prinaša dodatne ukrepe za ohranitev delovnih mest in pomoč gospodarstvu v zaostrenih razmerah epidemije, med drugim podaljšanje subvencioniranja čakanja na delo ter prevzem dela bremena za dvig minimalne plače s strani države.

Predzandji ukrepi (**#PKP9**) za omilitev posledic epidemije so bili sprejeti 14. julija 2021 v obliki Zakona o interventnih ukrepih za pomoč gospodarstvu in turizmu, v vrednosti 243,5 milijonov evrov. Pole področja gostinstva, turizma, športa in kulture prihaja do sprememb določb interventnih zakonov, med drugim nadomestila plač delavcem zaradi karantene na domu ter nadomestila plače za skrajšani polni delovni čas.

Zadnji paket protikorona ukrepov (**#PKP10**) je bil uveden 31. decembra 2021 in daje upravičencem možnost unovčitve turističnih bonov do 30. junija 2022. Opredeljuje tudi pomoč za nakup hitrih antigenskih testov za samotestiranje ter pogoje oprostitve plačila DDV za nakup zaščitne in medicinske opreme.

3.3.3 Na turizem usmerjeni vladni ukrepi

Do prvih ukrepov v panogi turizem pride s tretjim paketom ukrepov (#PKP3) oz. ukrepi za pomoč in izboljšanje potrošnje v turizmu (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2020b); mednje sodijo:

- subvencioniranje nadomestil za čakanje na delo še mesec dni po preklicu epidemije,
- turistični boni za vse prebivalce Slovenije (odrasli 200 evrov, mladoletni 50 evrov), ki so prenosljivi in vnovčljivi v večkratnem znesku, kot to ureja uredba,
- podlaga za pripravo Programa finančnih spodbud COVID-19 za spodbude na področju turizma, obmejnem problemskim območjem in drugim področjem,
- zagotavljanje likvidnosti podjetij preko javnih skladov z omogočanjem finančnih sredstev, ki so že zagotovljena v proračunu Republike Slovenije, za hitre in zelo ugodne likvidnostne kredite prek Slovenskega podjetniškega sklada in Slovenskega regionalnega razvojnega sklada,
- opredelitve tujega vlagatelja skladno z Uredbo EU, opredelitev neposredne tuje naložbe, postopek za prigrasitev in pregled neposredne tuje naložbe,
- začasen umik pogojev za dodelitev spodbud glede števila novih delovnih mest in vrednosti investicije,
- dodatne finančne spodbude, in sicer državne pomoči v obliki nepovratnih in povratnih sredstev, za zagotovitev digitalizacije in digitalne transformacije podjetij ter za razvojne projekte v teku ali s potencialom hitrega zagona.

Deveti paket ukrepov (#PKP9), ki je bil sprejet julija 2021, predstavlja Zakon o interventnih ukrepih za pomoč gospodarstvu in turizmu (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2021c) prinaša:

- uvedbo novih bonov, namenjenih izboljšanju gospodarskega položaja na področju potrošnje v gostinstvu, turizmu, športu in kulturi. Prejmejo jih vsi državljani in sicer: odrasli v višini 100 evrov, mladoletne osebe v višini 50 evrov.
- spremembo pogojev za unovčenje lanskih turističnih bonov na način, da jih državljani lahko unovčijo tudi pri sezonskih ponudnikih namestitvev in pri tistih, ki so svoja vrata odprla v letošnjem letu.
- državno pomoč v obliki financiranja regresa za letni dopust v višini 1.024 evrov na zaposlenega.
- oprostitvev plačila povračila za prvo polovico leta 2021 za vse imetnike pravice za rabo vode za namen kopališč, saj so bila kopališča večino časa zaprta, nekaj časa pa so bila na voljo zgolj gostom namestitvenih kapacitet, v okviru katerih nekatera kopališča delujejo.
- pomoč upravljalcem žičniških naprav, ki jim pripada povračilo izpada prihodkov od prodanih vozovnic v višini 40 % in fiksna nadomestila za nova smučišča med 500 in 1.600 evrov.

- povračilo stroškov industriji srečanj ter denarnega povračila v višini 25 % upravičenih stroškov filmski in avdiovizualni industriji.

Za namen izboljšanje gospodarskega položaja na področju potrošnje turizma je vlada RS v sklopu tretjega paketa za omilitev posledic pandemije, prebivalcem RS podelila turistične bone (Finančna uprava Republike Slovenija, 2021). Do slednjega so upravičene vse osebe, ki so na dan 13. marca 2020 imele stalno prebivališče v Republiki Sloveniji. Vse polnoletne osebe (na dan 13. marec 2020 in tiste, ki so do konca leta dopolnile 18 let), so dobile pravico do koriščenja turističnega bona v višini 200€, ostale osebe pa do koriščenja v višini 50€. Boni so vnovčljivi v poslovnih subjektih, vpisanih v Poslovni register Slovenije - Register nastanitvenih obratov.

V obdobju 19.6.2020 do 1.10.2020 je bilo unovčenih 833.103 turističnih bonov v skupni vrednosti 113.739.406 evrov (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2020c).

Po podatkih Finančne uprave Republike Slovenija (2021) je zadnji (deseti) protikoronski paket ukrepov uvedel še dodatne bone z namenom izboljšanja gospodarskega položaja s pomočjo spodbujanja potrošnje v gostinstvu, turizmu, športu in kulturi. Do bona so upravičene vse osebe, ki so na dan 30.6.2021 imele stalno prebivališče v RS. Vse polnoletne osebe na ta dan in tudi tiste osebe, ki bodo dopolnile 18 let do konca leta, so prejele bon v višini 100€, ostale osebe 50€.

Kljub dne 15.6.2021 razglašenemu koncu epidemije v Sloveniji, so nekateri ukrepi za vstop v državo še nekaj časa ostali v veljavi:

- Negativen izvid PCR na virus COVID-19, ki ni starejši od 72 ur.
- Negativen izvid HAG na virus COVID-19, ki ni starejši od 48 ur.
- Potrdilo o prebolelosti okužbe z virusom COVID-19.
- Potrdilo o cepljenju zoper virus COVID-19 v digitalni ali papirni obliki.

Navedeno je lahko oseba dokazovala s pomočjo digitalnega evropskega potrdila, ki je (enako prebivalcem ostalih držav EU) prebivalcem Slovenije na voljo od 1.7.2021. Od 16.8.2021 so morali vsi posamezniki, ki so v Slovenijo vstopili z ladjo ali letalom, izpolniti obrazec za sledenje potnikov (PLF). V uporabi je bila tudi spletna aplikacija "Vstop v Slovenijo", katero je pripravila slovenska policija za lažje razumevanje izjem, ki vstopajo v državo.

Izpolnjevanje pogoja PCT (P-preboleli, C-cepljeni, T-testirani) je država zahtevala tako od ponudnikov kot tudi od kot domačih in tujih gostov in sicer v notranjosti gostinskih in namestitvenih obratov, na kulturnih in športnih prireditvah, na javnih shodih, pri sejamskih in kongresnih dejavnostih ter igralnicah in igralnih salonih. V kolikor oseba ni predložila nobenega izmed zgoraj navedenih dokumentov, je bila napotena v desetdnevno karanteno.

Pogoja ni bilo potrebno izpolnjevati osebam do 18. leta starosti, če so potovale v spremstvu skrbnika ali ožjega družinskega člana. Ravno tako so bile osebe opravičene izpolnjevanja PCT pogoja v naslednjih primerih (STO, 2021c):

- osebe ki potujejo v tranzitu čez Slovenijo (do 12 ur);
- otroci, ki še niso dopolnili 15 let;
- dvolastniki ali najemniki zemljišč v obmejnem območju in
- čezmejni delovni migranti.

Glede na slabo epidemiološko sliko v jesenskem obdobju 2021 se je mnogo domačih gostov odločilo za prestavitev termina koriščenja predhodno rezerviranih počitnic, ki so jih nameravali plačati s turističnimi boni. Turistično-gostinska zbornica Slovenija (TGZS v nadaljevanju), je zato pristojne organe pozvala k podaljšanju veljavnosti turističnih bonov in bonov 21 do 15.4.2022. Skupno je bilo do 31.10.2021 unovčenih 43 % vseh bonov, kar za državni proračun pomeni 223 milijonov evrov. TGZS se je za podaljšanje veljavnosti bonov zavzemal tudi zaradi jeseni 2021 nižjega števila rezervacij v spomladanskem obdobju 2022. Poleg omenjenega so se zavzemali še za nadaljevanje možnosti skrajšanega delovnega časa, podaljšano subvencioniranje letalskih kart ter povečanje obsega sredstev za promocijo turizma (Slovenska tiskovna agencija, 2021b).

Zadnji protikoronski paket je podaljšal koriščenje bonov do 30.6.2022. Skupno je bilo tako izkoriščenih 86 % vrednosti obeh bonov kar predstavlja 484,4 milijona evrov, neporabljenih je tako ostalo za 75,27 milijona evrov bonov. V obdobju 19. junija 2020 do 30. junija 2022 je bilo vnovčenih ali delno vnovčenih za 301,47 milijona evrov turističnih bonov kar predstavlja 84,5 % skupne vrednosti in 86,5 % prebivalstva. Največ jih je bilo unovčenih v občini Piran (345.272), sledi Kranjska Gora (127.280), Moravske Toplice (118.978) in Brežice (118.978). Bon 21 je bil na voljo od 16. junija 2021, teh je koristilo 91,6 % upravičencev (1.874.405 prebivalcev). Kar polovica jih je bila vnovčenih za gostinske namene, 30 % v turizmu, 14 % za kulturne namene, najmanj 6 % pa za športno dejavnost (Slovenska tiskovna agencija, 2022).

PCT pogoj za vstop v državo je prenehal veljati 19. februarja 2022. Od takrat ponudniki turističnih namestitvev normalno obratujejo. Tudi za tranzit čez ozemlje Slovenije ni več omejitev. 31. maja 2022 so bili v državi preklicani tudi vsi ukrepi za preprečevanje in obvladovanje širjenja okužb. Še vedno sicer veljajo priporočila za preprečevanje širjenja okužb kot so na primer nošenje mask in razkuževanje rok (Ministrstvo za notranje zadeve, 2022).

3.3.4 Primerjava ukrepov

Tako na svetovni ravni kot na ravni Evropske unije si pristojne oblasti ves čas prizadevajo za pomoč delavcem in podjetjem v turistični panogi. Slednje je vidno v obliki ukrepov, ki

so bili oblikovani na področjih fiskalne in monetarne politike, na področju delovnih mest in v odnosu javno-zasebnih partnerstev in sem jih že podrobneje predstavila.

Podanih je bilo tudi kar nekaj rešitev za ponovni zagon turizma, katere so vključevale tudi zdravstvene in varnostne protokole, ki bi pripomogli k varnemu zagonu mednarodnega turizma. Veliko je bilo govora o promociji domačega turizma, kot ključni aktivnosti, ki bi vsaj na začetku sproščanja strogih ukrepov pomagala k ponovni normalizaciji dopustovanja.

To se je dejansko izkazalo kot učinkovito, saj je v letu 2020 prišlo do spremembe v potovalnih navadah in razcvetu v domačem turizmu. Zaradi novih pogojev možnosti odpovedi »tik pred zdajci« se je tudi vedno več posameznikov odločalo za "last minute" potovanja, med njimi pa so bili predvsem mlajši prebivalci.

Tretji paket ukrepov Vlade RS je podal še dodatne možnosti za zagotavljanje likvidnosti gospodarstva in nov zagon v gospodarstvu in večjo potrošnjo v turizmu s pomočjo turističnih bonov. Z zadnjima dvema paketoma (#PKP9 in #PKP10) pa so v veljavo stopili dodatni turistični boni in novi pogoji koriščenja prvotno izdanih.

4 RAZISKAVA O POSLEDICAH PANDEMIJE ZA TURIZEM NA DESTINACIJI PORTOROŽ-PIRAN

4.1 Namen, cilji in raziskovalna vprašanja

Temeljni namen mojega magistrskega dela je ugotoviti, kakšne so posledice pandemije za turizem na destinaciji Portorož-Piran. Cilja pa sta razumeti, s katerimi izzivi in kako so se turistični ponudniki na destinaciji soočali v letu 2020 in kakšnega turista si turistični ponudniki ter lokalno prebivalstvo na destinaciji želijo po pandemiji.

Pri opredelitvi raziskovalnih vprašanj sledim raziskovalni agendi COVID-19 v okviru temeljnega projekta ARRS z naslovom »Analiza in upravljanje prostorskih in družbenih učinkov mestnega turizma na primeru Ljubljane, Gradca in Maribora« (MESTUR), kjer je v konzorciju partnerjev sodelovala tudi Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani. Projekt ARRS se osredotoča na izbrana kontinentalna mesta. Končni rezultat moje raziskave pa je eksplorativna študija primera obmorskega letovišča.

Sledim tudi raziskovalni agendi, kot jo opredeljuje Sigala (2020), ki pandemijo COVID-19 vidi kot priložnost za kritičen razmislek o preteklem razvoju in posledicah (masovnega) turizma ter implementacijo relevantnih pozitivnih transformacijskih ukrepov.

4.2 Metodologija raziskovanja

V okviru eksplorativne študije primera obmorskega letovišča sem kombinirala metode kvalitativnega in kvantitativnega raziskovanja, tj. globinskih intervjujev in spletne ankete.

Pri globinskem ali nestrukturiranem intervjuju gre za pogovor, kjer je določena le tema. Udeležencem ponuja možnost prostega izražanja ter razmisleka in odgovarjanja na bolj poglobljena in kompleksnejša vprašanja. Ko želimo razumeti razloge za vedenje in stališča oseb, je nestrukturiran intervju vsekakor bolj primeren od strukturiranega (Bregar, Ograjenšek in Bavdaž, 2005, str. 82). V tem delu raziskave sem v skladu z načeli kvalitativnega raziskovanja iskala stik s sogovorniki z največ relevantnimi informacijami (angl. *information-rich respondents*).

Globinske intervjuje sem opravila z osmimi deležniki na destinaciji Portorož-Piran (vodila za intervju se nahajajo v prilogi 2). Pri tem sem se odločila za namensko vzorčenje, saj sem enote v vzorec vključila z namenom, da bi pridobila čim več kakovostnih in relevantnih informacij.

V prvem delu intervjuja me je zanimalo, kakšni so pogledi deležnikov na razvoj turizma od 2. svetovne vojne pa vse do zadnjega predkoronskega leta 2019. V drugem delu pa sem deležnike povprašala, kakšne spremembe so opazili v koledarskem letu 2020, na kakšen način so se prilagodili pandemični situaciji, na katere obstoječe strateške dokumente so se pri tem eventuelno lahko oprli ter kateri poklici v turističnem sektorju so po njihovem mnenju najbolj občutili vpliv pandemije. Poleg omenjenega sem v zadnjem delu intervjuja povprašala še po mnenju sogovornikov o dolgoročnosti učinkov epidemije ter o njihovih pričakovanjih in željah za prihodnost turizma na splošno ter usmerjeno na posameznika (turista).

Globinske intervjuje z deležniki na preučevani destinaciji sem opravila v obdobju od 1.11.2020 do 31.12.2020.

Za lokalno prebivalstvo pa sem pripravila spletno anketo na temo zaznane kakovosti življenja na destinaciji. Osredotočila sem se na preučevanje pozitivnih in negativnih učinkov turizma pred pandemijo in med njo, pa tudi na temo želja lokalnih prebivalcev o smeri razvoja turizma na destinaciji po pandemiji. Vprašalnik vključuje tudi vprašanja odprtega tipa in sicer s treh tematskih področij: turizem na destinaciji Portorož-Piran, turistični boni ter prihodnost turizma na destinaciji Portorož-Piran. Vprašalnik sem testirala s pomočjo štirih testnih anketirancev. Na osnovi analize njihovih odgovorov (ne zgolj vsebinskih, pač pa tudi njihovih pojasnil, vezanih na razumljivost in relevantnost vprašanj v testnem vprašalniku) sem nato oblikovala končno verzijo vprašalnika.

V procesu zbiranja podatkov sem uporabila računalniško podprto samoizpolnjevalno metodo, v okviru katere potencialne anketirance na različne načine pozovemo, naj izpolnijo spletni vprašalnik, njihovi odgovori pa se avtomatično shranijo na strežnik izvajalca. Metoda

omogoča sprotno preverjanje skladnosti odgovorov in pravilnosti vnosa ter obenem izloča vpliv anketarja (Bregar, Ograjenšek in Bavdaž, 2005, str. 90-91). Anketni vprašalnik se nahaja v prilogi 4.

S prvim sklopom vprašanj v vprašalniku torej preverjam, kakšne so osebne ekonomske koristi anketirancev od turizma, v kolikšni meri se strinjajo z razvojem in vplivom turizma na kakovost življenja v občini Portorož-Piran ter ali imajo željo po vključenosti v sam proces načrtovanja turizma na destinaciji.

Sledita dva kompleksnejša sklopa vprašanj, s katerimi sem merila stališča prebivalcev o ekonomskih, socialno-kulturnih in okoljskih vplivih turizma na destinacijo, pred in po pandemiji. Za merjenje stališč prebivalcev sem uporabila petstopenjsko Likertovo lestvico od sploh se ne strinjam (1) do popolnoma se strinjam (5).

Zanimalo me je tudi, kako sta se po mnenju anketirancev razlikovali poletni sezoni 2020 in 2019 ter poletni sezoni 2021 in 2020.

Z zadnjim sklopom vprašanj pa sem želela preveriti, kakšno je splošno zadovoljstvo prebivalcev s trenutnim stanjem turizma na destinaciji. Pripravila sem 15 trditev, ki opisujejo možne izboljšave turizma v prihodnje na destinaciji Portorož-Piran. Anketiranci so podali svoje stališče s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice. Na koncu vprašalnika so bila še štiri demografska vprašanja: spol, starost, trenutni status in najvišja zaključena stopnja izobrazbe.

Podatke v spletni aplikaciji za anketiranje EnKlikAnketa, sem zbirala od 1.8.2021 do 31.8.2021.

Raziskavo sem izvedla na priložnostnem vzorcu. Povezavo do spletne ankete sem po elektronski pošti posredovala prijateljem in znancem ter izbranim turističnim ponudnikom na destinaciji in jih prosila, da jo posredujejo naprej. Povezavo sem delila tudi na osebni profilu socialnega omrežja Facebook, s prošnjo za izpolnitev anketnega vprašalnika prijateljev iz občine Portorož-Piran.

Zbrane podatke sem računalniško analizirala s programoma Microsoft Excel 2019 in SPSS 22.0 for Windows. V nadaljevanju podrobneje predstavljam rezultate kvalitativnega in kvantitativnega raziskovanja.

4.3 Rezultati kvalitativnega raziskovanja

4.3.1 Opis vzorčnih enot

Intervjuje sem izvedla s predstavnikom za gospodarstvo in turizem v Občini Piran, direktorjem TZP-ja, članom uprave verige Life-Class, direktorjem in lastnikom potovalne

agencije, lastnikom gostinskega objekta v Piranu, lastnikom namestitvenega obrata-hostla, turistično vodnico ter akademskim strokovnjakom na področju turizma.

4.3.2 Analiza kvalitativnih odgovorov

Med opravljenimi globinskimi intervjuji z deležniki smo se s sogovorniki dotaknili različnih vidikov turizma. Analitični okvir z intervjuji zbranih odgovorov se nahaja v prilogi 3. V prvem delu intervjuja smo se s sogovorniki pogovarjali predvsem o tem, kako je potekal razvoj turizma pred osamosvojitvijo Slovenije in po njej, ter leto pred izbruhom pandemije in v prvem letu pandemije. Nato pa so bila vprašanja usmerjena v prihodnost in razmislek o ciljnem segmentu na destinaciji. V zadnjem delu intervjuja so sogovorniki podali mnenje o enem izmed načinov reševanja turizma v Sloveniji, tj. o turističnih bonih.

Že v času izvajanja intervjujev sem opazila, da med sogovorniki vlada precejšnje soglasje, ne glede na to, ali so prihajali iz javnega ali zasebnega sektorja.

V nadaljevanju povzemam ključna spoznanja iz intervjujev z deležniki o zgornjih tematikah turizma na destinaciji Portorož-Piran.

Pred prvo svetovno vojno je bilo območje sedanje destinacije Portorož-Piran poznano po zdraviliškem turizmu za elitne goste.

Obdobje pred osamosvojitvijo Slovenije, natančneje šestdeseta in sedemdeseta leta prejšnjega stoletja, vidijo sogovorniki kot obdobje masovne gradnje namestitev, za kasnejši razvoj masovnega turizma, ki se je razvijal predvsem v smeri igralniškega, mladostniškega in sindikalnega turizma. Destinacija je bila zelo prepoznavna, razcvetel pa se je igralniški turizem.

Po osamosvojitvi se je Slovenija kot destinacija ukvarjala predvsem s problematiko svoje prepoznavnosti ter privabljanjem domačih in tujih stalnih gostov. V Portorožu je prišlo do prenove nekaterih hotelov, zgrajenih v 70ih letih, kar se v Piranu dogaja šele v zadnjih petnajstih letih, ko postaja mesto zaradi zaprtja starega mestnega jedra za promet bolj atraktivno za obiskovalce. Destinacija se sooča s problemom sezonečnosti, ki ga skušajo deležniki reševati s pomočjo wellness in kongresnih vsebin. Poleg pomanjkanja povezovanja med ponudniki in izobraženega kadra, deležniki pogrešajo sistematična vlaganja v infrastrukturo. Na drugi strani je moč opaziti spremembo v strukturi gostov, ki jih enačijo s butičnimi z željo po inovativnih enodnevnih izletih, za katere je bilo veliko narejenega v zadnjih letih. Dober primer je projekt *Hosting by locals*, razvit v zaledju občine, natančneje v Padni, kjer lokalno prebivalstvo pripravi edinstveno doživetje za turiste.

Leto 2019 je bilo zabeleženo kot rekordno. Na destinaciji so ponudniki dosegli višjo povprečno ceno in zasedenost namestitev, in to kljub zaprtju hotela Histron na Bernardinu zaradi prenove. Kraj je obiskalo veliko število homogenih skupin, med katerimi je bilo

največ kolesarskih. Številni dogodki skozi celo leto so zabrisali občutek sezonskosti; enako velja za spodbujanje kongresnega in igralniškega turizma skozi celo leto. Kljub visokim številkam obiska predvsem tujih gostov, se nekateri ponudniki strinjajo, da je še vedno premalo narejeno v smeri animacije in večernega dogajanja. Pogosto prihaja do razkoraka med ciljno populacijo (butični gostje) in ponudbo na destinaciji (neprimerna ponudba v okolici hotela Kempinski Palace Portorož). Intervjuvanci se strinjajo, da je potrebno še veliko postoriti v smeri povezovanja med turističnimi ponudniki in prav tako prebivalci na destinaciji.

Koledarsko leto 2020 lahko razdelimo na dokaj uspešno poletno sezono, kot posledica turističnih bonov in domačih turistov, na drugi strani pa imamo neuspešno pomlad in jesen predvsem zaradi številnih odpovedi dogodkov. Poleg omenjenega so deležniki opazili drastičen padec tujih gostov in skupin. Domači turisti se niso posluževali izven penzijskih storitev, pogosto so bili prisotni tudi šumi v znanju gostov o plačljivih storitvah. Pandemična situacija je presenetila vse akterje na destinaciji, ki niso imeli posebej pripravljenih in zapisanih ukrepov reševanja nastalih problemov. Večina institucij ni imela nikakršnih protokolov za namen reševanja podobnih situacij in so se jim sproti *ad hoc* prilagajale. Edina izjema je družba LifeClass, ki je imela vpeljan sistem za upravljanje tveganj, vendar ne za primer pandemije. Predvsem so upoštevali predloge vlade RS in NIJZ-ja ter se posluževali raznih finančnih pomoči, ki jih je zagotavljala vlada RS.

Poleg prestavljanja dogodkov so se delodajalci ukvarjali predvsem s problemom delovne sile. Kljub velikim pričakovanjem o razvoju novih tehnologij v turizmu, tega niso bili deležni oziroma sposobni implementirati. Poudarek je bil tudi tesnem sodelovanju med dobavitelji in doseganju ugodnejših cen dobrin.

Izmed vseh turističnih delavcev so bili po mnenju intervjuvancev najbolj prizadeti turistični vodniki, organizatorji dogodkov, potovalne agencije in prevozniki. Omenjeni so tudi gostinci višjega ranga, zaradi nižje kupne moči gostov, ki jim je pokvarila poslovno leto 2020.

Večina intervjuvancev je opozorila na pomanjkanje sodelovanja na destinaciji. Občina se sooča z velikim prostorskim problemom in posledično pomanjkanjem kolesarskih poti in parkirnih mest tako za avtomobile kot avtobuse. Potreben je tudi boljši nadzor nad neprijavljenimi avtodomi in počitniškimi hišami, predvsem pa nad visokim deležem zasebnih sobodajalcev. Priložnosti vidijo v razvoju aktivnega turizma, s poudarkom na kulinariki, kolesarjenju in pohodništvu. Obenem je potrebno začrtati jasne smernice razvoja turizma (masovni/individualni/butični) in prilagoditi ponudbo na destinaciji glede na ciljni segment. Pogrešajo več izvensezonskega dogajanja in še nekaj neizkoriščenega potenciala kot je na primer skladišče solin (Monfort), zaledje Portoroža in staro mestno jedro Pirana. Glede na pandemično situacijo in posledicami katerih je prinesla, bo potrebno v prihodnje premisliti tudi o drugačni uporabi velikih kongresnih dvoranah ter večjih penzijskih restavracijah, katerem so zaradi ukrepov najbrž štetni dnevi.

Pandemija predstavlja predvsem priložnost za premislek o razvoju turizma na destinaciji. Veliko prednost predstavlja dostopnost z avtomobilom, način potovanja, ki so se ga turisti posluževali v lanski sezoni in se bodo še nekaj let. Na drugi strani, priložnost tudi za vlaganje v infrastrukturo in morda razvoj novih produktov in svežih idej, primernih tudi za mlade. Mnenja o dolgoročnosti učinkov epidemije so različna in se gibajo časovno od leta 2022-2025.

V koledarskem letu 2021 so sogovorniki pričakovali velik obisk domačih gostov, predvsem tistih, ki niso še izkoristili turističnih bonov v prejšnjem letu. V kolikor bo epidemija obvladovana na državni ravni in cepivo uspešno lahko pričakujemo vrnitev tujih gostov, ki pa se ne bodo približali številkami iz prejšnjih let. Kljub reševanju poletne sezone z boni leti ne bodo zadostovali za uspešno poslovanje jeseni, zato bo potreben dodaten premislek o ponudbi in oglaševanju destinacije. Pričakovanja so se uresničila, saj številke kažejo, da je bilo domačih turistov več kot tujih. K temu so najbrž pripomogli še dodatni boni 21, ki so stopili v veljavo 16. junija 2021.

Leto 2022 naj bi bilo po mnenju intervjuvancev neke vrste preizkušnja za destinacijo, kjer se bo videlo ali je destinacija še konkurenčna na trgu in ali se bodo stalni gostje vračali. Poleg domačih turistov, predstavlja rešitev za turizem tudi cepivo in želja po potovanjih in druženju, za katero pravijo predstavniki, da bo vedno prisotna. V letu 2022 so se tuji gostje nekoliko približali številkami domačih gostov, vendar je bilo drugih vseeno teh več. Želja po potovanjih je ostala, višje številke tujih gostov pa so lahko posledica vračanja stalnih gostov.

V novem desetletju si bo po mnenju intervjuvancev destinacija popolnoma opomogla od vpliva epidemije. Potrebno je predvsem razmisliti o razvoju turizma kot celoti na destinaciji Portorož-Piran. S pomočjo povezovanja med akterji in prebivalci lahko destinaciji uspe preskok na višjo raven. Ciljni segment oziroma razvoj turizma je potrebno usmerjati v smer butičnega turizma, za katerega je potreben dvig kakovosti storitev na sami destinaciji. Poudarek je na kulinariki in kolesarskih izletih. Potreben bo razmislek o načinu uresničitve strategije turizma, ki stremi k že prej omenjenemu butičnemu turizmu, nenazadnje pa tudi razmislek o razvoju novih vsebin, primernih za mlade.

Turistični boni (#PKP3) predstavljajo po mnenju intervjuvancev odlično rešitev za reševanje turizma, so pa žal pomagali samo namestitvenim obratom in v manjši meri gostincem ter ostalim ponudnikom na destinaciji. Bolje bi bilo boni izkoristiti za več namenov, saj je denimo v Piranu zelo pomembna kulturna komponenta turistične ponudbe. Problem predstavlja tudi pozno implementiranje ukrepov in časovni roki njihove veljavnosti. Posledica je manjši obisk tujih gostov zaradi zasedenosti kapacitet s strani domačih. Tudi ostali ukrepi (pomoč vodnikom, nadomestila za čakanje, posojila) so bili med deležniki na destinaciji dobro sprejeti, vendar po njihovem mnenju pogosto zelo pozno implementirani.

4.4 Rezultati kvantitativnega raziskovanja

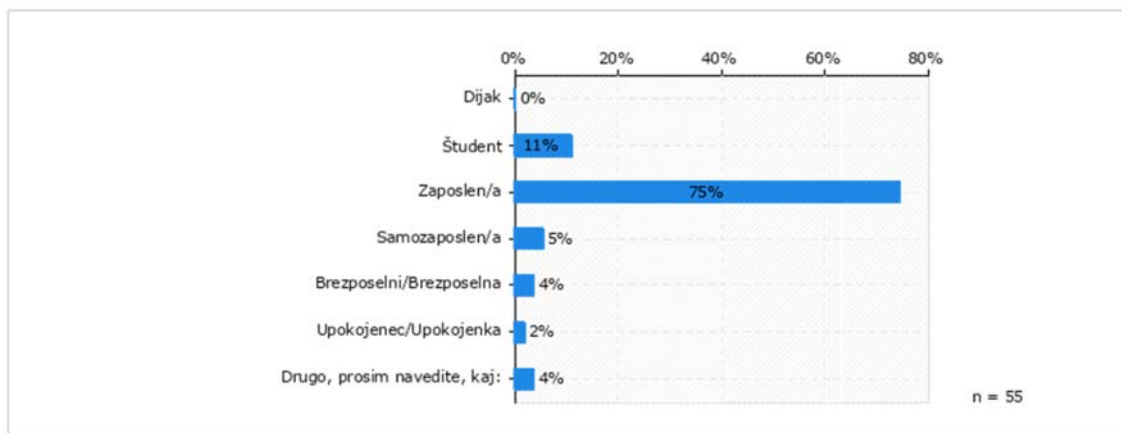
4.4.1 Opis vzorčnih enot

Ciljna populacija, ki sem jo proučevala, so bili prebivalci občine Portorož-Piran. V drugi polovici leta 2021 je bilo v občini 15.843 polnoletnih oseb, od tega 8.076 žensk in 7.767 moških (SURS, 2022). Isti vir podaja tudi podatek o izobrazbi delovno aktivnega prebivalstva v letu 2021: med prebivalci na desinaciji jih je 658 imelo osnovnošolsko ali celo nižjo izobrazbo, 4.087 srednješolsko in 2.853 višješolsko ali visokošolsko izobrazbo.

Moj priložnostni vzorec je vključeval 96 anketirancev, ki se razlikujejo po naslednjih demografskih dejavnikih: spolu, starosti, statusu in stopnji izobrazbe. V nadaljevanju podajam opis demografskih značilnosti vzorčnih enot:

- **Spol anketirancev:** anketni vprašalnik je izpolnilo 62 % oseb ženskega spola, medtem ko je bilo moških 38 %. Na vprašanje o spolu je odgovorilo 55 oseb od 96, 34 žensk in 21 moških.
- **Starost anketirancev:** vprašanje o starosti je bilo odprtega tipa. Nanj je odgovorilo 54 oseb. Z največjim deležem je zastopana starostna skupina 35-44 let (35,22 %), sledi ji skupina 45-54 let (29,62 %) ter 25-34 let (14,81 %). Ostale skupine so zastopane dokaj enakomerno, 9,25 % je anketirancev starih 15-24 let; 7,4 % od 55 do 64 let. Najmanj (3,7%) je takih, ki so stari med 65 do 74 let.
- **Status** (slika 3): na vprašanje o statusu je odgovorilo 55 oseb. Največ (75 %) je zaposlenih, sledi 11 % oseb s statusom študenta. Ostali so porazdeljeni dokaj enakomerno in sicer je 5 % samozaposlenih, 4 % so brezposelni ter 2 % upokojencev. Dve osebi sta izbrali odgovor drugo ter zapisala odgovora (zaposlen in samozaposlen-direktor). Slika 11 prikazuje strukturo anketirancev glede na status.

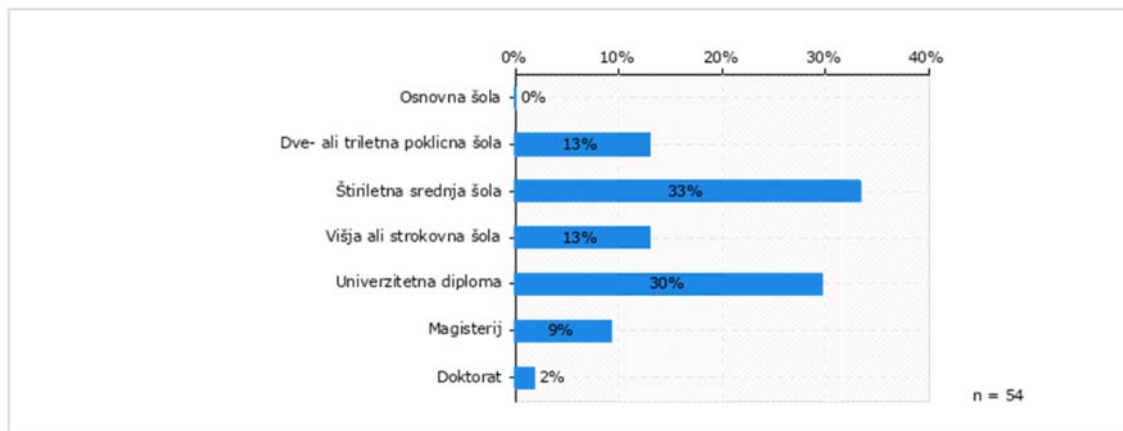
Slika 3: Status anketirancev (N=55)



Vir: lastno delo.

- **Stopnja izobrazbe:** kot je razvidno iz slike 4, je na vprašanje o najvišji zaključeni formalni stopnji izobrazbe odgovorilo 54 anketiranih. Največ (33 %) je takih, ki imajo zaključeno štiriletno ali srednjo šolo, sledijo tisti z univerzitetno diplomo (30 %). Ostali so dokaj enakomerno porazdeljeni in sicer 13 % z zaključeno dve- ali triletno poklicno šolo, ravno tako 13 % oseb z višjo ali strokovno šolo. Magisterij ima 9 % anketirancev, najmanj pa jih ima doktorat in sicer le 2 %.

Slika 4: Stopnja izobrazbe anketirancev (N=54)



Vir: lastno delo.

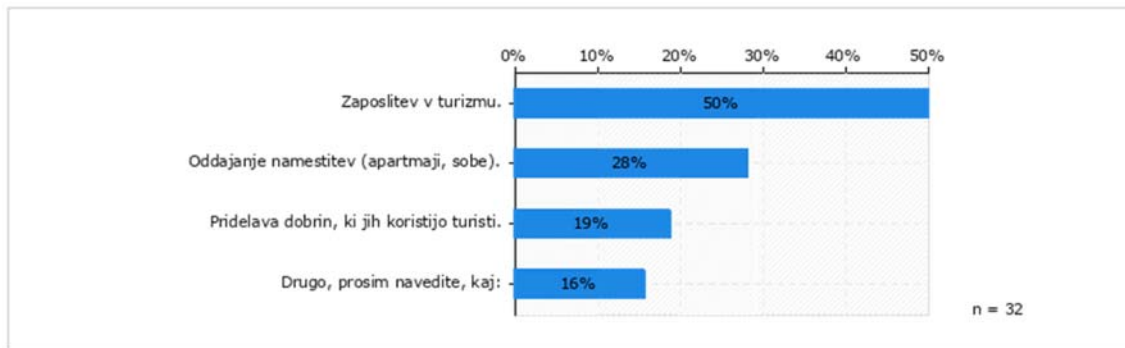
Če primerjamo podatke o vzorcu anketirancev in podatke za populacijo, ki so predstavljeni v točki 4.2, lahko ugotovimo, da moj priložnostni vzorec žal ni reprezentativen. To pomeni, da dobljenih rezultatov ne moremo posploševati na celotno populacijo. To sicer tudi ni namen eksplorativnega raziskovanja, saj skušam z njim predvsem v kar največji meri zajeti utrip na destinaciji in postaviti vsebinska izhodišča za nadaljnje raziskovanje.

4.4.2 Analiza anketnih podatkov

4.4.2.1 Osebne ekonomske koristi od turizma

Anketirance sem prosila, da navedejo, ali imajo od turizma osebne ekonomske koristi. Večina (66 %) jih je odgovorila nikalno. Osebe, ki so odgovorile pritrdilno (34 %), so nato izbirale med štirimi načini vpliva, med katerimi jim je bil ponujen tudi odgovor »drugo«. Možnih je bilo več odgovorov. Slika 5 prikazuje delež vseh anketirancev, ki so izbrali določeno možnost.

Slika 5: Ekonomske koristi od turizma



Vir: lastno delo.

Največ, kar polovica je takih, je bilo zaposleni v turizmu. Sledi 28 % takih, ki oddajajo namestitve v turistične namene, 19 % pa prideluje dobrine, ki jih koristijo turisti. V okviru opcije »drugo« so anketiranci navedli še več različnih možnosti, na primer servis in trgovina s kolesi, koncerti ter posrednik pri prodaji Ina.

4.4.2.2 Mnenje o turizmu

V vprašanju 3 so anketiranci izrazili mnenje o turizmu kot prebivalci občine Portorož-Piran, in sicer tako, da so ocenili strinjanje ali nestrinjanje z določeno trditvijo s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice od sploh se ne strinjam (1), se ne strinjam (2), se niti ne strinjam niti strinjam (3), se strinjam (4) do popolnoma se strinjam (5). Tabela 6 na naslednji strani prikazuje povprečne vrednosti odgovorov anketirancev glede na njihovo (ne)strinjanje z navedenimi trditvami.

Tabela 6: Mnenje prebivalcev o turizmu

Trditev	Število odgovorov	Povprečje	Standardni odklon
Podpiram nadaljnji razvoj turizma na naši destinaciji.	48	4,19	0,93
V naši občini prevladujejo pozitivni učinki turizma.	46	3,48	0,78
Kot prebivalec/prebivalka občine Portorož-Piran sem seznanjen/a s turistično ponudbo.	45	3,40	0,86
Na destinaciji opažam primere uspešnega povezovanja med turističnimi ponudniki.	45	3,29	0,81
Kot prebivalec/prebivalka občine Portorož-Piran tudi sam/a koristim storitve turistične ponudbe.	45	2,73	1,15

Vir: lastno delo.

Povprečna vrednost strinjanja anketirancev s trditvijo, da podpirajo nadaljnji razvoj turizma na destinaciji, je 4,19 kar pomeni, da se anketirani s to trditvijo precej strinjajo.

Anketiranci se zdijo precej neodločeni glede trditve, da v občini prevladujejo pozitivni učinki turizma. Povprečje odgovorov je 3,48, kar nakazuje, da se večinsko niti ne strinjajo niti strinjajo s trditvijo. Glede povezovanja turističnih ponudnikov na destinaciji imajo anketiranci neodločeno mnenje (povprečna vrednost znaša 3,29). Zanimiva je primerjava povprečne vrednosti strinjanja anketirancev s trditvijo, da so kot prebivalci občine seznanjeni s turistično ponudbo (ki znaša 3,40), saj se kljub temu nakazuje, da med anketiranci prevladujejo tisti, ki storitev turistične ponudbe na destinaciji ne koristijo (povprečna vrednost 2,73).

4.4.2.3 Vključenost lokalnega prebivalstva v aktivnosti načrtovanja turizma na destinaciji

V naslednjem sklopu vprašanj sem anketirance najprej povprašala, ali so trenutno vključeni v aktivnosti načrtovanja turizma na destinaciji. Izbirali so med odgovoroma da in ne. Na vprašanje je odgovorilo 74 anketirancev, 91 % je bilo takih, ki je odgovorilo z ne in 9 % takih, ki so odgovorili, da so vključeni v načrtovanje turizma na destinaciji.

Če je anketiranec odgovoril z da, me je zanimalo, na kakšen način in kakšni bi bili njegovi predlogi odločevalcem. Ena oseba, ki deluje v okviru Turističnega združenja Portorož (TZP), je podala naslednje predloge: ureditev kolesarske poti; širitev destinacije za poslovna srečanja in dogodke; razvoj destinacije predvsem v obdobju izven sezone.

Anketirance, ki so na vprašanje odgovorili nikalno, sem vprašala, ali bi želeli biti vključeni v aktivnosti načrtovanja in kaj bi, če bi imeli to možnost, predlagali odločevalcem. Spodaj povzemam opisne predloge anketiranih oseb odločevalcem na destinaciji:

- **Načrtovanje turizma:**
 - opredelitev ciljne skupine gostov
 - povezovanje lokalnih oblasti, zasebnih ponudnikov in turističnih organizacij za skupno določitev strategije razvoja turizma v občini
 - strategija razvoja turizma, ki je primerna lokaciji (omejena površina za sprejem omejenega števila gostov) in upošteva potrebe lokalnega prebivalstva
- **Turistična ponudba:**
 - dvigniti hotelsko, gastronomsko in celotno turistično ponudbo na višjo raven
 - več nočnega življenja in koncertov skozi celo leto
- **Logistika na destinaciji:**
 - zaprtje starega mestnega jedra Piran za promet
 - usmerjanje prometa na določenih križiščih

- nižje parkirne tarife

Iz predlogov jasno izhaja, da si lokalno prebivalstvo zelo želi omejenega pritoka turistov in bolj izraženo skrb odločevalcev na destinaciji za kakovost življenja lokalnega prebivalstva.

4.4.2.4 Vpliv turizma na destinacijo Portorož-Piran med pandemijo oz. v obdobju sprostitve ukrepov in pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019).

V tem sklopu sem pripravila 22 trditev, ki opisujejo ekonomske, socialno-kulturne in okoljske vplive na turistično destinacijo. S pomočjo petstopenjske Likertove lestvice sem merila stališča prebivalcev do spodnjih trditev. V tabeli 7 podajam primerjavo med pandemijo oziroma po sprostitvi ukrepov z obdobjem pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019). Očitno je, da ostajajo stališča anketiranih v obeh opazovanih obdobjih zelo podobna.

Zdi se, da se anketirani v pretežni meri strinjajo z naslednjimi trditvami (povprečje nad 4,0):

- Zaradi turizma so cene stavbnih zemljišč višje.
- Zaradi turizma so cene nepremičnin višje.
- Pritisk na plaže pomeni večje onesnaženje priobalnega pasu.
- Zaradi turizma je več hrupa.
- V obdobjih večjega obiska turistov na destinaciji primanjkuje parkirnih mest.
- Turizem povzroča gnečo na lokalnih cestah.

In zdi se, da se anketirani v pretežni meri manj strinjajo oziroma ne strinjajo z naslednjimi trditvami (povprečje pod 3,0):

- Zaradi turizma imamo več zelenih površin (parki, rekreacijske površine itd.)
- Zaradi turizma je prometna infrastruktura bolj urejena.
- Zaradi turizma ohranjamo navade in običaje.

Tabela 7: Vpliv turizma na destinacijo Portorož-Piran med pandemijo oz. v obdobju sprostitve ukrepov in pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019)

Trditev	Strinjanje (povprečje) med pandemijo/po 1. sprostitvi	Strinjanje (povprečje) pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019)
Turizem povzroča gnečo na lokalnih cestah.	4,8	4,7
V obdobjih večjega obiska turistov na destinaciji primanjkuje parkirnih mest.	4,7	4,6
Zaradi turizma so cene nepremičnin višje.	4,6	4,4
Zaradi turizma so cene stavbnih zemljišč višje.	4,5	4,4
Zaradi turizma je več hrupa.	4,2	4,2

Tabela 7: Vpliv turizma na destinacijo Portorož-Piran med pandemijo oz. v obdobju sprostitve ukrepov in pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019) (nad.)

Trditve	Strinjanje (povprečje) med pandemijo/po 1. sprostitvi	Strinjanje (povprečje) pred pandemijo (obdobje med letom 2010-2019)
Pritisk na plaže pomeni večje onesnaženje priobalnega pasu.	4,1	4,1
Zaradi turizma imamo večjo onesnaženost vode.	3,9	4,0
Zaradi turizma imamo višje cene življenjskih dobrin.	3,9	3,9
Zaradi turizma imamo višje cene osebnih storitev.	3,8	3,8
Turizem predstavlja večje možnosti zaposlitve.	3,8	3,9
Turizem prinaša nove poslovne priložnosti majhnim in srednje velikim podjetjem.	3,7	3,7
Zaradi turizma imamo večjo onesnaženost zraka.	3,7	3,8
Stiki med lokalnim prebivalstvom in turisti so pretežno pozitivni.	3,3	3,5
Zaradi turizma imamo več prireditev.	3,3	3,5
Deležni smo višjih vlaganj s strani tujih investitorjev.	3,3	3,4
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije primerno.	3,1	3,2
Zaradi turizma imamo bolj razvito potrošniško infrastrukturo (trgovska in zabavišna središča).	3,0	3,1
Zaradi turizma so javne površine bolj urejene.	3,0	3,0
Zaradi turizma ne beležimo porasta kriminalnih dejanj.	3,0	3,0
Zaradi turizma ohranjamo navade in običaje.	2,9	3,0
Zaradi turizma je prometna infrastruktura bolj urejena.	2,6	2,8
Zaradi turizma imamo več zelenih površin (parki, rekreacijske površine itd.)	2,5	2,8

Vir: lastno delo.

Učinki turizma na preučevani destinaciji so torej vsaj v okviru prebivalcev, vključenih v moj priložnostni vzorec, očitno zaznani kot pretežno negativni.

4.4.2.5 Mnenje anketirancev o poletnih sezonah 2019, 2020 in 2021

V okviru vprašanja 9 sem anketirance povprašala, ali so v letu 2020 opazili drugačno poletno sezono kot običajno in kar 90 % jih je na vprašanje odgovorilo pritrdilno. Sledili sta še dve odprti vprašanji in sicer me je zanimalo, kako se je poletna sezona 2020 razlikovala od poletne sezone 2019 ter kako vidijo primerjavo med poletno sezono 2021 in 2020.

- **Primerjava med poletno sezono 2020 in 2019**

Sledi povzetek mnenj anketirancev o primerjavi zadnje normalne ali predkoronske sezone, 2019 in prve poletne sezone na katero je vplivala pandemija COVID-19:

- drugačna struktura gostov: manj tujih in več domačih gostov, predvsem zaradi turističnih vavčerjev. Opazili so nižjo potrošnjo, več kraj, vandalizma, neprimerno obnašanje turistov;
- gneča: tako na cestah kot plažah, posledično večja onesnaženost okolja.

- **Primerjava med poletno sezono 2021 in 2020**

V nadaljevanju podajam povzetek mnenj anketirancev o poletni sezoni 2020 v primerjavi s poletno sezono 2021, ko so bili priča novi realnosti v turistični panogi: več tujih gostov (individualni in družine); gneča; ter manj omejitev (protikoronski ukrepi), posledično pa več dogodkov in bolj sproščeni ljudje.

Domačini so se kljub večjim omejitvam soočali z gnečo na destinaciji, vendar je bila struktura gostov v primerjavi z letom 2020 drugačna, saj je bilo v letu 2021 nekoliko več tujih gostov v primerjavi z letom 2020. Iz lastnih izkušenj lahko tudi povem, da so se hotelirji srečevali z domačimi gosti, ki očitno običajno v hotelih ne bivajo in posledično ne poznajo običajnih »protokolov« bivanja v njih.

4.4.2.6 Zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma in pogled v prihodnost

Anketirance sem povprašala tudi, ali so zadovoljni s trenutnim stanjem turizma na destinaciji. Rezultate zbirno prikazujem v tabeli 8.

Tabela 8: Strinjanje s trditvami o prihodnosti turizma na destinaciji

Trditev	Veljavni odgovori	Povprečje	Standardni odklon
Potreben je razvoj trajnostnega turizma (odgovornega turizma-spoštuje potrebe okolja in ljudi, ki tam živijo, pa tudi lokalnega gospodarstva in obiskovalcev).	56	4,6	0,5
Potrebno je oblikovati ponudbo, ki bi turiste na destinacijo pritegnila izven glavne poletne sezone.	56	4,6	0,6
Nadaljnji razvoj turizma je potrebno spodbujati.	56	4,5	0,5
Potrebno je vključevanje lokalnega prebivalstva v odločanje o razvoju turizma.	56	4,3	0,6
Potrebno je izboljšati kolesarske poti.	56	4,3	0,7
Potrebno je izboljšati sprehajalne poti.	55	4,3	0,7
Potrebno je oblikovati več ponudbe za mlade.	56	4,3	0,9
Potrebna je digitalizacija turistične ponudbe na destinaciji.	55	4,2	0,9

Tabela 9: Strinjanje s trditvami o prihodnosti turizma na destinaciji (nad.)

Trditev	Veljavni odgovori	Povprečje	Standardni odklon
Vladni turistični boni omogočajo preživetje turističnih ponudnikov na destinaciji.	56	3,8	1,0
Turistični boni so leta 2020 omogočali koriščenje preozkega nabora storitev.	56	3,8	1,1
V prihodnje si želimo predvsem tujih turistov.	55	3,7	0,9
V prihodnje si želimo predvsem domačih turistov.	56	2,8	1,1
Turistični boni v leto 2021 omogočajo koriščenje preširokega nabora storitev.	55	2,6	1,2

Vir: lastno delo.

Anketirani si na destinaciji očitno želijo nadaljnji razvoj turizma, ki pa naj bo odgovoren in trajnosten; usmerjen tudi na razvoj izvensezonske ponudbe.

Zanimiva je tudi primerjava povprečij za trditvi »V prihodnje si želimo predvsem tujih turistov.« ter »V prihodnje si želimo predvsem domačih turistov.« s povprečnima vrednostma 3,7 oziroma 2,8. Njuna primerjava nakazuje, da so zelo verjetno domači turisti na destinaciji Portorož-Piran manj zaželeni kot tuji.

4.4.3 Preizkušanje hipotez in interpretacija rezultatov

Čeprav je moja študija eksplorativne narave, sem oblikovala nekaj hipotez in – četudi njihovo formalno statistično preverjanje zaradi priložnostnega vzorca ter nenormalno porazdeljenih vrednosti posamične spremenljivke – ni smiselno, kjer je bilo to mogoče, podala vsaj kontingenčne tabele za pridobitev občutka o možnih povezavah med spremenljivkami.

4.4.3.1 Pogled domačinov na ekonomske koristi od turizma

H1: Osebe, ki imajo ekonomske koristi od turizma, spodbujajo nadaljnji razvoj turizma na destinaciji.

S prvo hipotezo sem želela preveriti ali obstaja razlika v spodbujanju nadaljnjega razvoja turizma glede na to, če imajo anketirani ekonomsko korist od turizma ali ne. Ekonomsko korist od turizma so anketirani izrazili le z odgovori »da« oz. »ne«. Podporo spodbujanju nadaljnjega razvoja turizma pa so anketirani izrazili s strinjanjem s trditvijo »Podpiram nadaljnji razvoj turizma na naši destinaciji.« Strinjanje so izrazili s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice strinjanja, kjer je 1 pomenilo popolno nestrinjanje, 5 pa popolno strinjanje s trditvijo.

Od 48 anketirancev, ki so na vprašanje odgovorili, nihče nima neposrednih ekonomskih koristi od turizma, so pa vsi izkazali visoko raven strinjanja s spodbujanjem nadaljnega razvoja turizma na destinaciji (povprečna vrednost 4,19 ob standardnem odklonu 0,938 in mediani 4,00).

H2: Osebe, ki nimajo ekonomskih koristi od turizma, slabše ocenjuje trenutno stanje turizma na destinaciji Portorož-Piran.

S hipotezo H2 sem želela preveriti, ali obstaja povezava med osebno ekonomsko koristjo od turizma ter oceno trenutnega stanja turizma na destinaciji.

Tabela 9 prikazuje frekvence in deleže v obliki kontingenčne tabele.

Tabela 10: Kontingenčna tabela zadovoljstvo – osebna ekonomska korist

Zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma na destinaciji	Osebna ekonomska korist od turizma		
	Ne	Da	Skupaj
Ne	17 (48,6 %)	12 (54,6 %)	29 (50,9 %)
Da	18 (51,4 %)	10 (45,4 %)	28 (49,1 %)
Skupaj	35 (100 %)	22 (100 %)	57 (100 %)

Vir: lastno delo.

Hi-kvadrat preizkus neodvisnosti dveh nominalnih spremenljivk (priloga 5) je pokazal, da povezava med med spremenljivkama »osebna korist od turizma« ter »zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma na destinaciji« ne obstaja ($\chi^2 = 0.0279$; $p = 0,867$).

4.4.3.2 Vključenost domačinov v razvoj turizma

H3: Osebe, ki so vključene v razvoj turizma na destinaciji, bolje ocenjuje trenutno stanje turizma na destinaciji.

Sledi preverba hipoteze H3, kjer me je zanimalo, če obstaja povezanost med vključenostjo v razvoj turizma ter oceno trenutnega stanja turizma (tabela 10).

Tabela 11: Kontingenčna tabela zadovoljstvo – vključenost

Zadovoljstvo s stanjem turizma na destinaciji	Vključenost v razvoj turizma na destinaciji		
	Ne	Da	Skupaj
Ne	25 (49,0 %)	4 (66,7 %)	29 (50,9 %)
Da	26 (51,0 %)	2 (33,3 %)	28 (49,1 %)
Skupaj	51 (100 %)	6 (100 %)	57 (100 %)

Vir: lastno delo.

Vključenost v razvoj turizma sem preverjala s pomočjo vprašanja na katerega so odgovorili anketiranci z bodisi »da« (so trenutno vključeni v razvoj turizma) ali »ne« (trenutno niso vključeni v razvoj turizma).

Po zadovoljstvu pa sem povprašala z vprašanjem »Ste zadovoljni s trenutnim stanjem turizma na destinaciji?« na katerega so odgovorili z bodisi »da« ali »ne«.

Hi-kvadrat preizkus neodvisnosti dveh nominalnih spremenljivk (priloga 5) je pokazal, da povezava med med spremenljivkama »vključenost v razvoj turizma« ter »zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma na destinaciji« ne obstaja ($\chi^2 = 0.149$; $p = 0,699$).

4.4.3.3 Povezava med stopnjo izobrazbe domačinov in njihovim zadovoljstvom s stanjem turizma na destinaciji

H4: Osebe z višjo stopnjo izobrazbe so bolj zadovoljne s stanjem turizma na destinaciji kot osebe z nižjo stopnjo izobrazbe.

S pomočjo H4 sem želela preveriti, ali obstaja asociacija oz. neodvisnost med izobrazbo in zadovoljstvom s stanjem turizma (tabela 11).

Tudi tu sem naredila hi-kvadrat preizkus neodvisnosti dveh spremenljivk, da bi preverila, če so razlike v frekvencah le posledica naključja (te razlike niso odraz vzorca iz realnega sveta; če velja $p \geq 0.05$) ali pa so razlike statistično značilne (tj. se take razlike v frekvencah pojavljajo v realnem svetu; če velja $p < 0.05$).

Tabela 12: Kontingenčna tabela izobrazba – zadovoljstvo

Izobrazba	Zadovoljstvo s stanjem turizma na destinaciji		
	Ne	Da	Skupaj
dve ali triletna poklicna šola	2 (7,4 %)	4 (11,5 %)	6 (10,0 %)
štiriletna srednja šola	7 (25,9 %)	11 (42,3 %)	18 (31,6 %)
višja ali strokovna šola	4 (14,8 %)	3 (11,5 %)	7 (12,3 %)
univerzitetna diploma	12 (44,4 %)	4 (15,4 %)	16 (28,1 %)
magisterij	2 (7,4 %)	3 (11,5 %)	5 (8,8 %)
doktorat	0 (0,0 %)	1 (3,9 %)	1 (1,7 %)
Skupaj	27 (100 %)	26 (100 %)	57 (100 %)

Vir: lastno delo.

Hi-kvadrat preizkus neodvisnosti dveh nominalnih spremenljivk (priloga 5) je pokazal, da povezava med med spremenljivkama »vključenost v razvoj turizma« ter »zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma na destinaciji« ne obstaja ($\chi^2 = 6,88$; $p = 0,230$). To pomeni, da ne moremo trditi, da so osebe z višjo stopnjo izobrazbe bolj zadovoljne s stanjem turizma na preučevani destinaciji kot osebe z nižjo stopnjo izobrazbe.

4.5 Ključne raziskovalne ugotovitve in priporočila

4.5.1 Pregled ključnih raziskovalnih ugotovitev

V magistrskem delu odgovarjam na pet raziskovalnih vprašanj, ki sem jih oblikovala na podlagi prebrane literature o razvoju turizma in vplivu pandemije na turistično panogo. Odgovori na raziskovalna vprašanja so podani s pomočjo analize podatkov, ki sem jih zbrala z globinskimi intervjuji in spletno anketo.

Raziskovalno vprašanje 1: Kakšne spremembe je bilo moč v letu 2020 identificirati na destinaciji Portorož-Piran z vidika turističnega povpraševanja?

Kljub pandemiji so se na destinaciji Portorož-Piran v letu 2020 kar se da hitro odzvali in prilagodili situaciji. S pomočjo marketinške kampanje »Nazaj v Portorož in Piran« s skušali na destinacijo privabiti domače prebivalstvo. V sodelovanju s televizijo Planet TV so pripravili nekaj posnetkov, ki prikazujejo različne aspekte destinacije Portorož-Piran in se tako pridružili kampanji »Zdaj je čas. Moja Slovenija« pod vodstvom Slovenske turistične organizacije. Za promocijo destinacije so se posluževali tako domačih kot tujih oglaševalskih kanalov. Destinacijo Portorož-Piran je v letu 2019 obiskalo 620.495 turistov,

med katerimi so prevladovali tuji (428.535) nad domačimi (191.960). V letu 2020 pa je prišlo do preobrata, saj so domači gostje opravili kar 873.084 prenočitev ter tuji gostje samo 399.858 prenočitev. Na omenjeni preobrat je vplival tudi eden izmed ukrepov Republike Slovenija, to so turistični boni. Deležniki so posledično med poletno sezono 2020 opazili drastičen padec tujih gostov in skupin. Domači turisti se niso posluževali izven penzijskih storitev, kar opozori tudi član uprave v Hotelih Life Class, kjer so beležili slabše indekse uspešnosti na področjih F&B in Wellness storitev. Kot posledica krajše sezone in ukrepov je prihajalo do odpovedi prireditev in dogodkov ter sprotnih rezervacij namestitev in izletov.

Raziskovalno vprašanje 2: Kako so se turistični ponudniki na destinaciji prilagodili pandemični situaciji?

Pandemična situacija je presenetila vse akterje na destinaciji, ki niso imeli posebej zapisanih ukrepov reševanja nastalih problemov. Predvsem so upoštevali predloge vlade RS in NIJZ-ja ter se posluževali raznih finančnih pomoči, ki jih je zagotavljala RS. Poleg prestavljanja dogodkov so se delodajalci ukvarjali predvsem s problemom delovne sile. Kljub velikim pričakovanjem o razvoju novih tehnologij v turizmu, tega nismo bili deležni. Poudarek je bil tudi na sodelovanju med dobavitelji in doseganju ugodnejših cen dobrin.

Raziskovalno vprašanje 3: Kakšno je mnenje turističnih ponudnikov na destinaciji o koristnosti in učinkih turističnih bonov in drugih vladnih ukrepov, namenjenih ohranjanju delovnih mest v turizmu?

Do prvih ukrepov v panogi turizem pride s tretjim paketom ukrepov (#PKP3) oz. ukrepi za pomoč in izboljšanje potrošnje v turizmu. Med temi so: subvencioniranje nadomestil za čakanje na delo še mesec dni po preklicu epidemije, turistični boni za vse prebivalce Slovenije itd. Po mnenju deležnikov na destinaciji turistično boni predstavljajo odlično rešitev za reševanja turizma, ki pa so žal pripomogli samo namestitvenim obratom in v manjši meri gostincem ter ostalim ponudnikom na destinaciji. Bolje bi bilo boni izkoristiti za več namenov, saj se je tako pozabilo na pomembno kulturno komponento v Piranu. Problem predstavlja tudi pozno posredovanje ukrepov in njihove veljavnosti, kar je sprožilo manjši obisk tujih gostov zaradi zasedenih kapacitet s strani domačih. Tudi ostali ukrepi (pomoč vodnikom, nadomestila za čakanje, posojila) so bili dobro sprejeti vendar tudi ti včasih pozno sprejeti/sporočeni. Po njihovem mnenju so bili najbolj prizadeti turistični vodniki, organizatorji dogodkov, potovalne agencije in prevozniki. Omenjeni so tudi gostinci višjega ranga, zaradi nižje kupne moči, ki so je bili letos deležni. Lokalno prebivalstvo se niti ne strinja niti strinja s trditvama, da turistični boni omogočajo preživetje turističnih ponudnikov na destinaciji in omogočajo koriščenje preozkega nabora storitev (bon2020). Obenem se ne strinjajo s trditvijo, da boni omogočajo koriščenje preširokega nabora storitev.

Raziskovalno vprašanje 4: Kako lokalno prebivalstvo ocenjuje kakovost življenja na destinaciji zaradi turizma pred pandemijo in med njo?

Turizem lahko na okolje v katerem se razvija, vpliva pozitivno ali negativno. Na destinaciji lahko izboljša način življenja preko novih zaposlitvenih možnosti, prihodkov iz turistične

takse ali širše gostinske ponudbe, naravnih in kulturnih znamenitosti. Po drugi strani prihaja do gneč na cestah in težave s parkirnimi prostori, več kriminala, višji stroški življenja in trenja med domačini in turisti. Vplive turizma tako delimo v tri skupine: ekonomski, socialno-kulturni in okoljski. Anketirani so v primerjavi s poletno sezono 2019 v letu 2020 opazili drugačno strukturo gostov (manj tujih, več domačih), nižjo potrošnjo na destinaciji, več kraj in vandalizma ter neprimernega obnašanja turistov. Poletna sezona 2021 je ponovno beležila več domačih turistov, ki se odločijo za vnovčenje turističnih bonov na destinaciji, viša se tudi procent tujih gostov. V mesecu juliju so ti ustvarili kar 10% več nočitev kot lani v istem času. Tudi anketirani opazijo v primerjavi s poletno sezono 2020 več tujih gostov, posledično več gneče in dogodkov ter bolj sproščene ljudi. Med poletno sezono 2021 so se na destinaciji soočali s ponavljajočimi težavami na področju varnosti. Imeli so težave z različnimi kršitvami javnega reda in miru (hrup, beračenje, vandalizem, tatvine, nasilje in prometne težave), zato so za pomoč zaprosili tudi predstavnika ministrstva za notranje zadeve in lokalne predstavnike Policijske uprave.

Raziskovalno vprašanje 5: Kakšnega turista si turistični ponudniki ter lokalno prebivalstvo na destinaciji Portorož-Piran želijo v prihodnosti?

Ključna produktna področja na destinaciji so skladna s tistimi opredeljenimi v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma in sicer: prireditve in poslovna srečanja, sonce in morje, zdravje in dobro počutje, gastronomija, doživetje narave, kultura in dediščina, športni turizem in rekreacija ter zabava in prosti čas. Po mnenju deležnikov predstavlja pandemija predvsem priložnost za premislek o razvoju turizma na destinaciji. Veliko prednost predstavlja dostopnost z avtomobilom, način potovanja, ki so se ga turisti posluževali v lanski sezoni in se bodo še nekaj let. Na drugi strani je to tudi priložnost za vlaganje v infrastrukturo in morda razvoj novih produktov ter infuzijo svežih idej. Po mnenju deležnikov se razvoj destinacije nagiba v smeri butičnega turizma, za kar je nujen pogoj dvig kakovosti storitev na sami destinaciji. Poudarek je na kulinariki in kolesarskih izletih. Potreben bo razmislek o načinu uresničitve strategije turizma, ki strmi k že prej omenjenemu butičnemu turizmu, ne nazadnje pa tudi razmislek o razvoju novih vsebin, primernih za mlade. Deležniki ponovno opozarjajo na pomanjkanje sodelovanja na destinaciji, ki si ga želijo v prihodnje. Občina se sooča z velikim prostorskim problemom in posledično pomanjkanjem kolesarskih poti in parkirnih mest. Potreben je tudi večji nadzor nad neprijavljenimi avtodomi in počitniškimi hišami, predvsem pa nad visokim deležem zasebnih sobodajalcev. Priložnosti vidijo v razvoju aktivnega turizma, s poudarkom na kulinariki, kolesarjenju in pohodništvu. Obenem je potrebno začrtati jasne smernice razvoja turizma (masovni/individualni/butični). Pogrešajo tudi izvensezonsko dogajanje in opozarjajo na neizkoriščene potenciale za razvoj turizma na destinaciji, na primer skladišče solin (Monfort). Po večini hotelirji v Portorožu poslujejo po principu polpenziona in odpira se vprašanje, ali so tem samopostrežnim obrokom sedaj dnevi šteti (sploh zaradi vseh sprejetih higienskih ukrepov)? Na drugi strani so prebivalci med reševanjem ankete nakazali, da spodbujajo nadaljnji razvoj turizma, želijo si biti vključeni v odločanje, izboljšati kolesarske in sprehajalne poti, oblikovati takšno turistično ponudbo, ki bo pritegnila

obiskovalce tudi izven glavne sezone in dala večji poudarek vsebinam za mlade. Strinjali so se tudi, da je potreben razvoj trajnostnega turizma in digitalizacija turistične ponudbe.

4.5.2 Omejitve raziskave

Ena izmed omejitev izvedene empirične raziskave kvantitativnega raziskovanja je način vzorčenja. Podatke sem, kot že rečeno, zbirala s pomočjo priložnostnega vzorčenja, ki ne zagotavlja naključnega izbora enot v vzorec. Problem je tudi nizko število sodelujočih anketirancev (nizka stopnja odgovora). Zato dobljenih rezultatov ne morem posploševati na celotno populacijo. Dejstvo je, da je bila moja anketa nekoliko daljša in zahtevna; opazila sem, da je bilo veliko respondentov, ki so z izpolnjevanjem ankete pričeli, vendar obupali pred koncem (neodgovor spremenljivke). Posledično predstavljajo moje ugotovitve iz eksplorativne raziskave predvsem kvalitativna izhodišča za nadaljnje raziskovanje. Da bi jih lahko statistično verificirala, bi potrebovala dovolj velik reprezentativen vzorec lokalnega prebivalstva.

Kar se izvajanja globinskih intervjujev tiče: sogovornike za tovrstne intervjuje običajno izbiramo načrtno, glede na kakovost informacij, za katere predvidevamo, da jih posedujejo. Opomnik za intervju je bil enoten za vse deležnike, vendar so moji sogovorniki prihajali iz različnih segmentov turizma, zato ni bilo mogoče zastaviti prav vseh vprašanj vsakemu izmed njih. Je pa bila tematika razvoja turizma na destinaciji aktualna (in še vedno je).

Velik izziv v raziskovalnem procesu je predstavljalo tudi dejstvo, da je bilo na trenutke težko slediti časovnici dogodkov, predvsem vladnim ukrepom – tako splošnim, kot tudi tistim, neposredno usmerjenim na turizem.

4.5.3 Priporočila odločevalcem na destinaciji

Po opravljenih intervjujih sem opazila, da je deležnikom na destinaciji Portorož-Piran ključnega pomena **določitev ciljnega segmenta turistov**. Zato na ravni destinacije, torej Turističnemu združenju Portorož (v nadaljevanju TZP), ki na destinaciji skrbi za receptivno turistično organizacijo, predlagam sistematično ciljno povezovanje ponudbe (angl. *bundling*) ter povezovanje ponudbe s povpraševanjem. To pomeni povezovanje deležnikov na sami destinaciji, med katerimi ne smemo pozabiti tudi na prebivalce, ter na drugi strani umeščanje destinacije kot celote v širši okvir na državni ravni. Kar bi na dolgi rok pomenilo tudi vključevanje v aktivnosti Slovenske turistične organizacije (v nadaljevanju STO) kot del celote na nacionalni ravni in ne kot posamezna destinacija.

Določitev ciljnega segmenta in razumevanje značilnosti povpraševanja sta seveda nujno potrebna za pripravo primernih vsebin turistične ponudbe. Na tej točki opozarjam na pomen promocije - tako države kot moje preučevane destinacije. Glede na velikost Slovenije bi bilo

verjetno smiselno tržiti destinacijo Slovenijo kot celoto in v prvi vrsti poudariti varnost čudesa narave, ki jih premoremo.

Pomanjkanje združevanja v celoto, kot to počnejo ostale države, opažam v vseh segmentih turizma. **Prireditveni turizem** je pereč problem, na katerega opozarjajo tudi deležniki na destinaciji. TZP-ju v tem kontekstu predlagam predvsem razmislek o organizaciji dogodkov, ki so primerni tako za obiskovalce kot prebivalce občine. Predlagam tudi povečanje ponudbe koncertov in na splošno ponudbe za mlade, ki so bili tudi po mnenju intervjuvancev pogosto zanemarjeni v zadnjih letih. Ko govorimo o mlajših obiskovalcih, je potrebno omeniti tudi inovativnost, potreben je torej razmislek o inovativnih produktih s katerimi bomo lahko privabili mlajšo populacijo.

Velik potencial, ki pa še ni bil dodobra izkoriščen, ima v Piranu **kulturni turizem**, ki obenem predstavlja dober nastavek za razvoj butičnega turizma, kar je tudi vizija STO.

Potrebna bo tudi **boljša organizacija Turistično informacijskega centra**, kjer deležniki opažajo pomanjkanje informacij in znanj s strani informatorjev.

V obdobju epidemije je potrebno **sistematično spremljati svetovne trende v turizmu** in seveda **ukrepe**, ki jih določajo Republika Slovenija, Svetovna turistična organizacija, Svetovna zdravstvena organizacija ter ostale relevantne organe. Kot zadnje pa TZP predlagam **kritičen razmislek o strategiji turizma na destinaciji**, ki zaenkrat obsega obdobje do leta 2025: morda bi bilo smiselno pripraviti neke vrste "strategijo v sili" za to nepredvidljivo obdobje.

Potreben je tudi **razmislek o infrastrukturi**, s tem mislim predvsem na dodatna parkirna mesta, tako za osebne avtomobile kot avtobuse. Velik izziv so enodnevni gostje, za katere bi bilo bolje ciljno nameniti parkirno hišo, ki bi bila oddaljena od samega središča Portoroža, primer dobre prakse je v Piranu. Poleg parkirnih mest je potrebno poskrbeti še za pešpoti in kolesarske steze, saj gre razvoj predvsem v smeri aktivnega turizma. Potreben je tudi razmislek o neizkoriščenih kapacitetah, kot na primer skladišče solin Monfort, kjer bi se lahko odvijale predvsem že omenjene manjkajoče vsebine za mlajšo populacijo. Kot zadnje bi občina lahko naredila več za razvoj letalskega prometa (Aerodrom Portorož), predvsem za namen razvoja butičnega turizma. Tako Občina kot TZP bi morali za zasebne sobodajalce organizirati razne delavnice, izobraževanja predvsem glede ponudbe na destinaciji, za lažje usmerjanje turistov.

Hotelska ponudba je na destinaciji ključnega pomena. Kar predvsem pogrešam med hotelskim osebjem in tudi na splošno med turističnimi delavci na destinaciji, je izobražen kader. Seveda so to posledice tudi drugih dejavnikov (urniki, plače itd.), vendar vseeno predlagam ciljno zaposlovanje kadra s primerno izobrazbo. Poleg omenjenega so potrebna tudi **dodatna usposabljanja** ter predvsem vključevanje v aktivnosti TZP-ja in poznavanja ponudbe na destinaciji. Po pogovoru s predstavnikom na občini bi pozvala hotelirje, ki imajo v svojih strategijah predvidena dodatna parkirna mesta, da se čimprej lotijo uresničitve

zastavljenega cilja in na ta način pomagajo destinaciji. Glede na pandemično situacijo predlagam tudi razmislek o večjih wellness in kongresnih kapacitetah, ki jih morda zaradi ukrepov ne bo moč uporabljati v masovni obliki, ampak za individualne namene. Na drugi strani so deležniki poudarjali pomen domačega turista (iz ankete se sicer nakazuje, da lokalno prebivalstvo domače turiste ceni manj kot tuje), s katerim so se soočali v lanski sezoni, zato je potrebno oblikovati primerno ponudbo tudi za tovrstnega gosta. Za nadaljnjo poslovanje je pomembna tudi priprava ustreznih strateških dokumentov, tudi takšnih z ukrepi odzivanja na nepredvidljivo (pandemijo).

Kot sem že omenila, ima ključno vlogo tudi izobražen kader na destinaciji, zato bi izpostavila **izobraževalno ustanovo**, tj. Fakulteto za turistične študije - Turistica. Študijski programi oziroma predmeti bi morali biti oblikovani glede na trende in potrebe v turizmu. Predlagam bolj pogosto **povezovanje s stroko**, tako TZP-jem kot drugimi ponudniki na destinaciji. Študentje bi morali imeti več obvezne prakse, kar bi lahko dosegli tudi s postavitvijo učnega hotela poleg stavbe fakultete. Potrebni je tudi več skupnih projektov, predvsem v smeri inovativnega turizma in iskanja rešitev za destinacijo v prihodnje.

Med prebiranjem literature in v okviru intervjujev, ki sem jih izvedla, sem zasledila pogosto omenjanje **igralništva**. Čeprav beležimo upad zanimanja po tovrstnih storitvah, predstavlja le-ta dober nastavek za razvoj butične ponudbe na destinaciji. Potreben je razmislek s strani TZP-ja in občine o vključevanju in vlaganju v razvoj vsebin predvsem za privabljanje mlajše populacije.

Destinaciji lahko s pomočjo sodelovanja ključnih odločevalcev in zastavljenih jasnih smernic uspe dvigniti raven turistične ponudbe ter posledično privabiti goste višjega ranga. Za doseg omenjenega je ključnega pomena organ TZP, ki ima vlogo vključevanja akterjev v organizacijo razvoja turizma, pri čem ne sme zanemariti lokalnega prebivalstva, ki je neposredno vpeto v turizem na destinaciji Portorož-Piran.

4.5.4 Izzivi za nadaljnje raziskovanje

Kot sem že omenila, je v konfirmatorni fazi raziskovanja ključna raba ustrezno velikega reprezentativnega vzorca lokalnega prebivalstva na destinaciji. Zaradi nizkega števila izpolnjenih vprašalnikov bi bilo smiselno uporabiti krajšo in manj kompleksno anketo za prebivalce s ciljem dosega višjega števila respondentov. V vzorcu bi kazalo diferencirati med tistimi, ki imajo na destinaciji stalno ali začasno prebivališče ter tistimi, ki so na destinaciji zaposleni ter tistimi, ki se vozijo na delo drugam.

Globinske intervjuje sem opravila jeseni in pozimi 2020. Zanimivo bi jih bilo ponoviti z istimi sogovorniki in z njimi prediskutirati, kakšni sta bili z njihovega vidika koledarski leti 2021 in 2022 ter kakšne so njihove napovedi za prihodnost – glede na to, da smo sedaj nekoliko bolje poučeni o značilnostih virusa COVID-19 in vemo, kateri preventivni ukrepi v praksi dejansko delujejo. Glede na različna delovna področja deležnikov bi v konfirmatorni

raziskavi kazalo pripraviti tudi skupna in diferencirana vprašanja, ki bi podrobneje naslovila specifiko delovnega področja posameznega sogovornika.

SKLEP

V letu 2020 so se turistični deležniki na destinaciji Portorož-Piran srečevali z različnimi izzivi. Ponudniki turističnih storitev opozarjajo predvsem na drastičen padec števila tujih gostov in skupin. Prihajalo je tudi do odpovedi in prestavljanja dogodkov, posledično so po njihovem mnenju največ škode utrpeli organizatorji dogodkov, turistični vodniki, potovalne agencije in prevozniki. Pandemija je presenetila prav vse akterje na destinaciji, ki niso bili posebej pripravljeni na tovrstno situacijo, zato so predvsem upoštevali priporočila s strani NIJZ-ja in izkoristili razne državne finančne pomoči. Lokalno prebivalstvo je tudi opazilo drugačno poletno sezono 2020 v primerjavi s prejšnjimi leti. Izpostavili so drugačno poletno sezono zaradi drugačne strukture gostov, manj tujih in več domačih, ki se na destinaciji poslužujejo manj izven sezone ponudbe. Opozarjajo tudi na neprimerno obnašanje turistov, več kraj in vandalizma.

Med poletno sezono 2021 pa so deležniki na destinaciji zaznali več tujih gostov ter bolj smiselne protikoronske ukrepe, zaradi katerih je bilo dogajanje na destinaciji bogatejše.

Eden izmed pomembnejših ukrepov za obstoj turizma v Sloveniji v času pandemije so turistični boni, zaradi katerih je bilo na destinaciji Portorož-Piran število domačih gostov bistveno višje kot tujih. Deležniki menijo, da so predstavljali Boni20 odlično rešitev za reševanja turizma, ki pa so žal pripomogli samo namestitvenim obratom. Opozorili so, da so bili ukrepi včasih sporočeni ali sprejeti prepozno, zato je bil tudi obisk tujih gostov po njihovem mnenju tako nizek tudi zato, ker so bile kapacitete zasedene s strani domačih gostov.

Deležniki v splošnem na preučevan destinaciji kot »večen problem« izpostavljajo sezonskost, pomanjkanje povezovanja med ponudniki in vlaganja v infrastrukturo. Ugotavljam, da na destinaciji nimajo jasno določenega ciljnega segmenta, ki naj bi bil butični, zahteven obiskovalec v iskanju raznolikega in aktivnega doživetja. Deležniki so na vprašanje, kakšnega turista si želijo v prihodnje, sicer odgovarjali butičnega gosta, ampak obenem nizali predloge izboljšav trenutne turistične ponudbe za doseg cilja. Prav tako sem med intervjuji večkrat slišala, da je premalo narejenga v smeri animacije in večernega dogajanja. Potreben je razvoj v smeri aktivnega turizma s poudarkom na kolesarjenju in pohodništvu hkrati pa ne smemo pozabiti na kulinariko, ki je tudi pomembna komponenta turistične ponudbe na obravnavani destinaciji. Tako ponudniki kot prebivalstvo si želijo butičnega turista vendar se zavedajo dejstva, da je potrebno še veliko vložiti v samo infrastrukturo in turistično ponudbo za doseg le tega. Ugotavljam, da na destinaciji ni neke smiselne zgodbe, ki bi posamične elemente povezala v neko smiselno celoto ter posledično tudi ni povezovanja ponudbe s povpraševanjem.

Lokalno prebivalstvo ne opaža bistvenih razlik v kakovosti življenja pred pandemijo in med njo. Ugotavljam pa, da prebivalstvo v splošnem opaža višje cene nepremičnin in stavbnih zemljišč, večji pritisk na plaže in onesnaženje priobalnega pasu, več hrupa, pomanjkanje parkirnih mest in gneče na lokalnih cestah. Z anketnim vprašalnikom sem želela preveriti, ali imajo na destinaciji zaradi turizma več urejenih zelenih površin in bolj urejeno prometno infrastrukturo, vendar je anketa pokazala, da prebivalstvo zelo pogreša več vlaganj v to smer.

Kljub visoki stopnji soglasja med intervjuvanci in anketiranci je potrebno izpostaviti tudi nekaj razlik. Med reševanjem anketnega vprašalnika so prebivalci denimo omenili željo po bolj pisanem dogajanju na destinaciji (nočno življenje, koncerti), na drugi strani pa težave v prometu, gnečo v starem mestnem jedru Pirana ter visoke parkirnine. Intervjuvanci so nezadovoljstvo prebivalstva kot problem izpostavili samo enkrat, in sicer zaradi gneče med poletno sezono 2020. Lokalno prebivalstvo predlaga tudi zaprtje starega mestnega jedra Piran za promet in oblikovanje take strategije razvoja turizma, ki je primerna destinaciji in v sožitju z lokalnim prebivalstvom.

Priprava eksplorativne študije je bila zame velik izziv zaradi izjemne aktualnosti teme, zaradi česar sem včasih težje sledila vsem informacijam o ukrepih in novostih na temo pandemije COVID-19. Vseeno pa menim, da v magistrskem delu predstavljeni rezultati empiričnega raziskovanja predstavljajo dobro izhodišče za nadaljnje (konfirmatorno) raziskovanje stališč deležnikov na preučevani destinaciji, še posebej z vidika soočanja odločevalcem s posledicami pandemije za nadaljnji razvoj turizma.

LITERATURA IN VIRI

1. Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S. & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: Transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2, 100033.
2. Alič, V. (2020). Finance-Kmetijstvo in turizem. *Gostinci po koronakrizi: Še močnejši, še boljši*. Pridobljeno 5. septembra iz <https://www.finance.si/file/39166>
3. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. & Vogt, C. A. (2005). *Residents' perceptions of community tourism impacts*. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. Pridobljeno 17. septembra 2020 iz <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
4. Bregar, L., Ograjenšek, I. & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Brezovec, T. (2015). Razvoj hotelske ponudbe na slovenski obali. V M.Šuligoj (ur.), *Retrospektiva turizma Istre* (str. 111-142). Koper: Založba Univerze na Primorskem.
6. Brglez, A., Gale, M., Pagon, P. & Auer, J. (2005). *Portorož zgodovina turizma in Hotela Palace*. Pridobljeno 22. januarja 2021 iz <https://docplayer.it/69809329-Portoroz-zgodovina-turizma-in-hotela-palace.html>

7. Duro, J., Perez-Laborda, A., Turrion-Prats, J. & Fernandez-Fernandez, M. (2021). Covid-19 and tourism vulnerability. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100819.
8. ECDC - European Centre for Disease Prevention and Control. (2021). *Questions and answers on COVID-19*. Pridobljeno 14. decembra 2021 iz <https://www.ecdc.europa.eu/en/covid-19/questions-answers/questions-answers-eu-situation>
9. Evropska komisija. (2021). *Potovanje med koronavirusno pandemijo*. Pridobljeno 12. julija 2021 iz https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic_sl#varno-potovanje-med-evropskimi-dravami
10. Evropski Svet. (2021). *Pandemija koronavirus COVID-19: Odzivanje EU*. Pridobljeno 14. novembra 2021 iz <https://www.consilium.europa.eu/sl/policies/coronavirus/>
11. Finančna Uprava Republike Slovenija. (2021). *Turistični BON in BON21*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz https://www.fu.gov.si/drugo/posebna_podrocja/turisticni_bon_in_bon21/
12. Garau-Vadell, J. B., Gutierrez-Taño, D., & Diaz-Armas, R. (2018). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, str. 68–75. Pridobljeno 17. septembra 2020 iz <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>
13. Gašperič, P., Kladnik D. & Pipan, P. (2014). *Poimenovanja piranskega zaliva*. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika.
14. Inskeep, E. (1991). *Tourism Planing. An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: John Wiley & Sons.
15. Jereb, T. (2021, 17. februar). Turistični vodniki: Prepoved dela visi kot damoklejev meč nad nami že skoraj leto dni. *Dnevnik*. Pridobljeno 7. avgusta 2022 iz <https://www.dnevnik.si/1042949376/magazin/prosti-cas/turisticni-vodniki-prepoved-dela-visi-kot-damoklejev-mec-nad-nami-ze-skoraj-leto-dni>
16. Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis, Tourism and Sustainable Development. *Athens Journal of Tourism*, 7 (2), (str. 75-86).
17. Kavrečič, P. (2007). Parni stroj in turizem na Primorskem. Prometne povezave kot dejavnik turističnega razvoja na primeru Postojne in Portoroža do prve svetovne vojne. *Annales*, 17(2), 315-336.
18. Kavrečič, P. (2015). *Turizem v Avstrijskem primorju*. Pridobljeno 22. januarja 2021 iz <http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6963-63-3.pdf>
19. Levičnik, V. (2019). Počitnikovanje delavskega razreda v bivši Jugi. *Dnevnik*, 22. avgust 2019. Pridobljeno 4. avgusta 2021 iz <https://www.dnevnik.si/1042895855>
20. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021*. Pridobljeno 4. avgusta 2021 iz https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/kljuni_dokumenti/strategija_turizem_ko_ncno_9.10.2017.pdf
21. Ministrstvo za notranje zadeve. (2022). *Prehajanje državne meje in omejitve zaradi koronavirusa*. Pridobljeno 20. septembra 2022 iz <https://www.policija.si/nase->

naloge/nadzor-drzavne-meje/prehajanje-drzavne-meje-med-epidemijo-zaradi-koronavirusa

22. Planina, J. & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
23. Rogoznica, D. (2005). Obnova in razvoj turizma na območju zone B Svobodnega Tržaškega ozemlja (s posebnim poudarkom na kraju Koper). *Acta Histriae*, 13(2), 395-422. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
24. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implicatons for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117(September), 312-321.
25. Sinkovič, L. (2015). Podoba slovenskih obalnih mest od Ankarana do Sečovelj v tiskanih turističnih vodnikih nekoč in danes. V M. Šuligoj (ur.), *Retrospektiva turizma Istre* (str. 289-326). Koper: Založba Univerze na Primorskem.
26. STA - Slovenska tiskovna agencija. (2021a, 20. avgust). *Občina Piran na sestanku zaprosila za pomoč policije pri reševanju težav, ki jih prinaša turistična sezona*. Pridobljeno 13. novembra 2021 iz <https://www.sta.si/2935530/obcina-piran-na-sestanku-zaprosila-za-pomoc-policije-pri-resevanju-tezav-ki-jih-prinasa-turisticna-sezona>
27. STA - Slovenska tiskovna agencija. (2021b, 5. november). Turistična zbornica za podaljšanje bonov do 15. aprila 2022. Pridobljeno 14. novembra 2021 iz <https://www.sta.si/2963042/turisticna-zbornica-za-podaljsanje-bonov-do-15-aprila-2>
28. STA – Slovenska tiskovna agencija. (2022, 1. julij). Neizkoriščenih je ostalo za dobrih 75 milijonov evrov bonov. Pridobljeno 20. avgusta iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/kariera/neizkoriscenih-ostalo-za-dobrih-75-milijonov-evrov-bonov/>
29. STO – Slovenska turistična organizacija. (2018). *Izdelava akcijskega načrta razvoja in trženja slovenske gastronomije 2019-2023*. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za Turistične študije.
30. STO - Slovenska turistična organizacija. (2021a). *Turizem v številkah 2020*. Pridobljeno 4. avgusta iz https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2020/2021_03_STO_TVS_2020_SL_O.pdf
31. STO - Slovenska turistična organizacija. (2021b). Ekonomski pomen turizma. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/raziskave-in-analize/ekonomski-pomen-turizma>
32. STO - Slovenska turistična organizacija. (2021c). *Koristne informacije in varnostne smernice za brezskrbno potovanje v Slovenijo*. Pridobljeno 15. avgusta 2021 iz <https://www.slovenia.info/sl/potovalni-nacrt/vse-kar-morate-vedeti-za-zdrave-in-varne-pocitnice-v-sloveniji>
33. STO - Slovenska turistična organizacija. (2021d). Zelena shema slovenskega turizma-kratek pregled. Pridobljeno dne 12. november iz https://www.slovenia.info/uploads/zelena_shema/pozivi_2021/2021_01_sto_zsst_slo.pdf

34. Sun, Y., Sie, L., Futuray, F., Auwalin, I. & Wang, J. (2021). Who are vulnerable in tourism crisis? A tourism employment analysis for the COVID-19 management. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, (str. 304-308).
35. SURS. (2020). *Statistični pregled leta 2020*. Pridobljeno 28. julija 2021 iz <https://www.stat.si/statweb/News/Index/9269>
36. SURS. (2021). *Prihodi in prenočitve turistov po državah*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164466S.px/>
37. SURS. (2021a). *Domači turisti ustvarili v 2020 skoraj dve tretjini vseh turističnih prenočitev v Sloveniji*. Pridobljeno 7. avgusta iz <https://www.stat.si/StatWeb/news/Index/9435>
38. SURS. (2021b). *V juniju 2021 nekaj več kot milijon turističnih prenočitev*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/9715>
39. SURS. (2021c). *Slovenija od leta 1991 do danes, pregled statističnih podatkov*. Pridobljeno 12. novembra 2021 iz <https://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/11463>
40. SURS. (2021d). *Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran za leto 2019 in 2020*. Pridobljeno 7. aprila 2021 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164525S.px>
41. SURS. (2021e). *Prihodi in prenočitve domačih ter tujih turistov v Občini Piran po mesecih za leto 2020*. Pridobljeno 13. aprila 2021 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164466S.px/>
42. SURS. (2022a). *Prihod in prenočitve turistov v Občini Piran po mesecih za leto 2022*. Pridobljeno 16. julija 2022 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164466S.px/table/tableViewLayout2/>
43. SURS. (2022b). *Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov, občine, Slovenija, letno*. Pridobljeno 16. julija 2022 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164525S.px>
44. SURS. (2022c). *Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov, občine, Slovenija, letno*. Pridobljeno 20. septembra 2022 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164466S.px/table/tableViewLayout2/>
45. Širok, L. (2021, 3. avgust). *Hotelski gostje se pritožujejo zaradi nočnega hrupa v Portorožu*. Pridobljeno 14. novembra 2021 iz <https://www.rtvsl.si/slovenija/hotelski-gostje-se-pritozujejo-zaradi-nocnega-hrupa-v-portorozu/589618>
46. Šuligoj, M. (2015). *Retrospektiva turizma Istre*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
47. Turistično združenje Portorož. (2017). *Program dela in finančni načrt 2017*. Pridobljeno dne 13. april 2021 iz http://www.lex-localis.info/files/ecf2cee8-ad92-4787b7f53bf520089636/1272604054849339859_PROGRAM%20DELA%20IN%20FINAN-NI%20NA-RT%202017.pdf
48. Turistično združenje Portorož. (2018). *Strategija razvoja turizma v občini Piran do leta 2025*. Pridobljeno dne 26. avgust 2020 iz <https://www.portoroz.si/si/files/default/PDF/Partnerji/Strategija%20razvoja%20turizma%20ob%20c4%8dine%20Piran%20do%20leta%202025.pdf>

49. Turistično združenje Portorož. (2020). *Dobra sezona se je podaljšala v jesen*. TZP-Medijsko središče. Pridobljeno 7. aprila 2021 iz <https://www.portoroz.si/si/medijsko-sredisce/sporocila-za-javnost/7344-dobra-sezona-se-je-podaljsala-v-jesen>
50. Turistično združenje Portorož. (2021a). *Uspešna poletna turistična sezona v Istri*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://www.portoroz.si/si/vse-novice/novice/7529-uspesna-poletna-turisticna-sezona-v-istri>
51. Turistično združenje Portorož. (2021b). *Sezona v Portorožu boljša kot pred pandemijo*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://www.portoroz.si/si/vse-novice/novice/7554-sezona-v-portorozu-boljsa-kot-pred-pandemijo>
52. Turistično združenje Portorož. (2021c). *Restavracija Rizibizi in Hotel Histriion uspešno do znaka Zeleni ključ*. Pridobljeno dne 12. november 2021 iz <https://www.portoroz.si/si/vse-novice/novice/7568-restavracija-rizibizi-in-hotel-histriion-uspesno-do-znaka-zeleni-kljuc>
53. Turistično združenje Portorož. (2021d). *Dober turistični obisk se nadaljuje*. Pridobljeno 13. novembra 2021 iz <https://www.portoroz.si/si/vse-novice/novice/7613-dober-turisticni-obisk-se-nadaljuje>
54. UNWTO - World tourism organization (2021a). *Covid-19 and Tourism: 2020 a year in review*. Pridobljeno 30. junija 2021 iz https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-12/2020_Year_in_Review_0.pdf
55. UNWTO - World tourism organization. (2020a). *How are countries supporting tourism recovery?* Pridobljeno 30. junija 2021 iz https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/BNF_V4.pdf
56. UNWTO- World Tourism Organization. (2022b). *Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels*. Pridobljeno 7. oktobra 2022 iz <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>
57. UNWTO-World Tourism Organization. (2020d). *Tourism and COVID-19*. Pridobljeno 25. avgusta 2020 iz https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_NewDS_.pdf
58. UNWTO-World Tourism Organization. (2020e). *UNWTO World Tourism Barometer, May 2020-Special focus on the impact of COVID-19*. Pridobljeno 25. avgusta iz <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421930>
59. UNWTO-World Tourism Organization. (2022b). *International Tourism back to 60% of prepandemic levels in january-july 2022*. Pridobljeno 7. oktobra 2022 iz <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
60. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. (2020a). *V Sloveniji potrjen prvi primer okužbe z novim koronavirusom*. Pridobljeno 14. julija 2021 iz <https://www.gov.si/novice/2020-03-04-v-sloveniji-potrjen-prvi-primer-okuzbe-z-novim-koronavirusom/>
61. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. (2020b). *Tretji paket ukrepov za omilitev posledic epidemije (#PKP3)*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://www.gov.si/novice/2020-06-01-tretji-paket-protikoronarnih-ukrepov/>
62. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. (2020c) *Podatki o unovčevanju turističnih bonov na dan 1.10.2020*. Pridobljeno 14. avgusta iz

<https://www.gov.si/novice/2020-10-06-podatki-o-unovcevanju-turisticnih-bonov-na-dan-1-10-2020/>

63. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. (2020d). *Podatki o unovčevanju turističnih bonov na dan 1. 10. 2020*. Pridobljeno 13. aprila 2021 iz <https://www.gov.si/novice/2020-10-06-podatki-o-unovcevanju-turisticnih-bonov-na-dan-1-10-2020/>
64. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. (2021c). *Ukrepi za omilitev posledic epidemije na področju gospodarstva turizma in zdravstva*. Pridobljeno 14. avgusta 2021 iz <https://www.gov.si/novice/2020-04-23-predlagani-ukrepi-v-noveli-zakona-o-interventnih-ukrepih-za-omilitev-posledic-epidemije-nalezljive-bolezni-sars-cov-2/>
65. Vertnik, A. (2020, 27. maj). Turistično združenje Portorož. *Obala plus*, str. 22 in 23.
66. WHO - World Health Organization. (2020a). *2019-nCoV outbreak: first cases confirmed in Europe*. Pridobljeno 28. junija 2021 iz <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/pages/news/news/2020/01/2019-ncov-outbreak-first-cases-confirmed-in-europe>
67. WHO - World Health Organization. (2021a). *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. Pridobljeno 8. julija 2021 iz <https://covid19.who.int/>

PRILOGE

Priloga 1: Zgodovinski nastanek občine Piran

Naselje Piran se je začelo razvijati v zgodnjem srednjem veku in se prvič pojavi v virih v prvem desetletju 7. stoletja. V zgodovini je ozemlje Pirana večkrat zamenjalo gospodarja. Po vključitvi Istre v Sveto rimsko cesarstvo, sredi 10. stoletja ter kasneje kot del Beneškega cesarstva so v obalnih mestih zaživel obrt, pomorska trgovina in solinarstvo. Zadnje je pustilo največji pečat na družbenih in gospodarskih razmerah.

Po ukinitvi ilirskih provinc je Istra pripadala Avstriji in je bila vključena v tri upravno-politične enote: Goriško, Istro in Trst, kasneje poznano ozemlje pod imenom Avstrijsko primorje. Leta 1814 je bila ustanovljena občina Piran in je zajemala naslednje podobčine: Piran, Savudrijo in Kaštel, slednja ureditev ostane do leta 1945. Po končani 2. svetovni vojni je Piran postal del Svobodnega tržaškega ozemlja, leta 1954 pa je bil priključen nekdanji Jugoslaviji ter po razpadu le-te ostaja del Republike Slovenija.

Slika P1: Zaselki občine Piran



Vir: Gašperič, P., Kladnik D. & Pipan, P. (2014).

Kot je razvidno iz slike P1, sestavljajo občino naslednja večja in manjša naselja: Dragonja, Lucija, Nova vas, Padna, Parecag, Piran, Portorož, Seča, Sečovelje, Strunjan, Sv. Peter ter še nekateri manjši zaselki.

Najpomembnejše in najstarejše naselje na območju Piranskega zaliva je mesto **Piran**, ki stoji na koncu Piranskega polotoka. **Portorož** velja za turistično mestno naselje locirano med Portoroškim in Strunjanskim zalivom. Vzdolž obale so številni hoteli in drugi turistični objekti. Mestno naselje Lucija je bilo po letu 1954 izrazito solinarsko in kmečko naselje je sedaj predvsem splano in turistično naselje. Območje naselja **Seča** je poznano predvsem po pridelovanju zgodnjih vrtnin, sadjarstvu in vinogradništvu. Podobno velja za naselji **Parecag**, in **Dragonja** ki sta samostojni naselji že od leta 1955 ter čedavno bolj privlačno bivalno okolje za zaposlene v mestih ob obali. Ob meji s Hrvaško je naselje **Sečovelje**, kjer je vzhodno od solin, po katerih je naselje najbolj poznano, tudi portoroško mednarodno letališče. Poleg Sečoveljskih so v občini še Strunjanske soline, ki so dobile ime po razloženem mestu **Strunjan**, poznanem tudi po nasadu kakijev in tradicionalnim praznikom kakija (Gašperič, Kladnik & Pipan, 2014, str. 43-46).

Priloga 2: Vodila za intervju z deležniki

1. vprašanje: Glede na to, da delate v turističnem sektorju oziroma živite v turističnem kraju/regiji, kako gledate na razvoj turizma na destinaciji Portorož-Piran po 2. svetovni vojni in pred epidemijo? Kako bi po vašem mnenju potekala v idealnem primeru?

2. vprašanje: Kateri so po vašem mnenju pozitivni in negativni vidiki razvoja turizma na destinaciji Portorož-Piran v obdobju po osamosvojitvi Slovenije?

3. vprašanje: Kako ste doživljali turizem na destinaciji Portorož-Piran pred pandemijo (*v mislih imejte poletno sezono 2019*)? Kakšni so bili po vašem mnenju njegovi pozitivni in negativni učinki?

4. vprašanje: Kakšne spremembe je bilo moč v letu 2020 identificirati na destinaciji Portorož-Piran z vidika turističnega povpraševanja?

5. vprašanje: Kako ste se prilagodili pandemični situaciji? So vam pri tem pomagale ocene, analize izgub in posledic? Če da, kakšne so in na kakšen način ste jih pripravili?

6. vprašanje: Ali so vaši strateški dokumenti, politike in ukrepi predvideli možnost takšnih nepredvidljivih situacij? Ste imeli zapisan kak ukrep v tej smeri?

7. vprašanje: Kdo iz turistične panoge je na destinaciji Portorož-Piran po vašem mnenju najbolj prizadet zaradi pandemije? Hotelirji, gostinci, posredniki turističnih storitev, organizatorji dogodkov?

8. vprašanje: Če pomislite za trenutek na prihodnost, kako bi vi usmerjali razvoj turizma na destinaciji Portorož-Piran, ob upoštevanju prej navedenih pozitivnih in negativnih učinkov?

9. vprašanje: Eno izmed rešitev vlade RS za zagon domačega turizma, predstavljajo turistični boni, ki jih je bilo moč izkoristiti v namestitvenih obratih. Kakšno je vaše mnenje o turističnih bonih? Bi bilo smiselno podaljšati njihovo veljavnost? Katere druge ukrepe za zagon turizma bi vladi še predlagali?

10. vprašanje: Bo epidemija po vašem mnenju prinesla turizmu na destinaciji Portorož-Piran tudi kaj pozitivnega? Recimo izboljšanje, odpravo negativnih učinkov turizma, o katerih je bilo zadnje čase veliko govora, kot so gneča v mestnih središčih, težave na nepremičninskem trgu, cene storitev za prebivalce, uporabnike itd.?

11. vprašanje: Kako dolgoročni bodo po vašem učinku epidemije? Koliko časa se bodo čutile posledice epidemije v sektorju turizma? Kako boste prilagodili svoje delovanje v primeru, da bo kriza večletna?

12. vprašanje: Kakšnega turista si na destinaciji Portorož-Piran želite v prihodnosti? Se je zaradi pandemije spremenila vaša ciljna populacija/vizija?

13. vprašanje: Kakšna so vaša pričakovanja za turizem na destinaciji Portorož-Piran:

- v koledarskem letu 2021? - v novem desetletju?

Priloga 3: Analitični okvir zbranih odgovorov

Legenda intervjuvancev:

- 1: Direktor in lastnik potovalne agencije
- 2: Lastnik gostinskega objekta v Piranu
- 3: Lastnik namestitvenega objekta-hostla
- 4: Direktor TZP
- 5: Predstavnik za gospodarstvo in turizem v Občini Piran
- 6: Turistična vodnica
- 7: Član uprave verige Life-Class
- 8: Akademski ekspert na področju turizma

Vse tabele v nadaljevanju so plod lastnega dela.

Tabela P1: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 1

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Portorož je v sedemdesetih letih, postal znan kot morska destinacija, saj so takrat potekala tudi večja gradbena dela v smeri razvoja masovnega turizma (gradnja hotelov)."	+ veliko dogodkov in srečanj + razvoj destinacije -/+poudarek masovni turizem -pozabilo se je na kakovost -samo 42km obalnega pasu +poudarek na igralniškem turizmu	Pred prvo svetovno vojno je bila destinacija znana po zdraviliškem turizmu za elitne goste. Intervjuvanci poudarjajo predvsem obdobje 60ih in 70ih let, ko je prišlo do masovne gradnje modernih namestitev in posledično masovnega turizma. Pride do razvoja destinacije in prepoznavnosti na mednarodnem trgu. Veliko vlogo na destinaciji predstavlja igralniški, mladostniški in sindikalni turizem.
Intervjuvanec 2		+veliko št. turistov +veliko zasebnih nastanitev +boljše plače	Pred osamosvojitvijo so imeli zaposleni v turizmu višje prihodke (posledica napitnin).
Intervjuvanec 3	"Menim, da je bil pred osamosvojitvijo generator razvoj turizma na destinaciji Portorož-Piran predvsem Casino Portorož."	+igralniški turizem +politična ureditev	
Intervjuvanec 4	"Portorož je nastal kot zdravilišče za avstro-ogrske prebivalce leta 1910, ko je bil zgrajen prvi hotel, pred tem pa samo vile po katerih so tako Avstrijci kot Italijani prepoznavali to področje kot neko blagodejno, predvsem za zdravljenje dihal." "V idealnem primeru bi bilo po mojem mnenju potrebno ločiti med lastnikom in upravljalcem podjetja, tako kot je praksa v tujini."	+luksuzni turizem pred prvo svetovno vojno +v 60ih letih masovna gradnja hotelov +moderni hoteli (novost notranja kopalnica) +prepoznavnost za mednarodne trge (TUI, Thomas Cook) + "obmejna ekonomija" +igralniški turizem +napitnine zaposlenim	
Intervjuvanec 5	"Če se pogovarjava pred letom 90, je turizem deloval v pogojih družbene lastnine in gospodarstvo je potekalo malo drugače. Danes gledano, bi rekel, da celo boljše."	+organiziranost turizma +prepoznavnost destinacije +strategija turizma +več sodelovanja med deležniki	
Intervjuvanec 6	"Pred osamosvojitvijo govorimo o množičnem turizmu, ogromno je bilo tudi mladih (mladostniški turizem) ter posledično veliko organizirane večerne animacije."	-/+množični turizem +mladostniški turizem +več večerne animacije +igralniški turizem +redno zaposleni turistični vodniki -ni ang, fr, am in rus trga +veliko sindikalnih izletov	
Intervjuvanec 7	"Iskreno sem dokaj nov v turizmu, tako, da morda nisem pravi naslov za to vprašanje."		
Intervjuvanec 8	"Destinacija Portorož-Piran se je razvijala podobno kot ostala mesta na Jadranski obali z velikim zagonom investicij v poznih 60ih in 70ih letih. Celotna podoba Portoroža kot jo poznamo danes je nastala takrat."	-/+masovni turizem v 70ih letih +pred prvo svetovno vojno zdraviliški turizem	

Tabela P2: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 2

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Po osamosvojitvi Slovenije smo peljali turizem v isti smeri, torej masovnega turizma. Nismo se zavedali dejstva, da prihaja do alternativnih načinov potovanj. " " Velik problem pa je tudi oglaševanje. "	-letalsko prevoznitvo +prenova nekaterih hotelov (kakovost) -oglaševanje posameznih ponudnikov, ne destinacije kot celote	Po osamosvojitvi se je Slovenija kot destinacija, ukvarjala predvsem s prepoznavnostjo in privabljanjem domačih in tujih stalnih gostov. Na destinaciji Portorož-Piran je prišlo do prenove nekaterih hotelov zgrajenih v 70ih letih, kar v Piranu beležijo šele v zadnjih petnajstih letih, ko postaja mesto zaradi zaprtja starega mestnega jedra za promet, bolj atraktivno. Problem sezonskosti skušajo ponudniki reševati s pomočjo wellness in kongresnih vsebin. Prisotno je pomanjkanje povezovanja med ponudniki za namene promocije in izobraženega kadra na destinaciji. V ospredje prihajajo butični gostje z željo po inovativnih enodnevnih izletih.
Intervjuvanec 2		-prihaja do prodaje podjetij ali celo propada -/+ tuji lastniki podjetij -odpovedi	
Intervjuvanec 3	" Po osamosvojitvi nihče ni vlagal v infrastrukturo in pri tem smo ostali vse do danes. " " Drugi problem pa je povezovanje sektorja v celoto. "	-ni vlaganj v infrastrukturo +prenovljena promenada in Hotel Kempinski -ureditev starega mestnega jedra Piran -povezovanje sektorja v celoto -ni izobraženega kadra	
Intervjuvanec 4	" Imeli smo produkt 3S turizem, ki sedaj ni več zadostoval. "	-podjetja niso investirala zaslужka v objekte +nove tržne niše (kongresni turizem) -zadolženost podjetij +prenove nekaterih hotelov	
Intervjuvanec 5	" Velik problem je neprestano menjavanje lastništva in strokovnega osebja v hotelih. " " smo prešli iz neke skupne organizacije (TOP) na šest posameznih enot-hotelov. "	-ni povezovanja med turističnimi ponudniki	
Intervjuvanec 6	" pomembno vlogo odigrala skupna propaganda " " oblikovanjem prvih turističnih paketov/aranžmajev (allinclusive ali HB) " Začeli smo z nadgradnjo gastronomije in s kategorizacijo hotelov. " "Veliko delam s tovrstnimi gosti-butični, alla cart, pustolovski, doživljajski, individualni turizem. "	-neprepoznavnost zaradi osamosvojitve +skupna propaganda (npr. Na sončni strani Alp) +oblikovanje prvih turističnih paketov -problem sezonskosti +kongresni in poslovni turizem (podaljšanje sezone) +nadgradnja gastronomije in kategorizacija hotelov +novi trgi (Čehi, Poljaki) +invalidski turizem (infrastruktura) +tematski izleti +križarski gostje (Američani in Angleži) +dobra promocija v Franciji +inovativni izleti ("primi, poskusi in odnesi ") +/- Hop-on Hop-off način izleta +Hosting by locals v Padni +butični gostje	

Intervjuvanec 7	" Po osamosvojitvi je bilo obdobje okrevanja, nato je prišla konsolidacija turističnih družb pa razvoj ponudbe in produktov predvsem ob hotelski dejavnosti."	+razvoj produktov ob hotelski dejavnosti +večja vlaganja v obdobju 2004-2008 -v zadnjih letih ni vlaganj z izjemo Life Class
Intervjuvanec 8	" Po osamosvojitvi smo se nekaj časa borili, da smo nazaj pridobili tiste goste, ki smo že prej imeli " " Počasi se začne investicijski zagon, obnove teh objektov, ki so bili zgrajeni v 70ih in so bili potrebni obnove, kar se je peljalo do zgodnjih 2000. " " Posledica teh sprememb je podaljšanje sezone, ki ni bila več samo striktno vezna na poletne mesece. " " Na tej točki bi bilo potrebno opozoriti še na eno stvar in sicer destinacija Portorož in Piran zajema dva kraja z različno turistično ponudbo." " Skratka Piran ima večje možnosti za trenutne trende v turizmu kot Portorož. "	-po osamosvojitvi pridobitev zaupanja +investicije in prenova objektov +kohezijska sredstva EU -problem sezonskosti +podaljšanje sezone (wellness in kongresni turizem) +/- " Portorož vs. Piran tako blizu a tako daleč" -dolgo ni investicij v Piran +zaprtje starega mestnega jedra za promet +atraktivnost mest s kulturno tradicijo -/+rast cen nepremičnin +trenutno Piran bolj atraktiven

Tabela P3: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 3

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Kot turistična agencija, ki se ukvarja s avtobusnimi skupinami moram priznati, da smo imeli lani rekordno leto "	+za agencijo rekordno leto +teambuildingi, dogodki, tuje kolesarske skupine	Nekateri leto 2019 enačijo z rekordnim letom. Beležijo veliko število homogenih skupin, med katerimi prevladujejo kolesarske. V poletni sezoni je bilo občutiti višje cene in zasedenost kapacitet. Veliko število turistov skozi celo leto, zabriše občutek sezonskosti. Kljub pozitivni sezoni še vedno opazijo pomanjkanje sodelovanja na destinaciji.
Intervjuvanec 2	" V lanskem letu smo zelo dobro delali. "	+veliko turistov +izven sezone: lastniki ladij, Casino gostje +ni bilo občutka visoka/nizka sezona	
Intervjuvanec 3	" V prejšnjem letu nas je obiskalo veliko tujih turistov, kar je po mojem mnenju tudi zaradi spleta okoliščin in posledica aktivnosti celotne države. "	+oglaševanje celotne države (Alpe Adria Trail) +v hostlu veliko tujih srednješolcev (Nem, Avst, Švedska, Švica) +veliko e-kolesarskih skupin	
Intervjuvanec 4	" Zavedali smo se dejstva, da neka širitev namestitvenih kapacitet ne bo možna in zasedenost ni dovolj visoka, smo si za cilj zastavili povečanje zasedenosti že obstoječih kapacitet in zvišali povprečno ceno, kar smo v lanskem letu tudi dosegli. "	+povečanje zasedenosti +dvig povprečne cene +spremljanje napredkov s pomočjo anket -zaprtje hotela Histron (nižje številke zasedenosti)	
Intervjuvanec 5	" Po statističnih podatkih je bila lanska sezona kar uspešna. "	+uspešna sezona	
Intervjuvanec 6	" Ena mojih najboljših sezon, zaključene skupine, društev predvsem Italijanov, starostnikov je bilo tudi veliko. Homogene skupine, plesne skupine npr. Zumba klubi iz EU. V porastu so bile tudi arabske skupine npr. alžirski urologi že večkrat prišli. " " nimamo jasno opredeljene ciljne populacije " " Na destinaciji primanjkuje ponudbe za zabavo in animacijo, manjka informacij tudi na samem TIC-u. "	+veliko homogenih skupin +kolesarske skupine +kulinarika, degustacije in delavnice -opredelitev ciljnega segmenta -neprimerna ponudba nasproti Hotela Kmepinski -prepoznavnost destinacije -pomanjkanje ponudbe za zabavo, animacijo -premalo informacij tudi na TIC-u -pomanjkanje kapacitet za večje dogodke -ni povezanosti med turističnimi delavci	
Intervjuvanec 7	" Sezona 2019 je bila zelo podobna sezoni 2018, obe sta bili zelo uspešni. Mi se že zadnjih pet let osredotočamo na tako imenovani "shoulder season".	+uspešna sezona +izven sezonska ponudba zelo dobra +organizacija večjih dogodkov +v poletnih mesecih doseganje višjih cen +mice turizem	
Intervjuvanec 8	" To je bila ena rekordna sezona z vsemi plusi in minusi, velike zgoščenosti turizma."	+dobro poslovanje hotelov +doseganje višjih cen	

Tabela P4: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 4

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Do meseca oktobra smo naredili 90% manj kot lani. Povpraševanje je drastično padlo, tudi v poletnih mesecih smo imeli samo nekaj skupin. "	-drastičen padec povpraševanja -neizpeljani večji dogodki	Koledarsko leto 2020 lahko razdelimo na dokaj uspešno poletno sezono, kot posledica turističnih bonov in domačih turistov, na drugi strani imamo neuspešno pomlad in jesen predvsem zaradi odpovedi dogodkov. Poleg omenjenega so deležniki opazili drastičen padec tujih gostov in skupin. Domači turisti se niso posluževali izven penzijskih storitev, pogosto so bili prisotni šumi v znanju gostov o plačljivih storitvah.
Intervjuvanec 2	"Kar se gostinstva tiče, je bilo letos moč opaziti drugačne goste. " " Pri konkurenci smo videli, da so začeli s pripravo razne hitre prehrane kot so hamburgerji, pice ampak mi smo držali svoj nivo in se nismo pustili motiti. "	-upad tujih turistov -drugačen segment gostov -ni bilo napitnin zaradi plačil s kreditno kartico -nepredvidljivi gosti posledično višji stroški kadra +ponudba ostala enaka kljub drugačnem povpraševanju	
Intervjuvanec 3	" V letošnjem letu ni bilo skupin oz. minimalno, nekaj iz Slovenije tujih pa skorajda nič. " " Moram priznati, da smo pričakovali nekoliko slabšo strukturo gostov, ampak smo bili na koncu pozitivno presenečeni. "	-zelo malo skupin -/+prevladovali domači gostje -/+ sprotno opravljanje rezervacij izletov/namestitve +presenetljivo dobra struktura gostov	
Intervjuvanec 4	" Spremenili smo strukturo nacionalnosti gosta, 70%-75% je bilo Slovencev " " K visokemu obisku domačih turistov so seveda pripomogli tudi turistični boni. "	-/+pretežno domači gostje +turistični boni	
Intervjuvanec 5	" Seveda gre veliko zahvalo za obisk destinacije, pripisati tudi turističnim bonom. "	+/-po večini domači turisti +turistični boni	
Intervjuvanec 6	"V primerjavi z lansko sezono (cca 800 skupin) sem imela letos 28 skupin." "Turistični boni pa nam tudi niso nič pomagali, saj se na splošno domači gostje ne poslužujejo storitve turističnega vodenja."	-drastičen padec skupin -manjše skupine -omejeni avtobusni prevozniki (finančni ni izšlo prevažati tako majhnih skupin) -turistični boni	
Intervjuvanec 7	" Še preden je država izdala ukrep o zaprtju hotelov smo mi že imeli prazne hotele. " " Slovenci z boni rešili sezono " " slovenski gost potroši precej manj izven penzijsko "	-izgubimo italijanskega gosta -v času zaprtja hotela ni povpraševanja -odpoved dogodkov/prestavljanje +turistični boni -/+tujci predstavljali tretjino gostov +novi gostje -F&B in Wellness nižji indeks kot lani -šumi v znanju gostov o plačljivih storitvah	
Intervjuvanec 8	" več sreče kot pameti " " država z boni primarno reševala svoje investicije je imela v mislih, da mora reševati hotele, ki so v njihovi lasti "	+hoteli enako prihodkov +/-spremenjena struktura gostov +segment sobodajalcev dobro posloval -krajša sezona -izgubljena pomlad in jesen -dogodki -izven penzijska ponudba je trpela	

Tabela P5: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 5

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Računali smo na boljše drugo polovico leta, ko bi nadoknadili izgubljeno." "ko smo pričeli z delom je bil prvi korak prepričevanje ljudi, saj delamo predvsem s starejšo populacijo, ki je imela največ strahu pred virusom."	+pripravili provizorično analizo izgube +/-prestavljeni dogodki na drugo polovico leta -strah pred potovanji -neizpeljani prestavljeni dogodki +/-dvig kredita prek slovenskega investicijskega sklada	Pandemična situacija je presenetila vse akterje na destinaciji, ki niso imeli posebej zapisanih ukrepov reševanja nastalih problemov. Predvsem so upoštevali predloge vlade RS in NIJZ-ja ter se posluževali raznih finančnih pomoči, ki jih je zagotavljala RS. Poleg prestavljanja dogodkov so se delodajalci ukvarjali predvsem s problemom delovne sile. Kljub velikim pričakovanjem o razvoju novih tehnologij v turizmu, tega nismo bili deležni. Poudarek je bil tudi na sodelovanju med dobavitelji in doseganju ugodnejših cen dobrin.
Intervjuvanec 2	"Trenutno ocenjujem do smo imeli 40-50% nižje prihodke."	+bolj bogati krozniki	
Intervjuvanec 3	"Držali smo se predpisanih ukrepov s strani vlade RS." "pred poletno sezono, smo tudi znižali cene"	+predpisi vlade RS +po prvi sprostitvi naval za vikende -znižanje cen -25% izguba v primerjavi z lanskim letom +postavitev nove točke v centru Portoroža za izposajo koles	
Intervjuvanec 4	"To je bila edinstvena situacija in nekih raziskav na to tematiko ni bilo"	-vpliv globalno -svetovni padec turizma za 80% -ni bilo narejene posebne analize	
Intervjuvanec 5	"previdnost, ne pretiravat in če se že organizira prireditve v čim manjšem obsegu." "upoštevati še smernice iz strani vlade, NIJZ-ja"	-nepoznana situacija + upoštevanje smernic vlade in NIJZ-ja +manjši dogodki	
Intervjuvanec 6	"Pripravljali smo nove izlete" "Sama sem ohranjala stike s partnerji tako tujimi kot domačimi."	+ohranjanje stikov s partnerji +priprava novih izletov (sustainable tourism in hosting by locals) +povezovanje med vodniki +virtualni ogledi +ARGOS zelo aktiven	
Intervjuvanec 7	"Kar je ključno je delovna sila." "izkoristit vse ključne vire, ki so na voljo za pomoč." ". Na mehke načine smo znižali tudi število zaposlenih" "Nismo pa nikogar na silo odpuščali oz. posegali v prekinitvev pogodb za nedoločen čas."	+prestavljanje dogodkov +poraba pokvarljivih živil +vladni ukrep: nadomestilo za čakanje +dogovori z dobavitelji za nižje cene +previdnost pri zaposlovanju in mehki načini odpuščanja	
Intervjuvanec 8	"mislim da kriznega managementa ni imel nihče v strategiji." "Tehnološke rešitve, ki so se letos uporabljale zaradi Covida, so tehnološke rešitve, ki jih imamo v uporabi že vsaj deset let."	-ni kriznega managementa v strategijah -nihče ni bil pripravljen na tovrstno krizo +upoštevanje ukrepov NIJZ-ja -ni bilo razvoja v tehnologiji +večja skrb za higieno -psihološko breme kako se približati gostom -/+ marketinško nagovarjanje domačih gostov	

	" Mehke vsebine so bolj mučile hotelirje." Marketinško so nagovarjali bolj domače goste "	-padec nivoja storitev zaradi manj personala	
--	---	---	--

Tabela P6: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 6

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Nismo imeli zapisani nikakršen ukrep v tej smeri in smo se sproti prilagajali situaciji "	-ni bilo zapisanih ukrepov +/- sprotno prilagajanje	Po večini institucije niso imele zapisanih dokumentov za namen reševanja podobnih situacij in so se sproti prilagajale. Z izjemo družbe LifeClass, ki je imela vpeljan sistem za upravljanje tveganj vendar ne za primer pandemije.
Intervjuvanec 2		-ni bilo zapisanih ukrepov +/- sprotno prilagajanje	
Intervjuvanec 3		-ni bilo zapisanih ukrepov +/- sprotno prilagajanje	
Intervjuvanec 4	/	/	
Intervjuvanec 5	/	/	
Intervjuvanec 6	/	/	
Intervjuvanec 7	" Imamo nek sistem v družbi vpeljan za upravljanje tveganj " " Smo pa letos šli v prenovu tega sistema in v novem registru nabora tveganj, bo opredeljen tudi verjetnost nastanka take situacija in višina vpliva bo določena "	+vpeljan sistem za upravljanje tveganj -podobnih situacij še ni bilo +priprava novega sistema upravljanja tveganj	
Intervjuvanec 8	/	/	

Tabela P7: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 7

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Hotelirje so poleti reševali turistični boni, vendar menim, da bodo prizadeti predvsem v teh mesecih, saj je visoka obiskanost destinacije tudi v mesecu septembru in oktobru."	- organizatorji dogodkov, turistične agencije in turistični vodiči -gostinci (gostje z nižjo kupno močjo) +/-hotelirji bodo prizadeti v jesenskih mesecih	V ospredju so turistični vodniki, organizatorji dogodkov, potovalne agencije in prevozniki. Omenjeni so tudi gostinci višjega ranga, zaradi nižje kupne moči, ki so je bili letos deležni.
Intervjuvanec 2	" Najbolj so nastradali turistični vodiči, niso imeli nobene skupine s katerimi smo tudi mi delali."	-turistični vodiči in ponudniki izletov (barka)	
Intervjuvanec 3	" Kar sem opazil je to, da so veliko delali izposojevalni servisi (skuterji, skiroji, gliserji, krajše barke itd)."	-potovalne agencije in turistični vodiči +izposojevalni servisi	
Intervjuvanec 4	" Zagotovo organizatorji prireditvev, konferenc industrija srečanj."	-organizatorji prireditvev in konferenc -potovalne agencije in turistični vodniki	
Intervjuvanec 5	" šlo je za kolateralno škodo enim več drugim manj."	-gostinci, prevozniki in organizatorji prireditvev +zasebni sobodajalci in hotelirji	
Intervjuvanec 6		- turistični vodniki, avtoprevozniki in šoferji, organizatorji dogodkov, turistične agencije in ponudniki izletov, DMS (Destination Managment System)	
Intervjuvanec 7		-organizatorji dogodkov, agencije, prevozniki in letalski promet +hoteli	
Intervjuvanec 8	" Turistični vodniki absolutno, ker slovenski gost je prišel na morje, ampak ni bil ravno aktiven gost, se pravi vsa ta vodenja so odpadla."	-turistični vodniki - organizatorji dogodkov, porok, kongresov, turistični agenti -ponudniki restavracij višjega ranga	

Tabela P8: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 8

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Turisti si želijo celostnega doživetja na izbrani destinaciji in se ne zadovoljijo samo s spanjem in hrano." "da hotel še preveč poskrbi za gosta in ga na ta način "prisili", da ostane in troši samo v hotelski namestitvi." "Sam sem mnenja, da Portorož ne mora živeti brez Pirana in obratno."	+aktivni turizem -oblikovanje atrakcije po kateri bomo znani -neizkoriščeno zaledje Portoroža in staro mestno jedro Pirana -sodelovanje med akterji na destinaciji -/+razvoj butičnega turizma	Deležniki ponovno opozarjajo na pomanjkanje sodelovanja na destinaciji, katerega si želijo v prihodnje. Občina se sooča z velikim prostorskim problemom in posledično pomanjkanjem kolesarskih poti in parkirnih mest. Potreben je tudi večji nadzor nad neprijavljenimi avtodomi in počitniškimi hišami, predvsem pa nad visokim deležem zasebnih sobodajalcev. Priložnosti vidijo v razvoju aktivnega turizma, s poudarkom na kulinariki, kolesarjenju in pohodništvu. Obenem je potrebno začrtati jasne smernice razvoja turizma (masovni/individualni/butični). Pogrešajo tudi izven sezonsko dogajanje in še nekaj neizkoriščenega potenciala kot je na primer skladišče solin (Monfort). Po večini hotelirji v Portorožu poslujejo po principu polpenziona, ali so tem samopostrežnim obrokom sedaj dnevi šteti, zaradi vseh sprejetih ukrepov?
Intervjuvanec 2	"Za začetek bi predlagal še dva pomola v Piranu, da lahko pride več ljudi z barkami"	-dodatni pomoli v Piranu -dodatna parkirna mesta v garažni hiši -parkirna mesta za avtobuse v Piranu	
Intervjuvanec 3	"Še ena stvar, ki pogosto opazimo je veliko neprijavljenih hišk ali avtomobov v zaledju, kar pomeni ostrejši nadzor s strani občine nad kršitelji." "Eden izmed neizkoriščenih poslopij, je tudi skladišče solin (koncerti, razstave, delavnice itd.)."	+razvoj v smeri aktivnega turizma, pohodništva in kulinarike -ureditev infrastrukture in pešpoti -ostrejši nadzor nad neprijavljenimi avtodomi in počitniškimi hiškami -marketinška kampanja radij 500km -neizkoriščeno poslopje skladišče solin	
Intervjuvanec 4	"Ne bi spreminjal strategije razvoja turizma, saj se je izkazala kot dobra."	+razvoj v skladu z že obstoječo strategijo +pridobivanje gostov radij 100km +raznovernost produktov +domači turizem	
Intervjuvanec 5	"Seveda je prav, da so tudi počitniška stanovanja in apartmaji, ampak do nekega deleža." "Želim si tudi konsolidacije močnih hotelirjev v naši občini." "Velika omejitev je v prostoru."	-visok delež počitniških stanovanj +konsolidacija hotelirjev -pomanjkanje kolesarskih poti in parkirnih mest -omejitev v prostoru	
Intervjuvanec 6	"Potrebno je delati bolj na inovativni ponudbi (vidi, živi, odnesi)." "Destinacijo je potrebno tudi promovirati kot varno in zeleno"	-/+inovativni turizem/ponudba +degustacijske walking ture -neizkoriščeno poslopje skladišče solin -promocija destinacije kot varna in zelena +virtualne ture	
Intervjuvanec 7	"Mislim, da je veliko za narediti na dogajanju v občini Portorož-Piran" "poudarek na izven sezonski ponudbi september-november."	-več dogajanja (koncerti, dogodki itd.) -izven sezonska ponudba -ureditev infrastrukture in ponudbe na promenadi -povezava med ponudniki na destinaciji	

Intervjuvanec 8	" bilo bistveno boljše individualno prodati hotele različnimi lastnikom, kjer bi se nato ustvarila destinacijska dinamika kjer pol eden drugemu konkurirajo in na ta način dvigujejo nivo svoje kakovosti. " " bolj usmerjali v manjše, butične kongrese, team buildinge itd. " "Trendi gredo v smeri individualnega wellnessa in spremembe pri zakupu teh storitev. "	-prodaja hotelov različnim lastnikom -pomanjkanje destinacijske dinamike konkuriranja med predstavniki -ureditev ceste -jasna opredelitev ciljne populacije in vrste turizma na destinaciji (masovni/butični) -uporaba velikih kongresnih dvoran v druge namene +individualni wellness -problem masovnih bifejskih restavracij znotraj hotelov +/-razvoj alla cart restavracij znotraj hotelov
-----------------	---	--

Tabela P9: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 9

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Torej, če povzamem se je poskrbelo predvsem za hotelirje in se pozabilo na preostale ponudnike v turizmu."	+dober ukrep za hotelirje -gostje se niso posluževali izven penzijskih storitev -pozabilo na gostinske ponudnike	Turistični boni predstavljajo odlično rešitev za reševanja turizma, ki pa so žal pripomogli samo namestitvenim obratom in v manjši meri gostincem ter ostalim ponudnikom na destinaciji. Bolje bi bilo boni izkoristiti za več namenov, saj se je tako pozabilo na pomembno kulturno komponento v Piranu. Problem predstavlja tudi pozno posredovanje ukrepov in njihove veljavnosti, kar je sprožilo manjši obisk tujih gostov zaradi zasedenih kapacitet s strani domačih. Tudi ostali ukrepi (pomoč vodnikom, nadomestila za čakanje, posojila) so bili dobro sprejeti vendar tudi ti včasih pozno sprejeti/sporočeni.
Intervjuvanec 2	"Mislim, da so turistični boni pozitivni in so pripomogli tudi nam gostincem, ker če ne bi imeli med tednom prazno restavracijo."	+pripomogli tudi gostincem	
Intervjuvanec 3	"če bi se odločili za prepoved gibanja med državami pa morda ne bi niti potrebovali bonov za reševanje slovenskega turizma" "to bi pohvalil kako smo mi vzpostavili dober nadzor nad koriščenjem bonov in je redko oz. ni prihajalo do zlorab"	+najboljša možna rešitev -pomoč vodičem +dober nadzor nad koriščenjem	
Intervjuvanec 4	"Problematika bonov je bila ta, da ko so prišli so bile vse meje še zaprte in nismo sprejemali rezervacij s strani tujih turistov."	+dober ukrep za zagon turizma -pozno obvestili o ukrepu -vplivali na slabši obisk tujih gostov +višje povprečne cene namestitev +zasebne nastanitve tudi visoko zasedenost -niso zajeli industrijo poslovnih srečanj, vodnike, deloma agencije	
Intervjuvanec 5	"Za destinacijo, pa so predstavljali veliko gnečo kar je spodbudilo nezadovoljstvo tudi med domačini." "Izgleda da je v podzavesti Slovencev, Portorož še vedno morska destinacija, na katero se odpravijo, ko ne morejo drugam."	+dobra rešitev +spodbujali koriščenje dejavnosti -velika gneča in nezadovoljstvo domačinov	
Intervjuvanec 6	"Predlagali bi koriščenje bona tudi za morda ogled muzeja, saj se domač gost le tega ne poslužuje pogosto še manj pa lokalnih tur." "Zelo bi pohvalila Slovensko turistično organizacijo, ki je objavila javni poziv z namenom spodbujanja povpraševanja po storitvah turističnega vodenja v Sloveniji."	+dober ukrep za hotelirje in gostinstvo -turistični vodniki -več namenskost koriščenja bona npr. ogled muzeja -pozabilo na kulturni turizem v Piranu +pohvala STO za dejavnosti povezane k spodbujanju povpraševanja po turističnih vodenjih -pozna pobuda s strani STO	
Intervjuvanec 7	"Morda bi bilo potrebno razširiti nabor storitev, ki bi se jih lahko posluževali z bonom."	+super rešitev -potrebno razširiti nabor storitev	

	" Za nas je ključno, da je komunikacija izvajanja ukrepov pravočasna." " Načeloma se strinjam, da je bolje imeti par ukrepov in se tega držati ter ne zakomplicirati preveč z birokracijo."	-ukrepi niso bilo pravočasno izdani +ukrep 100% nadomestilo za čakanje na delo +ukrepi za financiranje preko SIT banke
Intervjuvanec 8	" Ukrep je bil iz ekonomskega vidika smiseln. Kar se tiče podpore turizmu je bil preveč enosmeren in kar se tiče izobraževanja domačega turizma tudi enosmeren." " počitniški kraji v Sloveniji zelo dobro delali"	+dober ukrep -za plačilo vstopnin in restavracij +v primerjavi s sosedi boljše ukrepe -slabši obisk v večjih mestih

Tabela P10: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 10

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Menim, da je bolje imeti večji obisk z negativnimi posledicami kot letošnji poraz v številkah obiska."	-manjši obisk -pomlad 2021 veliko stečajev gostincev/hotelirjev	Pandemija predstavlja predvsem priložnost za premislek o razvoju turizma na destinaciji. Veliko prednost predstavlja dostopnost z avtomobilom, način potovanja, ki so se ga turisti posluževali v lanski sezoni in se bodo še nekaj let. Na drugi strani priložnost tudi za vlaganje v infrastrukturo in morda razvoj novih produktov in svežih idej.
Intervjuvanec 2	"Križa bo trajala še nekaj let in ljudje še nekaj časa ne bodo potovali."	-nič pozitivnega -nekaj letna križa -manj potovanj	
Intervjuvanec 3	"Kar pogosto opažam je to, da dnevni gostje omejuje tiste, ki nas obiščejo za dlje časa."	-nič pozitivnega +reševanje problemov kot so enodnevni obiskovalci +dvig cene parkirne ure	
Intervjuvanec 4	"Zelo malo prednosti bo prinesla, mogoče miselno prednost, kjer bomo naredili "rethinking about tourism", kjer bomo začeli nekoliko bolj cenili to turistično dejavnost na naši turistični destinaciji, ki jo po mojem mnenju trenutno ne cenimo dovolj"	+premislek o pomenu turizma na destinaciji +premislek za pristojnosti (vlaganje v infrastrukturo) +nove možnosti razvoja turizma	
Intervjuvanec 5	"Morda bomo ljudje bolj previdni na zdravje, izbiro varne destinacije, predvsem glede zdravstvenih pogojev, higijene."	+večji poudarek na zdravje, higieno in varnost	
Intervjuvanec 6	"Bolj zeleno ozaveščeni in bomo cenili 0 km izdelke, katerih vrednost smo že prej poudarjali, sedaj pa toliko bolj."	+bolj povezani turistični delavci in ponudniki na destinaciji +lokalni izdelki/surovine	
Intervjuvanec 7	"Pozitivno za Portorož je morda to, da so gostje prihajali sem večinoma z avtomobili kar bo sigurno še kakšno leto ali dve ključna prednost te destinacije."	+dostopnost z avtom	
Intervjuvanec 8	"Gre za neko obdobje samorefleksije in zavedanja, da so potrebne neke strateške spremembe in nova vlaganja, razvoj vsebin."	+obdobje samorefleksije o turizmu na destinaciji -potrebna nova vlaganja, razvoj vsebin -/propad nekaterih podjetij in obenem razvoj svežih idej	

Tabela P11: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 11

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Želja po potovanjih bo, vendar menim, da bo finančno okrevanje in strah pred virusi še dolgo prisoten."	-/+ do leta 2022 +želja po potovanjih bo -strah in finančno okrevanje	Mnenja o dolgoročnosti učinkov epidemije so različna in se gibajo časovno od leta 2022-2025. Rešitev za 2021 predstavljajo predvsem domači turisti s turističnimi boni. Leto 2022 bo neke vrste preizkušnja za destinacijo, kjer se bo videlo ali je destinacija še konkurenčna na trgu in ali se bodo stalni gostje vračali.
Intervjuvanec 2	"Ne upam, da bo kriza večletna, saj računam na cepivo in bo nato vse lažje."	+/-do leta 2026 -sprva potrebno poskrbeti za osnovne potrebe nato potovanja -težave v odpiranju/zapiranju gostinskih obratov (delovna sila, promocija) +rešitev v cepivu	Rešitev za turizem predstavlja tudi cepivo in želja po potovanjih in druženju, za katero pravijo predstavniki, da bo vedno prisotna.
Intervjuvanec 3		+/-do leta 2025 +rešitev v cepivu	
Intervjuvanec 4	"Torej mi smo že pred turističnimi boni naredili en velik korak, ko smo se usmerili v domače turiste, ki je obalo videl kot umazano morje in neprivlačno destinacijo." "Torej predispozicije imamo za odličen razvoj turizma."	+/-pred 2024 +zaenkrat priložnost v turističnih bonih in domačih turistih +že narejen rezervacije domačih turistov za 2021 + marketinška kampanja Nazaj v Portorož z nostalgijo +razvoj kongresnega turizma +ponovno pridobiti stalne tuje goste (Ita, Avstrija, Nemčija)	
Intervjuvanec 5	"Glede na to, da so demokracija, svoboda in pravice na prvem mestu se bojim, da ne bo tako hitro konec."		
Intervjuvanec 6	"Nekateri kolegi svojo ponudbo spravljajo na internetno stran kot booking za sobe lahko bookiraš vodnika z raznimi izleti."	-nekje do 2024 +booking sistem za turistične vodnike	
Intervjuvanec 7	"Leta 2018, 2019 smo bili firma, ki je delala 30mio prihodkov, letos in naslednje leto pa govorimo okrog 20-22mio."	+že prilagodili z delovno silo +/-do leta 2023	
Intervjuvanec 8	"Sezona 2022 bo tista, ki bo povedala koliko je Portorož še konkurenčen kot destinacija na mednarodnem tržišču."	+rešitev 2021 so turistični boni -2022 preizkušnja konkurenčnosti +rešitev v cepljenju +želja po druženju in potovanju ljudi je velika	

Tabela P12: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 12

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	"Naša ciljna populacija so starejši, ki pridejo v Portorož na oddih in zabavo, na drugi strani imamo aktivni oz. kolesarski turizem, teambuilding turizem in pri tem tudi ostajamo."	-2019 začeli s ponudbo nadstandardnih/butičnih izletov +kulinarika, doživetja, možnost plačila dražjih storitev +kolesarski turizem +teambuildingi	Ciljni segment oz. razvoj turizma se nagiba k butičnemu turizmu za katerega je potreben dvig kakovosti storitev na sami destinaciji. Poudarek je na kulinariki in kolesarskih izletih. Potreben bo razmislek o načinu uresničitve strategije turizma, ki strmi k že prej omenjenemu butičnemu turizmu, ne nazadnje pa tudi razmislek o razvoju novih vsebin, primernih za mlade.
Intervjuvanec 2	"Med pogovori z našimi tujimi gosti sem opazil, da veliko podjetij kupujejo Kitajci, zato mislim, da bodo oni naša nova ciljna populacija v naslednjih letih."	+gostje, ki radi kakovostno jedo in so pripravljeni za to plačati +razvoj novih trgov (Kitajska)	
Intervjuvanec 3	"Naša vizija se je zato nekoliko spremenila in si želimo morda manj gostov katerim ponudimo višjo kakovost storitev, seveda se zavedamo, da je pri tem ključen dvig kakovosti."	+strmimo k kulturnemu in odgovornemu turistu +manj gostov in višjo kakovost +kolesarski turizem +segment tujih srednješolcev v namen dolgoročnega planiranja	
Intervjuvanec 4	"Letos smo naredili veliko za pridobitev domačega trga."	+privabljanje domačih turistov	
Intervjuvanec 5	"Strategijo imamo, sicer je to za nekatere skupek papirjev, ki ležijo v predalu. Eni jo podpirajo drugi malo manj, ampak tudi gre za stvar tudi lokalne politike."	-/turist ki veliko potroši +razvoj v smeri butičnega turizma (strategija turizma) -dvig kakovosti -/+dolgoročni proces	
Intervjuvanec 6	"si želim na splošno manjše skupine in morda razvit nek butični turizem, na katerem sem delala prejšnja leta"	+manjše skupine +butični turizem	
Intervjuvanec 7	"Še vedno si želimo individualnega gosta, kar bomo nadaljevali je mice turizem, verjamem da s tem lahko potegnemo sezono oz. jo lahko predčasno začnemo."	+individualni gostje +mice turizem +ni bistvenih sprememb +prenova hotela Riviera in razvoj family turizma	
Intervjuvanec 8	"Piran si želi kulturnega, izobraženega turista, dobrojedca, ki obožuje istrsko kulinariko, vina, ki se zvečer odpravi na koncert klasične glasbe in popoldneve preživlja ob branju knjige na Tartinijevem trgu v kavarni."	-/+ ciljna populacija se ni bistveno spremenila -potrebno pomladiti starostno strukturo Portoroža -potreben razvoj vsebin za mlade	

Tabela P13: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 13

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Mi imamo veliko načrtov za naslednje leto in upamo, da uresničimo vsaj polovico "	-počasno okrevanje	V koledarskem letu 2021 pričakujejo obisk domačih gostov, predvsem tistih, ki niso še izkoristili turističnih bonov v prejšnjem letu. V kolikor bo epidemija obvladovana na državni ravni in cepivo uspešno lahko pričakujemo vrnitev tujih gostov, ki pa se ne bodo približali številkami iz prejšnjih let. Kljub reševanju poletne sezone z boni, ti ne bodo zadostovali za uspešno poslovanje jeseni, zato bo potreben dodaten premislek o ponudbi in oglaševanju destinacije.
Intervjuvanec 2		+v kolikor bo cepivo bolje -ne bomo dosegli številke iz 2019	
Intervjuvanec 3	" Še vedno menim, da bo nizko povpraševanje po organiziranem turističnem doživetju. "	+neizkoriščeni boni -organizirani izleti -ameriške križarke +/-predvsem domači turisti	
Intervjuvanec 4	" prilagodili se bomo v oglaševanju, še vedno upamo, da bomo v naslednjem letu gostili srečanje Harley Davidson in določenih večjih planiranih prireditev"	-/+podobno 2020 +prilagojeno oglaševanje -/+uresničevanje večjih dogodkov	
Intervjuvanec 5		+upajmo na boljše leto kot je bilo 2020	
Intervjuvanec 6		-individualni gostje -/+domači gostje -letalski prevozi	
Intervjuvanec 7	" Ocenjujem, da bomo imeli manjši pozitiven učinek od bonov. " " V kolikor se bo izkazalo, da je cepivo pot do rešitve in se bodo ljudje opogumili, pričakujemo, da se bo lahko italijanski trg malo obudil"	-manjši pozitiven učinek od bonov +obuditev italijanskega trga ob uspešnosti cepiva -do aprila zaprti +uspešno poletje in jesen	
Intervjuvanec 8	" Glavna sezona bo rešena, za ostalo pa se bo treba bolj potruditi."	-do Velike noči ničesar +rešitev glavne sezone z boni -obvladovanje epidemije na državni ravni	

Tabela P14: Matrika zbranih odgovorov intervjuvancev za vprašanje 14

Intervjuvanec	Citati	+/-	Podobnosti
Intervjuvanec 1	" Morda bomo na začetku znižali cene za pridobitev gostov, cilj bo pokrivati fiksne stroške in ne ustvarjati bajne vsote dobička."	+v kolikor se bo trend potovanja nadaljeval si bomo opomogli +v obdobju treh let na stare tirnice +/- znižanje cen	V novem desetletju si bo destinacija popolnoma opomogla od vpliva epidemij. Potrebno je predvsem razmisliti o razvoju turizma kot celoti na destinaciji Portorož-Piran. S pomočjo povezovanja med akterji in prebivalci lahko destinaciji uspe preskok na višjo raven.
Intervjuvanec 2		+si bomo opomogli	
Intervjuvanec 3	" Potrebno bo iskati nove poti in delati moramo na združevanju oz. povezovanju med turističnimi akterji in prebivalci na destinaciji samo tako smo lahko uspešni. "	-do leta 2024-2025 bomo dosegli številke 2019 -razvoj novih produktov -povezovanje med ponudniki in prebivalci	
Intervjuvanec 4	" Potovalo se je, potuje se in potovalo se bo. "	+prišli bomo na številke izpred pandemije +prednost majhne destinacije, ki se hitro napolni	
Intervjuvanec 5		+bomo prišli na prejšnje številke	
Intervjuvanec 6	" Menim, da si bomo popolnoma opomogli in če nas ne bi ta virus zaustavil, bi bili sedaj na lepi poti oblikovanja zelene destinacije."	+popolnoma opomogli	
Intervjuvanec 7		-/+do 2024 številka iz leta 2019	
Intervjuvanec 8	" Destinacija s tako ponudbo kot jo ima ne bo konkurenčna, ker standardi se višajo." " Odvisno kaj želimo v Sloveniji in kaj želijo prebivalci Portoroža, delati celo leto za nižje plače ali delati sezonsko za višje plače in posledično dvig kakovosti ponudbe na destinaciji. "	-razmislek o ponudbi -kongresni turizem? Bo ali ne bo? -lastništvo objektov? -poslovanje skozi celo leto ali sezonsko?	

Priloga 4: Vprašalnik za lokalno prebivalstvo

Pozdravljeni. Moje ime je Renee Tripar in sem študentka na podiplomskem magistrskem študiju na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Zaključujem študij in pripravljam magistrsko delo, v katerem bom izvedla raziskavo o posledicah pandemije COVID-19 za turizem na destinaciji Portorož-Piran, zato je ključnega pomena tudi vidik lokalnega prebivalstva. Vprašalnik je anonimen in vaši odgovori mi bodo v veliko pomoč. Za sodelovanje se vam že vnaprej zahvaljujem.

BLOK (1)

Q1 - Za začetek nas zanima, ali imate vi osebno kakšne ekonomske koristi od turizma?

☐ Ne

☐ Da

IF (2) Q1 = [2] (Da)

Q2 - Na kakšen način?

Možnih je več odgovorov

☐ Zaposlitev v turizmu.

☐ Oddajanje namestitev (apartmaji, sobe).

☐ Pridelava dobrin, ki jih koristijo turisti.

☐ Drugo, prosim navedite, kaj:

IF (3) Q1 = [1] (Ne)

Q3 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami? Odgovore izbirajte med možnostmi 1-sploh se ne strinjam; 2-se ne strinjam; 3-se niti ne strinjam, niti strinjam; 4-se strinjam; 5-se popolnoma strinjam.

	1-sploh se ne strinjam	2-se ne strinjam	3-se niti ne strinjam, niti strinjam	4-se strinjam	5-se popolnoma strinjam
V naši občini prevladujejo pozitivni učinki turizma.	☐	☐	☐	☐	☐
Podpiram nadaljnji razvoj turizma na naši destinaciji.	☐	☐	☐	☐	☐
Na destinaciji opažam primere uspešnega povezovanja med	☐	☐	☐	☐	☐

turističnimi
ponudniki.

Kot
prebivalec/prebivalk
a občine Portorož-
Piran sem
seznanjen/a s
turistično ponudbo.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kot
prebivalec/prebivalk
a občine Portorož-
Piran tudi sam/a
koristim storitve
turistične ponudbe.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

BLOK (1)

Q4 - Ste trenutno vključeni v aktivnosti načrtovanja razvoja turizma na destinaciji?

☐ Ne

☐ Da

IF (4) Q4 = [2] (Da)

Q5 - Kako? Kakšni so vaši predlogi odločevalcem?

IF (6) Q4 = [1] (Ne)

Q6 - Bi želeli biti? Kaj bi predlagali odločevalcem?

Q7 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami o vplivih turizma na destinacijo Portorož-Piran v obdobju pred pandemijo. V mislih imejte obdobje od leta 2010-2019, ko še ni bilo pandemije. Odgovore izbirajte med možnostmi 1-sploh se ne strinjam; 2-se ne strinjam; 3-se niti ne strinjam, niti strinjam; 4-se strinjam; 5-se popolnoma strinjam.

	1-sploh se ne strinjam	2-se ne strinjam	3-se niti ne strinjam, niti strinjam	4-se strinjam	5-se popolnoma strinjam
Zaradi turizma imamo višje cene življenjskih dobrin.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo višje cene osebnih storitev.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma so cene stavbnih zemljišč višje.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma so cene nepremičnin višje.	☐	☐	☐	☐	☐
Turizem predstavlja večje možnosti zaposlitve.	☐	☐	☐	☐	☐
Turizem prinaša nove poslovne priložnosti majhnim in srednje velikim podjetjem.	☐	☐	☐	☐	☐
Deležni smo višjih vlaganj s strani tujih investorjev.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo večjo onesnaženost vode.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo večjo onesnaženost zraka.	☐	☐	☐	☐	☐
Pritisk na plaže pomeni večje onesnaženje priobalnega pasu.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma je več hrupa.	☐	☐	☐	☐	☐
V obdobjih večjega obiska turistov na destinaciji primanjkuje parkirnih mest.	☐	☐	☐	☐	☐

Turizem povzroča gnečo na lokalnih cestah.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo več zelenih površin (parki, rekreacijske površine itd.)	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma so javne površine bolj urejene.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma je prometna infrastruktura bolj urejena.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma ohranjamo navade in običaje.	☐	☐	☐	☐	☐
Stiki med lokalnim prebivalstvom in turisti so pretežno pozitivni.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo več prireditev.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo bolj razvito potrošniško infrastrukturo (trgovska in zabavišna središča).	☐	☐	☐	☐	☐
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije primerno.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma ne beležimo porasta kriminalnih dejanj.	☐	☐	☐	☐	☐

Q8 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami o vplivih turizma na destinacijo Portorož-Piran med pandemijo oz. v obdobju sprostitve ukrepov. V mislih imejte poletno sezono 2020, po sprostitvi ukrepov. Odgovore izbirajte med možnostmi 1-sploh se ne strinjam; 2-se ne strinjam; 3-se niti ne strinjam, niti strinjam; 4-se strinjam; 5-se popolnoma strinjam.

	1-sploh se ne strinjam	2-se ne strinjam	3-se niti ne strinjam, niti strinjam	4-se strinjam	5-se popolnoma strinjam
Zaradi turizma imamo višje cene življenjskih dobrin.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo višje cene osebnih storitev.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma so cene stavbnih zemljišč višje.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma so cene nepremičnin višje.	☐	☐	☐	☐	☐
Turizem predstavlja večje možnosti zaposlitve.	☐	☐	☐	☐	☐
Turizem prinaša nove poslovne priložnosti majhnim in srednje velikim podjetjem.	☐	☐	☐	☐	☐
Deležni smo višjih vlaganj s strani tujih investorjev.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo večjo onesnaženost vode.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo večjo onesnaženost zraka.	☐	☐	☐	☐	☐
Pritisk na plaže pomeni večje onesnaženje priobalnega pasu.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma je več hrupa.	☐	☐	☐	☐	☐
V obdobjih večjega obiska turistov na destinaciji primanjkuje parkirnih mest.	☐	☐	☐	☐	☐

Turizem povzroča gnečo na lokalnih cestah.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo več zelenih površin (parki, rekreacijske površine itd.)	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma so javne površine bolj urejene.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma je prometna infrastruktura bolj urejena.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma ohranjamo navade in običaje.	☐	☐	☐	☐	☐
Stiki med lokalnim prebivalstvom in turisti so pretežno pozitivni.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo več prireditev.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma imamo bolj razvito potrošniško infrastrukturo (trgovska in zabaviščna središča).	☐	☐	☐	☐	☐
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije primerno.	☐	☐	☐	☐	☐
Zaradi turizma ne beležimo porasta kriminalnih dejanj.	☐	☐	☐	☐	☐

Q9 - Ali je bilo v prvem letu pandemije, tj. leta 2020, moč opaziti drugačno poletno turistično sezono kot običajno?

☐ Ne

☐ Da

IF (8) Q9 = [2] (Da)

Q10 - Kako se je poletna sezona 2020 razlikovala od poletne sezone 2019?

IF (7) Q9 = [2] (Da)

Q11 - Opazite kakšne razlike med poletno sezono 2021 in 2020?

Q12 - Ste zadovoljni s trenutnim stanjem turizma na destinaciji?

☐ Ne

☐ Da

IF (9) Q12 = [1] (Ne)

Q13 - V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami o prihodnosti turizma na destinaciji Portorož-Piran? Odgovore izbirajte med možnostmi 1-sploh se ne strinjam; 2-se ne strinjam; 3-se niti ne strinjam, niti strinjam; 4-se strinjam; 5-se popolnoma strinjam.

	1-sploh se ne strinjam	2-se ne strinjam	3-se niti ne strinjam, niti strinjam	4-se strinjam	5-se popolnoma strinjam
Nadaljnji razvoj turizma je potrebno spodbujati.	☐	☐	☐	☐	☐
V prihodnje si želimo predvsem domaćih turistov.	☐	☐	☐	☐	☐
V prihodnje si želimo predvsem tujih turistov.	☐	☐	☐	☐	☐
Potrebno je vključevanje lokalnega prebivalstva v odločanje o razvoju turizma.	☐	☐	☐	☐	☐
Potrebno je izboljšati kolesarske poti.	☐	☐	☐	☐	☐

Potrebno je izboljšati sprehajalne poti.	☐	☐	☐	☐	☐
Potrebno je oblikovati ponudbo, ki bi turiste na destinacijo pritegnila izven glavne poletne sezone.	☐	☐	☐	☐	☐
Potrebno je oblikovati več ponudbe za mlade.	☐	☐	☐	☐	☐
Potreben je razvoj trajnostnega turizma (odgovornega turizma-spoštuje potrebe okolja in ljudi, ki tam živijo, pa tudi lokalnega gospodarstva in obiskovalcev).	☐	☐	☐	☐	☐
Potrebna je digitalizacija turistične ponudbe destinacije.	☐	☐	☐	☐	☐
Vladni turistični boni omogočajo preživetje turističnih ponudnikov na destinaciji.	☐	☐	☐	☐	☐
Turistični boni so leta 2020 omogočali koriščenje preozkega nabora storitev.	☐	☐	☐	☐	☐
Turistični boni v leto 2021 omogočajo koriščenje preširokega nabora storitev.	☐	☐	☐	☐	☐

BLOK (10)

Q14 - Za konec vas prosim še za nekaj vaših osebnih podatkov.

(10)

Q15 - Spol

☐ Moški

☐ Ženski

BLOK (10)

Q16 - Navedite vašo dopolnjeno starost v letih: _____

BLOK (10)

Q17 - Kakšen je vaš trenutni status?

- ☐ Dijak
- ☐ Študent
- ☐ Zaposlen/a
- ☐ Samozaposlen/a
- ☐ Brezposelni/Brezposelna
- ☐ Upokojenec/Upokojenka
- ☐ Drugo, prosim navedite, kaj:

BLOK (10)

Q18 - Kakšna je vaša zadnja zaključena stopnja izobrazbe?

- ☐ Osnovna šola
- ☐ Dve- ali triletna poklicna šola
- ☐ Štiriletna srednja šola
- ☐ Višja ali strokovna šola
- ☐ Univerzitetna diploma
- ☐ Magisterij
 - ☐ Doktorat

Priloga 5: Tabele statističnih preizkusov (SPSS izpis)

Tabela P15: H2: preizkus hi-kvadrata med spremenljivkama »osebna korist od turizma« ter »zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma na destinaciji«

Par spremenljivk	χ^2	df	p
Osebna korist - Zadovoljstvo	0.0279	1	0.867

Vir: lastno delo.

Tabela P16: H3: preizkus hi-kvadrat med spremenljivkama »vključenost v razvoj turizma« ter »zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma«

Par spremenljivk	χ^2	df	p
Vključenost - Zadovoljstvo	0.149	1	0.699

Vir: lastno delo.

Tabela P17: H4: preizkus hi-kvadrat med spremenljivkama »izobrazba« ter »zadovoljstvo s trenutnim stanjem turizma«

Par spremenljivk	χ^2	df	p
Izobrazba – Zadovoljstvo	6.88	5	0.230

Vir: lastno delo.