

RAZPRAVE**ZNAČILNOSTI TURISTIČNEGA OBISKA SLOVENSКИH OBČIN
GLEDE NA DRŽAVNI IZVOR TURISTOV**

AVTOR

dr. Dejan Cigale

Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani, Aškerčeva cesta 2, SI – 1000 Ljubljana, Slovenija
dejan.cigale@ff.uni-lj.si

UDK: 911.3:338.483(497.4)

COBISS: 1.01

IZVLEČEK

Značilnosti turističnega obiska slovenskih občin glede na državni izvor turistov

Prispevek analizira podatke o prihodih turistov v slovenskih občinah. Osredotoča se na vprašanje, v kolikšni meri je turistični obisk bolj ali manj heterogen glede na državni izvor turistov, ki obišejo te občine, in kateri dejavniki vplivajo na to. V ta namen so bili uporabljeni podatki Statističnega urada RS za leto 2008. Analiza je pokazala, da na prihod turistov iz velikega števila držav med drugim vplivajo naslednji dejavniki: nadpovprečna poznanost destinacije, bližina najpomembnejših prometnic (avtocest) in turistična ponudba (turistične privlačnosti), ki je zanimiva za različne skupine turistov in ki pritegne tudi obiskovalce iz bolj oddaljenih držav.

KLJUČNE BESEDE

prihodi turistov, turistični obisk, Slovenija, slovenske občine, državna pripadnost turistov

ABSTRACT

Characteristics of the tourist visitation of Slovenian municipalities in regard to tourists' country of origin

The paper analyzes data on tourist arrivals in Slovenian municipalities. It focuses on the question to what extent the structure of tourist arrivals is more or less heterogeneous in regard to the nationality of tourists visiting these municipalities and which factors influence it. For this purpose data of the Statistical Office of the Republic of Slovenia for the year 2008 were used. Analysis of the data showed that the following factors are among the ones that influence the arrival of tourists from large number of countries: above-average awareness of the destination, proximity of the most important traffic routes (highways) and tourism supply (tourist attractions), which is of interest for different tourist segments and which attracts also tourists from far-away countries.

KEY WORDS

tourist arrivals, tourist visitation, Slovenia, Slovenian municipalities, nationality of tourists

Uredništvo je prispevek prejelo 26. avgusta 2010.

1 Uvod

Število turistov v Sloveniji je zadnja leta zmeroma naraščalo, z letom 2009 pa se je ta trend zaradi gospodarske krize zaustavil. Število prihodov turistov se je leta 2008 (2.766.194 prihodov) približalo največjemu doslej zabeleženemu številu iz sredine osemdesetih let (leta 1986 2.821.396), leta 2009 pa je rahlo upadlo (2.722.002 prihodov). Razmerje med domačimi in tujimi turisti je zadnja leta izrazilo v prid slednjih in leta 2008 so tuji turisti prispevali kar 64 % prihodov.

Struktura obiska tujih turistov glede na njihovo državno pripadnost je razmeroma pestra. Praktično ves čas po osamosvojitvi Slovenije (pa tudi že prej) se na prvih treh mestih po svoji številčnosti in številčnosti svojih prenočitev izmenjavajo turisti iz Italije, Avstrije in Nemčije, ki skupaj zabeležijo okrog četrtno vseh prenočitev in blizu polovice vseh tujih prenočitev. Če glede števila prenočitev tujih turistov primerjamo deleže treh najpomembnejših tujih turističnih trgov v Sloveniji in sosednjih državah, je situacija v Sloveniji dokaj primerljiva s stanjem v Madžarski in Italiji, kjer sta bila leta 2006 ustrezna deleža 42 in 45 % (Panorama on tourism 2008). V Sloveniji je bil v istem letu ta delež 48 %. Precej večja odvisnost od turistov iz posameznih držav je npr. značilna za sosednjo Avstrijo, kjer so zdaleč najpomembnejši nemški turisti, ki so leta 2006 prispevali kar 52,9 % vseh prenočitev tujih turistov (Panorama on tourism 2008).

Informacija o državnem poreklu turistov je vredna pozornosti z več vidikov. Različne raziskave so ugotovile pomembne razlike v ravnanju, motivih in percepcijah turistov iz različnih držav. Tako so npr. Mykletun in sodelavci (2001) ugotavljali, da je bila država prebivališča najpomembnejši dejavnik, ki je vplival na razlikovanje med turisti, ki so malo ali veliko trošili, bili bolj ali manj zadovoljni s turistično ponudbo ter z večjo ali manjšo verjetnostjo nastopali kot ponovni obiskovalci. V primeru Tajske so bile prisotne razlike med turisti različnih nacionalnosti glede preferenc pri izbiri hotelov in destinacij (Vieregge in sodelavci 2008). Maozova (2007) je ugotovila razlike v ravnanju izraelskih nahrbtnikarjev v primerjavi s podobnimi turisti iz drugih (zlasti evropskih in severnoameriških) držav. Razlike med turisti iz različnih držav v potovalnih stilih, preferencah in vzorcih ravnanja so pokazale tudi številne druge raziskave (npr. Becken, Gnoth 2004; Johns, Gyimóthy 2002; Pizam, Sussman 1995). Gursoy in Umbreit (2004) sta opozorila tudi na razlike med turisti iz različnih držav Evropske unije pri iskanju informacij o potencialnih ciljnih. O razlikah pri ravnanju in mnenjih turistov iz različnih držav pričajo tudi rezultati ankete, ki jo izvaja Statistični urad Republike Slovenije med tujimi turisti (Anketa o tujih turistih ... 2009).

Tuji turisti zelo različno obiskujejo posamezna območja Slovenije. Turisti iz nekaterih držav prenočujejo v občinah vsepovsod po Sloveniji, za druge pa je značilna precejšnja koncentracija le na razmeroma maloštevilnih območjih. Rezultat tega so tudi precejšnje razlike med posameznimi območji glede tega, v kolikšni meri prevladujejo turisti iz posameznih držav.

Pričujoči prispevek obravnava turistični obisk po slovenskih občinah. V okviru tega bo analiziral njegove značilnosti ob upoštevanju državnega izvora turistov, ki tam prenočujejo. Posvetil se bo vprašanju, v kolikšni meri je za obisk po občinah značilna večja ali manjša heterogenost turističnega obiska glede na državno pripadnost turistov in s katerimi dejavniki je povezana.

Za analizo turističnega obiska so bili uporabljeni podatki Statističnega urada Republike Slovenije po občinah za leto 2008, ker so bili v času izvedbe analize najnovejši, ki so bili na voljo, poleg tega pa so tudi bolj tipični za obdobje zadnjega desetletja, saj je gospodarska kriza leta 2009 spremenila nekatere značilnosti turističnega obiska.

2 Državni izvor turistov in značilnosti turističnega obiska po občinah

V Sloveniji smo, kot že povedano, leta 2008 zabeležili 2.766.194 prihodov turistov, med katerimi so prevladovali prihodi domačih turistov (994.957 prihodov, kar je predstavljalo 36 % vseh prihodov),

sledili pa so prihodi turistov iz Italije, Avstrije, Nemčije in Hrvaške. Kar trideset je bilo držav, iz katerih je bilo zabeleženih več kot 10.000 prihodov turistov, skupni delež prihodov turistov iz vseh teh 30 držav pa je bil 96,0 %. Potemtakem so 4 % prihodov prispevali turisti iz zelo številnih, v veliki meri pa zelo oddaljenih držav, iz katerih v Slovenijo prihajajo le redki turisti (npr. Kanada, Južna Koreja, Brazilija ...) ali pa je šlo za manj (a še zmeraj nadpovprečno) oddaljene države, ki pa po številu prebivalcev ne sodijo med večje (npr. Portugalska, Latvija, Estonija, Malta ...).

Preglednica 1: Prihodi turistov glede na njihov državni izvor (Slovenija 2008; Statistični urad Republike Slovenije; opomba: navedeni so le podatki za deset najpomembnejših držav).

	prihodi turistov	% vseh prihodov	kumulativni %
Slovenija	994.957	35,97	35,97
Italija	376.133	13,60	49,57
Nemčija	196.077	7,09	56,66
Avstrija	195.195	7,06	63,72
Hrvaška	106.901	3,86	67,58
Združeno kraljestvo	79.499	2,87	70,45
Nizozemska	61.630	2,23	72,68
Francija	58.697	2,12	74,80
Madžarska	52.500	1,90	76,70
Češka	46.526	1,68	78,38

Kot prikazuje slika 1, v daleč največ slovenskih občinah predstavljajo številčno najmočnejšo skupino turistov domači turisti. Takšnih občin je bilo 105 (v eni izmed njih je bilo zabeleženo enako število prihodov slovenskih in avstrijskih turistov), med njimi pa so tako nekatere z največjim številom turistov (Piran, Moravske Toplice, Brežice, Kranjska Gora, Izola ...) kot številne druge, kjer je turistični obisk tako rekoč zanemarljiv (npr. Rogatec, Gornji Grad, Trbovlje ...). Na drugem mestu po svojem številu so občine, v katerih je največ prihodov italijanskih turistov (npr. Nova Gorica, Sežana, Bled ...). Takšnih občin je bilo 18, med njimi pa prevladujejo občine v jugozahodnem delu države, kjer je pomemben dejavnik bližina italijanske meje. V 15 občinah je bilo največ prihodov nemških turistov (v eni izmed njih, Trebnje, je bilo število prihodov nemških in bolgarskih turistov izenačeno), a večinoma je šlo za občine z majhnim turističnim obiskom. Glede tega je bila edina prava izjema Radovljica z 11.945 prihodi turistov leta 2008. Turisti iz katere izmed drugih držav so prevladovali le v zelo majhnem številu občin. Kar 56 je bilo občin, v katerih po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije ni bil zabeležen niti en sam prihod turista.

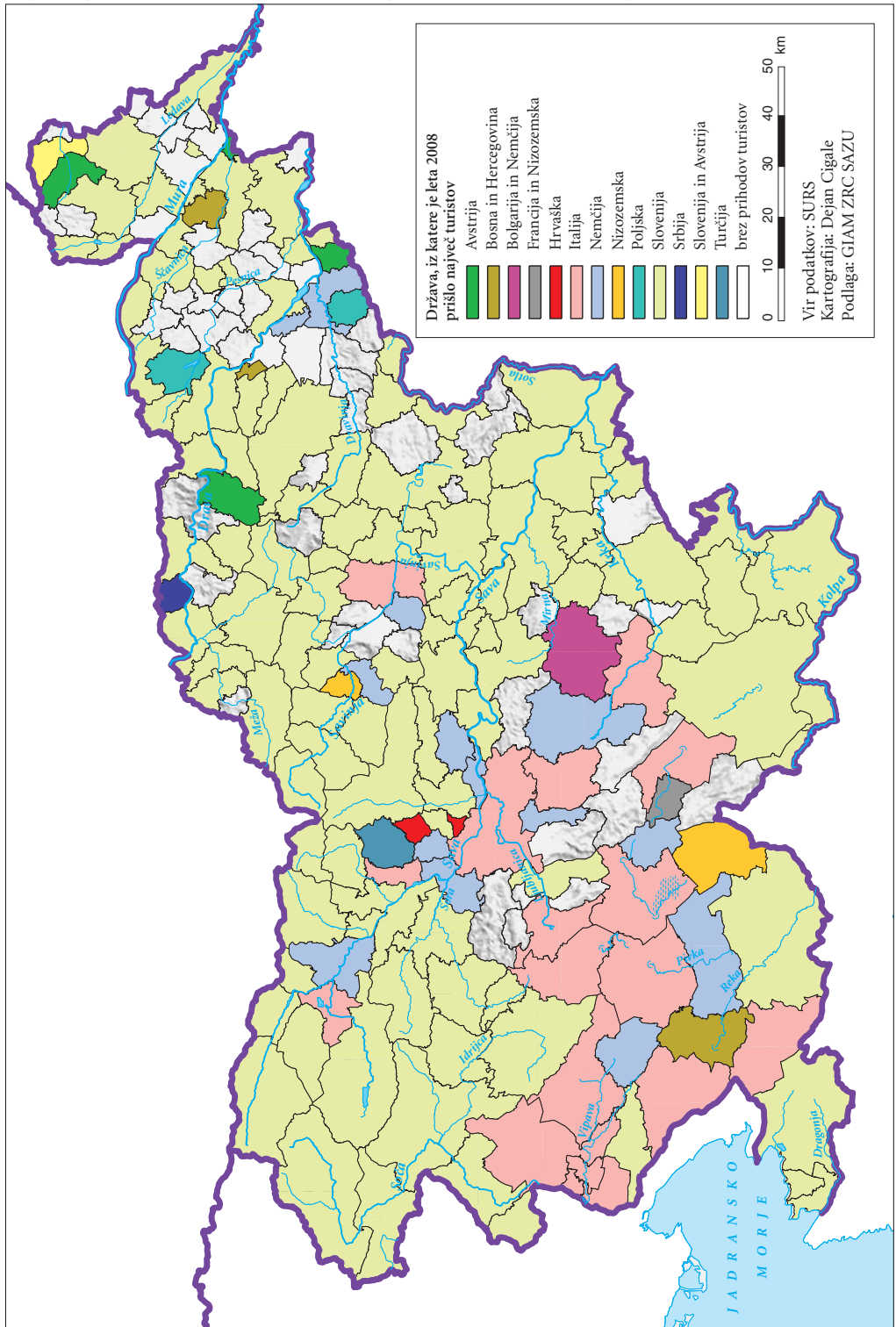
Izrazitost prevlade turistov iz posameznih držav se med občinami močno razlikuje. V številnih občinah predstavljajo turisti iz ene države veliko večino vseh turistov, v drugih pa gre le za njihovo relativno prevlado in za razmeroma zelo nizke odstotke, ki marsikdaj niso niti 20 % (npr. Ljubljana, Postojna, Bled, Kranj, Domžale, Lukovica ..., slika 2).

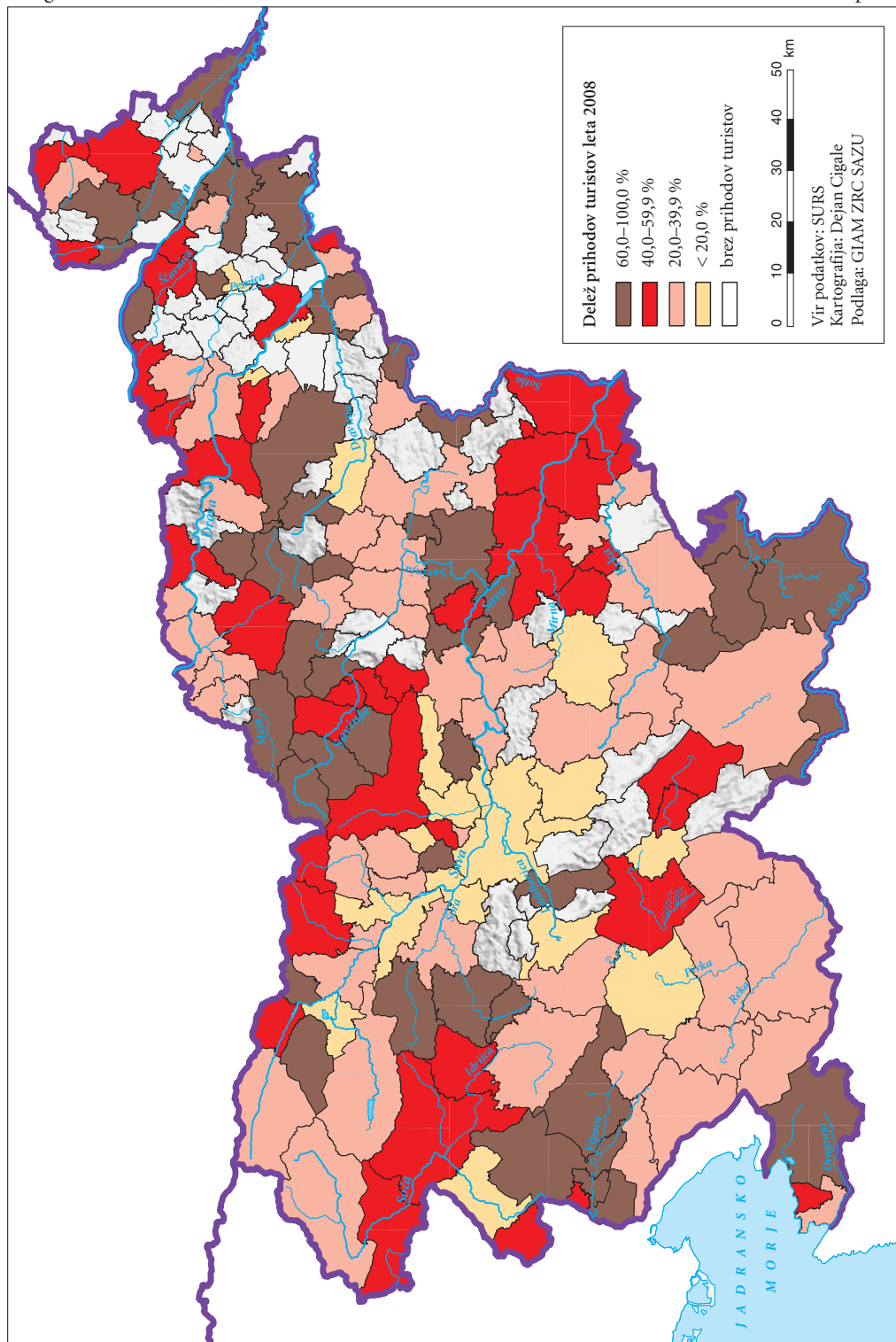
Med občinami, v katerih so izrazito prevladovali turisti iz ene same države, so bile tudi tri, v katerih so leta 2008 zabeležili le prihode turistov iz ene države, a v vseh treh primerih (Moravče, Rogatec, Razkrižje) je šlo za občine z izredno majhnim turističnim obiskom. V 23 občinah je bil delež priho-

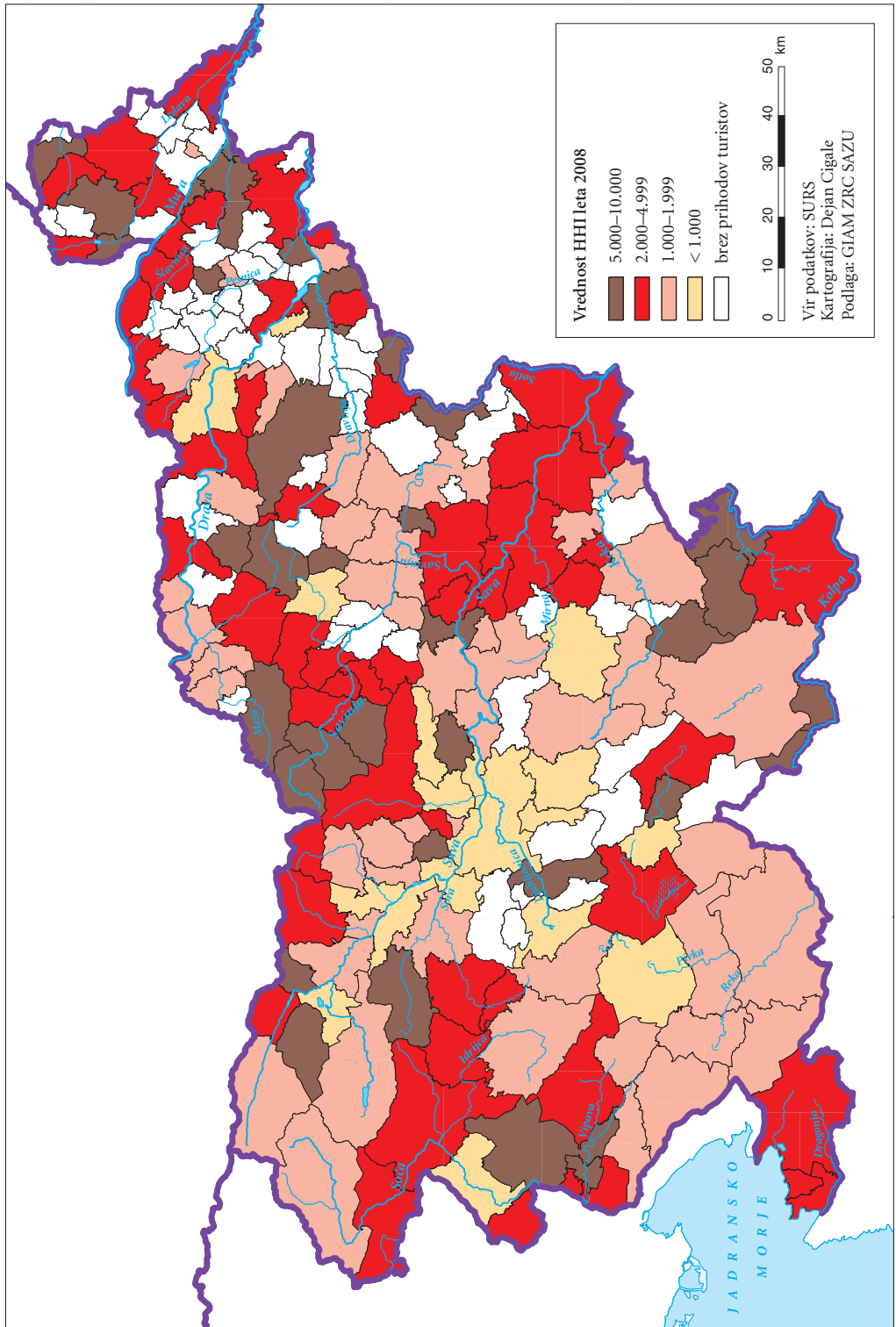
Slika 1: Občine glede na državo, iz katere prihaja največ turistov. ► str. 12

Slika 2: Delež prihodov turistov iz države, iz katere prihaja največ turistov, po občinah leta 2008 ► str. 13

Slika 3: Koncentracija turističnega obiska glede na državno pripadnost turistov (vrednost HHI-ja) po občinah leta 2008. ► str. 14







dov turistov iz najpomembnejše izvorne države 75 % in več. Med temi občinami sta bili le dve z večjim turističnim obiskom (več kot 10.000 prihodov leta 2010), in sicer Veržej (86,6 % prihodov turistov so predstavljali prihodi slovenskih turistov) in Dobrna (75,9 % je bilo prihodov slovenskih turistov). V veliki večini teh občin so bili prevladujoča skupina ravno turisti iz Slovenije, izjemo pa so večino predstavljale samo občine s tako rekoč zanemarljivim turističnim obiskom.

Ti podatki pričajo o tem, da je za številne občine značilna izrazita koncentracija turističnega obiska zgolj iz ene same države. Vseeno pa podatek o deležu turistov iz ene države sam po sebi ne pove veliko o značilnostih turističnega obiska. Kot mera koncentracije je bil tako uporabljen tudi Herfindahl-Hirschmanov indeks (glej npr. Owen in sodelavci 2006), ki lahko v primeru največje možne koncentracije doseže vrednost 1 oziroma 10.000 – slednje v primeru, da so odstotki izraženi kot cele številke, kar je bilo storjeno tudi v obravnavanem primeru. Pri občinah, za katere je značilna velika koncentracija obiska turistov le iz nekaj držav, so bile vrednosti indeksa visoke in so v skrajnih primerih (občine, ki so zabeležile le prihode turistov iz ene same države) dosegle 10.000, pri občinah z zelo heterogeno nacionalno strukturo turistov pa so bile vrednosti najmanjše, in sicer pod 1000. Indeks je bil izračunan po naslednji formuli:

$$HHI = \sum_{i=1}^n d_i^2$$

kjer je d_i delež (v %) turistov iz vsake države.

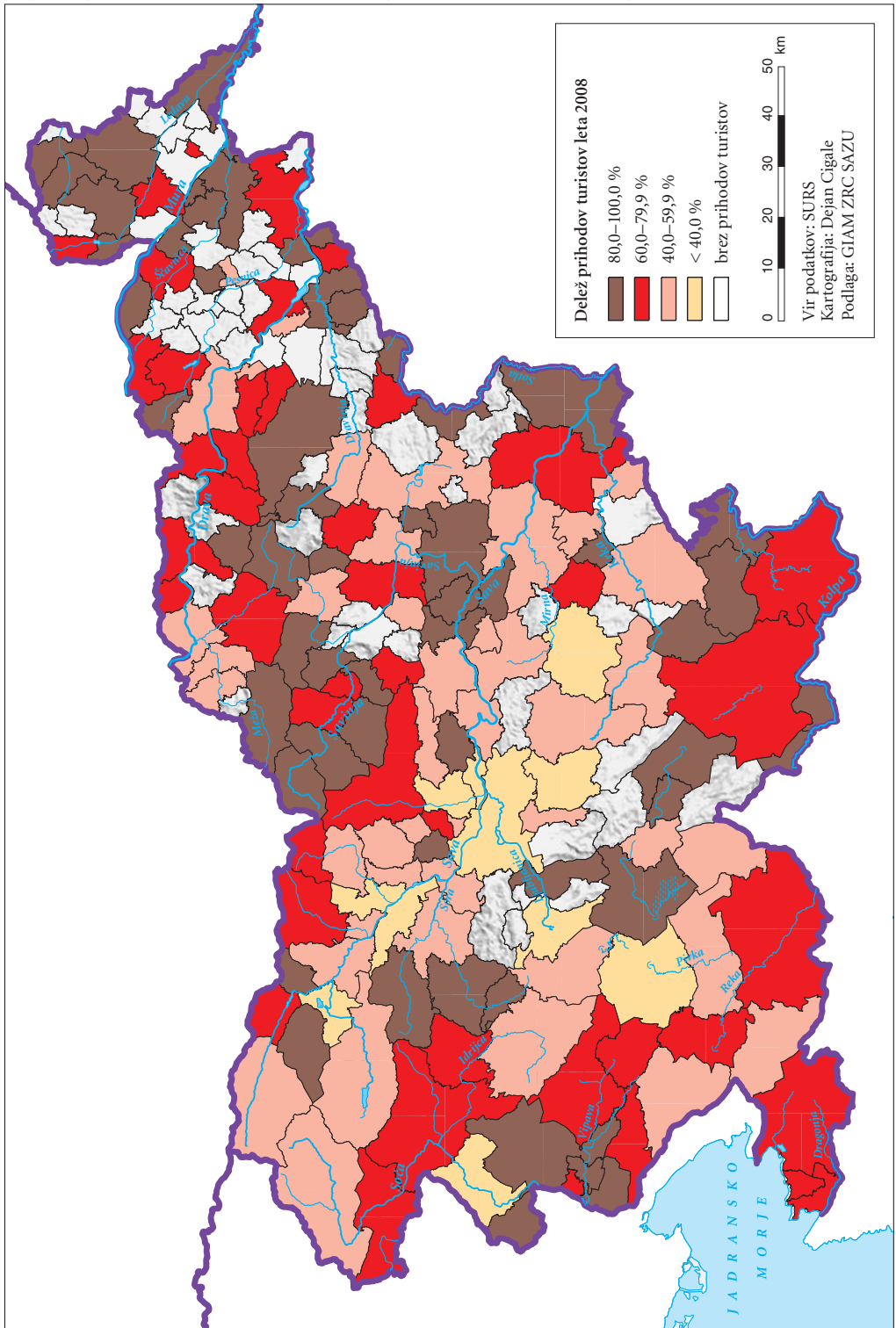
Pri izračunu so bile upoštevane tudi nekatere združene kategorije, ki jih Statistični urad Republike Slovenije uporablja oziroma objavlja na svoji spletni strani (npr. »druge afriške države«), kar pa je na vrednost Herfindahl-Hirschmanovega indeksa (HHI) vplivalo le zanemarljivo.

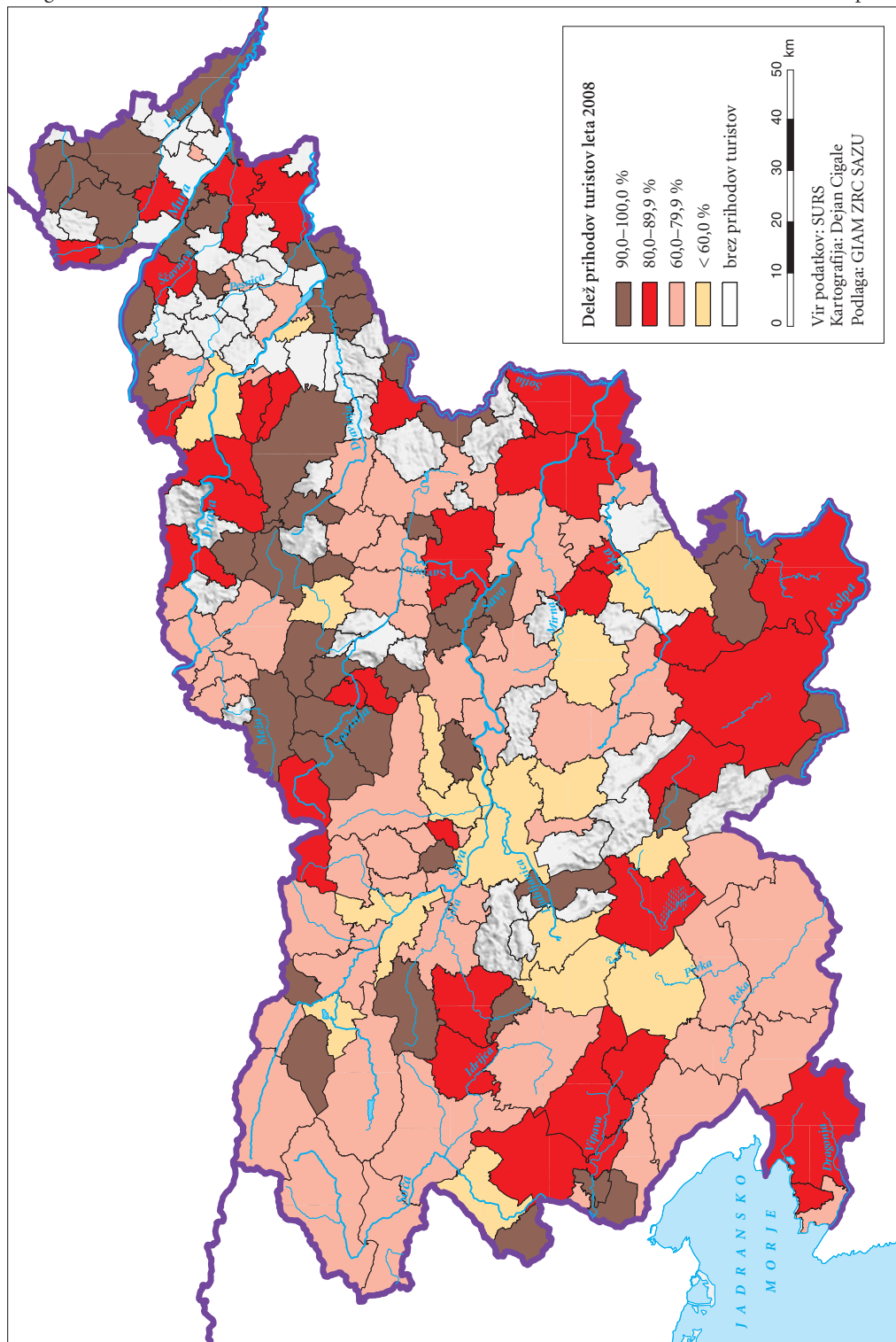
Preglednica 2: Občine z najnižjimi vrednostmi Herfindahl-Hirschmanovega indeksa.

občine	HHI
Ljubljana	524,8
Grosuplje	640,3
Bled	662,4
Trebnje	663,9
Kranj	672,6
Domžale	675,2
Postojna	675,3
Vrhnika	705,8
Kanal	842,3
Hajdina	867,3
Dol pri Ljubljani	918,8
Bloke	926,5
Maribor	932,1
Škofljica	933,5
Velenje	967,3
Lukovica	971,5
Medvode	974,7

Slika 4: Skupni delež prihodov turistov iz treh držav, iz katerih prihaja največ turistov, po občinah leta 2008. ► str. 16

Slika 5: Skupni delež prihodov turistov iz petih držav, iz katerih prihaja največ turistov, po občinah leta 2008. ► str. 17





Preglednica 2 prikazuje občine z najnižjimi vrednostmi HHI-ja. Pri tem gre za občine z največjo heterogenostjo turističnega obiska glede na državno pripadnost turistov. Najnižjo vrednost HHI-ja (524,8) ima Ljubljana, pri še 16 občinah pa ostane pod 1000. Med temi občinami sta dve izmed vodilnih slovenskih turističnih občin (Ljubljana, Bled), ostale pa po svojem pomenu precej zaostajajo. Med 17 občinami z vrednostmi HHI-ja pod 1000 so tudi štiri, ki so leta 2008 zabeležile manj kot 1000 prihodov turistov (Trebnje, Kanal, Dol pri Ljubljani, Bloke). Na drugi strani imamo nekaj občin (Črna na Koroškem, Gornji Grad, Moravče, Razkrižje, Ribnica na Pohorju, Rogatec) z zelo visokimi vrednostmi HHI-ja (nad 9000), katerih skupna lastnost je bilo tudi zelo majhno število prihodov leta 2008.

Ker so dobljene vrednosti indeksa same po sebi manj nazorne, so bili dodatno izračunani tudi kumulativni deleži prihodov turistov iz treh oziroma petih najpomembnejših držav, ki so predstavljeni na slikah 4 in 5.

3 Heterogenost turističnega obiska in vloga izbranih vplivnih dejavnikov

V nadaljevanju bo pozornost namenjena vprašanju, kateri dejavniki vplivajo na večjo heterogenost turističnega obiska posameznih občin glede na državno pripadnost turistov. Pričakovati je mogoče, da so prisotni vplivi več dejavnikov, na tem mestu pa bodo obravnavani naslednji:

- **Prometna lega:** Ugodna prometna lega pomeni lažji dostop za turiste z različnih izvornih območij, ki želijo zaradi določenega razloga obiskati izbrano turistično območje, hkrati pa vpliva tudi na prisotnost tranzitnega prometa. Kot posledico slednjega lahko pričakujemo tudi prihode večjega števila turistov iz različnih držav, ki jim območje ne predstavlja cilja turističnega potovanja, ampak zgolj vmesno točko postanka.
- **Prepoznavnost:** Slabše poznana območja so znana le na ožjem območju in jih zato obiskujejo predvsem turisti iz določene regije, države ali pa nekaj bližnjih držav, dobro prepoznavni turistični cilji pa že zaradi svoje večje poznanosti pritegnejo tudi turiste z bolj oddaljenih območij, kar prispeva k večji heterogenosti turističnega obiska. Poznanost je hkrati povezana tudi s stopnjo privlačnosti; izrazito nadpovprečno privlačni kraji oziroma območja so običajno tudi bolje poznani.
- **Značilnosti turistične ponudbe v povezavi z motivi turistov:** Turisti s posebnimi motivi so pripravljene za pot do cilja porabiti več denarja in časa oziroma potovati dlje kot pa turisti, katerih motive (npr. želja po miru in sprostitvi) lahko zadovoljijo tudi številni turistični kraji v relativni bližini doma. Potemtakem imajo kraji s takšno vrsto turističnih privlačnosti, ki pritegnejo turiste s širšega območja, posledično tudi bolj pestro nacionalno sestavo turistov. Na slednjo vpliva tudi večja raznovrstnost obstoječe turistične ponudbe, katere rezultat je prihod turistov z različnimi motivi.

Da bi ugotovili, ali omenjeni dejavniki dejansko vplivajo na večjo pestrost turističnega obiska, so bili podrobneje analizirani podatki za vseh 154 občin, ki so leta 2008 zabeležile vsaj en prihod turista, ostale občine pa so bile iz nadaljnje analize izključene, saj gre za občine, za katere podatki niso bili na voljo (zaradi tega, ker v njih ni nastanitvenih zmogljivosti ali pa ker s tem povezanih podatkov niso sporočili Statističnemu uradu RS). Podatki oziroma izračuni, ki govorijo o večji ali manjši koncentraciji obiska turistov iz različnih držav (HHI, kumulativni odstotni deleži treh oziroma petih držav, iz katerih prihaja v občino največ turistov), so bili primerjani s kazalniki, s katerimi smo poskušali kvantitativno zajeti zgoraj navedene dejavnike ter na ta način ugotoviti morebitno povezanost.

3.1 Prometna lega

Med občinami z najbolj heterogeno strukturo turistov glede na njihovo državno pripadnost je tudi vrsta občin brez posebnih turističnih privlačnosti in z razmeroma skromnim turističnim obiskom, za katere pa je značilna ugodna prometna lega, ki vpliva na prisotnost tranzitnih turistov. Večina tujih turistov pride v Slovenijo z osebnim avtomobilom. Tako je bil leta 2006 skupen delež avta, kombija in avtodoma kar 64,5 % (Anketa tujih turistov ... 2009). Osebni avto je tudi glavno prostočasno potovalno

sredstvo slovenskih turistov (leta 2008 je bil osebni avto glavno prevozno sredstvo pri 84,1 % vseh zasebnih turističnih potovanj; Turistična potovanja domačega prebivalstva ... 2009). Zaradi navedenega igra z vidika bolj ali manj ugodne prometne lege glavno vlogo prisotnost avtocest. Njihov vpliv na večjo heterogenost turističnega obiska (prihode turistov iz večjega števila držav) je bil analiziran tako, da so bile občine razdeljene v dve skupini glede na to, ali čez njihovo ozemlje poteka avtocesta. Ker je nekaj primerov občin, ki jih avtocesta sicer ne prečka, vendar poteka v njihovi neposredni bližini (npr. Bled, Prebold, Miklavž na Dravskem polju ...), je bil upoštevan polkilometrski pas ob avtocesti (pol kilometra na vsako stran avtoceste). Glede na doslej povedano je bilo mogoče pričakovati manjšo heterogenost turističnega obiska v tistih občinah, čez katere ta pas ne poteka. V naslednji fazi so bili za obe skupini občin izračunani povprečni HHI ter povprečni kumulativni odstotni deleži treh oziroma petih najpomembnejših izvornih držav.

Preglednica 3: Povprečne vrednosti izbranih kazalnikov v občinah z avtocesto oziroma brez nje.

	občine, ki jih prečka polkilometrski pas ob avtocestah (n = 53)	občine, ki jih polkilometrski pas ob avtocestah ne prečka (n = 101)
HHI	2314,00	3776,84
kumulativni delež (%) prihodov turistov iz treh najpomembnejših izvornih držav	60,12	76,03
kumulativni delež (%) prihodov turistov iz petih najpomembnejših izvornih držav	71,42	85,07

V preglednici 3 so predstavljeni izračuni, ki kažejo na precejšnjo razliko med obema skupinama občin. Povprečni HHI je v primeru občin brez avtoceste (oziroma zunaj polkilometriškega pasu ob avtocesti) kar 3777, v primeru ostalih občin pa le 2314. Tudi ustrezni kumulativni deleži so precej nižji pri občinah z avtocesto. V primeru upoštevanja kumulativnega deleža turistov iz treh najpomembnejših držav je razmerje kar 60,1 : 76,0.

Dodatno je bil izračunan tudi rb (*rank biserial correlation*; glej npr. Glass 1965; Newson 2008) kot mera povezanosti med ordinalnimi in dihotomnimi spremenljivkami, v tem primeru med stopnjo koncentracije obiska turistov glede na njihovo državno pripadnost (HHI) ter lego ob avtocesti. Izračunan je bil po formuli:

$$rb = (2/n)(\bar{y}_1 - \bar{y}_0)$$

kjer je y_1 povprečen rang enot, ki imajo vrednost dihotomne spremenljivke 1, in y_0 povprečen rang enot, ki imajo vrednost dihotomne spremenljivke 0. Izračunana vrednost rb je bila $-0,466$ (najmanjša možna vrednost pri negativnih povezavah je $-1,0$), kar kaže na precejšnjo negativno povezavo med spremenljivkami. Hkrati to opozarja na dejstvo, da ugodna prometna lega (bližina avtoceste) pozitivno vpliva na obisk turistov iz večjega števila držav oziroma bolj pestro sestavo turističnega obiska.

3.2 Prepoznavnost turističnih krajev

Turisti iz oddaljenih držav obiskujejo manjši spekter različnih turističnih krajev oziroma občin (kar je povezano tudi z njihovim manjšim številom), pri tem pa obiskujejo predvsem nadpovprečno privlačna oziroma prepoznavna območja. Tako so v Sloveniji po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije leta 2008 zabeležili prihode avstrijskih turistov v 132 občinah in prihode turistov iz Italije v 131 občinah, na drugi strani pa so turisti iz ZDA obiskali 101 občino, turisti iz Japonske pa le 57 občin.

Nacionalna sestava turistov v najbolj poznanih turističnih krajih je pestra. Turistom iz bližnjih držav se pridružijo tudi turisti iz bolj oddaljenih, ki so pripravljene prepotovati večjo razdaljo le ob ustreznih velikih privlačnostih. V teh krajih so tako pogosto nadpovprečno zastopani obiskovalci iz držav, katerih število je na ravni Slovenije razmeroma skromno (npr. turisti iz ZDA ali Rusije). Kot kažejo uporabljeni podatki, sta za turiste iz bolj oddaljenih držav v Sloveniji zanimiva predvsem Ljubljana in Bled, ki se jima potem pridružijo še nekatera maloštevilna druga območja. Na drugi strani lahko v manj poznanih krajih pričakujemo dosti večjo koncentracijo obiska turistov iz le nekaterih držav.

Na večjo prepoznavnost turističnih krajev ali območij vplivajo različni informacijski viri, vključno z ustnimi, pri tem pa imajo zelo pomembno vlogo tudi turistični vodniki (glej npr. Gursoy, Umbreit 2004; Sørensen 2003). Tako je bila kot kazalnik prepoznavnosti uporabljena pogostost omenb v turističnih vodnikih in na vsebinsko sorodnih spletnih straneh. Bolj poglobljena tovrstna analiza bi bila zelo zamudna, zato je bilo izbranih le 9 tujih vodnikov (in spletnih strani), ki sodijo med bolj priljubljene. Glede na to, da je bil namen zgolj izluščiti najbolj prepoznavne slovenske turistične kraje smo sodili, da bo zadoščal tudi takšen omejen izbor. Velika večina izbranih vodnikov je bilo angleških, saj imajo največji doseg in jih uporabljajo tudi turisti z drugih jezikovnih področij, za primerjavo pa je bil vključen tudi en nemški (Amode, 2002). Tudi površna primerjava z vsebino nekaterih vodnikov v drugih jezikih (francoski, italijanski) je pokazala, da se v grobem poudarki ne razlikujejo. Tako so bili turistični kraji (in s tem občine, v katerih ležijo) razvrščeni v skupino večkrat in manjkrajkrat omenjanih oziroma bolj in manj znanih. V primeru vodnikov, ki obravnavajo širše regije (npr. Srednja Evropa, Vzhodna Evropa) in so se v Sloveniji osredotočili le na maloštevilne najpomembnejše znamenitosti, so bile upoštevane vse navedbe krajev, v vodičih, ki se v celoti posvečajo Sloveniji, pa zgolj navedbe tistih krajev/znamenitosti, ki so nanje avtorji posebej opozarjali oziroma jih posebej priporočali kot vredne ogleda (npr. uvrščali na sezname lokacij, ki se jih najbolj splača videti ...). Kot turistično nadpovprečno poznane občine smo šteli le tiste, v katerih so bili kraji, ki so bili omenjani (v skladu z navedenimi kriteriji) v vsaj petih izmed devetih vodnikov, torej v več kot polovici primerov.

Upoštevani so bili vodniki Polyglott (Amode 2002), Rough Guide (Longley 2007), Let's Go (McCarthy 2000) in Lonely Planet (Carney in sodelavci 2001; Dydyňsky in sodelavci 1997; Fallon 2007; Plunkett in sodelavci 2006) ter spletni strani www.tripadvisor.com in www.visitueurope.com (medmrežje 1; medmrežje 2). V kategorijo najbolj poznanih so tako prišle naslednje občine: Bled, Bohinj, Bovec, Divača (Škocjanske jame!), Kobarid, Ljubljana, Piran in Postojna.

Preglednica 4: Povprečne vrednosti izbranih kazalnikov po občinah glede na prepoznavnost turističnih krajev (občine s kraji, ki so najpogosteje omenjani v turističnih vodnikih in na vsebinsko sorodnih spletnih straneh).*

	občine z najbolj poznanimi turističnimi kraji* (n = 8)	ostale občine (n = 146)
HHI	1398,41	3376,13
kumulativni delež (%) prihodov turistov iz treh najpomembnejših izvornih držav	51,01	71,63
kumulativni delež (%) prihodov turistov iz petih najpomembnejših izvornih držav	62,79	81,33

Izračuni so spet pokazali velike razlike v vrednostih izračunanih kazalnikov med obema skupinama občin. Občine, ki sodijo med najbolj poznane, so imele tako vrednost HHI-ja le 1398, ostale občine pa kar 3376. Mogoče še bolj nazorne so razlike glede povprečja kumulativnih deležev treh držav, iz katerih pride največ turistov, saj je bil v »najbolj poznanih« občinah ta delež 51 %, v ostalih pa 72 %.

Kot mera povezanosti med stopnjo koncentracije turističnega obiska iz posameznih držav (HHI) ter poznanostjo občin (njihovo uvrstitvijo v eno ali drugo skupino) je bil spet izračunan rb. Njegova vrednost je bila kar $-0,555$, kar opozarja na to, da dobra poznanost območja negativno vpliva na koncentracijo turističnega obiska iz le majhnega števila držav oziroma kaže na precejšnjo povezavo med dobro poznanostjo turističnih atrakcij v občinah in obiskom turistov iz velikega števila držav.

3.3 Značilnosti turistične ponudbe

Domnevati je mogoče, da na obisk določenega turističnega območja s strani turistov iz različnih držav vpliva tudi tamkajšnja turistična ponudba (v najširšem pomenu besede), ki pritegne turiste z različnimi motivi za obisk. Slednji se med turisti iz posameznih držav pogosto razlikujejo. O tem med drugim pričajo tudi rezultati ankete med tujimi turisti v Sloveniji (Anketa o tujih turistih ... 2009). Tako je bila npr. leta 2006 kot dejavnik odločanja za obisk Slovenije zelo pomembna ponudba zabave za 27,5 % italijanskih turistov in le za 8 % britanskih. Na drugi strani so bili neokrnjena narava in zavarovana območja narave zelo pomembni pri odločanju za obisk Slovenije za 27,4 % britanskih, 28,9 % italijanskih in kar 41,7 % nizozemskih turistov. Nekatere raziskave opozarjajo tudi na razlike v prostorskem ravnanju med turisti z različnimi motivi. Tako Nicolau in Mas (2006) ugotovljata, da so turisti z motivi, kot so zanimanje za odkrivanje novih krajev, iskanje zelenega podnebja ali obiski sorodnikov in prijateljev, pripravljani prepotovati večje razdalje kot pa npr. turisti, ki iščejo na dopustu predvsem mir.

Kot poenostavljeno merilo osnovnih značilnosti turistične ponudbe je bila uporabljena kar kategorizacija turističnih krajev Statističnega urada Republike Slovenije, kakršna je začela veljati z letom 2010. Turistični kraji, ki se nahajajo znotraj posamezne občine, so uvrščeni v isto kategorijo. Kategorije zajemajo obmorske kraje, zdraviliške kraje, gorske kraje, mestne občine, Ljubljano kot posebno kategorijo ter druge kraje. V obmorskih krajih je tako z vidika privlačnosti za turiste ključna prisotnost morja in z njim povezanih možnosti za rekreacijo na vodi in ob njej, v zdraviliških krajih so pomembne možnosti zdravstvenih terapij ter kopanja v termomineralnih vodah, težišče ponudbe gorskih krajev pa je v veliki meri na alpskem smučanju (pozimi) ter pohodništvu (poleti).

Preglednica 5: Povprečne vrednosti izbranih kazalnikov po občinah glede na kategorizacijo turističnih krajev Statističnega urada Republike Slovenije.

občine glede na vrsto turističnih krajev	HHI	kumulativni delež (%) prihodov turistov iz treh najpomembnejših izvornih držav	kumulativni delež (%) prihodov turistov iz petih najpomembnejših izvornih držav
zdraviliški kraji (n = 14)	4460,0	84,8	91,1
gorski kraji (n = 32)	3935,6	73,4	82,2
obmorski kraji (n = 3)	3158,1	73,0	80,8
drugi kraji (n = 96)	3013,3	69,1	79,8
mestne občine (n = 8)	2056,3	56,4	66,8
Ljubljana (n = 1)	515,5	25,1	35,6

Opomba: Po novi klasifikaciji SURS, ki je začela veljati leta 2010, so vsi turistični kraji znotraj meja posamezne občine uvrščeni v isto kategorijo.

Povprečne vrednosti izbranih kazalnikov kažejo velike razlike med skupinami občin. Največja zgoštevitev obiska turistov iz le nekaj držav je prisotna v občinah z zdraviliškimi kraji. Tako je povprečna vrednost HHI-ja pri zdraviliških krajih 4460, na drugi strani pa pri mestnih občinah le 2056. Podobno sliko prikazujejo tudi vrednosti povprečnega kumulativnega odstotnega deleža turistov iz petih najpomembnejših držav, ki je pri mestnih občin 66,8 %, v primeru zdraviliških krajev pa kar 91,1 %. Če bi upoštevali še Ljubljano, kjer pa gre za eno samo občino, bi bile razlike še precej bolj očitne.

Glede na državni izvor turistov torej na eni strani izstopajo mestne občine, na drugi strani pa občine z zdraviliškimi kraji. Mestni turizem se v precejšnji meri razlikuje od drugih vrst turizma zaradi zelo raznolike turistične ponudbe in nadpovprečno raznolikih motivov obiskovalcev (Law 1994). Turisti tako obiskujejo mesta zaradi poslovnih razlogov, kulturnih in športnih prireditev, konferenc, ogledovanja kulturno-zgodovinskih znamenitosti, nakupovanja idr. Motivi za obisk so na splošno precej bolj homogeni v zdraviliških krajih. Rezultat tega so tudi razlike v značilnostih obiskovalcev, pri čemer je tudi delež turistov iz bolj oddaljenih držav na splošno višji v mestih kot v zdraviliških krajih.

4 Sklep

Struktura turistov glede na njihovo državno pripadnost je le ena izmed značilnosti turističnega obiska. Čeprav ni povezana z velikostnim razredom obiska, je vredna pozornosti, saj predstavlja rezultat učinkovanja različnih dejavnikov, ki vplivajo na obisk turistov, in je hkrati pomembna zaradi različnih pričakovanj in zahtev, ki jih imajo turisti iz različnih držav.

Podatki o državnem izvoru turistov kažejo na velike razlike med slovenskimi občinami. Tudi med bolj obiskanimi občinami imamo tako tiste z zelo homogeno nacionalno sestavo turističnega obiska (prevlada turistov le iz nekaj držav, običajno Slovenije ali bližnjih držav) kot tiste, ki jih obiskujejo turisti iz velikega števila držav, pri čemer turisti iz nobene države nimajo izrazite številčne prevlade.

Za večino izmed 154 občin, ki so po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije leta 2008 zabeležile prihode turistov velja, da so deležne obiska turistov iz razmeroma majhnega števila držav. Tako je bilo leta 2008 kar 59 občin, v katerih so več kot 80 % vseh turistov predstavljali le turisti iz treh ali manj držav, pri 83 občinah – kar je precej več od polovice občin z zabeleženimi prenočitvami – pa je ta delež presegal 70 %. To govori o veliki odvisnosti turizma v večini občin od turistov iz razmeroma maloštevilnih držav. Med njimi so tudi vse tri obalne občine in vse občine z zdraviliškimi kraji – z izjemo Ptuja. Pri tem pa gre večinoma za turiste iz bližnjih držav, katerih obisk manj niha v odvisnosti od različnih nepredvidljivih dogodkov (npr. terorističnih dogodkov in političnih nestabilnosti po svetu, izbruhov epidemij, gospodarske krize ...). Na drugi strani so občine, kjer tudi kumulativen delež turistov iz desetih držav, iz katerih je prihajalo največ turistov, ni presegel 80 % (Ljubljana, Postojna, Bled, Kranj ...). V Ljubljani je bil ta delež celo samo 57,8 %.

Analiza obravnavanih podatkov je pokazala, da kot dejavniki, ki vplivajo na večjo heterogenost turističnega obiska oziroma na obisk turistov iz številnih držav, nastopajo naslednji: nadpovprečna prepoznavnost turističnega kraja/območja, dobra dostopnost (ki omogoča oz. je predpogoj za večji obisk), zlasti v povezavi s prometno prehodnostjo (tranzitni promet), ter turistična ponudba, ki je zanimiva za različne skupine turistov in pritegne tudi turiste z bolj oddaljenih območij. Na drugi strani je za občine z najbolj homogeno nacionalno strukturo turistov bolj značilna oblika ponudbe, ki je namenjena turistom s »klasičnimi«
počitniškimi motivi (npr. počitnice ob morju, v zdravilišču ...).

Omenjeni dejavniki so bili v prispevku obravnavani s pomočjo izbranih kazalnikov, ki so imeli določene vsebinske omejitve. V povezavi s prometno lego oz. z dostopnostjo je bila tako obravnavana le cestna dostopnost, zanemarjena pa je bila vloga letalskega prometa, ki ga v večji meri uporabljajo turisti iz bolj oddaljenih držav. V zvezi z informiranjem turistov je treba imeti v mislih, da so – poleg tiskanih in spletnih turističnih vodnikov – relevantni tudi številni drugi viri informiranja, ki lahko pomembno vplivajo na boljše ali slabšo poznanost turističnih krajev (npr. informativno-propagandne publikacije, tiskani mediji, spletne strani s potopisno vsebino, ustne informacije ...). Tudi značilnosti turistične ponudbe razlikata med vrstami turističnih krajev (klasifikacija Statističnega urada Republike Slovenije) zajame le na zelo splošni ravni. Kljub temu je mogoče pričakovati, da bi tudi podrobnejša analiza dala zelo podobne rezultate. Vseeno pa bi bila njena izvedba smiselna, saj bi natančneje pokazala vlogo posameznih dejavnikov znotraj obravnavanih vsebinskih okvirov, opozorila pa bi lahko tudi na druge vplivne dejavnike.

5 Viri in literatura

- Amode, M. 2002: Sloweinien. München.
- Anketa o tujih turistih v Republiki Sloveniji, 2006. Statistični urad RS. Medmrežje: http://www.stat.si/tema_ekonomsko_turizem_anketa_2006.asp (18. 12. 2009)
- Becken, S., Gnoth, J. 2004: Tourist consumption systems among overseas visitors: reporting on American, German, and Australian visitors to New Zealand. *Tourism Management* 25. New York.
- Carney, P., Fallon, S., Galbraith, K., Honan, M., Horton, P., Japaridze, K., Kokker, S., Miller, E., Nebesky, R., Oliver, J., Rowson, D., Vorhees, M., Wildman, K., Williams, N., Wilson, N. 2001: *Eastern Europe*. 6th Edition. Melbourne etc.
- Dydyński, K., Fallon, S., Honan, M., Lindenmayer, C., Nebeský, R., Peevers, D., Schulte-Peevers, A., Stanley, D. 1997: *Central Europe on a Shoestring*. 2nd Edition. Melbourne etc.
- Fallon, S. 2007: *Slovenia*. 5th Edition. Melbourne etc.
- Glass, G. V. 1965: A Ranking Variable Analogue of Biserial Correlation: Implications for Short-Cut Item Analysis. *Journal of Educational Measurement* 2, 1. Medmrežje: <http://www.jstor.org/stable/1433839/> (18. 12. 2009).
- Gursoy, D., Umbreit, W. T. 2004: Tourist information search behavior: cross-cultural comparison of European union member states. *International Journal of Hospitality Management* 23. Oxford, New York.
- Johns, N., Gyimóthy, S. 2002: Market Segmentation and the Prediction of Tourist Behavior: The Case of Bornholm, Denmark. *Journal of Travel Research* 40. Boulder.
- Law, C. M. 1994: *Urban tourism: Attracting Visitors to Large Cities*. London, New York.
- Longley, N. 2007: *The Rough Guide to Slovenia*. New York, London, Delhi.
- Maoz, D. 2007: Backpackers' Motivations: The Role of Culture and Nationality. *Annals of Tourism Research* 34, 1. New York.
- McCarthy, K. (ur.) 2000: *Let's Go: Europe*. London.
- Medmrežje 1: <http://www.tripadvisor.com> (8. 12. 2009).
- Medmrežje 2: <http://www.visiteurope.com> (8. 12. 2009).
- Mykletun, R. J., Crotts, J. C., Mykletun, A. 2001: Positioning an island destination in the peripheral area of the Baltics: a flexible approach to market segmentation. *Tourism Management* 22. New York.
- Newson, R. 2008: Identity of Somers' D and the rank biserial correlation coefficient. Medmrežje: <http://www.imperial.ac.uk/nhli/r.newson/miscdocs/ranksum1.pdf> (18. 12. 2009).
- Nicolau, J. L., Más, F. J. 2006: The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations. *Tourism Management* 27. New York.
- Owen, P. D., Ryan, M., Weatherston, C. R. 2006: Measuring Competitive Balance in Professional Team Sports Using the Herfindahl-Hirschman Index. *Economics Discussion Papers No. 0602*. Dunedin. Medmrežje: http://www.business.otago.ac.nz/econ/research/discussionpapers/DP_0602.pdf (22. 1. 2010).
- Pizam, A., Sussmann, S. 1995: Does nationality affect tourist behavior? *Annals of Tourism Research*, 22, 4. New York.
- Plunkett, R., Maric, V., Oliver, J. 2006: *Western Balkans*. 1st Edition. Melbourne etc.
- Sørensen, A. 2003: Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research*, 30, 4. New York.
- Turistična potovanja domačega prebivalstva. Statistični urad RS. Medmrežje: http://www.stat.si/tema_ekonomsko_turizem_potovanja_domacih.asp (18. 12. 2009).
- Vieregge, M., Phetkaew, P., Beldona, S., Lumsden, S.-A., DeMicco, F. J. 2007: Mature travelers to Thailand: A study of preferences and attributes. *Journal of Vacation Marketing* 13. London.

6 Summary: Characteristics of the tourist visitation of Slovenian municipalities in regard to tourists' country of origin

(translated by the author)

The paper analyzes data on tourist arrivals in Slovenian municipalities. It focuses on the question to what extent the structure of tourist arrivals is more or less heterogeneous in regard to the nationality of tourists visiting these municipalities and which factors influence it. For this purpose data of the Statistical Office of the Republic of Slovenia (SORS) for the year 2008 were used.

The data show big differences between municipalities. Among the municipalities with the greatest number of tourist arrivals are the ones with very homogeneous national structure of tourists (majority of tourists come from only a few countries, usually from Slovenia and neighbouring countries) as well as the ones which are destination for tourists from numerous countries. In the latter case there is usually no single country of origin with large share of total tourist arrivals.

For the majority of the 154 municipalities, which have – according to the data of SORS – registered tourist arrivals in 2008, it was characteristic that they were visited only by tourists from small number of countries. In 2008 there were 59 municipalities (38 % of the municipalities with tourist arrivals) in which more than 80 % of all tourists came from only three or less countries. This shows that the large share of municipalities depends on tourists from only a few countries. Among them are all three coastal municipalities as well as all of the municipalities with spa resorts (with the exception of municipality Ptuj). Visitors to these municipalities come predominantly from the nearby countries. On the other hand there are municipalities in which the cumulative share of tourist arrivals from ten most important countries of origin does not exceed 80 % (Ljubljana, Postojna, Bled, Kranj, etc.). In Ljubljana this share was only 57.8 %.

As indicators of the concentration/dispersion of tourist visitation in regard to tourists' country of origin three indicators were used: cumulative percentages of tourists from three respectively five countries with the largest number of tourist arrivals and the Herfindahl-Hirschman index. Average values of these indicators were calculated for groups of municipalities with different characteristics. The data suggest that more heterogeneous national structure of tourists was influenced by proximity to major traffic corridors, above-average awareness of the destination and nature of tourist attractions (tourism supply, which is of interest for different tourist segments and which attracts also tourists from more distant countries). On the other hand the municipalities with the most homogeneous national structure of tourists are characterized by tourism supply, which is more attractive for tourists with traditional travel motivations (e. g. seaside holidays, spa holidays, etc.), are not among the most well-known tourist destinations – although they may have large numbers of visitors – and are less easily accessible.