

EKONOMIKA TURIZMA

PREGLED RAZVOJA TURIZMA V SLOVENIJI

4 obdobja razvoja T na območju SLO

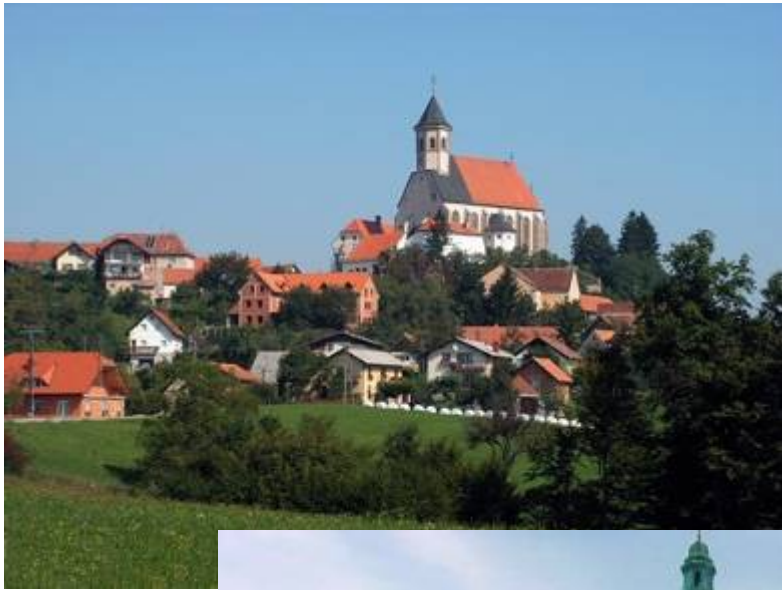
- obdobje do 1. svetovne vojne
- obdobje med obema svetovnima vojnama
- obdobje od konca 2. svetovne vojne do leta 1990
- obdobje po letu 1991

Do 1. svetovne vojne so turistično razviti le posamezni kraji

- kraji z mineralnimi in termalnimi izviri (najbolj obiskane Rogaška Slatina, Rimske Toplice, Dobrna, Laško in Radenci)
- z gorsko klimo (najbolj obiskan Bled)
- na Obali (najbolj obiskan Portorož)
- naravne znamenitosti na Krasu (najbolj obiskana Postojnska jama, najstarejša turistična jama Vilenica).

Cilji slovenskih romarjev od 14. stoletja dalje

- Ptujška gora, Sveta gora pri Gorici, Brezje, Gospa Sveta na Koroškem
- Kasneje v 20. stoletju tudi Lurd, Fatima in Medžugorje.



- **Med obema vojnama** počasnejši razvoj turizma kot drugje v Evropi
- Večji obisk tujih turistov po letu 1928. Prevladujejo Avstrijci, Nemci, Čehi, Italijani, Madžari in Francozi.
- premožnejši srednji sloj (uradniki, obrtniki, trgovci)
- Največ T prihodov in nočitev leta 1939.
- Prvo smučišče je bilo v Bohinju, kot turistična centra sta se najbolj uveljavila Kranjska Gora in Pohorje.

- **po 2. svetovni vojni** poudarek na **neekonomski vlogi** turizma: rekreacija delavcev, izboljšanje zdravstvenega stanja, širitev kulturnega obzorja ter spoznavanje in krepitev bratstva in enotnosti med jugoslovanskimi narodi. Prevladuje sindikalni turizem.
- 1951: turistična agencija Putnik Slovenija, današnji Kompas
- Leta 1952 je pričela ponovno delovati Turistična zveza Slovenije (ustanovljena leta 1905)
- Turistični promet preseže predvojne vrednosti šele leta 1958.
- Do leta 1960 je povsem prevladoval domači turizem, turistična ponudba je bila skromna

- Spremembe zaradi poslabšanja gospodarskih razmer po letu 1965
- deficit (primanjkljaj) v plačilni bilanci države in potrebe po deviznih sredstvih za financiranje uvoza.
- K zanimanju tujih turistov za Jugoslavijo je poleg naravnih pogojev pomembna tudi izguba držav Vzhodne Evrope (Madžarska, Češka...).
- Po letu 1967: obsežne investicije v izgradnjo turističnih zmogljivosti, primernih za inozemski (receptivni) turizem
- leta 1970: SFRJ na 9. mestu svetovnih turističnih destinacij po številu turistov

Izbrani turistični plakati iz obdobja SFRJ







PUTNIK
BEOGRAD • JUGOSLAVIJA

camping



CAMPING
SLOVENIJA · JUGOSLAVIJA



Trgovine

Zanimivosti

Izleti



SLOVENIJA · JUGOSLAVIJA

DELAVSKO PROSVETNO DRUŠTVO »SVOBODA« V VELENJU VAS VABI NA

ZLET KULTURNO PROSVETNIH DRUŠTEV

OB VELENJSKEM JEZERU



14·VI·1953

Otvoritev novega kopališča in restavracije • Na programu nastopi folklornih skupin iz Hrvatske in Koroške, godb iz Trbovelj, Ravn in Celja ter najboljših pevskih zborov iz Slovenije • Zvečer ob umetni razsvetljavi balet na jezeru

Po osamosvojitvi Slovenije se korenito spremeni odnos do turizma – v pozitivno smer:

- sredstvo za ustvarjanje novih delovnih mest, pospeševanje podjetništva in zmanjševanje razlik v gospodarski razvitosti med regijami.
- V letih po osamosvojitvi velik pomen domačega turizma, ki je delno kompenziral izpad tujih gostov.
- povprečna stopnja rasti turistov v Sloveniji med leti 1950 in 2006: 4 % - zaostanek za rastjo turizma po svetu in Evropi

- Največje število nočitev: leta 1986 (9,213.000 nočitev), nato je zaradi vojne v Sloveniji nepoznavanja nove države in vojnih dogodkov na območju bivše Jugoslavije turistični promet strmo upadel (najnižja vrednost števila turistov smo dosegli leta 1992).
- Devizni prilivi iz turizma od leta 1994 dalje naraščajo (z izjemi v letih 1998 in 1999)

- Najpomembnejši tuji trgi so Italija, Avstrija in Nemčija, ki predstavljajo cca. polovico vseh tujih turistov.
- Po osamosvojitvi prične delovati veliko turističnih agencij (večina emitivnega tipa).
- Slovenski receptivni in emitivni turizem predstavlja zanemarljiv delež v svetovnem in tudi evropskem merilu (0,5 % v evropskem merilu)

- Slovenija ima od osamosvojitve dalje suficit (pozitiven saldo) iz naslova turističnih potovanj, kar pomeni, da več zasluži od mednarodnega turizma kot prebivalci Slovenije potrošijo kot turisti v tujini.
- Slovenski turisti največ potujejo na Hrvaško, sledijo BIH, Italija, Avstrija, Srbija, Črna gora, Nemčija in Grčija.

SLO turizem v letu 2012:

- http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem-strategije_politike/Strategija_turizem_sprejeto_7.6.2012.pdf
- 3 milijone prihodov
- 9 milijonov prenočitev
- Opazne posledice svetovne gospodarske krize:
 - 7 % prihodov in prihodkov iz T na letni ravni
- 12 % delež v izvozu storitev
- VEČJI delež DOMAČIH turistov, ki so blažili upad tujih turistov

- Devizni priliv od T: 1,9 milijarde EUR (8,8 % vseh deviznih prilivov)
- 3,3 % neposredni delež turizma v BDP
- 34.000 zaposlenih v turizmu (3,9 % vseh zaposlenih)

- 860 nastanitvenih obratov s 84.000 ležišči. Največ ležišč je v hotelih s tremi zvezdicami.
- Povprečna zasedenost nastanitvenih zmogljivosti 35 % (nadpovprečna zasedenost in najdaljša povprečna doba bivanja v zdraviliških krajih – cca. 50 %).
- Najvišjo zasedenost beležijo hoteli (cca. 50 %), najnižjo pa turistične kmetije (cca. 10 %).

Najpomembnejši tuji trgi za SLO turizem:

1. ITALIJA
2. AVSTRIJA
3. NEMČIJA
4. HRVAŠKA
5. NIZOZEMSKA
6. VB
7. RUSIJA
8. MADŽARSKA
9. SRBIJA
10. FRANCIJA

Poglavitne konkurenčne **prednosti** Slovenije kot turistične destinacije:

- izjemna pokrajinska pestrost na majhnem prostoru
- Zeleno in dokaj neokrnjeno okolje
- ugodna lega: bližina svetovnih turističnih središč: Benetk in Dunaja
- stičišče Alp in Sredozemlja

Poglavitni turistični **trendi** v Sloveniji

- Zeleni (trajnostni in visokokakovostni) T
- varnost
- Velika vloga zdraviliškega T
- najhitreje se razvijajo wellness, športni, kulturni (mestni) in poslovni turizem
- prevladujejo 3-S počitnice, vendar v kombinaciji z aktivnimi oblikami turizma (šport, zdravje, doživetja, pohodništvo)...
- Ene poletne počitnice in več kratkih (tudi week-end) počitnic

- narašča povpraševanje upokojencev in družinski turizem
- Povpraševanje po avtentičnosti (pristnosti): gastronomija, znamenitosti, kulinarika, spominki
- rast povpraševanja pred in po glavni sezoni
- večji poudarek kakovost, varnosti in udobju
- turistična ponudba naj zajema kombinacijo doživetja in kakovostno nastanitev
- večji obisk lahko dostopnih in cenovno ugodnih destinacij
- večina ključnih turističnih trgov za slovenski turizem je v krogu 500 km (Severna Italija, Nemčija, Avstrija, Hrvaška, Madžarska)