

TRAJNOSTNO POSLOVANJE TURISTIČNIH DESTINACIJ IN PONUDNIKOV

MARKO KOŠČAK, NEJC POZVEK

Univerza v Mariboru, Fakultet za turizem, Brežice, Slovenija
marko.koscak@um.si, nejc.pozvek@um.si

Sinopsis Trajnostno poslovanje turističnih destinacij in ponudnikov je kot del koncepta trajnostnega razvoja oziroma praks, ki jih ta koncept poudarja in pooseblja, neizpodbitna nuja sedanjega in prihodnjega sveta – če želimo doseči namen trajnostnega razvoja (in poslovanja): da bodo tudi prihodnji rodovi lahko dosegli ali preseгли kakovost bivanja sedanjih generacij. S pomembnim poudarkom: kakovost bivanja v skladu z današnjimi najboljšimi praksami za čim večji delež prebivalstva. Prispevek ponuja kratek vpogled v ključne izzive trajnostnega poslovanja, ki so danes v svetu turizma prepoznane tematike, na primer nosilna zmogljivost, čezmerni turizem, varnost, socialna in gospodarska vključenost, dostopnost, ozaveščenost, participativno načrtovanje in druge. Poudarek je na specifičnih tematikah slovenskega turizma, kjer med trajnostnimi praksami prednjači Zelena shema slovenskega turizma. Izziv in hkrati priložnost trajnostnemu poslovanju destinacij in tudi podjetij v kratko- oziroma srednjeročnem obdobju predstavlja aktualna (post)pandemična situacija, ki nagovarja k premisleku o uravnoveženju še vedno precej ekonomističnega pogleda na panogo v Sloveniji (in na splošno), dolgoročno pa bo med ključnimi izzivi poslovanja soočenje s podnebnimi spremembami in vsem, kar te prinašajo. Kakor koli že krize zarežejo v poslovanje, na svojem robu ponujajo tudi priložnosti; razmislite o trajnosti in smiselni skladnosti razvoja turizma (po)ostaja nedvomno prednostna naloga naših skupnih prizadevanj za boljši jutri.

Ključne besede:

trajnostni razvoj,
trajnostno
poslovanje,
turistične
destinacije,
turistični
ponudniki,
izzivi in priložnosti



Univerzitetna založba
Univerze v Mariboru

DOI <https://doi.org/10.18690/um.ft.1.2023.2>
ISBN 978-961-286-654-9

SUSTAINABLE OPERATIONS OF TOURIST DESTINATIONS AND PROVIDERS

MARKO KOŠČAK, NEJC POZVEK

University of Maribor, Faculty of Tourism, Brežice, Slovenia
marko.koscak@um.si, nejc.pozvek@um.si

Abstract Sustainable business of destinations and providers is an indisputable necessity of the present and future world as part of the concept of sustainable development or practices emphasised and personified by this concept – if we want to achieve the goal of sustainable development (and business): that future generations can reach or exceed the quality of life of current generations. This comes with an important emphasis: a quality of living in line with today's best practices for the largest possible share of the population. This contribution offers a brief insight into the key challenges of sustainable business, e.g. carrying capacity, excessive tourism, security, social and economic inclusion, accessibility, awareness, participatory planning and others. The emphasis is on specific topics of Slovenian tourism, (Green Scheme of Slovenian tourism). The current (post-)pandemic situation is a challenge and at the same time an opportunity for sustainable business of both destinations and companies on the long-term key business challenges tackling climate change and all that it brings. No matter how crises cut into business, they also offer opportunities on their fringes. Consideration of the sustainability and meaningful coherence of tourism development remains and becomes undoubtedly a priority of our joint efforts for a better tomorrow.

Keywords:

sustainable
development,
sustainable
business,
tourist
destinations,
tourism providers,
challenges and
opportunities

1 Uvod

Trajnostni turizem je temeljna usmeritev globalnega in tudi slovenskega turizma. Načela trajnosti se nanašajo na okoljske, gospodarske in socialno-kulturne vidike razvoja turizma. Za zagotovitev dolgoročnega trajnostnega razvoja si prizadevamo vzpostaviti ustrezno ravnotežje med vplivi turizma na okolje, zaposlenimi v turizmu, lokalnimi skupnostmi in turističnimi ponudniki. Trajnostni turizem bi torej moral (UNEP in UNWTO, 2005):

- najti optimalen način izkoriščanja naravnih virov, da bi se ohranili ključni ekološki procesi ter zaščitili narava in biološka raznolikost;
- spoštovati družbeno-kulturno izvirnost lokalne skupnosti, kulturno dediščino in tradicionalne vrednote ter prispevati k medkulturnemu razumevanju;
- prispevati k dolgoročnemu gospodarskemu razvoju tako, da se gospodarska korist porazdeli med vse deležnike.

Uporaba koncepta trajnostnega in odgovornega razvoja turizma mora biti usklajena s specifičnimi značilnostmi posamezne turistične destinacije. Nujni predpogoj uvedbe koncepta trajnostnega turizma v gospodarsko prakso je t. i. participativni proces, torej vključevanje vseh deležnikov (npr. turoperatorjev in turističnih agencij, nastanitvenih objektov, restavracij, pridelovalcev ekološke hrane, ustanov, odgovornih za zaščito dediščine, lokalne skupnosti in turistov), da bi se tako lahko doseglo soglasje o ključnih vprašanjih razvoja turizma. Poudariti je treba, da je uvedba koncepta trajnostnega turizma neprekinjen proces, ki se mora nenehno prilagajati spremembam različnih notranjih in zunanjih razvojnih dejavnikov.

Trajnostni turizem je po opredelitvi Svetovne turistične organizacije odgovorni turizem; takšen, ki spoštuje potrebe okolja in ljudi, ki tam živijo, pa tudi lokalnega gospodarstva in obiskovalcev. Trajnostni turizem temelji na treh stebrih razvoja (UNEP in WTO, 2005):

- **gospodarski:** zagotoviti konkurenčnost turističnih krajev in podjetij, da se bodo lahko uspešno razvijali in prinašali dolgoročne koristi;

- **okoljski:** zmanjšati onesnaženost zraka, vode in prsti ter količino odpadkov, krepiti kakovost in značilnosti pokrajine ter zavarovati in ohraniti naravo, rastline in živali;
- **družbeno-kulturni:** izboljšati kakovost življenja v lokalnih skupnostih, krepiti in spoštovati kulturno in zgodovinsko dediščino ter različnost turističnih krajev in tradicijo.

Za zagotovitev dolgoročne trajnosti si prizadevamo vzpostaviti ustrezno ravnotežje med vsemi stebri. Zavedamo se, da bo konkurenčen turizem tisti, ki bo temeljil na ekonomski uspešnosti poslovanja ter bo hkrati prizanesljiv do naravnega, kulturnega in socialnega okolja. Koristi takega trajnostnega ravnanja so (UNEP in UNWTO, 2005):

- finančni prihranki za podjetja in destinacije, ki s trajnostnim ravnanjem znižujejo stroške zaradi učinkovite rabe energije in rabe obnovljivih virov energije;
- večja privlačnost trajnostno usmerjenih podjetij za vlagatelje;
- boljša pripravljenost trajnostno usmerjenih podjetij na spremembe zakonodajnih predpisov s področja okolja – okoljsko certificirani ponudniki imajo prednost pri razpisih za sofinanciranje;
- turistični ponudniki in destinacije s trajnostnim pristopom razvijajo bolj kakovosten produkt ter si prizadevajo za to, da imajo gosti bolj kakovostno izkušnjo;
- podjetja, katerih bistvo je v vse večji skrbi za naravno in družbeno okolje ter zadovoljstvo zaposlenih, so sposobna uspešneje motivirati zaposlene in zadržati kakovostno delovno osebje;
- turistična podjetja, ki so razvila trajnostne prakse in jih preverila z okoljskimi shemami, dosegajo večjo prepoznavnosti in ugled.

2 Izzivi trajnostnega poslovanja destinacij in ponudnikov

Priča smo čedalje bolj prisotnemu ozaveščanju javnosti o pomenu ohranjanja okolja in kulturnih dobrin, krepiti se je začela zavest turističnih destinacij o edinstvenosti in občutljivosti naravnih in človeških virov, ki jih imajo, spremenila so se stališča turistične ponudbe glede razvoja.

Navedeno je v središče pozornosti postavilo potrebo, da se razvoj turističnih destinacij usmeri od neomejeno potrošniškega k trajnostnemu. Cilj uporabe koncepta trajnosti v turizmu je »zadovoljiti potrebe in izboljšati kakovost življenja lokalnega prebivalstva, razviti visokokakovosten turistični proizvod ter zadovoljiti potrebe in zahteve turistov, ohraniti vire, da jih bodo lahko uporabljale naslednje generacije« (Mathieson in Wall, 1982, str. 25). Trajnostni razvoj je za turizem vprašanje obstoja njega samega. Kljub temu so v njegovem okolju prisotne sile, ki spodbujajo uporabo načela trajnosti v turističnem razvoju, in tudi tiste, ki se ji upirajo.

Operacionalizacijo koncepta trajnosti na ravni turistične destinacije je mogoče doseči s presojo nosilne sprejemljivosti okolja (angl. carrying capacity) in z uporabo dolgoročne perspektive v načrtovanju njenega razvoja (strateško načrtovanje). Danes in v prihodnje bodo uspešne tiste turistične destinacije, pri katerih bodo načrtovanje, organiziranje, uvedba lastnih marketinških dejavnosti in nadzor nad njimi temeljili na konceptu trajnosti ter jih bodo usmerjali k vsem ali vsaj k primarnim skupinam deležnikov. Z drugimi besedami, marketing turistične destinacije mora biti v funkciji njenega trajnostnega razvoja (Goodwin, 1997).

V vsaki turistični destinaciji obstaja vrsta skupin deležnikov, katerih interesi so komplementarni ali nasprotni razvoju turizma na splošno, posebej tistega trajnostnega. Med pomembnejšimi skupinami deležnikov turistične destinacije so (Smolčić Jurdana, 1998):

- lokalno prebivalstvo – najpomembnejša skupina deležnikov glede na to, da živi in dela v turistični destinaciji ter zagotavlja lokalne vire obiskovalcem;
- turisti – iščejo zadovoljivo izkušnjo, ki jo je mogoče ponuditi skozi visokokakovostne storitve ter dobro upravljano in organizirano turistično destinacijo;
- turistični ponudniki – so najbolj zaslužni za razvoj turizma in zahtevajo določeno povračilo vloženi sredstev;
- javni sektor – vidi turizem kot sredstvo za povečanje dohodka, spodbujanje regionalnega razvoja in zaposlovanja; pogosto je nosilec vodilne funkcije ali koordinator;

- drugi – lahko vključujejo različne lobistične skupine, gospodarsko zbornico in druge pomembne subjekte v lokalni, regionalni in državni skupnosti.

Smernice, razvojna vizija in strategija turističnih destinacij so naravnane tako, da usmerjajo razvoj lokalnega turizma v smeri aktivnega povezovanja ponudnikov, kulturne in naravne dediščine, gastronomije ter trajnostnega in odgovornega razvoja turizma sploh. Tako na sodobnem turističnem tržišču lahko zaznamo naslednje pomembne trende (Košćak in O'Rourke, 2020):

- povečujejo se število, vrste in pomembnost različnih aktivnosti turista (večja pomembnost se daje kulturi, dediščini, umetnosti, aktivnemu dogajanju, gastronomiji);
- povpraševanje postaja čedalje zahtevnejše, bolj sofisticirano, bolj racionalno in bolj selektivno;
- povečuje se delež novih segmentov v turističnem povpraševanju, in to predvsem starejšega prebivalstva, družin, manjših skupin in zaposlenih žensk, pa tudi skupin s posebnimi potrebami;
- turistična ponudba je čedalje bolj raznolika, bistveno napreduje v kakovosti in povezuje tudi čezmejne destinacije,
- zaradi čedalje izrazitejše ekološke ozaveščenosti turista se je posebna pozornost začela namenjati varovanju okolja na turističnih destinacijah.

2.1 Trajnost in pandemija COVID-19

K razvoju trajnostnega turizma sta se zavezali politika na evropski ravni in tudi v Sloveniji. Trajnostni razvoj turizma v Sloveniji, kot eno izmed temeljnih razvojnih načel, upoštevajo tudi vsi pretekli in aktualni strateški dokumenti za področje turizma na državni ravni. Velja širše prepričanje, da je trajnostni oziroma zeleni turizem razvojna priložnost Slovenije. Je odgovor vseh deležnikov v turizmu na spremembe v okolju s ciljem zagotavljanja dolgoročne konkurenčnosti slovenskega turizma in povečanja kakovosti življenja prebivalcev Slovenije. Zaradi svojih značilnosti lahko turizem odigra eno vodilnih vlog v boju proti podnebnim spremembam in v trajnostnem razvoju države (Poćuča, 2010).

Streznitev za turistično gospodarstvo v letih 2020 in 2021 je bila zaradi pandemije COVIDA-19 najbrž dovolj močna, saj so mnoge destinacije krizo občutile na najbolj boleč način z izgubo večine gostov ali pa vsaj z drastičnim zmanjšanjem obiska. Zaradi zaznanih tako pred- in postpandemičnih globalnih trendov, ki so do leta 2020 nakazovali čedalje večje število turistov, med pandemijo in po njej pa pritisk na destinacije, ki so odmaknjene od masovnih trgov in ponujajo bolj zelene in trajnostne vsebine (Koščak in O'Rourke, 2020), je treba v prihodnje bolj kot prej delovati v smeri trajnostne in odgovorne vizije razvoja turizma. Ta upošteva upravljanje ključnih vprašanj, kot so okoljski, kulturni, družbeni, ekonomski, podnebni in ne nazadnje postpandemični izzivi in vplivi. Ne glede na vse zaznane težave, izzive ali rešitve se trajnostno upravljanje destinacij in destinacijskega turizma čedalje bolj obravnava kot osrednja točka na dnevnem redu in ne kot nekaj, kar je mogoče prezreti ali prestaviti na pozneje.

V ta okvir prav gotovo spadajo naslednja vprašanja, izzivi oziroma ključne besede, ki so pomembne za prihodnjo razpravo o trajnostnem razvoju turizma, tako širše kot tudi v Sloveniji (Koščak in O'Rourke, 2021; UNWTO, 2020):

a) Ozaveščenost turistov

Eden ključnih izzivov za odločevalce je zmanjšanje škode na naravni dediščini, ki je posledica turizma. Turisti lahko z boljšim razumevanjem naravne dediščine zavarovanih (in ostalih) območij pripomorejo k zmanjšanju ali preprečevanju škodljivih vplivov ter spodbujajo podporo ohranjanju narave. Trajnostne politike bi si morale prizadevati v največji meri zmanjšati škodo na habitatih in poskrbeti za to, da obiskovalci čim manj motijo na primer prostoživeče živali. Priporočeni ukrepi vključujejo (UNEP in UNWTO, 2005):

- ozaveščanje s pomočjo izobraževanja, na primer kakovostno vodenje, centri za obiskovalce, ki ponujajo ustvarjalne pripomočke za interpretacijo naravnega okolja, zagotavljanje informacij pred prihodom;
- upravljanje obiskovalcev, nadzor nad številom in vedenjem obiskovalcev: prostorska območja za ločevanje človeških dejavnosti in ključnih habitatov prostoživečih živali z zagotavljanjem zatočišč za živali, s čimer se zmanjša motenje živali in rešujejo težave z odpadki.

b) Načrtovanje destinacij in razvoj trajnostnih lokalnih turističnih destinacij

Upravljanje turističnih destinacij je mogoče obravnavati kot neprekinjen in dolgoročen proces, ki vključuje izdelke in storitve v turističnem sektorju in deležnike zavarovanih območij. Razvoj lokalnega turizma in načrtovanje destinacij je treba organizirati kot »ustvarjalen način izvajanja turizma«. Tovrsten turizem je povezan predvsem s skupnostmi, naravnimi znamenitostmi in identiteto določenega območja. Z vidika upravljanja je to turizem, ki nima ali pa ima le minimalen vpliv na okolje in je trajnostno, po možnosti je lokalno upravljan z namenom, da turistom, skupnostim in domačinom ter povezanim osebam omogoči sodelovanje v procesu upravljanja. Z vidika aktivnosti in procesa je to turizem, ki spodbuja pridobivanje informacij skozi izobraževanje o kulturi in lokalnih skupnostih ter o okolju in ekosistemu. Z vidika participacije se tak turizem zaveda pomembnosti sodelovanja turistov, skupnosti, domačinov in povezanih oseb.

c) Turizem – vaš vsakdan je za nekoga drugega avantura

Koliko je turizem zmožen spodbujati bolj trajnosten in vključujoč razvoj, je med drugim odvisno od njegove sposobnosti, da se dogaja v različnih okoljih, vključno s podeželskimi ali nerazvitimi območji, od njegovega vpliva na gospodarstvo in s tem na spodbujanje lokalnega gospodarstva ter od ustvarjanja neposrednih in induciranih delovnih mest. Trend je, da se turistom omogoči, da med obiskom destinacije izkusijo življenje domačinov. Avtentičnost in več interakcije z lokalnim prebivalstvom povečujeta zadovoljstvo na obeh straneh. Turizem postaja tristranska dejavnost, v kateri sodelujejo ponudniki, turisti in domačini. Za destinacijo je bistveno, da je blagovna znamka neločljivo vpeta v vsakdanje življenje destinacije in da vrednote blagovne znamke prežemajo vsako dejanje ustvarjanja izdelka ali komunikacije vseh posameznikov, ki so na destinaciji.

d) Lokalna dobavna veriga in dodana vrednost

Turizem z zagotavljanjem izdelkov in storitev ustvarja gospodarske priložnosti. Bolj ko se turistična industrija oskrbuje lokalno, bolj bo spodbujala gospodarsko rast in povečala priložnosti za nova podjetja. Lokalna in trajnostno pridobljena hrana prispeva h gospodarski odpornosti skupnosti, zmanjšuje vplive na okolje in lahko

pomaga ustvarjati pristno doživljanje kraja in kulture za obiskovalce. Hrana v vseh svojih pojavnostih je potencialno močan element blagovne znamke destinacije.

e) Gospodarska in socialna vključenost

Na lokalni ravni turizem ustvarja nove poslovne priložnosti, kar je strateškega pomena za zmanjšanje revščine v regijah z nizko stopnjo razvoja (podeželska območja). Turizem lahko torej ponudi izhod iz revščine tudi najbolj prikrajšanim skupinam. Zaposlovanje v turizmu pomaga zmanjšati revščino ter gospodarsko in socialno izključenost in je lahko alternativa migraciji v mesta. Kljub pozitivnim učinkom ustvarjanja delovnih mest je treba upoštevati, da je zaposlovanje v turizmu celo v razvitih gospodarstvih zelo nestabilno, saj je delo v turizmu zelo sezonske narave, z visoko stopnjo fluktuacije zaposlenih in delovnih mest s krajšim delovnim časom.

f) Dostopni turizem

Dostopni turizem je hitro razvijajoča se smer/oblika znotraj panoge, ki temelji na ideji, da je turizem namenjen vsem, tudi ciljni skupini s posebnimi potrebami, in da bi si morali ponudniki turističnih storitev dejavno prizadevati za izboljšanje dostopnosti za vse posameznike. Dostopna turistična destinacija je destinacija, ki ponuja turistično izkušnjo na podlagi lastnih edinstvenih lastnosti: skozi preoblikovanje turističnega sektorja si prizadeva okrepiti njegovo konkurenčnost, ustvarja dostojne zaposlitve in spodbuja enake možnosti vseh, zlasti najranljivejših skupin, da sodelujejo v turističnih dejavnostih in imajo od njih koristi, vse to pa počne v skladu z načeli trajnostnega razvoja. Vključenost lahko postane dejavnik konkurenčnosti, tako zaradi vključevanja skupin, katerih značilnosti lahko pomagajo obogatiti ponudbo vrednosti, kot tudi zato, ker vključitev prikrajšanih skupin srednjeročno vodi v bolj zdravo družbo, ki turističnim podjetjem omogoča večje možnosti za rast in uspeh.

g) Podnebne spremembe

Podnebne spremembe so izziv, ki obstaja že vrsto let, njegovi učinki pa postajajo vse očitnejši.

Potovalna industrija po eni strani pomaga lokalnim gospodarstvom pri ustvarjanju dobička, po drugi pa prispeva k nastanku okoljske škode. Danes si ne moremo več zatiskati oči pred poročili, ki poudarjajo uničujoč vpliv turizma, ki je večinoma povezan z zračnim, avtomobilskim in pomorskim prevozom. Če drži, da potovalni industriji kronično primanjkuje več predpisov s strani oblikovalcev politik, drži tudi to, da bi morali nekaj osebne odgovornosti prevzeti tudi turisti in zmanjšati letalski promet. Podrobneje izziv podnebnih sprememb omenjamo v petem poglavju prvega sklopa monografije.

h) Čezmerni turizem

Čezmerni turizem pomeni netrajnostni turizem, za katerega je značilno to, da njegovi negativni vplivi na okolje destinacij in lokalno skupnost presegajo kakršne koli pozitivne učinke. Pri čezmernem turizmu se izpostavljajo vplivi neustreznega turističnega načrtovanja in pomanjkljivih predpisov na destinacije. Pojav čezmernega turizma je imel dvojni učinek. Po eni strani je zaradi njega prišlo do negativne nastrojenosti proti turizmu, ki je v nekaterih primerih lahko škodljiv za destinacije, hkrati pa je prišlo tudi do večje ozaveščenosti različnih deležnikov o potrebi po bolj vključujočem turističnem odločanju, načrtovanju in upravljanju. Zaradi čezmernega turizma prihaja do rastočega trenda na področju turističnih taks, hkrati pa se vse več destinacij zaveda, da prihodki, ki jih ustvarjajo te takse, omogočajo izvajanje trajnostnih projektov. Pomembno vlogo pri iskanju trajnostne rešitve bi lahko imela tehnologija, ki je le uporabno orodje. V praksi se že zdaj uspešno uporabljajo mobilni podatki za vplivanje na tokove obiskovalcev na določenih destinacijah. Možnost spremljanja v realnem času je lahko v pomoč pri upravljanju zmogljivosti, dostop do podatkov o geolokaciji pa lahko pomaga pri načrtovanju tokov obiskovalcev in učinkovitejšem upravljanju dobavne verige.

i) Nosilna zmogljivost

Trajnostni razvoj turizma mora vključevati študijo nosilne zmogljivosti. Gre za oceno »največjega števila ljudi, ki lahko hkrati obišejo turistično destinacijo, ne da bi pri tem prišlo do nesprejemljivega spreminjanja fizičnega okolja in brez nesprejemljivega zmanjšanja kakovosti izkušnje tako za obiskovalce kot prebivalce« (Mathieson in Wall, 1982, str. 21). Dejavniki, ki jih je treba upoštevati, so fizični vpliv turistov, ekološki vpliv turistov, dojemanje pretirane gneče ter kulturni in družbeni

vpliv na lokalne prebivalce. To je bistvenega pomena, če želi turizem prispevati k ohranjanju kulturne in naravne dediščine z realizacijo gospodarske vrednosti in ozaveščanjem o lokalni dediščini.

j) Varnost in zaščita

Varnost in zaščita sta ključni sestavini načrtovanja potovanja vsakega turista. Varnost je stanje, v katerem sta tveganje in nevarnost za posameznika na minimalni ravni. Pod zaščito razumemo aktivno zaščito pred grožnjami in zagotavljanje situacij, ki ne vključujejo nobenih tveganj. Za turiste imata varnost in zaščita še večji pomen, saj turisti med potovanjem vstopajo v nove in njim neznane situacije. Kljub velikemu napredku v zdravstvu v zadnjih stoletjih v sodobni družbi še vedno predstavljajo veliko grožnjo nalezljive bolezni. Z nekaterimi boleznimi smo se v preteklosti uspešno spopadli in so danes omejene na peščico geografskih območij (endemične bolezni), druge pa se lahko hitro razširijo onkraj meja prvotno omejenega območja izbruha in postanejo epidemije ali pandemije (kot lahko trenutno vidimo na primeru pandemije COVIDA-19). Prvi in najpomembnejši vidik epidemije ali pandemije je vselej človeško trpljenje in izguba življenj. Širjenje virusa ima lahko tudi obsežne posledice za gospodarstvo, pri čemer je turizem eden od najbolj ranljivih sektorjev. Pandemija COVIDA-19 je turistični sektor že zdaj močno prizadela in v prihodnosti bo treba sprejeti vrsto novih politik za zagotavljanje bolj trajnostne in koherentne ponudbe.

3 Izbrani poudarki trajnostnega razvoja slovenskih turističnih destinacij in ponudnikov

Čeprav že izzivi nakazujejo ključno smer razmisleka za bodoči trajnostni razvoj oziroma poslovanje destinacij in ponudnikov, smo se odločili, da osvetlimo še izbrane poudarke, specifično pomembne za slovenski turizem. Med njimi ne moremo mimo certifikacijskih shem za področje trajnostnega turizma, izzivov, ki jih prinaša strateško načrtovanje v pokoronskem času, ter dolgoročne problematike, ki je čedalje bolj zaznavna, verjetno pa še zdaleč ne zaseda prostora v našem zavedanju, ki bi ga glede na resnost grožnje morda morala – podnebne spremembe.

3.1 Certifikacijske sheme kot spodbuda trajnostnemu poslovanju destinacij in podjetij

Med ključne pospeševalce trajnostnega poslovanja destinacij in tudi ponudnikov brez dvoma uvrščamo različne certifikacijske sheme (pa tudi okoljske znake, ki večkrat postavljajo temelj certificiranju). V več kot 30-letni zgodovini razvoja raznovrstnih okoljskih shem in standardov (Jarvis, Weeden in Simcock, 2010; Mazilu, Toma in Lazár, 2017) so ti z zavedanjem o čedalje večjih obremenitvah turizma na okolje (v najširšem pomenu besede) in njegovi ekspanziji v zadnjih desetletjih postali nepogrešljiv del poslovanja odgovornih destinacij in ponudnikov; skozi čas so se razvile številne tipologije shem, ki pokrivajo različne vrste turizma, prav tako so usmerjene v produkte, destinacije ali ponudnike (predvsem nastanitvene in tudi ponudnike drugih storitev) (Bien, 2015; Graci in Doods, 2015). Certifikati in sheme so v uporabi na različnih ravneh – od mednarodne, nacionalne, regionalne in lokalne, ustanovljeni pa so bodisi s strani javnega stebra ali zasebnega kapitala (Pröbstl in Müller, 2012). Koristi certificiranja, ki vedno zahteva več, kot je je splošno sprejeto ali uzakonjeno merilo/standard, so neizpodbitne; deležna so jih tako podjetja/ponudniki, gosti, pomembne so za lokalno skupnost in njeno okolje ter ne nazadnje za odločevalce (Bien, 2015). Po drugi strani so tudi veliki izzivi: ob porastu certificiranja se vse bolj poraja problematika prevelikega števila certifikatov, med katerimi potrošniki ne razločijo več (angl. jungle lable), ali celo zelenega zavajanja (angl. green washing), necelovitosti shem, skromnega vpliva certifikatov na prodajo, kompleksnosti, birokracije in stroškov certificiranja ipd. (Mazilu in drugi, 2017; pred njimi že številni drugi avtorji).

Vse bolj sistematičen pristop k razvoju trajnostnega koncepta turizma v Sloveniji, njegovega uspešnega trženja, obnovi turistične infrastrukture in razvoju nekaterih, danes paradnih proizvodov slovenskega turizma, kot so zdraviliški, kongresni turizem, oblikovanje turističnih produktov na podeželju, spodbujanje systemskega pristopa k organiziranju in vodenju turizma ter naraščajoč pozitiven turistični promet, so dali temelje za to, da se je turizem v Sloveniji v preteklih tridesetih letih razmeroma dobro in uspešno razvijal (Potočnik Topler in Koščak, 2021).

Razlogi za te pozitivne rezultate ležijo prav gotovo v intenzivni in sistematični promociji, jasni viziji zelene in trajnostno usmerjene destinacije, kreiranju novih produktov v skladu z vizijo butične in doživljajske destinacije, zadovoljstvu gostov z varnostjo in gostoljubnostjo, ohranjeni naravi in kulturni krajini ter kulturni dediščini itd. K dobrim rezultatom so ne nazadnje pripomogli tudi ugodna gospodarska rast na ključnih trgih, ki jih je Slovenija nagovarjala. To so bile predvsem vse sosednje države in nekatere države v Zahodni Evropi (STO, 2020). Treba je vsekakor priznati tudi to, da je Slovenija razmeroma uspešno izkoristila aktualne trende, v katerih turisti iščejo nove, privlačne, avtentične in do okolja odgovorne destinacije. Prepoznavnost Slovenije je grajena na trajnostnih načelih petzvezdičnih doživetij, pri čemer to ne pomeni nujno samo ekskluzivnega in dragega doživetja v klasičnem smislu razumevanja luksuza – prej butično in edinstveno, navdihujoče in navdušujoče, zaradi izredne raznolikosti narave in doživetij, ki jih Slovenija lahko ponudi na majhnem prostoru. Petzvezdično doživetje je torej tisto, ki prijetno vznemiri oziroma preseneti, ki ima lokalno noto, ki vzbuja topla občutja ter ki podpira zgodbo Slovenije kot zelene, aktivne in zdrave destinacije (Potočnik Topler in Koščak, 2021).

Ko je pred približno dvema desetletjema na globalni ravni začela nastajati paradigma o trajnostnem razvoju, ki so ji sledile resnejše politike trajnostnega razvoja, se je tudi Slovenija s svojimi deležniki v turizmu zavezala k temu, da bo turizem v prihodnje razvijala po načelih trajnostnega razvoja. V ta namen je bila podpisana tudi Deklaracija o partnerstvu za trajnostni razvoj slovenskega turizma (2011), ki jo je leta 2014 pod okriljem Slovenske turistične organizacije (v nadaljevanju: STO) nadgradil nacionalni model pospeševanja trajnostnega turizma, t. i. Zelena shema slovenskega turizma. Ta temelji na globalnih kriterijih, ki sta jih razvila UNWTO in Evropska komisija, ter na standardu Green destination (<https://greendestinations.org/>). Zelena shema, ki deluje pod krovno znamko Slovenia Green, spodbuja trajnostno delovanje, združuje trajnostna prizadevanja in promovira zelene zgodbe slovenskega turizma. To je državni program, certifikacijska shema in hkrati znak za turistične destinacije ter ponudnike nastanitvev, pa tudi naravne parke, turistične agencije, znamenitosti, restavracije in plaže. Znak promovira zeleno delovanje turističnih deležnikov, pri čemer ti pridobijo znak Slovenia Green, ta pa se pri destinacijah razlikuje še po žlahtnosti, ki si sledi od bronaste, srebrne do zlate in nazadnje – najvišje – platinaste (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo [MGRT], 2021a). Shema daje dobre in konkretne rezultate, temelji na ocenjevanju ponudnikov

in destinacij na podlagi številnih kriterijev. Nekako je torej turizem v vlogi promotorja trajnostnega razvoja ter s tem vplivanja na gospodarsko in družbeno stabilnost. Ves ta trud in prizadevanja za »Slovenijo kot zeleno destinacijo« so bili opaženi in tudi nagrajeni s strani mednarodne skupnosti in njenih institucij.

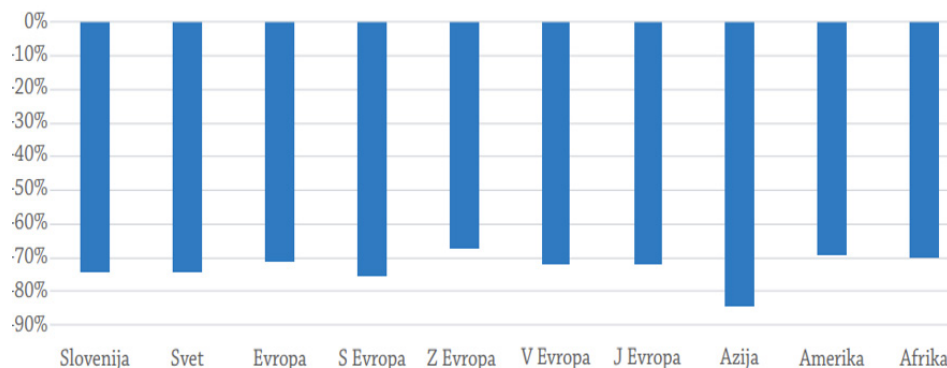
Ponudniki lahko vstopijo v zeleno shemo na podlagi že pridobljenega enega od mednarodno uveljavljenih okoljskih znakov, katerih uvedbo sofinancirajo na podlagi vsakoletnega javnega razpisa. Tako se želi spodbuditi pravne in fizične osebe, društva in druge subjekte javnega in zasebnega prava, ki delujejo na področju turizma, k uvajanju okoljskega oziroma ekološkega upravljanja in okoljskih oziroma ekoloških standardov v turističnih nastanitvenih objektih ter spodbuditi pridobitev mednarodno uveljavljenega okoljskega znaka.

Poleg ZSST, ki v osnovi temelji na številnih mednarodno uveljavljenih okoljskih znakih oziroma certifikacijskih shemah, se v Sloveniji postopno uveljavljajo še nekateri drugi pristopi, v zadnjem času med drugim različne oblike znamčenja, ki turizem naslavljajo bolj ali manj neposredno. Med najbolj propulzivnimi tozadevno so t. i. teritorialne kolektivne blagovne znamke (Lešnik Štuhec, 2021), razvite pod okriljem podjetja Provital, d.o.o., ki na podlagi večravskega pristopa postopoma, od spodaj navzgor, razvijajo in nadgrajujejo ponudbo določenega zaokroženega geografskega območja. Shema ima poleg certifikacijske vrednosti še izrazito močno razvojno komponento, ki na določenem območju vzpostavlja povezave (verige vrednosti) od pridelovalcev ter predelovalcev v kmetijstvu in rokodelstvu do ponudbe teh produktov v okviru gostinstva, turističnih doživetij in nastanitve, kar jo gotovo uvršča med kompleksnejše (celovitejše) certifikacijske modele.

3.2 Trajnostni razvoj in slovenski turizem v postpandemičnem obdobju

Ko govorimo o zelenem in trajnostnem, lahko ugotovimo, da je Slovenija v zadnjem času dokaj uspešno pošiljala na turistični trg sporočila o tem, da so ponudba, turistične vsebine in produkti usmerjeni v zeleno in trajnostno smer. Vse bolj so na vseh ravneh, tako nacionalni kot tudi lokalni, prisotni znaki in spoznanja, da mora slovenski turizem graditi na svojih naravnih potencialih, geografski legi in njeni raznolikosti, to pa so predvsem kakovostna in neokrnjena narava ter ne nazadnje varnost destinacije. Taka usmerjenost se uresničuje tudi v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma (STRST) 2017–2021, ki je bila usmerjena v scenarij pospešenega

trajnostnega razvoja turizma. Žal je pandemija COVIDA-19 presekala načrtovan razvoj in prekinila zastavljene načrte ter tako pričakovani rezultati niso bili doseženi. Še več, praktično vse svetovne destinacije so zaznale drastičen padec vseh kazalnikov (glej sliko 1).



Slika 1: Primerjava upada mednarodnih prihodov v letu 2020

Vir: STO, 2021a.

V marcu 2021 je bila izvedena tudi evalvacija izvajanja in doseganja ciljev STRST 2017–2021 ter pripravljen povzetek smernic za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022–2028 (MGRT, 2021b). Zaradi nezmožnosti doseganja rezultatov se je v evalvaciji vrednotilo samo obdobje med 2017 in 2019.

Rezultati so prikazani na tabeli 1.

Tabela 1: Doseženi cilji STRST 2017–2021

Vir: MGRT, 2021b

#	Cilj	Stopnja uresničitve cilja do konca leta 2019
1	Priliv iz naslova izvoza potovanj: 3,7 do 4 milijarde EUR	Cilj je do konca leta 2019 uresničen le do 69 % (zgornja raven cilja) oz. 74 % (spodnja raven cilja). V letu 2019 so prilivi iz naslova izvoza potovanj znašali 2,75 milijarde EUR.
2	5–5,5 milijona turističnih obiskov	Cilj je do konca leta 2019 presežen za 13 % (zgornja raven cilja) oz. 25 % (spodnja raven cilja). V letu 2019 je bilo realiziranih 6,2 milijona vseh prihodov turistov.
3	16–18 milijonov nočitev	Cilj je do konca leta 2019 dosežen do 88 % (zgornja raven cilja) oz. do 99 % (spodnja raven cilja). V letu 2019 je bilo realiziranih 15,8 milijona vseh prenočitev.

#	Cilj	Stopnja uresničitve cilja do konca leta 2019
4	Povprečna dolžina bivanja 3,1–3,4 dneva	Cilj je do konca leta 2019 dosežen do 74 % (zgornja raven cilja) oz. do 82 % (spodnja raven cilja). V letu 2019 je znašala povprečna doba bivanja turistov v Sloveniji 2,5 dneva.
5	18.000 do 22.000 novih turističnih sob, od tega v hotelskem sektorju 8.500 prenovljenih in 6.500 novih sob	Cilj je do konca leta 2019 nominalno in tudi strukturno v veliki meri neuresničen, saj je glede načrtovane rasti skupnega števila vseh vrst sob (enot) dosežen le do 47 % (zgornja raven cilja) oz. do 57 % (spodnja raven cilja). Do konca leta 2019 je bilo v primerjavi z letom 2015 (kot izhodiščnim primerjalnim letom) povečanje števila vseh vrst sob/enot za 10.227. Pri tem je še v manjši meri uresničen cilj povečanja in obnove kapacitet v čistih hotelskih nastanitvenih obratih, kjer se je število sob v enakem obdobju celo zmanjšalo za 0,3 %. Obnovljenih pa je tudi manj kot 30 % obstoječih sob. Po drugi strani pa je izredno naraslo le število najbolj enostavnih nastanitvenih kapacitet (sobodajalci in apartmaji).
6	Povečanje zaposlovanja za polni delovni čas v turističnem sektorju na 12.000 zaposlenih	Cilj je do konca leta 2019 dosežen do 92 %. V letu 2019 je znašalo število redno zaposlenih (po delovnih urah) v sektorju nastanitvene gostinske dejavnosti (I 55), na kar se je cilj nanašal, 11.086 zaposlenih.

Rezultati so več kot jasni, ključna ugotovitev je, da načrtovanih rezultatov nismo dosegli. Če gledamo zgornjo tabelo, lahko ugotovimo, da je v smislu trajnosti analiziran in izpostavljen predvsem ekonomski del – kazalniki iz ekonomskega dela načrtovanja. Zelo malo oziroma skoraj nič pa ne izvemo, kako je s socialnim in okoljskim delom. Še zlasti to bode v oči, ker je strategija v naslovu poimenovana kot »trajnostna strategija«. To prav gotovo kaže na določeno pomanjkljivost monitoringa oziroma opredeljenih kazalnikov za spremljanje izvajanja te strategije. Analiza zadovoljstva mednarodnih turistov v Sloveniji s posameznimi elementi turistične ponudbe (*na osnovi anket SURS v vseh turističnih regijah Slovenije v vseh sezonah v letu 2019*) kaže (STO, 2021b), da so turisti najbolj zadovoljni in najvišje ocenjujejo naravno okolje, osebno varnost med bivanjem, gostoljubnost domačega prebivalstva, splošen vtis o državi in možnosti za počitek in sprostitev. Med najnižje ocenjenimi (a še vedno z zelo zadovoljivo nominalno oceno) pa so elementi: razmerje cena/kakovost, ponudba kulturnih prireditev, možnosti za zabavo, kakovost cest in storitev ob cestah ter kakovost kongresnih zmogljivosti, storitev. To kaže visoke ocene mehkih in splošnih vsebin ponudbe in nižje ocene elementov, povezanih z infrastrukturo in komercialnimi storitvami, in jasno tudi del vzrokov za nižjo dodano vrednost od zaželeno v slovenskem turizmu (MGRT, 2021b).

Seveda se postavljajo različna vprašanja in razlogi, zakaj je tako, kot je. Za našo razpravo je pomembna ugotovitev, da so bile razmere v zadnjih normalnih letih do leta 2019 za razvoj turizma zelo ugodne, potem pa po marcu 2020 popolnoma nepredvidljive. Lahko pričakujemo, da bo v naslednjih nekaj letih situacija zelo težko popolnoma predvidljiva. V tej luči je treba zapisati, da bo verjetno v prihodnje edina stalnica to, da na področju razvoja turizma lahko pričakujemo zelo dinamične spremembe in dogajanje, torej zelo malo oziroma nič stalnega. In to bo treba spremljati in vrednotiti tudi v smislu doseganja ustreznih trajnostnih učinkov (MGRT, 2021b).

3.3 Vpliv podnebnih sprememb na turizem

Verjetno veliko bolj predvidljivo stalnico, ki bo v bodoče zadevala poslovanje turističnih destinacij in ponudnikov, ob tem pa zahtevala izrazito uravnotežene in poudarjene ukrepe trajnostnega razvoja, predstavljajo podnebne spremembe. Na globalni ravni turizem k njim s svojim okoljskim (ogljčnim) prispeva razmeroma malo – po ocenah strokovnjakov okoli 5 %; v tem deležu daleč največ odpade na različne oblike prevoza (v prvi vrsti letalskega) (UNWTO, 2019).

Destinacije in ponudniki, ki se zavedajo problematike, že sprejemajo ukrepe, ki vodijo k zmanjševanju okoljskih učinkov obiska oziroma turizma sploh. Predvsem lahko izpostavimo ukrepe trajnostne mobilnosti in upravljanja/usmerjanja obiska, poudarjene lokalne samooskrbe, energetske sanacije objektov, ki so namenjeni turizmu (številne primere dobrih praks predstavljajo med drugim nevladne okoljske organizacije (Umanotera, 2019)); med naprednejše ukrepe prištevamo aktivni pristop k spreminjanju strukture gostov (npr. nagovarjanje bližnjih trgov) in preobrazbo ponudbe (produktov) destinacije k bolj trajnostno naravnani in okoljsko prijazni (več v Pozvek, Špindler in Rangus, 2022). K temu so deležniki na ponudbeni strani lahko spodbujeni s strateškimi smernicami (dokumenti) in na njihovi podlagi sprejetimi spodbudami, ki jih promovira tudi Zelena shema slovenskega turizma, pričakovati pa je mogoče, da bodo poudarjeni tudi v novem nacionalnem strateškem dokumentu.

Po drugi strani je mogoče pričakovati izrazit vpliv podnebnih sprememb na turistično panogo. Ne nazadnje se to že dogaja, na primer v obliki vse številnejših zelenih zim (kar zelo prizadene nekdanj paradnega konja slovenskega turizma – smučanje; Vrtačnik Garbas, 2008), naravnih ujm v obliki ekstremnih vremenskih pojavov (neviht, močnih vetrov, suš itd.), ki povzročajo neposredno škodo v turizmu (npr. na infrastrukturi) ali posredno z vplivom na kmetijstvo (Kajfež Bogataj, 2020). Destinacije in ponudniki bodo pri svojem poslovanju soočeni z resnimi izzivi prilagajanja novi podnebni realnosti, ki bo zahtevala prilagoditve turističnih produktov (npr. že omenjenih zimskih, pa tudi poletnih zaradi prevelike vročine), poudarjeno skrb za zaščitno infrastrukturo (ki bo zmanjševala učinke ekstremnih pojavov), ohlajanje in ozelenjevanje predvsem v urbanih območjih oziroma na območjih večjih pozidanih turističnih kompleksov (termalna zdravilišča – kopališča), premislek o porabi in pridobivanju virov (npr. električne energije, vode), načinu kmetovanja itd.

Izzivi, ki jih prinašajo podnebne spremembe, so morda premalo prepoznani, zato so na ravni destinacij in ponudnikov ključni ozaveščanje, izobraževanje o tematiki, hkrati pa tudi aktivno ukrepanje s pomočjo strateških usmeritev in podpore države. Dolgoročno je treba zmanjšati občutljivost panoge (sprememba ponudbe) in povečati njeno prilagoditveno sposobnost (skrb za ozaveščenost in vlaganje v sodobnejšo/prilagojeno infrastrukturo in tehnologijo). Prav zaradi neslutnih razsežnosti in posledično pomembnosti problematike se t. i. podnebni steber občasno pojavlja tudi kot četrti steber trajnosti, od katerega bo ključno odvisen prihodnji trajnostni razvoj.

4 Zaključek

Pogled v prihodnost daje nov zagon in nove izzive. Zadnja strategija razvoja in trženja slovenskega turizma ni mogla predvideti vsega tega, kar se je na področju turizma zgodilo in se dogaja v letih 2020, 2021 in se bo očitno dogajalo vsaj še nekaj časa. V mislih imamo seveda predvsem situacijo v povezavi s COVIDOM-19. Omenjena strategija je temeljila predvsem na intenzivnem trženju, dvigu kakovosti storitev in razvoju inovativnih turističnih produktov, s ciljem povečati konkurenčnost in turistični promet ter spodbujati trajnostni razvoj turizma, ki bo prijazen do ljudi in narave. V ta namen je pozornost dobilo tudi področje razvoja podeželja, kar je dobra novica. Ravno ta prostor, ki je kakovosten, infrastrukturno

razmeroma dobro opremljen in dobro ohranjen ter tudi vir različnih, za turizem zanimivih potencialov, kot so zdravo okolje, gore, pohodništvo, kulinarika, pridelava zdrave hrane itd., lahko ponudi nove vsebine in tudi deloma razprši pritisk na nekatere destinacije, ki so bile v preteklih letih že na robu svojih zmogljivosti. Ta prostor je strateško pomemben tudi zaradi pospeševanja lastne kmetijske proizvodnje, visokokakovostne in avtentične kulinarike, različnih in inovativnih oblik nastanitvenih zmogljivosti, številnih doživetij, ki jih ponuja naravno okolje, žive dediščine, torej tistega, kar se skriva v ljudeh, njihovi kulturi in vsakdanjem življenju. To pomeni tudi dober temelj za nadaljnji trajnostni razvoj.

Pri tem ne smemo iskati zgolj in samo ekonomske trajnosti. Znaki v nekaj zadnjih letih oziroma po sprejetju razvojne strategije 2017–2021 so kazali, da so nekateri turistični deležniki v javnem in zasebnem sektorju ter tudi turistični raziskovalci zagovarjali tezo, da mora Slovenija v prihodnje staviti predvsem na ekonomsko-tržni model razvoja, vse drugo – torej vezano na elemente trajnostni – pa je oziroma ostaja tako, kot je.

Streznitev v letu 2020 je bila najbrž dovolj močna; če pa ni bila, obstaja verjetnost, da bo dodatna prišla že v nekaj naslednjih mesecih in letih, torej zelo hitro. Izkušnje iz let 2020 in 2021 kažejo, da so krizo uspešneje preživeli tiste destinacije in ponudniki, ki so zagotavljali individualno varnost in distanco, kakovostno naravno okolje, odmaknjenost od množic itd. Če so bile tako pred letom 2020 ključne besede za razvoj trajnostnega turizma, globalno gledano in tudi v Sloveniji, povezane z (Koščak in O'Rourke, 2020):

- odgovornim upravljanjem,
- iskanjem dodane vrednosti lokalnim proizvodom in uslugam,
- varnostjo in družbeno odgovornostjo,
- dostopnostjo za vse,
- presojo nosilne zmogljivosti okolja,
- čezmernim turizmom (angl. overtourism),
- participativnim načrtovanjem in
- partnerskim pristopom.

Lahko verjamemo, da vse to ostaja pomembno tudi za prihodnji razvoj trajnostnega turizma. Vendar pa bodo, zlasti z vidika dogodkov v letu 2020, ki jim še ni videti konca, pomembni tudi naslednji novi trendi in izvajanje ukrepov, ki bodo v turističnih destinacijah zagotavljali predvsem naslednje (Koščak in O'Rourke, 2021):

- doživetja in nove izkušnje,
- varnost,
- splošno in osebno higieno,
- socialno distanco,
- »zeleno«, od množičnega obiska odmaknjeno in ohranjeno okolje,
- pogoje za dobro psihofizično počutje gostov,
- nagovarjanje bližnjih trgov.

Menimo, da Slovenija lahko ponudi in zagotovi vse navedeno. Seveda to za sabo potegne tudi preoblikovanje strateških usmeritev za prihodnje obdobje in iskanje novih razvojnih paradigem, ki nikakor ne morejo več obiti načel trajnostnega in odgovornega turizma oziroma se ne smejo oddaljiti od njih, tudi v povezavi z vsem, kar je v letih 2020 in 2021 zaznamovalo slovenski in svetovni turizem.

Literatura in viri

- Bien, A. (2015). *A simple user's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism. 3rd edition*. Pridobljeno iz https://www.rainforest-alliance.org/wp-content/uploads/2021/07/users_guide.pdf, 25. 2. 2022.
- Deklaracija o partnerstvu za trajnostni razvoj slovenskega turizma (2011). Pridobljeno iz <https://www.yumpu.com/xx/document/view/296540/deklaracija-za-trajnostni-razvoj-slovenskega-turizma-slovenia>, 22. 10. 2020.
- Goodwin, H. (1997). Vrednotenje družbenih, naravnih in okoljevarstvenih zmogljivosti. V: *Po poteh dediščine: regeneracija podeželja z vključevanjem naravne in kulturne dediščine kot elementa turistične ponudbe tega prostora: priručnik*, 25–31. Neobjavljeno delo.
- Graci, S. in Dodds, R. (2015). Certification and labeling. *The Routledge Handbook of Sustainable Tourism*, 200–208.
- Jarvis, N., Weeden, C. in Simcock, N. (2010). The benefits and challenges of sustainable tourism certification: A case study of the Green Tourism Business Scheme in the West of England. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 83–93.
- Kajfež Bogataj, L. (2020). *Prilaganje na podnebne spremembe* (predavanje 28. 1. 2020). Pridobljeno iz <https://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/10736/Bogataj.pdf>, 12. 1. 2022.
- Koščak, M. in O'Rourke, T., (ur.) (2020). *Ethical and Responsible Tourism – managing sustainability in local tourism destinations*. Abingdon, Oxon, New York: Routledge.
- Koščak, M. in O'Rourke, T. (2021). *Post-Pandemic Sustainable Tourism Management: The New Reality of Managing Ethical and Responsible Tourism (1st ed.)*. London: Routledge.

- Lešnik Štuhec, T. (2021). Teritorialne kolektivne blagovne znamke vzpostavljene po modelu 'Izvorno slovensko'. V T. Lešnik Štuhec (ur.), *Podeželje in razvoj gastronomije v Sloveniji: teritorialne kolektivne blagovne znamke po modelu 'Izvorno slovensko' v letu 2020*. Maribor: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba.
- Mathieson, A. in Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman.
- Mazilu, M., Toma, E. in Lazār, I. (2017). Certification Standard for Tourism in the Danube Region. *International journal of systems applications, engineering&development*, 11, 21–25.
- MGRT (2021a). *Zelena shema slovenskega turizma*. Pridobljeno iz https://www.slovenia.info/uploads/zelena_shema/2019_05_sto_-_zsst_brosura_slo_web.pdf, 5. 12. 2021.
- MGRT (2021b). *Povzetek zaključkov evalvacije izvajanja in doseganja ciljev »Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021« in smernic za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022–2028*. Pridobljeno iz <https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGRT/Dokumenti/turizem/Strategija-trajnostne-rasti-slovenskega-turizma-2017-2021/Povzetek-evalvacije-strategije-trajnostne-rasti-slovenskega-turizma-2017-2021-in-usmeritve-za-stratesko-obdobje-2022-2028.pdf>, 10. 12. 2021.
- Počuča, J. (2010). *Trajnostni (zeleni) turizem v Sloveniji – trend ali stalnica*. Zbornik 7. festivala raziskovanja ekonomije in managementa, Škofja Loka. Pridobljeno iz <https://www.fm-kp.si/en/zalozba/ISBN/978-961-266-122-9/prispevki/004.pdf>, 10. 12. 2021.
- Potočnik Topler, J., in Koščak, M. (2021). 30 let slovenskega turizma: Marsikaj se je spremenilo, še vedno pa smo turizem ljudje. V D. Darovec in D. Rupel (ur.), *30 let slovenske države*. Koper: Založba Annales.
- Pozvek, N., Špindler, T. in Rangus, M. (2022). *Strateške usmeritve na področju merjenja in minimiziranja ogljičnega odtisa destinacije Catež in Brežice*. Interno gradivo.
- Pröbstl, U. in Müller, F. (2012). Hotel certification and its relevance for sustainable development: examples from the European Alps. *Sustainable Tourism V*, 161(3), 3–15.
- Smolčić Jurdana, D. (1998). Odzivost-značajna ekonomska kategorija razvoja turistične destinacije (Sustainability – an important economic category of tourism destination development). V M. Peršič (ur.), *Hotelska kuća 98: Hotel u turističkoj destinaciji*, 297–310. Opatija: Hotelijerski fakultet Opatija.
- STO (2020). *Zelena shema slovenskega turizma*. Pridobljeno iz https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/zelena-shema/sto_slovenia_green_zsst_brosura_jun2017_slo_web.pdf, 17. 9. 2021.
- STO (2021a). *Turizem v številkah 2020*. Pridobljeno iz https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2020/2021_03_STO_TV_S_2020_SLO.pdf, 7. 12. 2021.
- STO (2021b). *Analiza ankete o tujih turistih v Sloveniji 2019/2020*. Pridobljeno iz https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/anketa_o_tujih_turistih_2019/koncni%20porocili/A_TU-T_Splosno_porocilo_tuji_turisti_v_Sloveniji_2019.pdf, 5. 12. 2021.
- Umanotera (2019). *Dobre prakse zniževanja izpustov toplogrednih plinov*. Pridobljeno iz https://www.care4climate.si/_files/142/Umanotera-2019-Dobre-prakse-znizevanja-izpustov-toplogrednih-plinov.pdf, 25. 2. 2022.
- United Nations Environment Programme in World Tourism Organization (2005). *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*. Paris, Madrid: UNEP, WTO.
- UNWTO (2019). *Transport related CO2 Emissions of the Tourism Sector*. Pridobljeno iz <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416660>, 12. 1. 2022
- Vrtačnik Garbas, K. (2008). *Posledice klimatske spremenljivosti v središčih zimsko-športne rekreacije v Sloveniji*. (Doktorska disertacija). Ljubljana, Filozofska fakulteta.

