

UDK: 338.48-44(1-21)(680Johannesburg)
DOI: 10.5379/urbani-izziv-2016-27-02-004

Prejeto: 4. 4. 2016
Sprejeto: 30. 8. 2016

Christian M. ROGERSON
Jayne M. ROGERSON

Prostorske razlike v turizmu znotraj mest: primer Johannesburga v Republiki Južna Afrika

Raziskave mest na globalnem jugu se vse bolj osredotočajo na mestni turizem, saj izzivi, povezani z upravljanjem mestnega turizma, zahtevajo boljše razumevanje prostorske zgradbe turizma in turističnih tokov v mestih. V članku so analizirani turistični tokovi v Johannesburgu, najpomembnejšem mestu Republike Južna Afrika. Rezultati kažejo, da različne vrste mestnih turistov uporabljajo različne prostore v mestu. Raziskava Johannesburga razkriva, da so prostori, ki jih uporabljajo prostočasni in poslovni turisti med seboj tesno povezani, tokovi obiskovalcev, ki v mestu obiščejo prijatelje in sorodnike, pa so popolnoma drugačni. Poleg tega tuji turisti uporabljajo

tudi drugačne prostore kot domači. Pozornost vzbuja ugotovitev, povezana s predmestjem Soweto, ki velja za ikonično zanimivost in privablja tuje turiste, vendar v njem prevladujejo domači turisti, ki tam obiščejo prijatelje in sorodnike. Prostorski vzorci turističnih tokov v Johannesburgu se močno razlikujejo od tokov na mestnih turističnih destinacijah na globalnem severu, pri čemer pri Johannesburgu najbolj izstopa omejena in oslABLJENA turistična vloga mestnega središča.

Ključne besede: mestni turizem, prostorska zgradba, Johannesburg, Republika Južna Afrika

1 Uvod

V zadnjem desetletju je pojav mestnega turizma postal pomemben del mednarodnega turističnega gospodarstva (Page in Connell, 2006; Ashworth in Page, 2011; Heeley, 2011; Pasquinelli, 2015). Kirk Bowman (2015: 135) ga opisuje celo kot »enega od glavnih turističnih segmentov«, Christopher Law (1991) pa ugotavlja, da so bila velika mesta vedno pomembna turistična središča, saj običajno privabljajo veliko poslovnih potnikov, ljudi, ki v mestu obiščejo prijatelje in sorodnike, ter dnevne obiskovalce, ki se udeležujejo kulturnih prireditev in športnih dejavnosti v mestu ali pridejo tja nakupovat. Na splošno so mesta destinacije, na katere ljudje potujejo iz različnih razlogov: poslovno, za zabavo in prosti čas, da bi obiskali prijatelje in sorodnike ali zaradi osebnih zadev, kot so zdravstvene storitve (Law, 1991, 1993; Haywood, 1992; Ismail in Baum, 2006). Mesta so večnamenska območja, saj hkrati zagotavljajo različne funkcije različnim skupinam uporabnikov. Te funkcije so redko namenjene izključno turistom, saj jih uporabljajo najrazličnejši uporabniki, vključno z mestnimi prebivalci (Law, 1993; Ashworth, 2012; Stepchenkova idr., 2015).

Čeprav so mesta pomembne turistične destinacije, pogosto niso prepoznana kot ključne točke turističnega razvoja (Law, 1992, ter Ioannides in Timothy, 2010). Vse bolj postaja jasno, da velik delež ljudi potuje v največja svetovna mesta zaradi njihove politične in gospodarske moči, nakopičene na teh območjih, ne pa zaradi njihovih prednosti na področju kulture, prostega časa in zabave (Ashworth in Page, 2011, in Pasquinelli, 2015). »Mesta, ki sprejmejo največ turistov, so veliki večnamenski subjekti, ki ponujajo različne funkcije in prostore, v katerih se lahko turisti zlahka porazgubijo ter postanejo ekonomsko, družbeno in fizično nevidni v veliko večji meri kot v številnih drugih turističnih prostorih, kot so plaže, toplice ali zimska športna letovišča.« (Ashworth, 2012: 1.) Costas Spiro in Dennis Judd (2014: 40) ugotavljata, da je verjetno »najpomembnejša prednost mest njihova sposobnost doseganja ekonomij obsega in kritične mase, in sicer tako, da v prekrivajočih se ali bližnjih prostorih združujejo različne elemente turizma«.

Mestni oblikovalci politik in urbanisti po vsem svetu zdaj priznavajo, da lahko turistični sektor pomembno prispeva k razvoju mest in spodbudi spremembe v njih (Bowman, 2015, in Pasquinelli, 2015). Gregory Ashworth (2012: 1) opozarja, da ima turizem pomembno vlogo kot sredstvo mestnega gospodarskega razvoja ter katalizator lokalne urbane revitalizacije in prenove. Davorka Mikulić in Lidija Petrić (2014: 381) ugotavljata, da se je ideja o turizmu kot strategiji razvoja mest pojavila v 80. letih 20. stoletja, ko so se v številnih severnoameriških in evropskih mestih zapirale tovarne, kriza, povezana

z deindustrializacijo, pa jih je prisilila v »iskanje alternativnih strategij mestnega razvoja«. V odgovoru na gospodarsko krizo so se številna mesta začela ukvarjati s tem, kakšen potencial bi lahko turizem imel za oživitev gospodarstva (Law, 1991, 1992; Page in Connell, 2006; Joksimovic idr., 2014). Vzpon mestnega turizma je tako neločljivo povezan s »koncem industrijske in začetkom postindustrijske dobe« (Dumbrovska in Fialova, 2014: 6). Kot poroča Law (1993: 1), so »večja mesta kot pomembne turistične destinacije dozorela v 80. letih 20. stoletja«. Pred skoraj četrstoletja je Michael Haywood (1992: 10) ugotavljal, da je turizem »postal prepoznan kot ena od številnih storitvenih panog, ki lahko mestom vdihnejo novo življenje, vključno s težavnimi mestnimi območji, za katera se zdi, da nimajo ustrezne turistične podobe, na katerih prevladujejo neugodni socialni in ekonomski dejavniki ter so potrebna infrastrukturne izboljšave«. V zadnjem času se v političnih razpravah poudarja, da »se je pomen mestnega turizma povečal zaradi njegovega novo odkritega središčnega položaja v procesih ponovnega odkrivanja mest v času postindustrijskih in postmodernih sprememb ter s tem povezanega prestrukturiranja mestnega gospodarstva in družbe, ki temelji na potrošnji« (Williams, 2009: 208).

Za akademske raziskave je mestni turizem široko in kompleksno področje. Ashworth (1992) je pri njegovem proučevanju opredelil tri pristope k njegovi analizi, in sicer z vidika politike mestnega turizma, turistične ponudbe na mestnih območjih in povpraševanja, ki ga ustvarjajo mestni turisti. V primerjalnem pregledu mednarodnih raziskav mestnega turizma Ashworth in Page (2011: 2) opozarjata na njegovo »intelektualno zdravje« in združitev »velikega števila uveljavljenih raziskav s področja mestnega turizma«. Najnovejše raziskave se osredotočajo na najrazličnejše teme, kot so vplivi turizma na mesta, razvoj destinacij, vloga mestnega turizma pri prestrukturiranju in revitalizaciji lokalnega gospodarstva, trajnost, pojav novih oblik segmentiranih turističnih nastanitvev, spreminjanje mestnih prostorov v festivalska prizorišča, uporaba pametnega turizma in konkurenčnost mestnih turističnih destinacij, vloga inovativnih javnih politik, težave, povezane s trajnostjo, in tehtnost uporabe teoretičnih konstrukтов razvojne ekonomske geografije (glej na primer Henderson, 2006, 2013, 2014, 2015a, 2015b; Connelly, 2007; Rogerson, 2010, 2011a, 2011b, 2013a, 2013b, 2013c, 2013d; Cudny, 2011, 2013, 2014, 2016; Heeley, 2011; Rogerson in Sims, 2012; Brouder in Ioannides, 2014; Mikulić in Petrić, 2014; Pandey in Rogerson, 2014a, 2014b; Bowman, 2015; Greenberg in Rogerson, 2015; Iwanicki in Dłuzewska, 2015; Kim in Lee, 2015; Miller idr., 2015; Özdemir idr., 2015; Papadimitrou idr., 2015; Pearce, 2015; Przybylska, 2015; Stepchenkova idr., 2015; Zamfir in Corbos, 2015; Boes idr., 2016; Ismail in Rogerson, 2016; Gretzel idr., 2016; Roullet idr., 2016).

Greg Richards (2014) poudarja, da zadnjem času vprašanje ustvarjalnosti postaja vse pomembnejše za uspešen razvoj mestnega turizma. Ob vse večji mednarodni konkurenci so pametna turistična mesta začela sprejemati ustvarjalne strategije, da bi se razlikovala od tekmecev (Bowman, 2015). Med zanimivimi in izstopajočimi temami raziskav s področja mestnega turizma izstopata tudi pojav in vse večja priljubljenost »turizma v slumih«, zlasti na mestnih destinacijah na globalnem jugu (Rogerson, 2004, 2008b; Frenzel idr., 2012, 2015; Burgold in Rolfes, 2013; Frenzel, 2016). Tovrstni turizem postaja vse privlačnejši za tuje turiste, medtem ko prebivalci teh destinacij z vidika vzorcev diskrecijske mobilnosti (ang. *discretionary mobility*) večinoma potujejo samo znotraj države (Rogerson in Mthombeni, 2015). Na splošno se najrazličnejša vprašanja, povezana z mestnim turizmom in strategijami za promocijo mest kot turističnih destinacij (tudi v okviru ustvarjalnega turizma), pojavljajo kot ključne teme sodobnih turističnih raziskav na globalnem severu in tudi jugu (Ben-Dalia idr., 2013; Booyens in Rogerson, 2015; Bowman, 2015; Srikanth in Prasad, 2016).

Kot navaja Law (1993: 21), je »turizem v mestih postal in bo tudi ostal pomembna tema pri upravljanju in načrtovanju velikih mestnih območij«. Haywood (1992) ugotavlja, da morajo imeti načrtovalci, investitorji in oblikovalci politik širok pogled na mestni turizem, da lahko zlahka prepoznajo in obvladujejo izzive, ki jih ustvarja. Ta zahteva je še posebej poudarjena v pred kratkim objavljeni raziskavi Cecilie Pasquinelli (2015), v kateri avtorica ugotavlja, da gre pri političnih razpravah o mestnem turizmu za morebitno »spremembo paradigme«. Sprememba paradigme v delih, ki obravnavajo mestni turizem, naj bi bila neposredna posledica »konca medenih tednov mest in mestnega turizma« (Novy, 2014). Številne kritične raziskave opozarjajo na elitistično naravo velikega dela pritočnega mestnega turizma ter na »okoljska, socialna in kulturna vprašanja, kot so prenatrpanost in uporaba javnih dobrin, onesnaženost in kriminal, strukturna vprašanja, ki vplivajo na mestno podobo ter sprožajo procese komodifikacije identitete in gentrifikacije, širjenje turizma in slabšo kakovost življenja v mestih« (Pasquinelli, 2015: 4). V nekaterih evropskih mestih so se zaradi tovrstnih negativnih vplivov mestnega turizma pojavila protituristična mestna gibanja, ki se zavzemajo za pravice stanovalcev do mesta (Füller in Michel, 2014, in Novy, 2014). Za zdaj pa so ta negativna mnenja o mestnem turizmu večinoma omejena na redka mesta na globalnem severu.

V tej razpravi je pozornost usmerjena k vprašanju mestnega turizma na globalnem jugu oziroma natančneje na Johannesburg, gospodarsko najmočnejše mesto v Republiki Južna Afrika (Rogerson in Rogerson, 2015). Članek prispeva k živahnemu, toda še vedno »nezrelemu področju raziskav in prakse«,

ki se nanaša na mestni turizem (Pasquinelli, 2015: 4) in še zlasti na turizem v mestih na globalnem jugu. Poskuša zadovoljiti potrebo urbanistov in oblikovalcev politik po izčrpnih podatkih o delovanju in dinamiki turizma v mestih, vključno z lokacijskimi vzorci in turističnimi tokovi znotraj določene mestne regije (glej Kadar, 2013). Da bi turizem imel za mesta čim večje potencialne koristi, je treba razumeti prostorsko zgradbo mestnega turizma in imeti na voljo dovolj ustreznih informacij. Cilj tega članka je proučiti spreminjajoče se vzorce mestnega turizma v Johannesburgu, katerega turistično gospodarstvo se izrazito razlikuje od turističnih gospodarstev obalnih destinacij v državi, kot so Cape Town, Durban in Port Elizabeth, ki temeljijo na pritočasnih dejavnostih (Rogerson in Visser, 2007, 2011; Rogerson, 2013, 2015a; Rogerson in Rogerson, 2014), ter od najrazličnejših vrst turizma v južnoafriških mestih drugega reda (Rogerson, 2016). Kot v Severni Ameriki in Zahodni Evropi je v 90. letih 20. stoletja turizem tudi v Johannesburgu sprva veljal za potencialni vir novih delovnih mest, gospodarske rasti in večje razvejanosti gospodarstva, pri čemer so leta 2000 začeli izvajati pomembne ukrepe v podporo turističnemu razvoju (Rogerson, 1996, 2002, 2003, 2011). Poseben načrtovalski izziv sta bila določitev in povečanje konkurenčnih prednosti Johannesburga na področju poslovnega, nakupovalnega in kulturnega/političnega turizma, vključno z ikoničnim položajem predmestja Soweto v boju proti apartheidu.

V naslednjem poglavju je predstavljen kontekstualni pregled mednarodnih razprav in raziskav prostorske zgradbe mestnega turizma, nato pa se pozornost preusmeri na Johannesburg in analizo geografskih razlik v turističnih tokovih znotraj mesta.

2 Razlaga prostorske zgradbe mestnega turizma

Stephen Page in Joanne Connell (2006) poudarjata, da so za mestna območja značilne geografske koncentracije objektov in znamenitosti, ki so na primernih legah ter tako zadovoljujejo potrebe stanovalcev in tudi obiskovalcev. Ugotovitve kažejo, da »je prostorska razporeditev turističnih objektov na mestnih območjih posebna in raznovrstna« (Shaw in Williams, 1994: 207). Analiza prostorske zgradbe turizma v mestih je pomembna tema raziskav mestnega turizma, še zlasti ker so lahko njene ugotovitve v zvezi s prostorsko razporeditvijo pojavov uporabne pri načrtovanju mestnega turizma (Kadar, 2013, ter Li idr., 2015).

Definicijo pojma »mestni turistični prostor« je poskušal podati poljski geograf Stanislaw Liszewski (2014), ki meni, da sprva »mestnega turističnega prostora v smislu mestnega prostora, ki funkcionalno izstopa iz splošnega geografskega prostora, ni lahko prepoznati« (2014: 36). Za nekatere opazovalce sta turi-

stična dejavnost in turistična infrastruktura bistveni merili, na podlagi katerih lahko določen prostor opredelimo za turistični prostor. Zaradi tega mestni turistični prostor ni homogen ter ga morda lahko najboljše razumemo na podlagi raznovrstnih turističnih dejavnosti in njihovega vpliva na geografski prostor (Liszewski, 2014). V splošnem Liszewski (2014) loči pet vrst turističnega prostora, in sicer prostor raziskovanja, prodora, asimilacije, kolonizacije in urbanizacije. Na tej podlagi so Kotus idr. (2015) opravili uporabno analizo, s katero so določili faze dejavnosti zunanjega uporabnika mestnega prostora in tako nakazali dinamični (in ne statični) profil mestnih območij z vidika obiskovalcev. Opredelili so te štiri faze: 1. prevlada stanovalcev, 2. vstop zunanjega uporabnika, 3. sobivanje in sodelovanje in 4. nasledstvo.

Jasno je, da »mestni turizem po mestu ni enakomerno porazdeljen« (Dumbrovská in Fialová, 2014: 8). Več raziskovalcev ugotavlja, da se mestni turizem zgošča na natančno določenih območjih v mestu ali pa na različnih med seboj povezanih mestnih območjih, kot so nakupovalna središča, najbolj znane turistične točke, kulturne znamenitosti ali druge lokacije, ki ponujajo storitve, povezane s turizmom (Hayllar idr., 2008; Kotus idr., 2015; Pasquinelli, 2015). Eden od mogočih pristopov k razumevanju te prostorske razporeditve je, da si mestne turistične znamenitosti ali proizvode predstavljamo kot niz med seboj prepletenih vozlišč, grozdov in mrež, ki določajo »turistično mesto« (Shaw in Williams, 1994). S prostorskimi razsežnostmi mestnega turizma so se ukvarjale tudi raziskave, ki so proučevale vedenjske vzorce obiskovalcev in njihovo dejansko rabo turističnih objektov v mestih. Tovrstne študije so potrdile, da je največ potovanj večnamenskih ter lahko združujejo prostočasne dejavnosti z obiski prijateljev in sorodnikov. Razen manjšega števila raziskav »so geografi le redko proučevali prostor dejavnosti mestnih turistov« (Shaw in Williams, 1994: 210). S preučevanjem vedenjskih vzorcev mestnih obiskovalcev pa lahko odkrijemo podrobnosti o med seboj povezanih vozliščih in poteh, ki določajo »turistično mesto« (Kadar, 2014). V novejši analizi so Kotus idr. (2015) obravnavali gradnike mestnega turizma na podlagi njihovih funkcij in prostorske razporeditve. Turistično zgradbo mesta lahko opredelimo z vidika štirih vrst lokacij: »uvajalnih točk«, ki vodijo do mesta, »mestnih vrat« ali glavnih vhodov, »sidrskih točk« ali privlačnih krajev, ki spodbudijo ponovni obisk, in »mostov« med znamenitostmi, ki ponujajo priložnost za obisk »neodkritih krajev« v mestnem okolju.

V številnih raziskavah so bile lokacije mestnega turizma opredeljene in opisane kot »turistični okoliši«, »osrednja turistična območja« ali »turistični predeli (Getz, 1993; Hayllar in Griffin, 2005; Hayllar idr., 2008; Dumbrovská in Fialová, 2014; Pasquinelli, 2015). Geografska zgradba turizma v mestih se običajno razume z vidika ponudbe ter temelji na razpore-

jenosti izbranih znamenitosti in podpornih turističnih objektov (Li idr., 2015). Pogosto je glavni poudarek na porazdelitvi popolnoma določenega turističnega sektorja (najpogosteje nastanitvenega oziroma hotelskega sektorja). Za številne raziskovalce tvorijo »nastanitveni objekti osnovo turistične infrastrukture« (Svec idr., 2014: 1475). O lokacijski razporeditvi hotelov na mestnih območjih in odločanju glede hotelske gradnje je nastalo veliko teoretičnih prispevkov (na primer Ritter, 1986; Egan in Nield, 2000; Shoval, 2006; Yang idr., 2014) in empiričnih raziskav v mestih na globalnem severu (na primer Wall idr., 1985; McNeill, 2009; Shoval in Cohen-Hattab, 2001; Urtasun in Gutierrez, 2006; Shoval idr., 2011; Li idr., 2015), vse več pa tudi v mestnih okoljih na globalnem jugu (na primer Timothy in Wall, 1995; Oppermann idr., 1996; Bégin, 2000; Rogerson, 2012; Yang idr. 2012; Adam, 2013; Adam in Amuquandoh, 2013, 2014; Adam in Mensah, 2014; Rogerson, 2014a, 2014b). Ključni vplivi, s katerimi lahko razložimo prostorsko strukturo nastanitve, so med drugim povezani z lokacijskimi lastnostmi v zvezi z dostopnostjo, najemninami za zemljišča, prednostmi aglomeracij, spreminjajočo se ravno mestne gradnje in načrtovalskimi omejitvami (Bégin, 2000; Yang idr., 2012; Rogerson, 2014b; Li idr., 2015).

Na splošno mednarodne izkušnje kažejo, da mestni turizem ni sam po sebi dober ali slab, saj se njegove posledice nazadnje odvisne od »kakovosti turističnega upravljanja in osnovnih procesov« (Pasquinelli, 2015: 19). Zato je boljše razumevanje determinant in oblik prostorske zgradbe turizma v mestih ključno za zagotavljanje koherentnega načrtovanja, s katerim se lahko uspešno spopademo z izzivi razvoja mestnega turizma (Adam in Amuquandoh, 2013, ter Li idr., 2015).

3 Turistično gospodarstvo in prostorska zgradba turizma v Johannesburgu

Kot gospodarsko najživahnjejše mesto Republike Južna Afrika je Johannesburg turistična destinacija že vse od konca 19. stoletja, ko je bilo mesto ustanovljeno kot rudarski tabor. V mestni politiki je bil turizem na splošno potisnjen v ozadje vse do obdobja po demokratični preobrazbi leta 1994, zaradi katere je bila gospodarska osnova mesta izjemno negotova. Leta 1980 se je začelo obsežno prestrukturiranje mestne gospodarske osnove. Ključna sprememba je bil prehod iz prevladujočega proizvodnega gospodarstva v vse večjo prevlado gospodarstva, ki temelji na finančnih storitvah, zavarovalništvu, trgovanju z nepremičninami in poslovnih storitvah (Murray, 2011). Trendi urbane rasti, ki temelji na storitvenih dejavnostih, so se okrepili po demokratični preobrazbi države (Rogerson in Rogerson, 2015). Turizem je postopoma postal eno o novih

gonil rasti storitvenega sektorja v Johannesburgu (Human Sciences Research Council, 2014).

Kot del širšega strateškega načrtovanja za preoblikovanje podobe mesta, ki jo je vlagateljem kvarila zaskrbljenost zaradi njegovega slabega slovesa na področju varnosti in kriminala, naj bi se turistični sektor začel spodbujati kot prvina, ki bi Johannesburgu pomagala postati »afriško mesto svetovnega merila« (Rogerson, 2003; Murray, 2011; Rogerson in Rogerson, 2015). Do začetka prvega desetletja 21. stoletja so oblikovalci mestne politike v Johannesburgu prepoznali turizem kot »potencialni ‚rastočič‘ gospodarski sektor in ga vključili v strateške ukrepe v okviru širšega prestrukturiranja mestne gospodarske osnove« (Rogerson, 2003: 135). Spodbujanje turizma naj bi poleg tega pomagalo izboljšati podobo Johannesburga kot naložbene destinacije (Rogerson, 1996).

Med turističnimi mesti po svetu je Johannesburg destinacija, v kateri turistični sektor velja za obetajoč vir novih delovnih mest in gospodarske vitalnosti, pri čemer je bilo izpeljanih že več ukrepov, ki naj bi spodbudili nove pobude za širjenje turizma (Rogerson, 2002, ter Rogerson in Visser, 2007). Johannesburg velja za »netradicionalno« turistično destinacijo, kar se kaže tudi v njegovi ponudbi turističnih dobrin in proizvodov (Rogerson, 2002, ter Rogerson in Kaplan, 2005). Mestna ponudba blagovnic in nakupovalno-zabavišnih središč (tudi igralnic) močno privlači obiskovalce iz iste regije ali drugih krajev po državi. Glavna nakupovalna območja so v premožnejših severnih predmestjih (v okolici Sandtona in Rosebanka), med katerimi so vodilna Sandton City, Montecasino in pred kratkim odprto nakupovalno središče Mall of Africa. Druge priljubljene zanimivosti, ki privlačijo domače prostočasne turiste, so še mestni živalski vrt, parki in botanični vrt v severnem predmestju ter tematski park Gold Reef City v južnem delu mesta. Za domače in tuje obiskovalce postaja vse privlačnejši tudi predel Maboneng v središču Johannesburga, kjer v nekdanjih zapuščenih ali razpadajočih skladišnih prostorih delujejo številni obrati s področja ustvarjalnih industrij (Gregory, 2016). Od leta 1994 poskuša mesto izboljšati svojo ponudbo kulturnih znamenitosti ter jo ponuditi domačim in vse bolj tudi tujim turistom. Med najpomembnejšimi so Constitution Hill in kulturna četrt Newtown v bližini središča Johannesburga, muzej apartheida zraven tematskega parka Gold Reef City in Liliesleaf, pred kratkim odprt muzej dediščine (Rogerson, 2002; King in Flynn, 2012; van der Merwe, 2013; Masilo in van der Merwe, 2016). Johannesburg je imel v zgodovini države glavno vlogo v boju proti apartheidu, zato so med tujimi turisti še zlasti priljubljeni ogledi Soweta, ki je bil prizorišče največjih protestov leta 1976. Po letu 1994 so se vse številnejši izleti v Soweto, ki so ga oglaševali kot revno turistično destinacijo oziroma slum, izkazali za velik poslovni uspeh lokalnih turističnih agencij, muzej Hectorja Pieterzona

pa je postal najprepoznavnejša znamenitost, povezana z bojem proti apartheidu (Rogerson, 2004, in Frenzel, 2016). Tuji turisti si v okviru izletov v revna predmestja radi ogledajo tudi četrt Alexandra na severovzhodu Johannesburga.

Johannesburg je gospodarsko središče in finančna gonilna sila Republike Južna Afrika ter priljubljena destinacija med poslovnimi turisti. Sandton Convention Centre je največji med kongresnimi centri v mestu, zaradi njih je Johannesburg privlačna destinacija tudi za kongresni turizem (Rogerson, 2005, 2015c). Drugi pomembnejši kongresni centri so v predelu Midrand, najpomembnejši med njimi pa je Gallagher Estate (Rogerson, 2002, 2005). Med glavnimi aduti poslovnega turizma v Johannesburgu je obsežna ponudba hotelov s tremi, štirimi in petimi zvezdicami in druge vrste poslovnih nastanitvev, ki so večinoma na območjih Sandton in Rosebank ali v njuni okolici (Rogerson, 2010, 2011a, 2014b, ter Greenberg in Rogerson, 2015). Z visokokakovostnimi specializiranimi zdravstvenimi storitvami v večjih bolnišnicah in klinikah, ki so večinoma v premožnejših severnih predmestjih, je Johannesburg privlačen za domače in tudi tuje zdravstvene turiste. Kot največje mesto države, v katerem živi 4,4 milijona ljudi, je seveda tudi pogosta destinacija za obiske prijateljev in sorodnikov.

3.1 Metode

Kot v številnih drugih državah je tudi v Republiki Južna Afrika za potrebe načrtovanja gospodarskega razvoja razpoložljivost uradnih podatkov na poddržavni ravni omejena. Po demokratični spremembi leta 1994 se je kakovost razpoložljivih uradnih virov poddržavnih podatkov za načrtovalske namene v številnih pogledih poslabšala, saj se nekateri uporabni podatki o podjetjih ne zbirajo več (Rogerson, 2008a). Za krajevno usmerjen razvoj in gospodarsko načrtovanje na poddržavni ravni se zato vse bolj uporabljajo podatki raziskav in modeli, ki so jih razvile mednarodne in domače zasebne organizacije, zlasti IHS Global Insight in Quantec. Lokalne gospodarske podatke, ki jih zagotavlja IHS Global Insight, na široko uporabljajo nacionalna vlada in lokalne uprave po vsej državi kot pomoč pri oblikovanju javne politike in načrtovanju lokalnega razvoja (Rogerson, 2014).

Za turistični sektor v državi ni na voljo uradnih podatkov, na podlagi katerih bi lahko spremljali gospodarski prispevek turizma na ravni mest, zato se uporablja neuradna podatkovna zbirka IHS Global Insight. Ta južnoafriška podatkovna zbirka je del skupne platforme integriranih podatkovnih zbirk, znane pod imenom IHS Global Insight Regional eXplorer, ki ob pomanjkanju uradnih raziskav podjetij trenutno zagotavlja najuporabnejše podatke na poddržavni ravni, in sicer vse do ravni posameznih občin (pri večjih mestih pa tudi do ravni upravnih regij; IHS Global Insight, 2015b). Podatki se redno zbirajo

iz najrazličnejših (uradnih in nevladnih) virov, pri čemer se primarni podatki predelajo, saj se s tem zagotovi usklajenost različnih spremenljivk, z državnimi in poddržavnimi preveritvenimi preizkusi pa se zagotovi tudi usklajenost modela za merjenje gospodarske dejavnosti (IHS Global Insight, 2015b).

Za strokovnjake s področja turizma je lokalna turistična podatkovna zbirka Global Insight še zlasti dragocena, ker vsebuje podatke o turistični uspešnosti vseh občin v državi, in sicer podatke o številu turističnih potovanj glede na glavni namen potovanja, število nočitev domačih in tujih gostov, turistično porabo in prispevek turizma k lokalnemu bruto domačemu proizvodu. Iz te podatkovne zbirke lahko izluščimo podatke o turističnih potovanjih za obdobje 2001–2012 za vse lokalne, okrožne in metropolitanske upravne enote v državi, za nekatera največja mesta pa so ločeno na voljo tudi turistični podatki za njihove posamezne upravne regije.

Turistični model ReX skratka loči med dvema vrstama turistov (domačimi in tujimi), s čimer omogoča dostop do različnih podatkov in domnev na podlagi izvora potovanja (IHS Global Insight, 2015a). Model uporablja podatke raziskav o ponudbi turističnih storitev in povpraševanju po tovrstnih storitvah. Primeri tovrstnih raziskav, ki so se osredotočale na turistične ponudnike, so različne študije stopenj zasedenosti, ki jih objavlja južnoafriški statistični urad, v njih pa so anketirani vzorci lokalnih ponudnikov z vidika stopnje zasedenosti, skupne turistične porabe in števila opravljenih nočitev. Primeri raziskav na strani povpraševanja so različne ankete med gospodinjstvi in na mejnih prehodih, ki jih izvajajo ministrstvo za turizem (ang. *National Department of Tourism*, v nadaljevanju: NDT), južnoafriški statistični urad in druge organizacije. Skupno število potovanj lokalnih prebivalcev se meri na podlagi gospodinjstevskih anket, zlasti turističnega modula splošne gospodinjstevske ankete državnega statističnega urada in ankete o domačem turizmu, ki jo med gospodinjstvi izvaja NDT. Za tuje obiskovalce se uporabljajo podatki, ki jih zbirajo južnoafriška turistična organizacija (South African Tourism), južnoafriški statistični urad in notranje ministrstvo, vključno z anketami na mejnih prehodih in letališčih.

Za geografsko razlikovanje podatkov se pri anketah na strani povpraševanja uporablja pristop od zgoraj navzdol, pri porazdeljenosti turističnih storitev na strani ponudbe pa pristop od spodaj navzgor (IHS Global Insight, 2015a). Za najnatančnejše podatke o geografski porazdeljenosti teh storitev na najnižji ravni (to je na ravni regij in lokalnih območij) so najprimernejše meritve na strani ponudbe. Z vidika vrst potovanj ločimo počitniška ali prostočasna potovanja, poslovna potovanja, obiske prijateljev in sorodnikov (OPS) ter druga potovanja (večinoma verske ali zdravstvene narave). Razporejenost počitniških oziroma prostočasnih potovanj se meri

Preglednica 1: Vloga Johannesburga kot turistične destinacije leta 2010

determinante	delež (%)	mesto
delež turistične porabe na ravni države	11,8	drugo
destinacija vseh turističnih potovanj na ravni države	8,4	drugo
delež vseh nočitev na ravni države	8,6	
destinacija potovanj domačih turistov	6,9	
delež nočitev domačih turistov	6,1	
destinacija potovanj tujih turistov	15,3	
delež nočitev tujih turistov	14,7	
destinacija prostočasnih potovanj	9,2	drugo
destinacija poslovnih potovanj	16,8	prvo
destinacija za OPS	6,7	drugo

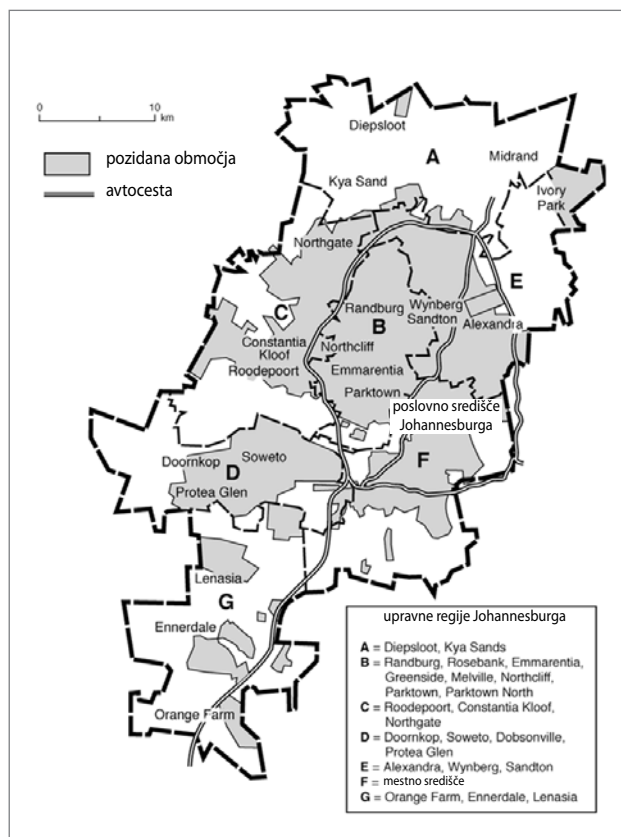
Vir: izračun na podlagi podatkov IHS Global Insight

na podlagi prostorske razporejenosti nastanitvenih objektov, z različnimi ponderji za tuje in domače turiste. Pri poslovnih potovanjih se porazdeljenost meri z deležem objektov, ki ponujajo poslovne storitve, na geografsko enoto, ob upoštevanju, da na lokalni poslovni turizem bolj vpliva stopnja gospodarske dejavnosti na določenem območju, na tuji poslovni turizem pa vrsta nastanitve, ki je na voljo v določeni regiji ali kraju. Razporejenost potovanj, ki vključujejo OPS, se določa glede na število oseb v posameznem gospodinjstvu, ki niso njegovi člani, kot se meri v okviru popisov prebivalstva; pri domačih turistih se meri razporejenost lokalnih nečlanov gospodinjstva, pri tujih turistih pa razporejenost nelokalnih gospodinjstev. Več informacij o strukturi turistične podatkovne zbirke je na voljo v publikacijah in na spletni strani IHS Global Insight (2015a, 2015b).

3.2 Rezultati in razprava

V nadaljevanju so predstavljeni rezultati analize podatkov IHS za Johannesburg in njegove upravne regije, pri čemer je najprej podan kratek pregled njegovega turističnega gospodarstva, nato pa so opisani še prostorski vzorci turizma znotraj mesta.

Iz preglednice 1 je razviden pomemben položaj Johannesburga v turističnem gospodarstvu Republike Južna Afrika. Leta 2010 je njegov delež v skupni turistični porabi na ravni države znašal 11,8 %, zaradi česar je bil druga najpomembnejša turistična destinacija v državi, takoj za Cape Townom. Z vidika namena potovanja je Johannesburg finančna prestolnica države in sedež številnih podjetij, zato velja za vodilno poslovno turistično destinacijo v državi, hkrati pa je tudi druga najpogostejša destinacija za prostočasna potovanja in OPS (Rogerson in Rogerson, 2014, in Rogerson, 2015b, 2015c). Največji delež tujih gostov je iz podsaharske Afrike, pri čemer največ



Slika 1: Upravne regije Johannesburga (vir: avtorja)

čezmejnih nakupovalcev in trgovcev prihaja iz Zimbabweja, Mozambika, Lesota, Svazija, Zambije in Malavija (Rogerson 2011, 2013). Za obiskovalce iz teh in drugih držav podsaharske Afrike je Johannesburg prava nakupovalna Meka in pogosto ga imenujejo kar afriški Dubaj. Na donosnem trgu mednarodnih potovanj na dolge razdalje pa je Johannesburg na ravni države manj pomemben, saj se v nasprotju s Cape Townom, ki velja za ikonično destinacijo za tuje turiste iz oddaljenih krajev, uporablja predvsem kot izhodišče in destinacija za kratkotrajne postanke (Rogerson in Visser, 2007). Za mednarodne potnike na dolge razdalje postaja Johannesburg vse zanimivejši zaradi turizma v slumih, v okviru katerega se organizirajo izleti v Soweto (Frenzel, 2016).

V podatkovni zbirki IHS Global Insight so za mestno občino Johannesburg podatki o turističnih potovanjih na voljo za vseh sedem uradnih upravnih regij (glej sliko 1). Analiza podatkov na strani povpraševanja za leti 2001 in 2011 pokaže prostorsko zgradbo turističnega gospodarstva mesta.

Iz preglednic 2 in 3 je razvidna izrazito neenakomerna geografska porazdeljenost mestnega turističnega gospodarstva, pri čemer izstopa več pomembnih ugotovitev. Z vidika ocenjene turistične porabe se več kot polovica skupne turistične porabe v Johannesburgu zgošča v samo dveh regijah v mestu:

v regiji E (Sandton) in regiji B (območje Rosebank-Randburg). Leta 2001 je njun delež v skupni turistični porabi znašal 51,7 %, do leta 2011 pa se je povečal na 53,3 %. V teh regijah je bila zabeležena tudi največja absolutna rast števila turističnih potovanj med letoma 2001 in 2011 (preglednica 3). Prevlada regij Sandton in Rosebank je močno povezana z dejstvom, da je na tem območju veliko visokokakovostnih hotelov, trgovin, restavracij in zabavišnih kompleksov, tam pa imajo sedež tudi številna podjetja, v Sandtonu je tudi mednarodni kongresni center (Rogerson, 2002, 2013). V jeziku mednarodnih turističnih strokovnjakov bi ti območja lahko poimenovali »turistični okoliš« ali »turistični predel«. Tretja najpomembnejša regija Johannesburga z vidika turistične porabe je mestno središče (Inner City), ki je do začetka 90. let 20. stoletja veljalo za jedro mestnega turističnega gospodarstva (Rogerson in Kaplan, 2005). V začetku 90. let je začelo pospešeno propadati, podjetja pa so se začela seliti v predmestja, kot sta Rosebank in nastajajoče osrednje poslovno središče v Sandtonu (Murray, 2011). Kljub nekaterim pobudam za prenovo mestnega središča se je njegov delež v skupni turistični porabi med letoma 2001 in 2011 s 17,2 % zmanjšal na 15,1 %. V primerjavi z drugimi mesti po svetu se z vidika oslabiljenega položaja mestnega središča kot turistične destinacije prostorski vzorci turističnih tokov v Johannesburgu razlikujejo od tistih v številnih severnoameriških in evropskih mestih, kjer so »turistična in zgodovinska« območja v središču mesta pomembne turistične destinacije.

Najmanj pomembna območja Johannesburga z vidika turistične porabe vključujejo revnejše, pretežno črnske predele regije D (Soweto) in regije G oziroma »skrajnega juga«, ki obsega predel Orange Farm, v katerem prevladuje ta neformalna poselitev in velika revščina. Revna črnska območja lahko najdemo tudi drugod, na primer Diepsloot v regiji A (Midrand) in Alexandra v regiji E. Turistična poraba je na splošno najbolj omejena v najrevnejših predelih Johannesburga. Skupni delež regij D in G znaša samo 9 %. Na omejeno turistično porabo v Sowetu vpliva nizek delež tujih turistov, ki se odločijo tam prenočiti, saj jih večina raje izbere enega od številnih hotelov ali penzionov v severnih predmestjih Johannesburga (Rogerson, 2014a). Hoteli in penziona prevladujejo na večini območij regij E in B. Na slabo razvitost turizma v regiji G je pred kratkim opozorila raziskava mestne občine Johannesburg, v kateri so ugotovili, da ima regija G, ki je v najjužnejšem delu mesta, »zelo omejene turistične storitve in proizvode, nekaterih turističnih elementov pa sploh ni« (Grant Thornton, 2008: 148). Poleg tega je tudi dostop »do tega območja zelo omejen, gostinske dejavnosti, kot so prenočišča, formalna priprava in dostava hrane ter restavracije, pa pravzaprav ne obstajajo« (Grant Thornton, 2008: 148). Zaradi tovrstnih ovir je bilo povečanje turističnih potovanj med letoma 2001 in 2011 v regiji G med vsemi območji v Johannesburgu najnižje (preglednica 3).

Preglednica 2: Skupna turistična poraba v Johannesburgu na regijo in leto

leto/regija	2001		2011	
	1.000 ZAR (tekoče cene)	delež (%)	1.000 ZAR (tekoče cene)	delež (%)
A	822.459	10,9	2.384.396	11,8
B	1.666.589	22,1	4.833.749	24,2
C	820.116	10,9	2.057.412	10,3
D	535.051	7,1	1.411.391	7,1
E	2.227.342	29,6	5.813.218	29,1
F	1.295.820	17,2	3.010.283	15,1
G	160.847	2,1	473.948	2,4

Opomba: Za regije glej sliko 1.

Vir: lastni izračuni na podlagi podatkov IHS Global Insight

Preglednica 3: Johannesburg – razlika v skupnem številu turističnih potovanj, 2001–2011

leto/regija	2001		2011		neto razlika
	število	delež (%)	število	delež (%)	
A	205.894	10,7	379.284	12,5	173.390
B	308.716	16,0	558.960	18,4	250.244
C	202.327	10,5	306.126	10,1	103.799
D	362.462	18,8	471.652	15,5	109.190
E	379.909	19,7	638.234	21,0	258.418
F	323.687	16,8	483.625	15,9	159.938
G	143.606	7,5	203.361	6,7	59.755

Opomba: Za regije glej sliko 1.

Vir: lastni izračuni na podlagi podatkov IHS Global Insight

Preglednica 4: Delež regij v skupnem številu turističnih potovanj v Johannesburg glede na namen potovanja

leto/regija	2001		2011		2001		2011	
	prostočasna potovanja		poslovna potovanja		OPS			
A	12,5	12,9	11,0	12,9	10,1	12,5		
B	24,6	26,0	21,4	23,4	10,3	11,7		
C	9,0	9,6	11,3	12,8	10,7	8,5		
D	3,1	3,3	8,5	6,2	29,2	27,0		
E	35,7	34,5	25,5	27,3	11,4	11,5		
F	14,9	13,5	20,6	15,9	15,5	15,8		
G	0,3	0,3	1,6	1,5	12,8	12,9		

Vir: lastni izračuni na podlagi podatkov IHS Global Insight

Dodatni vpogled v različne prostorske vzorce turizma v Johannesburgu dajeta preglednici 4 in 5, v katerih so podatki o skupnih turističnih potovanjih iz preglednice 3 predstavljeni z vidika prispevka vsake regije k mestnemu turističnemu gospodarstvu glede na namen potovanja (prosti čas, poslovni namen, OPS ipd.) in izvor turističnih tokov (tuji ali domači turisti). Za boljše razumevanje prostorske zgradbe turizma v Johannesburgu preglednici razkrivata številne zanimive ugotovitve. Prvič, regiji Sandton in Rosebank, v katerih je turistična poraba najvišja, sta destinaciji z največjim deležem prostočasnih in poslovnih potovanj. Pri prostočasnih potovanjih njun delež znaša 60 % vseh prostočasnih potovanj v Johannesburg, pri poslovnih potovanjih pa 50 %. Med letoma 2001 in 2011 se je

Preglednica 5: Delež regij v skupnem številu turističnih potovanj v Johannesburg glede na izvor turistov

leto/regija	2001		2011	
	tuji turisti		domači turisti	
A	10,9	12,1	10,7	12,7
B	19,4	23,1	14,8	15,5
C	10,7	10,0	10,4	9,0
D	11,0	11,8	21,8	20,8
E	24,2	26,9	18,1	17,4
F	21,3	23,3	15,2	15,0
G	3,4	1,9	9,0	9,6

Vir: lastni izračuni na podlagi podatkov IHS Global Insight

Preglednica 6: Delež turističnih potovanj v posamezno regijo glede na namen potovanja

leto/regija	2001	2011	2001	2011	2001	2011	2001	2011
	prostočasna potovanja		poslovna potovanja		OPS		drugo	
A	26,4	25,4	18,1	23,6	47,8	45,3	7,7	5,7
B	34,8	34,6	23,3	29,0	32,6	28,7	9,3	7,7
C	19,5	23,4	18,8	29,0	51,6	38,0	10,1	9,6
D	3,7	5,2	7,9	9,1	78,6	78,6	9,8	7,1
E	40,9	40,3	22,6	29,7	29,3	24,8	7,2	5,2
F	20,1	20,7	21,5	22,7	46,8	44,8	11,6	11,8
G	0,9	0,9	3,8	5,1	86,8	87,3	8,5	6,7
Johannesburg	22,6	24,5	17,5	22,8	50,6	45,8	8,3	6,9

Opomba: Vrednosti v poševnem tisku kažejo višji delež v regiji kot v celotnem mestu.

Vir: lastni izračuni na podlagi podatkov IHS Global Insight

Preglednica 7: Delež turističnih potovanj v posamezno regijo glede na izvor turistov

leto/regija	2001	2011	2001	2011
	tujni turisti		domači turisti	
A	27,2	36,6	72,8	63,4
B	32,5	47,3	67,5	52,7
C	27,4	44,4	72,6	55,6
D	15,6	16,2	84,4	83,8
E	32,9	48,3	67,1	51,7
F	34,0	41,4	66,0	58,6
G	13,9	10,7	86,1	89,3
Johannesburg	26,9	37,8	73,1	62,2

Opomba: Vrednosti v poševnem tisku kažejo višji delež v regiji kot v celotnem mestu.

Vir: lastni izračuni na podlagi podatkov IHS Global Insight

njun delež poslovnih potovanj povečal skladno z zmanjšanim pomenom regije F oziroma mestnim središčem (preglednica 4). Drugič, najnižji delež prostočasnih in poslovnih potovanj imata najrevnejši regiji (Soweto in »skrajni jug« Johannesburga). Skupni delež prostočasnih potovanj regij D (Soweto) in G (»skrajni jug«) znaša manj kot 4 %, njun delež poslovnih potovanj pa se je v proučevanem obdobju manjšal in do leta 2011 padel na 7,7 % (preglednica 4). Tretjič, geografska porazdelitev OPS je popolnoma drugačna kot porazdelitev prostočasnih in poslovnih potovanj. Pri prostorskih vzorcih potovanj v Johannesburg v okviru OPS prevladuje Soweto, v katerega pripotuje skoraj 30 % vseh tovrstnih obiskovalcev, najnižji delež tovrstnih potovanj pa je značilen za regijo C (Rodepoort).

Na splošno te ugotovitve razkrivajo podobo tokov različnih vrst turistov na različna turistična območja v Johannesburgu, kar podpirajo tudi rezultati, predstavljeni v preglednici 5, ki se nanašajo na delež posameznih regij glede na izvor turistov. Tri najpomembnejša območja za tuje turiste so Sandton, Rosebank in mestno središče, v katera pripotujejo skoraj tri četrtine vseh

tujih turistov. V Sandtonu in Rosebanku so prestižni turistični nastanitveni objekti, za katere se odločajo tuji turisti iz oddaljenih krajev po svetu in tudi vse več premožnih obiskovalcev iz podsaharske Afrike (Rogerson in Kaplan, 2005). V primerjavi z vzorci potovanj tujih turistov v Johannesburg so tokovi domačih turistov bolj razpršeni po mestu. Soweto je glavna destinacija domačih turistov, ki tam večinoma obiščejo prijatelje in sorodnike. Ta ugotovitev izstopa, saj se turizem v Sowetu običajno povezuje s pojavom turizma v slumih, pri katerem prevladujejo tuji turisti (Rogerson, 2008b, in Frenzel, 2016).

V preglednicah 6 in 7 so prikazani relativni deleži turističnih tokov v posamezni regiji glede na namen (preglednica 6) in izvor potovanja (preglednica 7). Na podlagi teh podatkov lahko dobimo dodaten vpogled v prostorsko zgradbo mestnega turizma v Johannesburgu. Prvič, glede na namen potovanja so prostočasna in poslovna potovanja glavna gonilna sila turističnega razvoja v Sandtonu in Rosebanku, medtem ko potovanja v okviru OPS prevladujejo v drugih regijah Johannesburga. Najvišji delež turistov, ki obiščejo prijatelje in sorodnike, je značilen za regiji G (»skrajni jug«) in D (Soweto); v regiji G znaša ta delež celo 87 % (preglednica 6). Drugič, glede na izvor turistov v Johannesburgu prevladujejo domači turistični tokovi, pri primerjavi tega deleža v posameznih regijah in na ravni celotnega mesta pa se izkaže, da regiji G in D močno izstopata z vidika nadpovprečnega deleža domačih turistov, medtem ko sta regiji B in E najpomembnejši za tuje turiste (preglednica 7). Z drugimi besedami: domačih turističnih potovanj, med katerimi prevladujejo OPS, je največ v najrevnejših predelih Johannesburga (v nerazvitih nekdanjih nebelških predmestjih in predelih z neformalno poselitvijo).

Analiza preglednic 6 in 7 razkrije, da sta regiji Sandton in Rosebank najpomembnejši za tuje turiste ter prostočasna in poslovna potovanja, medtem ko domači turisti in potovanja v okviru OPS prevladujejo v Sowetu in na »skrajnem jugu«. Rezultati analize potrjujejo, da različne regije Johannesburga delujejo kot različni turistični prostori za različne skupine mestnih turistov.

4 Sklep

Z mestnim turizmom se ukvarja vse več mednarodnih raziskav (Ashworth in Page, 2011; Ashworth, 2012; Bowman, 2015; Pasquinelli, 2015; Zamfir in Corbos, 2015), saj izzivi upravljanja mestnega turizma zahtevajo boljše razumevanje prostorske zgradbe turizma in turističnih tokov v mestih. Raziskave turističnih mest na globalnem severu sicer kažejo, da težko govorimo o obstoju posebnega »mestnega turističnega prostora«, raziskave tem, povezanih z mestnim turizmom, pa postajajo vse pomembnejše za politiko številnih mest na globalnem jugu, ki so prepoznale potencial turističnega sektorja kot vira gospodarske rasti in novih zaposlitvenih možnosti. Johannesburg je južnoafriško mesto, v katerem so bile sprejete politične pobude za podporo vloge turizma v gospodarskem razvoju mesta. Predstavljena raziskava je ena od redkih, ki so proučevale prostorsko zgradbo turističnih tokov na eni od destinacij na globalnem jugu. Rezultati analize prostorskih razsežnosti mestnih turističnih tokov v vodilnem mestu Republike Južna Afrika razkrivajo tri vrste mestnih turistov, ki uporabljajo različne urbane prostore v mestu. Študija Johannesburga kaže, da so prostori, ki jih uporabljajo turisti v okviru prostočasnih in poslovnih potovanj, med seboj tesno povezani, medtem ko so vzorci turistov, ki pridejo v mesto obiskat prijatelje in sorodnike, izrazito drugačni. Izkazalo se je, da v Sowetu, ki sicer velja za ikonično zanimivost in privablja tuje turiste, močno prevladujejo domači turisti, ki tam običajno obiščejo prijatelje in sorodnike. Treba je poudariti, da se prostorski vzorci turističnih tokov v Johannesburgu izrazito razlikujejo od tokov na mestnih turističnih destinacijah na globalnem severu, pri čemer pri Johannesburgu najbolj izstopa omejena in oslABLJENA vloga mestnega središča v turističnem razvoju mesta.

Christian M. Rogerson

University of Johannesburg, Faculty of Management, School of Tourism and Hospitality, Republika Južna Afrika
E-pošta: crogerson@uj.ac.za

Jayne M. Rogerson

University of Johannesburg, Department of Geography, Environmental Management and Energy Studies, Republika Južna Afrika
E-pošta: jayner@uj.ac.za

Zahvala

Uporabni napotki recenzentov revije in Skye Norfolk so bili v veliko pomoč pri pregledu in dopolnitvah tega članka. Avtorja se poleg tega zahvaljujeta Wendy Job za pripravo slike 1 in državnemu raziskovalnemu skladu v Pretoriji za financiranje raziskave.

Viri in literatura

Adam, I. (2013): Urban hotel development patterns in the Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Planning and Development*, 10, str. 85–98. DOI: 10.1080/21568316.2012.724706

Adam, I., in Amuquandoh, F. E. (2013): Dimensions of hotel location decisions in the Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 8, str. 1–8. DOI: 10.1016/j.tmp.2013.05.003

Adam, I., in Amuquandoh, F. E. (2014): Hotel characteristics and location decisions in Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Geographies*, 16(4), str. 653–668. DOI: 10.1080/14616688.2012.762689

Adam, I., in Mensah, E. A. (2014): Perceived spatial agglomeration effects and location choice. *Anatolia*, 25(1), str. 49–60. DOI: 10.1080/13032917.2013.822818

Ashworth, G. J. (1992): Is there an urban tourism? *Tourism and Recreation Research*, 17(2), str. 3–8. DOI: 10.1080/02508281.1992.11014645

Ashworth, G. J. (2012): Do we understand urban tourism? *Journal of Tourism & Hospitality*, 1(4), str. 1–2. DOI: 10.4172/2167-0269.1000e117

Ashworth, G. J., in Page, S. (2011): Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), str. 1–15. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.02.002

Bégin, S. (2000): The geography of a tourist business: Hotel distribution and urban development in Xiamen, China. *Tourism Geographies*, 2(4), str. 448–471. DOI: 10.1080/146166800750035530

Ben Dalia, S., Collins-Kreiner, N., in Churchman, A. (2013): Evaluation of an urban tourism destination. *Tourism Geographies*, 15(2), str. 233–249. DOI: 10.1080/14616688.2011.647329

Boes, K., Buhalis, D., in Inversini, A. (2016): Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2 (2), str. 108–124. DOI: 10.1108/IJTC-12-2015-0032

Booyens, I., in Rogerson, C. M. (2015): Creative tourism in Cape Town: An innovation perspective. *Urban Forum*, 26(4), str. 405–424. DOI: 10.1007/s12132-015-9251-y

Bowman, K. (2015): Policy choice, social structure, and international tourism in Buenos Aires, Havana and Rio de Janeiro. *Latin American Research Review*, 50(3), str. 135–156. DOI: 10.1353/lar.2015.0038

Brouder, P., in Ioannides, D. (2014): Urban tourism and evolutionary economic geography: Complexity and co-evolution in contested spaces. *Urban Forum*, 25(4), str. 419–430. DOI: 10.1007/s12132-014-9239-z

Burgold, J., in Rolfes, M. (2013): Of voyeuristic safari tours and responsible tourism with educational value: Observing moral communication in slum and township tourism in Cape Town and Mumbai. *Die Erde*, 144(2), str. 161–174.

Connelly, G. (2007): Testing governance – a research agenda for exploring urban tourism competitiveness policy: The case of Liverpool 1980–2000. *Tourism Geographies*, 9(1), str. 84–114. DOI: 10.1080/14616680601092931

Cudny, W. (2011): Film festivals in Łódź as a main component of urban cultural tourism. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 15, str. 131–141. DOI: 10.2478/v10089-011-0009-6

Cudny, W. (2013): Festival tourism – The concept, key functions and dysfunctions in the concept of tourism geography studies. *Geografický Casopis*, 65(2), str. 105–118.

Cudny, W. (2014): Festivals as a subject for geographical research. *Geografisk Tidsskrift – Danish Journal of Geography*, 114(2), str. 132–142. DOI: 10.1080/00167223.2014.895673

Cudny, W. (2016): *Festivisation of Urban Spaces*. Dordrecht, Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-31997-1

Dumbrovská, V., in Fialová, D. (2014): Tourist intensity in capital cities in central Europe: Comparative analysis of tourism in Prague, Vienna and Budapest. *Czech Journal of Tourism*, 3(1), str. 5–26. DOI: 10.2478/cjot-2014-0001

- Egan, D. J., in Nield, K. (2000): Towards a theory of intraurban hotel location, *Urban Studies*, 37(3), str. 611–621. DOI: 10.1080/0042098002140
- Frenzel, F. (2016): *Slumming it: The tourist valorization of urban poverty*. London, Zed.
- Frenzel, F., Koens, K., in Steinbrink, M. (ur.) (2012): *Slum tourism: Poverty, power and ethics*. London, Routledge.
- Frenzel, F., Koens, K., Steinbrink, M., in Rogerson, C. M. (2015): Slum tourism: State of the art. *Tourism Review International*, 18(4), str. 237–252. DOI: 10.3727/154427215X14230549904017
- Füller, H., in Michel, B. (2014): "Stop being a tourist!" New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Research*, 38(4), str. 1304–1318. DOI: 10.1111/1468-2427.12124
- Getz, D. (1993): Planning for tourism business districts. *Annals of Tourism Research*, 20(3), str. 583–600. DOI: 10.1016/0160-7383(93)90011-Q
- Grant Thornton (2008): *City of Johannesburg economic development policy and strategy framework and spatial economic development programme*. Neobjavljeno poročilo za mestno občino Johannesburg.
- Greenberg, D., in Rogerson, J. M. (2015): The serviced apartment industry of South Africa: A new phenomenon in urban tourism. *Urban Forum*, 26(4), str. 467–482. DOI: 10.1007/s12132-015-9266-4
- Gregory, J. J. (2016): Creative industries and urban regeneration – The Maboneng precinct, Johannesburg. *Local Economy*, 31(1–2), str. 158–171. DOI: 10.1177/0269094215618597
- Gretzel, U., Zhong, L., in Koo, C. (2016): Application of smart tourism to cities. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), brez strani.
- Hayllar, B., in Griffin, T. (2005): The precinct experience: A phenomenological approach. *Tourism Management*, 26, str. 517–528. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.03.011
- Hayllar, B., Griffin, T., in Edwards, D. (ur.) (2008): *City spaces – tourism spaces: Urban tourism precincts*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Haywood, K. M. (1992): Identifying and responding to challenges posed by urban tourism. *Tourism Recreation Research*, 17(2), str. 9–23. DOI: 10.1080/02508281.1992.11014646
- Heeley, J. (2011): *Inside city tourism: A European perspective*. Bristol, Channel View.
- Henderson, J. (2006): Tourism in Dubai: Overcoming barriers to destination development. *International Journal of Tourism Research*, 8(2), str. 87–99. DOI: 10.1002/jtr.557
- Henderson, J. (2013): Selling the past: Heritage hotels. *Tourism*, 61(4), str. 451–454.
- Henderson, J. (2014): Global Gulf cities and tourism: A review of Abu Dhabi, Doha and Dubai. *Tourism Recreation Research*, 39(1), str. 107–114. DOI: 10.1080/02508281.2014.11081329
- Henderson, J. (2015a) Destination development and transformation – 50 years of tourism after independence in Singapore. *International Journal of Tourism Cities*, 1(4), str. 269–281. DOI: 10.1108/IJTC-05-2015-0011
- Henderson, J. (2015b): The development of tourist destinations in the Gulf: Oman and Qatar compared. *Tourism Planning and Development*, 12(3), str. 350–361. DOI: 10.1080/21568316.2014.947439
- Human Sciences Research Council (2014): *The City of Johannesburg (COJ) economic overview: 2013 a review of the state of the economy and other key indicators*. Pretoria, HSRC.
- IHS Global Insight (2015a): *Estimating tourist trips and bednights*. Internal document, IHS Global Insight, Pretoria.
- IHS Global Insight (2015b): *Regional Explorer*. Dostopno na: www.ihsglobalinsight.co.za (sneto 10. 7. 2015).
- Ioannides, D., in Timothy, D. J. (2010): *Tourism in the USA: A spatial and social synthesis*. London, Routledge.
- Ismail, H., in Baum, T. (2006): Urban tourism in developing countries: In the case of Melaka (Malacca) City, Malaysia. *Anatolia*, 17(2), str. 211–233. DOI: 10.1080/13032917.2006.9687187
- Ismail, S., in Rogerson, J. M. (2016): Retrofitting hotels: Evidence from the Protea Hospitality Group of hotels within Gauteng, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(3), str. 1–14.
- Iwanicki, G., in Dłużewska, A. (2015): Potential of city break clubbing tourism in Wrocław. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 28, str. 77–89. DOI: 10.1515/bog-2015-0017
- Joksimović, M., Golic, R., Vujadinović, S., Sabić, D., Popović, D. J., in Barfield, G. (2014): Restoring tourism flows and regenerating city's image: The case of Belgrade. *Current Issues in Tourism*, 17(3), str. 220–233. DOI: 10.1080/13683500.2013.861390
- Kadar, B. (2013): Differences in the spatial patterns of urban tourism in Vienna and Prague. *Urbani izziv*, 24(2), str. 96–111. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2013-24-02-002
- Kadar, B. (2014): Measuring tourist activities in cities using geotagged photography. *Tourism Geographies*, 16(1), str. 88–104. DOI: 10.1080/14616688.2013.868029
- Kim, H. B., in Lee, S. (2015): Impacts of city personality and image on revisit intention. *International Journal of Tourism Cities*, 1(1), str. 50–69. DOI: 10.1108/IJTC-08-2014-0004
- King T., in Flynn, M. (2012): Heritage and the post-apartheid city: Constitution Hill, Johannesburg. *International Journal of Heritage Studies*, 18(1), str. 65–82. DOI: 10.1080/13527258.2011.599404
- Kotus, J., Rzeszewski, M., in Ewertowski, W. (2015): Tourists in the spatial structures of a big Polish city: Development of an uncontrolled patchwork or concentric spheres? *Tourism Management*, 50, str. 98–110. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.01.007
- Law, C. M. (1991): Tourism and urban revitalization. *East Midlands Geographer*, 14(junij), str. 49–60.
- Law, C. M. (1992): Urban tourism and its contribution to economic regeneration. *Urban Studies*, 29(3–4), str. 599–618. DOI: 10.1080/00420989220080581
- Law, C. M. (1993): *Urban tourism: Attracting visitors to large cities*. London, Mansell.
- Li, M., Fang, L., Huang, X., in Goh, C. (2015): A spatial-temporal analysis of hotels in urban tourism destination. *International Journal of Hospitality Management*, 45, str. 34–43. DOI: 10.1016/j.ijhm.2014.11.005
- Liszewski, S. (2014): Urban tourism space research methods: Evolution and patterns. *Tourism*, 24(1), str. 35–44. DOI: 10.2478/tour-2014-0004
- Masilo, H., in van der Merwe, C. (2016): Heritage tourists' experiences of "struggle heritage" at Liliesleaf Farm Museum and the Hector Pieterse Memorial and Museum, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(3), str. 1–20.
- McNeill, D. (2009): The airport hotel as business space. *Geografiska Annaler B*, 91(3), str. 219–228. DOI: 10.1111/j.1468-0467.2009.00316.x
- Mikulčić, D., in Petrić, L. (2014): Can culture and tourism be the foothold of urban regeneration? A Croatian case study. *Tourism*, 62(4), str. 377–395.
- Miller, D., Merrilees, B., in Coghlan, A. (2015): Sustainable urban tourism: Understanding and developing pro-environmental behaviours. *Journal*

- of *Sustainable Tourism*, 23(1), str. 26–46.
DOI: 10.1080/09669582.2014.912219
- Murray, M. J. (2011): *City of extremes: The spatial politics of Johannesburg*. Johannesburg, Wits University Press. DOI: 10.1215/9780822391814
- Novy, J. (2014): Urban tourism – the end of the honeymoon. Pripisevek je bil predstavljen na konferenci z naslovom 3rd Global Summit on City Tourism, ki je potekala od 9. do 10. decembra v Barceloni v Španiji. Tipkopis.
- Oppermann, M. Din, K. H., in Amri, S. Z. (1996): Urban hotel location and evolution in a developing country: The case of Kuala Lumpur Malaysia. *Tourism Recreation Research*, 21(1), str. 55–63.
DOI: 10.1080/02508281.1996.11014763
- Özdemir, G., Yilmaz, M., Yalcin, M., in Alvarez, M. D. (2015): Stakeholders' perception of Istanbul's historical peninsula as a sustainable destination. *Tourism Planning and Development*, 12(1), str. 87–98.
DOI: 10.1080/21568316.2014.960596
- Pandy, W., in Rogerson, C. M. (2014a): The evolution and consolidation of the timeshare industry in a developing economy: The South African experience. *Urbani izziv*, 25(supplement), str. S162–S175.
DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-supplement-012
- Pandy, W., in Rogerson, C. M. (2014b): The making of the South African timeshare industry: Spatial structure and development challenges. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 26, str. 183–201.
DOI: 10.2478/bog-2014-0053
- Papadimitrou, D., Apostolopoulou, A., in Kaplanidou, K. (2015): Destination personality, affective image, and behavioural intentions in domestic urban tourism. *Journal of Travel Research*, 54(3), str. 302–315.
DOI: 10.1177/0047287513516389
- Pasquinelli, C. (2015): *Urban tourism(s): Is there a case for a paradigm shift?* (= *Cities Research Unit Working Papers* no. 14). L'Aquila, Gran Sasso Science Institute.
- Pearce, D. (2015): Urban management, destination management and urban destination management: A comparative review with issues and examples from New Zealand. *International Journal of Tourism Cities*, 1(1), str. 1–17. DOI: 10.1108/IJTC-08-2014-0002
- Przybylska, L. (2015): Between sacralisation and festivalization of public spaces: A case study of the Cavalcade of the Three Kings of Poland. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 27, str. 171–180.
- Richards, G. (2014): Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), str. 119–144. DOI: 10.1080/13683500.2013.783794
- Ritter, W. (1986): Hotel location in big cities. V: Vetter, F. (ur.): *Big city tourism*, str. 355–364. Berlin, Reimer Verlag.
- Rogerson, C. M. (1996): Image enhancement and local economic development in Johannesburg. *Urban Forum*, 7(2), str. 139–158.
DOI: 10.1007/BF03036759
- Rogerson, C. M. (2002): Urban tourism in the developing world: The case of Johannesburg. *Development Southern Africa*, 19(1), str. 169–190.
DOI: 10.1080/03768350220123927
- Rogerson, C. M. (2003): Tourism planning and the economic revitalisation of Johannesburg. *Africa Insight*, 33(1–2), str. 108–115.
- Rogerson, C. M. (2004): Urban tourism and small tourism enterprise development in Johannesburg: The case of township tourism. *GeoJournal*, 60(3), str. 249–257. DOI: 10.1023/B:GEJO.0000034732.58327.b6
- Rogerson, C. M. (2005): Conference and exhibition tourism in the developing world: The South African experience. *Urban Forum*, 16(2), str. 176–195. DOI: 10.1007/s12132-005-1004-x
- Rogerson, C. M. (2008a): Consolidating local economic development in South Africa. *Urban Forum*, 19(3), str. 307–328.
- Rogerson, C. M. (2008b): Shared growth and urban tourism: Evidence from Soweto. *Urban Forum*, 19(4), str. 395–411.
- Rogerson, C. M. (2011): Urban tourism and regional tourists: Shopping in Johannesburg, South Africa. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 102(3), str. 316–330. DOI: 10.1111/j.1467-9663.2011.00666.x
- Rogerson, C. M. (2013): Urban tourism, economic regeneration and inclusion: Evidence from South Africa. *Local Economy*, 28(2), str. 186–200.
DOI: 10.1177/0269094212463789
- Rogerson, C. M. (2014): Reframing place-based economic development in South Africa: The example of local economic development. *Bulletin in Geography: Socio-Economic Series*, 24, str. 203–218.
DOI: 10.2478/bog-2014-0023
- Rogerson, C. M. (2015a): Restructuring the geography of domestic tourism in South Africa. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 29, str. 119–135. DOI: 10.1515/bog-2015-0029
- Rogerson, C. M. (2015b): Revisiting VFR tourism in South Africa. *South African Geographical Journal*, 97(2), str. 139–157.
DOI: 10.1080/03736245.2015.1028981
- Rogerson, C. M. (2015c): The uneven geography of business tourism in South Africa. *South African Geographical Journal*, 97(2), str. 183–202.
DOI: 10.1080/03736245.2015.1028984
- Rogerson, C. M. (2016): Secondary cities and tourism: The South African record. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(2), str. 1–12.
- Rogerson, C. M., in Kaplan, L. (2005): Tourism promotion in "difficult areas": The experience of Johannesburg inner city. *Urban Forum*, 16(2), str. 214–243. DOI: 10.1007/s12132-005-1006-8
- Rogerson, C. M., in Mthombeni, T. (2015): From slum tourism to slum tourists: Township resident mobilities in South Africa. *Nordic Journal of African Studies*, 24(3–4), str. 319–338.
- Rogerson, C. M., in Rogerson, J. M. (2014): Urban tourism destinations in South Africa: Divergent trajectories 2001–2012. *Urbani izziv*, 25(supplement), str. S189–S203.
DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-supplement-014
- Rogerson, C. M., in Rogerson, J. M. (2015): Johannesburg 2030: The economic contours of a "linking global city". *American Behavioural Scientist*, 59(3), str. 347–368. DOI: 10.1177/0002764214550303
- Rogerson, C. M., in Visser, G. (ur.) (2007): *Urban tourism in the developing world: The South African experience*. New Brunswick, NJ, Transaction Press.
- Rogerson, C. M., in Visser, G. (2011): Rethinking South African urban tourism research. *Tourism Review International*, 15, str. 77–90.
DOI: 10.3727/154427211X13139345020336
- Rogerson, J. M. (2010): The boutique hotel industry in South Africa: Definition, scope and organization. *Urban Forum*, 21(4), str. 425–439.
DOI: 10.1007/s12132-010-9104-7
- Rogerson, J. M. (2011a): The changing all-suite hotel in South Africa: From "extended stay" to African condo hotel. *Tourism Review International*, 15(1/2), str. 107–121. DOI: 10.3727/154427211X13139345020417
- Rogerson, J. M. (2011b): The limited services hotel in South Africa: The growth of City Lodge. *Urban Forum*, 22(4), str. 343–361.
- Rogerson, J. M. (2012): The changing location of hotels in South Africa's coastal cities. *Urban Forum*, 23(1), str. 73–91.
DOI: 10.1007/s12132-012-9143-3

- Rogerson, J. M. (2013a): Market segmentation and the changing budget hotel industry of urban South Africa. *Urbani izziv*, 24(2), str. 112–123. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2013-24-01-003
- Rogerson, J. M. (2013b): The economic geography of South Africa's hotel industry 1990 to 2010. *Urban Forum*, 24(3), str. 425–446.
- Rogerson, J. M. (2013c): Reconfiguring South Africa's hotel industry 1990–2010: Structure, segmentation, and spatial transformation. *Applied Geography*, 36, str. 59–68. DOI: 10.1016/j.apgeog.2012.06.004
- Rogerson, J. M. (2013d): Urban tourism and the changing structure of the hotel economy in South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 19(supplement 2), str. 39–54.
- Rogerson, J. M. (2014a): Hotel location in Africa's world class city: The case of Johannesburg, South Africa. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 25, str. 181–196. DOI: 10.2478/bog-2014-0038
- Rogerson, J. M. (2014b): Changing hotel location patterns in Ekurhuleni, South Africa's industrial workshop. *Urbani izziv*, 25(supplement), str. S81–S95. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-supplement-006
- Rogerson, J. M., in Sims, S. R. (2012): The greening of urban hotels in South Africa: Evidence from Gauteng. *Urban Forum* 23(3), str. 391–407. DOI: 10.1007/s12132-012-9160-2
- Roult, R., Adjizian, J. M., in Auger, D. (2016): Tourism conversion and place branding: The case of the Olympic Park in Montreal. *International Journal of Tourism Cities*, 2(1), str. 77–93. DOI: 10.1108/IJTC-08-2015-0020
- Shaw, G., in Williams, A. M. (1994): *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*. Oxford, Blackwell.
- Shoval, N. (2006): The geography of hotels in cities: An empirical validation of a forgotten model. *Tourism Geographies*, 8(1), str. 56–75. DOI: 10.1080/14616680500392499
- Shoval, N., in Cohen-Hattab, K. (2001): Urban hotel development patterns in the face of political shifts. *Annals of Tourism Research*, 28(4), str. 908–925. DOI: 10.1016/S0160-7383(00)00083-9
- Shoval, N., Kercher, B., Ng, E., in Birenboim, A. (2011): Hotel location and tourist activity in cities. *Annals of Tourism Research*, 38(4), str. 1594–1612. DOI: 10.1016/j.annals.2011.02.007
- Spirou, C., in Judd, D. R. (2014): The changing geography of urban tourism: Will the center hold? *disP – The Planning Review*, 50(2), str. 38–47.
- Srikanth, K. S., in Prasad, S. R. (2016): Urban tourism in India – a study. *Adarsh Business Review*, 3(1), str. 50–55.
- Stepchenkova, S., Rykhtik, M. I., Schichkova, E., Kim, H., in Petrova, O. (2015): Segmentation for urban destination: Gender, place of residence, and trip purpose: A case of Nizhni Novgorod, Russia. *International Journal of Tourism Cities*, 1(1), str. 70–86. DOI: 10.1108/IJTC-08-2014-0013
- Svec, R., Navratil, J., in Picha, K. (2014) The impact of the location on the price offered in accommodation establishments in urban areas. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendellanae Brunensis*, 62(6), str. 1475–1485. DOI: 10.11118/actaun201462061475
- Timothy, D. J., in Wall, G. (1995): Tourist accommodation in an Asian historic city. *Journal of Tourism Studies*, 6, str. 63–73.
- Urtasun, A., in Gutierrez, J. (2006): Hotel location in tourism cities: Madrid 1936–1998. *Annals of Tourism Research*, 33(2), str. 382–402. DOI: 10.1016/j.annals.2005.12.008
- van der Merwe, C. D. (2013): The limits of urban heritage tourism in South Africa: The case of Constitutional Hill, Johannesburg. *Urban Forum* 24(4), str. 573–588. DOI: 10.1007/s12132-013-9197-x
- Wall, G., Dudyca, D., in Hutchinson, J. (1985): Point pattern analyses of accommodation in Toronto. *Annals of Tourism Research*, 12(4), str. 603–618. DOI: 10.1016/0160-7383(85)90080-5
- Williams, S. (2009): *Tourism geography: A new synthesis*. Abingdon, Routledge.
- Zamfir, A., in Corbos, R. A. (2015): Towards sustainable development in urban areas: Case study on Bucharest as tourist destination. *Sustainability*, 7(9), str. 12709–12722. DOI: 10.3390/su70912709