

UDK: 711.121:338.48(680Clarens)

DOI: 10.5379/urbani-izziv-2016-27-02-005

Prejeto: 13. 1. 2016

Sprejeto: 4. 5. 2016

Maléne CAMPBELL

## Čudovit kraj in ne še eno propadajoče majhno mesto: primer mesta Clarens v Republiki Južna Afrika

Preseljevanje s podeželja v mesta povzroča propadanje podeželja in prenapolnjenost mest. Glavno vprašanje, ki se pojavlja v zvezi s tem, je, kako se lahko mesta izognejo tej usodi in prestrežejo migrante na poti v mesta v iskanju boljših priložnosti. Razvoj turizma lahko ima osrednjo vlogo v razvoju podeželskih območij v Republiki Južna Afrika, in mesto Clarens je primer zgodbe o uspehu na tem področju. Avtorica v članku raziskuje, zakaj je turističnemu mestu, kot je Clarens, uspelo, drugim podobnim

mestom pa ne. Podatki so bili zbrani s tremi vprašalniki za tri različne ciljne skupine, kar je omogočilo, da je bil v raziskavo vključen širok spekter deležnikov v turističnem miljeju Clarensa. Izsledki raziskave kažejo, da je pri spuščanju multinacionalk v majhna turistična mesta potrebna pazljivost, saj lahko te pokvarijo tamkajšnje vzdušje.

**Ključne besede:** načrtovanje, majhna mesta, turizem, sekundarni domovi

## 1 Uvod

»Propadanje mest je pogost pojav. Ker imajo večja središča močno gospodarsko osnovo in ponujajo storitve višjega reda, privabljajo ljudi.« (John, 2012: 4.) Vprašanje, ki se pojavlja v zvezi s tem, je, kaj bi morala mesta storiti, da bi prestregla migrante na njihovi poti v večja mesta, kjer želijo poiskati domnevno boljše priložnosti (Donaldson, 2007, ter Reynolds in Antrobus, 2012). Po vsem svetu prihaja do sprememb in prestrukturiranja lokalnega gospodarstva zaradi preseljevanja s podeželskih območij v mesta. To povzroča propadanje podeželja in prenapolnjenost mest (United Nations Human Settlements Programmes, 2013), kar ima spiralni učinek, saj manj kapitala pomeni manj priložnosti za gospodarsko rast mest. Propadajoča mesta so značilna tako za države v razvoju kot za države prvega sveta, saj pojav presega gospodarske, družbene in politične meje (Van der Merwe idr., 2005, in Qayi, 2013).

Vlada Republike Južna Afrika je leta 2009 predstavila načrt razvoja podeželja, katerega cilj je bila obnova podeželskih območij (Department of Rural Development and Land Reform of the Republic of South Africa, 2009, in Qayi, 2013). Pri tovrstnem podvigu je vloga načrtovanja najpomembnejša pri oblikovanju in izvajanju ustreznih upravljavskih smernic (Mara in Atkinson, 2006, in Nel, 2013). Odkar je leta 1994 prišla na oblast prva demokratično izvoljena vlada, vladna politika podpira razvoj malih in srednje velikih podjetij ter mikropodjetij (Rogerson, 2013). Velika prednost Republike Južna Afrika je njen turistični potencial (Visser, 2005, ter Rogerson in Rogerson, 2014). Razvoj turizma bi lahko imel osrednjo vlogo v razvoju podeželskih območij v državi, če bi se učinkovito upravljal. Zaradi naravnih lepot, raznolikosti in nižjih cen<sup>[1]</sup> je Republika Južna Afrika idealna turistična destinacija ne samo za tuje turiste, ampak tudi za domače (Government of South Africa, 1996). Domači turistični trg je pogosto spregledan, čeprav ima v državi pomembno vlogo (Sharpley in Tefler, 2002). Turizem je katalizator razvoja, zato je izjemno uporaben za razvoj gospodarske osnove izbranih mest (Binns in Nel, 2002). Za provinco Free State vlada splošno prepričanje, da nima turističnega potenciala, zato je turizem tam le redko v ospredju. To bi se lahko spremenilo, če bi načrtovalci prevzeli dejavno vlogo v turističnem razvoju kot katalizatorju lokalnega gospodarstva. Načrtovalci bi se morali zavzemati za ohranjanje in zaščito naravnih dobrin, saj se turisti vračajo prav zaradi njih (Binns in Nel, 2002). Turistični razvoj mest je običajno posledica avtomatičnega razvoja, ne pa vladnih strategij ali uspešnega načrtovanja.

Hipoteza predstavljene raziskave je, da lahko z razumevanjem, zakaj lahko turistično mesto, kot je Clarens, uspe, druga pa ne, mestni in regionalni načrtovalci izboljšajo rezultate razvo-

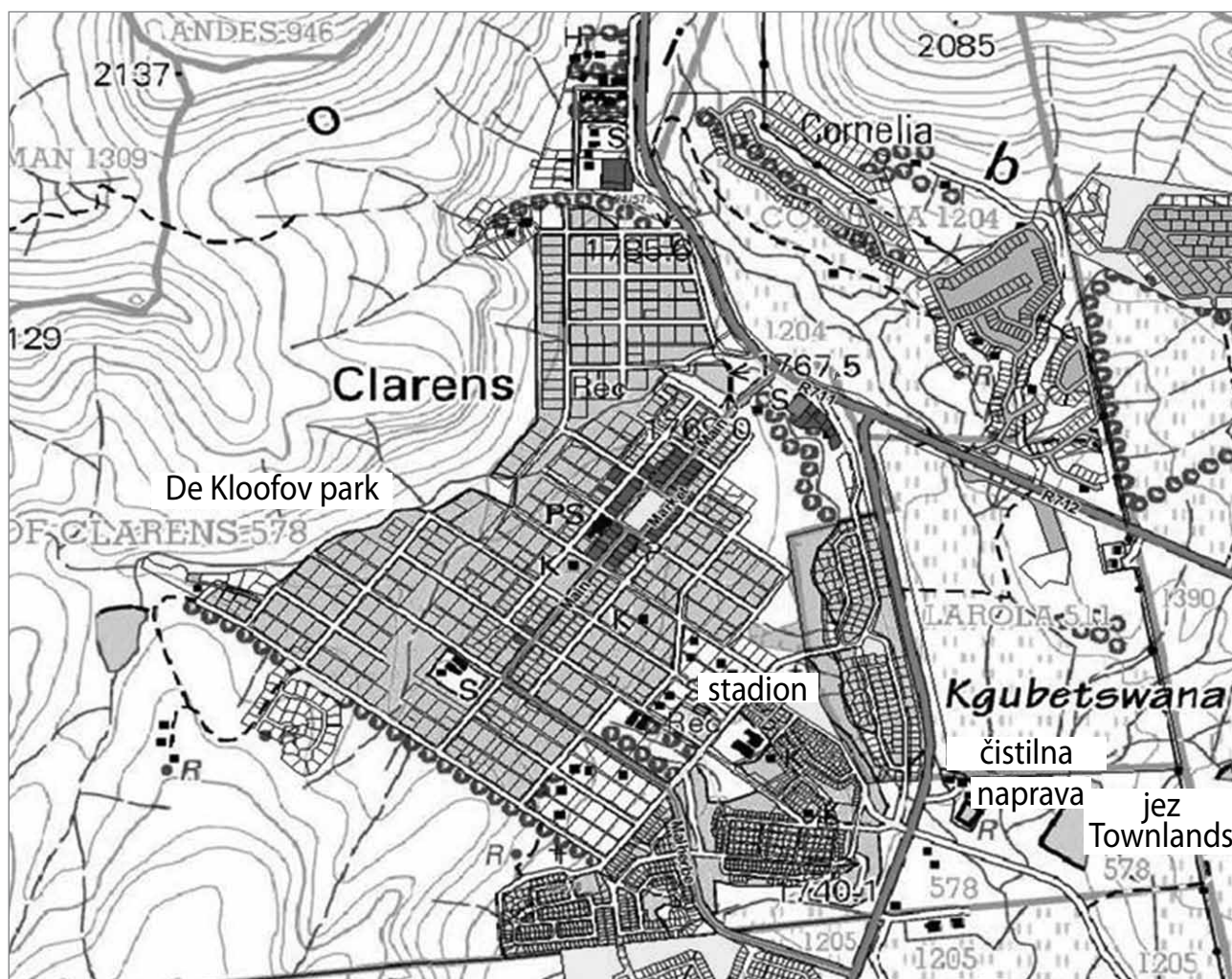


Slika 1: Gorovje Maluti Mountains (foto: Antoinette Nel)

ja majhnih mest. Cilj raziskave je bil ugotoviti, ali je turizem pomemben dejavnik, ki prispeva k uspešnosti mesta. Za preučevanje vpliva turistične porabe na lokalno gospodarstvo majhnega mesta je bil uporabljen pristop različnih metod, ki je vključeval zbiranje kvalitativnih in kvantitativnih podatkov. Avtorica je preučila mnenja turistov, da bi ugotovila, ali lahko večji razvoj ogrozi privlačnost majhnega mesta, in ocenila potencial za okrepitev njegovega turističnega trga. Poleg tega so bila v raziskavo vključena tudi podjetja s področja turizma, ki so predstavila svoja mnenja o turizmu in načrtovanju za prihodnost. Namen zbiranja podatkov je bil ugotoviti, kakšno vlogo lahko ima načrtovanje pri zagotavljanju uspešnega delovanja in rasti majhnih mest, katerih prihodnji obstoj je odvisen od turizma.

## 2 Splošno ozadje

Clarens je majhno mesto v bližini slikovitega gorovja Maluti Mountains na vzhodu province Free State v Republiki Južna Afrika, ki je obdana s kopnim. Ima zgradbo, značilno za vsa mesta v Republiki Južna Afrika saj je razdeljeno na nekdanje »belsko« mesto in »črnsko« predmestje. »Črnsko« predmestje je znano pod imenom »Kgubetswana«. Zakon o odpravi zemljiških ukrepov na podlagi rasnega razlikovanja iz leta 1991 je ljudem vseh ras omogočil, da se lahko brez omejitev odločajo, kje bodo živeli (Rex idr., 2014). Mesto ima tradicionalno pravilno ulično zasnovo ter skupaj z regionalnim središčem, sosednjim mestom Bethlehem in tremi drugimi manjšimi mesti spada pod upravno pristojnost lokalne občine Dihlabeng. Clarens je iz Bloemfonteina, glavnega mesta province Free State (Donaldson idr., 2014), Gautenga, glavnega gospodarskega motorja države, in Durbana, največjega mesta province KwaZulu-Natal (KZN), po asfaltnih cestah, ki so v dobrem stanju – kar v Republiki Južna Afrika ni samoumevno. Sanacija cestnega omrežja med Clarensom in nekdanjim



Slika 2: Načrt mesta Clarens (vir: Grabe, 2014)

bantustanom QwaQwa ter ceste med Clarensom in sosednjim mestom Fouriesburg je pomembno prispevala k boljšemu dostopu z različnih destinacij.

Clarens je bil ustanovljen leta 1912 kot mesto, v katerem so živeli predvsem upokojevci. Ta značaj je obdržalo vse do leta 1985, ko se je začel v njem razvijati turizem. Do sredine 80. let 20. stoletja je imelo približno 200 prebivalcev, trenutno pa po nekaterih ocenah med koncem tedna ob veliki noči v njem prebiva do 30.000 ljudi (Marais, 2004). Clarens je imel več razvojnih faz: fazo upokojevskega mesta, fazo zunanje kapitalske injekcije in fazo vodnega projekta v lesotskem višavju (ang. *Lesotho Highlands Water Project*). Med prvo fazo oziroma fazo »Clarensa kot upokojevskega mesta«, ki je trajala od leta 1912 do leta 1985, je bilo glavna gospodarska dejavnost kmetijstvo. Mesto je veljalo za upokojevsko predvsem zaradi majhnega števila ljudi, ki so tam živeli, in čeprav kmetijstvo v Clarensu še vedno obstaja, je večina kmetijskih dejavnosti skoncentrirana v večjem Bethlehemu. »Zaradi kraje živine, do katere je prihajalo zaradi bližnje meje z Lesotom, se je večina kmetij v okolici Clarensa preusmerila v turizem.« (Ma-

ritz, 2015: intervju.) Do prve kapitalske injekcije z območja zunaj province Free State je prišlo med letoma 1985 in 1989. Leta 1985 je poslovnež Bruce Weyers iz Gautenga začel kupovati nepremičnine v Clarensu z vizijo, da se bo ta nekega dne razvil v turistično destinacijo. Kmalu so mu sledili še drugi podjetniki, ki so kupovali nepremičnine po pičlih 2.000 ZAR. <sup>[1]</sup> Trenutno so prazne parcele v Clarensu vredne od 500.000 do 1 milijona ZAR, majhno mesto pa je za vedno izgubilo svoj upokojevski značaj. Čeprav je Clarens postal turistična destinacija, njegovi prebivalci v času kapitalske injekcije niso vedeli, kaj se bo z njim zgodilo, zato je prišlo do nesoglasij med prebivalci in kupci nepremičnin (Marais, 2004). Ta nesoglasja so še vedno opazna, vendar so v določeni meri spremenila obliko, saj sta zdaj glavna kamna spotike igrišče za golf, ki ga je v okolici mesta zgradilo neko podjetje, in izgradnja večnadstropnega hotela znane hotelske verige v samem mestu. Nekdanje nizkocenovne hotele v majhnih mestih, ki so služili predvsem s prodajo alkohola, so povsod po državi nadomestile druge oblike nastanitve (Rogerson, 2013). Lodewyk »Louw« Van Biljon (2014), lokalni urbanist in ocenjevalec vpliva na okolje, je v intervjuju povedal, da »številni prebivalci zdaj trdijo,



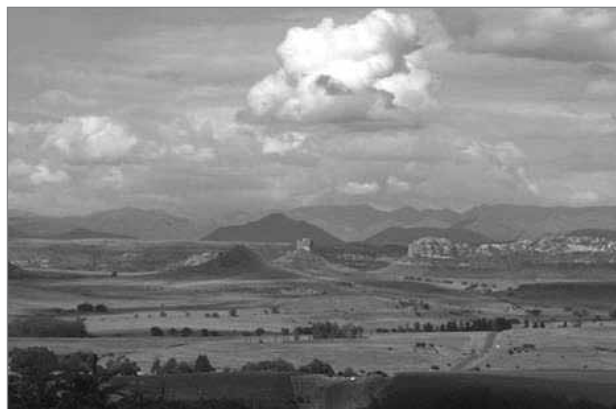


Slika 3: Študentje in učitelji med ogledom jezca Katse v Lesotu (foto: Maléne Campbell)

da to kviri razgled in ambient nekdanj čudovite neokrnjene in edinstvene pokrajine«.

Vodni projekt v lesotskem višavju je napovedal novo fazo v razvoju Clarensa. Za potrebe projekta je bilo treba zgraditi predor med jezo Katse v Lesotu in reko Ash v neposredni bližini Clarensa (na tej reki potekajo tudi različni vodni športi, kot je rafting). Čeprav so tudi sosednja mesta, kot je Ficksburg, imela korist od izgradnje tega predora, je imel Clarens korist predvsem od tega, da so ga določili za sedež delovnih ekip, ki so bile vključene v gradnjo. Zaradi tega so bila leta 1990 v mestu zgrajena dodatna stanovanja. Poleg tega je bilo treba za potrebe projekta zgraditi dodatno infrastrukturo, ki je bila financirana v okviru projekta, saj si lokalna skupnost na tej stopnji ne bi mogla nikoli privoščiti tako obsežne gradnje. Tudi hitra rast prebivalstva v Kgubetswani med letoma 1985 in 1991 je bila ena od posledic opisanega vodnega projekta. Projekt je na razvoj Clarensa vplival predvsem na dva načina. Spremljajoče dejavnosti so na območje privabile kvalificirane tuje delavce, zaradi katerih se je značaj mesta spremenil. Kraj, v katerem so prevladovali govorniki afrikanščine, je postal mesto, v katerem so se lahko nastanili tujci. To pa je povzročilo oblikovanje večjega in bolj razvejanega trga, kar je pospešilo razvoj mesta, saj se je vanj prek različnih gospodarskih dejavnosti in potreb začel vlagati tuji kapital. Povečano število tujcev je pomembno prispevalo k raznoliki sestavi prebivalstva, ki jo lahko v mestu opazimo danes (Marais, 2004).

Ko je bil projekt dokončan, so tuji delavci zapustili Clarens in ga s tem potisnili v recesijo. Vzrok za to je bilo predvsem dejstvo, da je gospodarska infrastruktura temeljila na zagotavljanju dobrin in storitev tujim delavcem. To pa je inovativne podjetnike spodbudilo k temu, da so začeli mesto oglaševati kot edinstveno in prijetno destinacijo za kratek oddih. Zaradi te trženjske akcije so začeli po vsem mestu kot gobe po dežju rasti restavracije in penzionari. V tem obdobju so tudi umetniki izkoristili priložnost, da se uveljavijo v mestu, ki jim je ponujalo čudovito delovno okolje. Odprli so galerije in ateljeje in začeli prodajati umetnine po neprimerno ugodnejših cenah, kot so



Slika 4: Pokrajina na vzhodu province Free State (foto: Anneen Maree)

se prodajale v galerijah v velemestih. Clarens je postal ugodno tržišče za umetniška dela in druge rokodelske izdelke, obstoječe restavracije pa so razširile svoje menije in dodatne dejavnosti na prostem so cvetele. Razmah gospodarskih dejavnosti je v mesto pritegnil še več podjetnikov s področja umetnosti in prostega časa, kar je še bolj spodbudilo rast lokalnega turizma (Hoogendoorn in Visser, 2004). Z izgradnjo 123 lastniških stanovanj, namenjenih izključno kupcem sekundarnih domov, se je stanovanjski fond povečal za približno 40 %. To potrjuje, da vlagatelji in lastniki sekundarnih domov Clarens dojemajo kot idealno turistično destinacijo. Gradnja sekundarnih domov je v Clarensu dokaj obsežna, saj ti predstavljajo 17 % vseh stanovanjskih hiš v mestu. Od 650 stanovanjskih objektov v Clarensu je 281 trajnih bivališč oziroma hiš in 369 barak. 17 % sekundarnih domov predstavlja 47 od 281 trajnih hiš. Ti sekundarni domovi imajo v Clarensu velik gospodarski vpliv. Clarens je eno izmed redkih mest v provinci Free State s tako visokim odstotkom lastnikov sekundarnih domov (Hoogendoorn in Visser, 2004).

Jasno je, da se je Clarens razvil v cvetoče in priznано turistično mesto. Večina njegovih gospodarskih dejavnosti je tako ali drugače povezana s turizmom. Je dobro znana turistična destinacija s široko ponudbo turističnih dejavnosti, kot so najrazličnejše umetnostne galerije in trgovine z rokodelskimi izdelki, številne pohodniške poti, zgodovinski kraji, poti za vožnjo na štirikolesni pogon, rafting, muharjenje, spusti po vrvi, jahanje, joga, gorsko kolesarjenje in številni drugi športi. Lokalni urbanist je v intervjuju (Grabe, 2014) razkril, da »se Clarens lahko pohvali s 35 restavracijami, več kot 100 ponudniki prenočišč in približno 1.000 posteljami, ki so na voljo turistom in drugim počitnikarjem«. Pravi blagoslov za mesto so prepadne stene, ki tvorijo del gorovja Rooiberg, območje pa je tudi blizu gorovja Drakensberg. Celoten kraj deluje idilično, saj prepadne stene, ki se dvigajo nad mestom v dolini, oblikujejo pravo romantično ozadje. Na območju je čez vse leto veliko dežja, zaradi česar so slikoviti pašniki na pobočjih ves čas zeleni. Po hribih so speljane privlačne pohodniške poti, na voljo pa so tudi druge

dejavnosti na prostem, kot so spusti po vrvi in plezanje. Del slikovite pokrajine je tudi reka Ash, na kateri je mogoč rafting.

### 3 Metodologija

Da bi ugotovila morebitne nevarnosti, ki bi jih bilo treba obravnavati, in določila priložnosti za razširitev turistične panoge, je avtorica preučila vsa podjetja v Clarensu, ki so kakor koli povezana s turizmom. To je zelo pomembno, saj je razvoj turizma katalizator lokalnega gospodarskega razvoja, dohodek od turizma pa v Clarensu znaša približno 200 milijonov ZAR na leto. Za oceno vpliva načrtovalskih posegov na ljudi ter za razumevanje lokalne dinamike in konteksta (Healey, 2003) so bili podatki zbrani s pomočjo treh vprašalnikov za tri različne ciljne skupine. To je omogočilo, da je bil v raziskavo vključen širok spekter deležnikov v turističnem miljeju Clarensa. Omenjene tri ciljne skupine so vključevale:

- obiskovalce, ki so v Clarensu ostali eno noč ali več,
- dnevne obiskovalce mesta in
- lastnike podjetij v Clarensu, ki so povezana s turizmom.

Pred anketo je bila med terenskim obiskom Clarensa izvedena kvalitativna raziskava, v okviru katere so bili opravljeni informativni intervjuji z različnimi poslovnimi deležniki. Upoštewane so bile tudi prejšnje kabinetne raziskave Clarensa. Ker je veljavnost rezultatov večja, če je v raziskavi uporabljeno že uveljavljeno merilno orodje, je bil uporabljen vprašalnik iz podatkovne zbirke centra za razvojne študije, ki ga je avtorica prilagodila potrebam raziskave. Opravljena je bila pilotna raziskava, vprašalniki pa so bili poslani v pregled članom skupnosti v Clarensu in akademikom. Prejete povratne informacije so bile upoštewane v končni različici vprašalnikov. Sprva so bili vprašalniki poslani na različne lokacije, kjer naj bi bili izpolnjeni v treh mesecih, nato pa je bil ta čas zaradi majhnega števila izpolnjenih vprašalnikov, prejetih v prvih treh mesecih, podaljšan na štiri mesece. Vprašalniki za obiskovalce, ki so v penzionih ostali eno noč ali več, so bili poslani 30 penzionom v Clarensu in okolici. Lastnikom ali upravnikom teh penzionov je bilo naročeno, naj svoje goste prosijo, naj izpolnijo vprašalnike. Razlog za to je bil v tem, da lastniki in upravniki svoje goste bolje poznajo in vedo, kateri od njih bi bili pripravljeni izpolniti vprašalnike. Obiskovalci penzionov, ki so v mestu prenočili, so tako izpolnili skupno 372 vprašalnikov, največ sta jih oddala kompleks počitniških koč Madrid Farm Cottages (5,4 %) in Protea Hotel (4,3 %).

Ker večina dnevnih obiskovalcev obišče mestni trg, kjer si privoščijo prigrizek in osvežitev, so bili vprašalniki za dnevne obiskovalce razdeljeni v sedmih tamkajšnjih restavracijah: 278 on Main, The Highlander, Street Cafe, The Post House, The Artist Cafe, The Grouse & Claret in The Phatt Chef.

Z lastniki in upravniki teh restavracij je bilo dogovorjeno, da bodo natakariji prejeli plačilo za vsak vprašalnik, ki ga bodo dnevni obiskovalci v celoti izpolnili. Medtem ko so gostje čakali na naročeno hrano, so k njim pristopili natakariji in jih vprašali, ali so dnevni obiskovalci kraja in ali bi bili pripravljeni med čakanjem na hrano izpolniti vprašalnik. Skupno je bilo izpolnjenih 130 vprašalnikov. Pridobiti sprejemljivo število anketirancev je bil velik izziv, saj obiskovalci niso bili navdušeni nad tem, da morajo že spet izpolniti neki vprašalnik o Clarensu. Lastniki in upravniki restavracij so poročali, da gostje niso kazali posebnega zanimanja za izpolnjevanje vprašalnikov in da do svojih gostov niso želeli biti preveč vsiljivi.

Na podlagi telefonskega imenika province Free State, spletnih anket in terenske ankete, opravljene v Clarensu, je bilo ugotovljeno, da v mestu deluje 242 podjetij, in sicer 120 ponudnikov prenočišč, 63 trgovin in drugih podjetij, vključno s tistimi, ki se ukvarjajo s pustolovsko-rekreacijskimi dejavnostmi, 35 restavracij ter 24 podjetij s področja umetnosti in rokodelstva. Vprašalnike za podjetja, povezana s turizmom, je izpolnilo skupno 69 lastnikov ali upravnikov lokalnih podjetij.

### 4 Teoretični vidik

Teorije lahko razumemo kot uveljavitev določenega diskurza, zamisli, kot so čudoviti kraji, pa so primeri tovrstnih diskurzov. Številne teorije so produkti svojega časa (Allmendinger, 2009, in Friedmann, 2011). Postpozitivistični premik v zadnjih treh desetletjih izhaja iz najpomembnejših teorij o vlogi oblasti in diskurza pri oblikovanju teorij. Za relativiste temeljijo odlike teorij na vrednotah in interesih zadevne skupnosti, pri načrtovanju pa relativizem pooseblja postmoderno načrtovanje (Allmendinger, 2009). John Friedmann (2011) vidi postmodernizem kot zmanjševanje vloge vlade, medtem ko imajo glavno vlogo prepričanja korporativnega sveta, ki krepijo konkurenco na trgu. Pri njegovem »dobrem mestu« ali »dobri družbi« gre za spreminjanje okoliščin in družb, ne pa za lovljenje dobička za politike in ekonomsko privilegirane. Normativna teorija o tem, kako doseči tak svet, kakršen bi moral biti, bi lahko med drugim vključevala pristope komunikativnega ali sodelovalnega načrtovanja. Kot navaja Patsy Healey (2006), je bil Friedmann začetnik teorije komunikativnega načrtovanja. Medtem ko se je sodelovalno upravljanje širilo po Veliki Britaniji, so se partnerstva pri razvoju skupnosti oblikovala tudi drugod po svetu, tudi v Severni Ameriki. Healey (prav tam) zagovarja načrtovanje in oblikovanje politik na podlagi interaktivnih družbenih procesov. Pri urbanističnem načrtovanju gre navsezadnje za oblikovanje mesta prihodnosti in njegovega vpliva na ljudi (Hillier in Gunder, 2003). Ena od nalog urbanistov je tudi ta, da določijo prihodnjo lokacijo posamezne vrste rabe zemljišč, kot so v našem primeru penzioni ali re-

**Preglednica 1:** Število preteklih obiskov Clarensa

število preteklih obiskov	število obiskovalcev, ki so prenočili v mestu	odstotek	število dnevnih obiskovalcev	odstotek
1	93	25,0	21	20,4
2–3	79	21,2	14	13,6
4–5	51	13,7	9	8,7
6–10	24	6,5	10	9,7
več kot 10	43	11,6	14	13,6
brez odgovora	33	8,9	19	18,4
skupaj	372	100,0	103	100,0

**Preglednica 2:** Razredi letnega dohodka

dohodkovni razred	število obiskovalcev, ki so prenočili v mestu	odstotek	število dnevnih obiskovalcev	odstotek
manj kot 200.000 ZAR	54	14,5	15	14,6
200.001–400.000 ZAR	68	18,3	19	18,4
400.001–700.000 ZAR	86	23,1	21	20,4
700.001–1.000.000 ZAR	48	12,9	14	13,6
1.000.001–1.500.000 ZAR	32	8,6	5	4,9
več kot 1.500.001 ZAR	25	6,7	11	10,7
brez odgovora	59	15,9	18	17,5
skupaj	475	100,0	475	100,0

stavracije (Todes, 2011). Okolje, v katerem načrtovalci delajo, se je postopoma preoblikovalo v interaktivno razvojno stroko (Harrison idr., 2008), čeprav načrtovanje, ki se osredotoča na kakovost krajev, ni bilo prioriteta (Healey, 2006).

Načrti morajo biti primerni za dani kraj, hkrati pa morajo reševati tudi družbena vprašanja (Todes, 2011). V idealnem primeru bi moralo biti izvajanje načrtov proces pogajanja in sklepanja kompromisov (Healey, 2010). Načrtovanje bi moralo biti interaktivni proces, iz česar izhajata tudi izraza *sodelovalno načrtovanje* in *komunikativno načrtovanje*, posledica katerih so izboljšane pozitivne lastnosti družbeno vključujočih in družbeno pravičnih krajev. Načrtovalci bi morali preučiti vpliv posegov na ljudi ter razumeti lokalno dinamiko in kontekst (Healey, 2003). Raznolikost je pomembna lastnost življenja v mestu, zato je v upravljavskih strategijah ne bi smeli spregledati. Upravljanje bi se moralo osredotočati na pozitivne lastnosti krajev na mestnih območjih, pozornost pa bi morali načrtno usmerjati tudi na posege pri oblikovanju tovrstnih lastnosti (Healey, 2010).

Ustrezno načrtovanje bi moralo turizem usmerjati z izčrpnimi in hkrati praktičnimi strateškimi načrti. Smer se nakaže tako, da se v lokalne načrtovalske dokumente vključijo cilji in sodelovanje javnosti. Cilji, vključeni v načrtovalske dokumente, pogosto niso dovolj široki, da bi obravnavali tudi načrtovanje turistične dejavnosti. Treba bi jih bilo spremeniti

skladno s splošnimi načrtovalskimi cilji in cilji, ki se osredotočajo na turizem. Za uspeh katere koli turistične destinacije je pomembno, da lokalna skupnost podpira turistične cilje, zato bi moralo biti sodelovanje javnosti vključeno v načrtovanje prihodnjega razvoja, ki je predlagan za določeno območje ali se tam izvaja. Pomembnost vključitve javnosti v upravljanje tovrstnega razvoja in načrtov se nikoli ne sme podcenjevati (Dredge, 2006).

## 5 Ugotovitve in razprava

V nadaljevanju so najprej predstavljene ugotovitve ankete, opravljene med obiskovalci, ki so v Clarensu prenočili, in med dnevnimi obiskovalci, nato pa še izsledki ankete, opravljene med lastniki podjetij v mestu.

### 5.1 Pregled ugotovitev ankete, opravljene med obiskovalci, ki so prenočili v mestu, in dnevnimi obiskovalci

V zvezi s preteklimi obiski mesta Clarens (enkrat, od dvakrat do trikrat, od štirikrat do petkrat, od šestkrat do desetkrat in več kot desetkrat) se je izkazalo, da je največ obiskovalcev, ki so prenočili v mestu (25 %), Clarens obiskalo drugič. 21,2 % jih je mesto obiskalo tretjič ali četrtoč, 11 % pa že več kot desetkrat (preglednica 1). Največ dnevnih obiskovalcev (20,4 %)

Preglednica 3: Dejavnosti in zneski, porabljeni zanje

dejavnost	odstotek obiskovalcev, ki so prenočili v mestu	porabljeni znesek na anketiranca	ocena	odstotek dnevnih obiskovalcev	porabljeni znesek na anketiranca	ocena
nastanitev v Clarensu	81,2	2.192	4,5	n. p.	n. p.	n. p.
nakup goriva na bencinski črpalki	44,4	457	3,9	29,1	395	4
prehranjevanje v restavraciji	86,6	632	4,2	72	410	4
pohodništvo	23,7	135	4,5	8	44	5
rafting	0,3	630	4,1	2	b. o.	b. o.
knjigarna	25,5	270	4	22	200	4
umetnost	52,2	129	4,3	41	730	5
vožnja s štirikolesniki	8,6	410	4,1	4	b. o.	b. o.
safari z džipi brez strehe	0,3	b. o.	3	b. o.	b. o.	b. o.
spust po vrvi	0,3	b. o.	b. o.	b. o.	b. o.	b. o.
jahanje	8,6	405	4,2	5	330	4
paintball	0	0	0	0	0	0
vožnja z večjimi štirikolesniki	0,8	b. o.	3,5	1	b. o.	b. o.
terenska vožnja na štirikolesni pogon	4	125	4	2	b. o.	b. o.
gorsko kolesarjenje	4,3	40	4,4	0	0	0
otroška kmetija	2,2	80	3,8	0	0	0
vožnja z balonom	0	0	0	0	0	0
rokovska umetnost	5,6	b. o.	4,2	3	b. o.	4
lokestrelstvo	1,1	b. o.	3	0	0	0
mini olimpijada	0,3	0	b. o.	0	0	0
golf	9,4	1.033	4,3	6	800	3,5
muharjenje	5,1	370	2	2	b. o.	b. o.
zipline	1,1	50	3,7	1	b. o.	b. o.
iskanje fosilov	1,3	120	3,8	0	0	0
kolesarjenje	2,4	150	4	1	b. o.	b. o.
jame	3,5	150	3,5	2	b. o.	4
tečaj joge	0,5	b. o.	b. o.	0	0	0
zdravilišča	5,6	625	4,2	6	1.700	5
ogled mesta	6,7	225	4,5	5	b. o.	4
nakup umetnin v nekdanjem črnskem predmestju	2,4	199	4,5	0	0	0
obisk nekdanjega črnskega predmestja	2,4	b. o.	4	2	b. o.	3
drugo 1	92,2	1.150	4,3	8	765	5
drugo 2	0,8	300	4	1	b. o.	5
drugo 3	0,3	200	b. o.	0	0	0

Opomba: b. o. = brez odgovora, n. p. = ni pomembno

je Clarens obiskalo drugič, 13,6 % pa jih je bilo tam že več kot desetkrat.

Večina obiskovalcev je prišla iz province Gauteng, ki velja za najgostejše poseljeno območje v državi in na njem živi 33,7 % celotnega prebivalstva (Presidency of the Republic of South

Africa, 2012). Največ (12,6 %) jih je prišlo iz Johannesburga, torej mesta z največ prebivalci v državi. Nekaj več kot 10 % anketirancev je bilo iz tujine, 8,7 % pa jih je prišlo iz sosednje province KwaZulu-Natal. 37 % obiskovalcev je imelo visokošolsko izobrazbo, skoraj polovica (44 %) teh pa podiplomsko. Največ obiskovalcev, ki so prenočili v mestu (23,1 %), in

največ dnevnih obiskovalcev (20,4 %) je imelo letni dohodek med 400.000 in 700.001 ZAR, visok delež anketirancev (15,9 % tistih, ki so v mestu prenočili, in 18,5 % dnevnih obiskovalcev) pa ni želel razkriti občutljivih podatkov, kot so informacije o dohodku (preglednica 2).

Daleč največ anketirancev (62,6 %) je navedlo, da so to slikovito mesto obiskali na priporočilo prijatelja ali sorodnika. 8,3 % jih je mesto ponovno obiskalo zaradi dobre izkušnje med prejšnjim obiskom, 6,2 % pa zato, ker so se slučajno peljali skozi mesto. Kot glavni razlog za obisk Clarensa kot destinacije za kratek oddih med vikendom so anketiranci navedli počitnice in potovanje (28 %), 24,5 % pa se jih je za obisk odločilo zaradi miru, gora in lepe pokrajine. 33,2 % anketirancev je med najbolj pozitivnimi vidiki mesta navedlo naravo, gore, svež zrak in lepo pokrajino, drugi pozitivni vidiki, ki so jih našli, pa so bili še prijazni ljudje, gostoljubnost in kakovostne storitve (18,6 %) ter mir in tišina (17,7 %). Večina anketirancev (72,9 %) je izjavila, da so bila njihova pričakovanja glede Clarensa izpolnjena. V preglednici 3 so predstavljene različne dejavnosti, zneski, ki jih je posamezen anketiranec porabil zanje, in ocena dejavnosti na petstopenjski lestvici. Obiskovalci so največ denarja porabili za nastanitev, med najbolje ocenjenimi dejavnostmi pa so bili pohodništvo, umetnost in zdravilišča.

## 5.2 Ocena poslovnega okolja v Clarensu

Ob upoštevanju dejstva, da morata načrtovanje in oblikovanje politike temeljiti na interaktivnih procesih (Healey, 2006) in da je pomembno, kakšen vpliv imata na ljudi (Hillier in Gunder, 2003), so bila preučena mnenja lastnikov podjetij, povezanih s turizmom. Od 242 lastnikov podjetij jih je vprašalnik, oblikovan za poslovni sektor, izpolnilo 69. Večino izpolnjenih vprašalnikov so vrnilo trgovine in podjetja, ki se ukvarjajo s pustolovskorekreacijskimi dejavnostmi; ti panogi skupaj sta druga največja gospodarska panoga v Clarensu, takoj za nastanitvenimi dejavnostmi (preglednica 4). Skoraj 70 % anketirancev je bilo direktorjev ali lastnikov podjetij, preostalih 30 % pa je bilo upravnikov, zato podatki v tem delu predstavljajo stališča lokalnih poslovnih ljudi na pomembnih položajih. Večina podjetij v Clarensu je razmeroma nova, saj je v času ankete večina anketirancev, navedla, da v mestu poslujejo od enega leta do pet let (40,6 %), več kot deset let pa jih je tam delovalo le 14,5 %. V preglednici 5 so predstavljeni podatki o mesečnem prometu in stopnji zasedenosti. Zasedenost je najvišja med decembrskimi počitnicami, sledijo velikonočni prazniki v aprilu. V mesecih, v katerih je mesto najbolj zasedeno z gosti, promet večine anketirancev znaša od 60.000 do 100.000 ZAR. Na drugem mestu so podjetja, ki zaslužijo 100.000 ZAR ali več, najmanj pa je tistih, ki zaslužijo med 0 in 50.000 ZAR (preglednica 6).

**Preglednica 4:** Anketirana podjetja v Clarensu

vrsta podjetja	število anketirancev	odstotek anketirancev
restavracije	12	17,4
nastanitvene dejavnosti	23	33,3
umetnost in rokodelstvo	7	10,1
trgovine – drugo	25	36,2
pustolovsko-rekreacijske dejavnosti	1	1,5
skupaj	68	98,6
brez odgovora	1	1,5
skupaj	69	100

**Preglednica 5:** Mesečni promet in stopnja zasedenosti

mesec	stopnja zasedenosti/100	promet/10	predvideni promet
januar	46,5	5,7	88.114
februar	49,1	4,8	74.202
marec	58,2	7,0	108.211
april	60,8	8,1	125.215
maj	48,4	5,0	77.293
junij	51,6	5,7	88.114
julij	53,8	6,6	102.027
avgust	46,8	5,2	80.385
september	48,2	5,6	86.569
oktober	49,5	5,9	91.206
november	50,8	6,9	106.665
december	66,1	9,1	140.674

**Preglednica 6:** Promet v najbolj zasedenih mesecih

znesek	pogostnost	odstotek
0–50.000 ZAR	7	10,1
60.000–100.000 ZAR	10	14,5
več kot 100.000 ZAR	8	11,6
skupaj	25	36,2
sistem	44	63,8
skupaj	69	100

Stopnja zaposlenosti od leta 2007 enakomerno narašča, podjetja pa so v času ankete zaposlovala 77 kvalificiranih delavcev, 37 natakarjev, 133 čistilk, 40 priložnostnih delavcev in 82 drugih delavcev. Večina anketirancev (55,1 %) je menila, da trg raste, po mnenju 31,9 % anketirancev ostaja ta enak, 11,6 % pa jih misli, da trg nazaduje. Anketiranci so prepričanje, da trg raste, utemeljili s povečanim številom turistov in strank. Čeprav namerava skoraj 40 % anketirancev razširiti svoje podjetje, jih večina (60,3 %) tega vendarle ne načrtuje. Glavni razlog, ki so ga navedli za to, je, da jih to ne zanima oziroma da se jim to finančno ne bi izplačalo. Najmanj pa jih je to utemeljilo z



dejstvom, da za širitev nimajo na voljo dovolj prostora oziroma ustrezno coniranih površin. Skoraj vsi poslovneži (89,2 %) so imeli zelo pozitivno ali pozitivno mnenje o poslovni prihodnosti Clarensa; negativno mnenje jih je izrazilo samo 1,5 %. Razlog za pozitivno mnenje je bila predvsem rast turistične dejavnosti v mestu, v manjši meri pa tudi prelepa pokrajina na tem območju. Kot najbolj pozitivne vidike svojega delovanja v Clarensu je poslovna skupnost navedla odlične storitve in proizvode, ki jih ponujajo.

Večina poslovnežev (33,9 %) ni imela mnenja glede morebitnega prihoda novih podjetij v Clarens ali njegovo okolico, 17,5 % jih je temu nasprotovalo, 15,6 % pa je to podpiralo. Večina anketirancev (75 %) je navedla, da ne želi, da bi se v Clarensu odpirale poslovalnice državnih trgovskih verig, saj »lahko gredo turisti v te trgovine nakupovat v Bethlehem, ki je dovolj blizu (30 km proč)«, 18,8 % pa jih je navedlo, da bi v mesto vendarle lahko spustili nekaj skrbno izbranih trgovskih verig. S tem, da se državnim trgovskim verigam dovoli vstop v mesto, se je strinjal najmanjši delež anketirancev (5,8 %). To jasno kaže, da lokalna skupnost razume, kakšen vpliv bi lahko imela državna podjetja na mesto in da se lahko to ob ustrezni vključitvi javnosti prepreči.

Pri spuščanju multinacionalk v majhna turistična mesta je potrebna pazljivost, saj lahko te pokvarijo tamkajšnje vzdušje. Turisti prihajajo v majhna mesta prav zaradi njihovih edinstvenih lastnosti in ne zaradi mednarodnih podjetij ali nakupov. Še večjo skrb vzbujajo vpliv, ki ga običajno imajo tovrstna podjetja na gospodarstvo majhnega mesta, saj delujejo kot sesalnik, ki iz žepov lokalne skupnosti potegne denar, ne da bi pri tem kar koli vložila v podeželsko skupnost. Nadaljnja skrb je povezana z dejstvom, da tovrstnih velikih gospodarskih družb običajno ne zanima lokalno gospodarstvo in ali bo to nazadovalo, saj v tem primeru večina preprosto spakira kovčke in se preseli drugam. Potreba po lokalnem podjetniškem razvoju in motivacija zanj sta zato izjemno pomembni.

## 6 Sklep

Avtorica se v članku sprašuje, kaj se lahko naučimo od uspešnega mesta in ali obstajajo zaskrbljujoča področja, ki bi lahko onemogočila njegov razvoj. Pri iskanju odgovorov na ti vprašani uporablja normativno teorijo o tem, kako doseči svet, ki bi ga bilo treba doseči (Friedmann, 2011). Večina anketirancev meni, da je Clarens »čudovit kraj«, k njegovi zgodbi o uspehu pa prispevajo njegova lokacija in dostopnost, slikovito okolje, stalni finančni kapital in dejavna lokalna skupnost likovnih umetnikov. Zdi se, da Friedmannov koncept dobrega mesta (prav tam) velja za Clarens, v katerem lovljenje dobička za politike in ekonomsko privilegirane očitno ne obstaja.

Iz študije Clarensa smo se lahko veliko naučili o tem, kako se lahko izkoristijo priložnosti v majhnem turističnem mestu. Clarens je približno 300 km oddaljen od Gautenga, največjega gospodarskega območja v državi. Z največjima mestoma, Pretorio in Johannesburgom (zadnji je od Clarensa oddaljen samo tri ure vožnje), je Gauteng območje, s katerega v Clarens prihaja največ turistov. Poleg tega je Clarens samo tri ure vožnje oddaljen od še enega velikega mesta, Durbana, čeprav obiskovalci iz province KwaZulu-Natal predstavljajo samo četrtnino vseh turistov – najverjetneje zato, ker ima Durban bogato turistično ponudbo in je blizu lokalnih turističnih destinacij, kot sta severna in južna obala. Tudi mesto Bloemfontein je od Clarensa oddaljeno samo tri ure vožnje. Drugi največji delež turistov prihaja v Clarens iz province Free State, saj je mesto zanje najbližja turistična destinacija. Clarens je torej v bližini treh velikih trgov, kar je pomembno prispevalo k njegovemu uspehu. Poleg tega je z državnimi cestami in mednarodnima letališčema v Johannesburgu in Durbanu dostop olajšan tudi tujim gostom. To je pomembno, saj kar 10 % turistov, ki obiščejo Clarens, prihaja iz tujine.

Druge prednosti mesta vključujejo naravno in edinstveno lepoto kraja, ki je neizpodbiten del njegove zgodbe o uspehu, Clarensu pa je z gospodarskega vidika koristil tudi dotok zunanega kapitala. Ta finančno krepil lokalno gospodarsko osnovo, saj se kapital, ki ga v mestu ustvarja lokalna skupnost, ne samo porablja znotraj mesta, ampak ga povečuje tudi kapital, ki se zbira onkraj meja regije in vlaga v Clarens. Čeprav veliko lastnikov penzionov in podjetij prihaja iz drugih regij in ne živijo v Clarensu, ni mogoče spregledati vpliva menedžerjev ter denarja, ki ga porabijo za naložbe in nadzor teh podjetij. Pri zgodbi o uspehu Clarensa je treba upoštevati tudi pomen vodnega projekta v lesotskem višavju, ki je dal mestu veliko več kot samo dodatno infrastrukturo, saj je območje pomagal promovirati tujim gostom. Tudi značaj mesta je postal prijaznejši za turiste, saj je Clarens začel zadovoljevati tudi potrebe nedomačinov. Na podlagi tega se je razvila strpnost do drugih jezikov in kultur, območje pa se je začelo oglaševati kot privlačno za naložbe. Na začetku razvoja mesta, ko je bilo to še razmeroma neznano, to morda ni imelo ključne vloge, danes pa je pomembno za razumevanje nenehnega uspeha mesta.

V omenjenem intervjuju je Van Biljon (2014) povedal tudi, da »je zasedenost mesta največja aprila in decembra, pri čemer pa je treba poudariti, da Clarens pritegne obiskovalce vsak vikend in med vsakimi šolskimi počitnicami, zato tukaj dejansko ne moremo govoriti o visoki in nizki sezoni«. Tovrstni stalni gospodarski in družbeni priliv je ustvaril stabilno gospodarsko osnovo in finančno okolje, v katerem lahko uspevajo podjetja. Umetniki, ki so se v Clarens priselili, da bi tam ustanovili delavnice in galerije, so postavili temelje za razvoj turizma. Kakovostna umetniška dela se prodajajo po ugodnih cenah,

raznolikost umetnikov in galerij v mestu pa ustvarja tudi večjo pestrost ponudbe, ki je na voljo turistom, nudi pa jim tudi dodaten razlog za obisk območja.

Tveganja seveda obstajajo, na primer slabo sodelovanje med vsemi vpletenimi stranmi – načrtovalci ali odločevalci in lokalnimi prebivalci (Cerara, 2014, in Bratina Jurkovič, 2014). Idealno bi bilo, če bi bili glavni akterji vključeni v vse načrtovalske strategije (Donaldson idr., 2014). Nekateri anketiranci so navedli, da postajajo proizvodi vse dražji in da Clarens zaradi prenapoljenosti ob koncih tedna izgublja svoj podeželski pridi, poleg tega so omenili tudi nevarnost odpiranja multinacionalk v mestu. Čeprav se to s poslovnega vidika zdi dobro, bi lahko motilo tiste, ki mesto obiščejo, da bi tam preživeli sproščen in miren konec tedna.

Turizem je postal panoga, v kateri je konkurenca vse močnejša, zato se vse več pozornosti posveča tudi temu, kako ustrezno poskrbeti za turiste. Prav to potrjujejo tudi izsledki te raziskave. Za reševanje zgoraj omenjenih tveganj mora Clarens postati konkurenčnejši na državnem trgu, hkrati pa mora svoj položaj izboljšati tudi na svojem lokalnem trgu. Raziskovalno hipotezo – da lahko z razumevanjem, zakaj je turistično mesto, kot je Clarens, uspešno, druga pa ne, urbanisti in regionalni načrtovalci izboljšajo rezultate razvoja majhnega mesta – lahko zato potrdimo.

.....  
Maléne Campbell

University of the Free State, Faculty of Natural and Agricultural Sciences, Department of Urban and Regional Planning, Bloemfontein  
E-pošta: campbem@ufs.ac.za

## Opombe

[1] 1 EUR = 16,38 ZAR (po tečaju iz aprila 2016).

## Viri in literatura

Allmendinger, P. (2009): *Planning theory*. Basingstoke, VB, Palgrave MacMillan. DOI: 10.1007/978-1-137-01360-6

Binns, T., in Nel, E. (2002): Tourism as a local development strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, 168(3), str. 235–247. DOI: 10.1111/1475-4959.00051

Bratina Jurkovič, N. (2014): Perception, experience and the use of public urban spaces by residents of urban neighbourhoods. *Urbani izziv*, 25(1), str. 107–125. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-01-003

Cerara, A. (2014): From reaction to initiative: Potentials of contributive participation. *Urbani izziv*, 25(1), str. 93–106. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-01-002

Department of Rural Development and Land Reform of the Republic of South Africa (2009): *Comprehensive Rural Development Programme (CRDP)*. Pretoria.

Donaldson, R. (2007): Tourism in small town South Africa. V: Rogerson, C. M., in Visser, G. (ur.): *Urban tourism in the developing world: The South*

*African experience*, str. 307–326. New Brunswick, NJ, Transaction Publishers.

Donaldson, R., Benn, J., Campbell, M. M., in De Jager, A. (2014): The impact of studentification on reshaping urban space in two South Africa cities. *Urbani izziv*, 25(supplement), str. S176–S188. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-supplement-013

Dredge, D. (2006): Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27(2), str. 269–280. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.10.003

Friedmann, J. (2011): *Insurgencies: Essays in planning theory*. London, Routledge.

Government of South Africa (1996): *The development and promotion of tourism in South Africa*. Pretoria, Department of Environmental Affairs and Tourism.

Grabe, A. (2014): *Attractions in Clarens* (intervju, 23. 9. 2014).

Harrison, P., Todes, A., in Watson, V. (2008): *Planning and transformation learning from the post-apartheid experience*. New York, Routledge.

Healey, P. (2003): Collaborative planning in perspective. *Planning Theory*, 12(2), str. 101–123. DOI: 10.1177/14730952030022002

Healey, P. (2006): *Collaborative planning, shaping places in fragmented societies*. Basingstoke, VB, Palgrave.

Healey, P. (2010): *Making better places: The planning project in the twenty-first century*. Basingstoke, VB, Palgrave. DOI: 10.1007/978-1-137-01379-8

Hillier, J., in Gunder, M. (2003): Planning fantasies. An exploration of a potential Lacanian framework for understanding development assessment planning. *Planning Theory*, 2(3), str. 225–248. DOI: 10.1177/147309520323005

Hoogendoorn, G., in Visser, G. (2004): Second homes and small-town (re)development: The case of Clarens. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 32(1), str. 105–114.

John, L. (2012): *Secondary cities in South Africa: The start of a conversation*. The background report. Johannesburg: South African Cities Network.

Maree, A. (2015): *Eastern Free State scenery* (intervju, 28. 9. 2015).

Maritz, T. (2015): *Tourism activities on farms* (intervju, 1. 10. 2015).

Marais, L. (2004): From small town to tourism Mecca: The Clarens fairy tale. V: Rogerson, C. M., in Visser, G. (ur.): *Tourism and development: Issues in contemporary South Africa*, str. 420–436. Pretoria, Africa Institute of Africa.

Marais, L., in Atkinson, D. (2006): *Towards a post-mining economy in a small town: Challenges, obstacles and trends*. Prispevek je bil predstavljen na konferenci z naslovom Desert Knowledge Australia Conference, ki je potekala od 3. do 6. novembra v Alice Springsu v Avstraliji. Tipkopis.

Nel, A. (2016): *The Maluti mountain range* (intervju, 19. 4. 2016).

Nel, V. (2013): A development planning approach to the plight of small and dying towns in South Africa. V: Donaldson, R., in Marais, J. G. L. (ur.): *Small town geographies in Africa: Experiences from South Africa and elsewhere*, str. 242–250. New York, Nova Science Publishers.

Presidency of the Republic of South Africa (2012): *National Development Plan*. Dostopno na: www.gov.co.za (sneto: 3. 9. 2015).

Qayi, S. (2013): Re-orientating rural development in the eastern Cape: Small town regenerations: A strategy for rural development: The case study of Keiskammahoek. V: Donaldson, R., in Marais, J. G. L. (ur.): *Small town geographies in Africa: Experiences from South Africa and elsewhere*, str. 242–250. New York, Nova Science Publishers.

- Reynolds, K., in Antrobus, G. (2012): Identifying economic drivers in small towns in South Africa. V: Donaldson, R., in Marais, J. G. L. (ur.): *Small town geographies in Africa: Experiences from South Africa and elsewhere*, str. 35–43. New York, Nova Science Publishers.
- Rex, R., Campbell, M. M., in Visser, G. E. (2014): The on-going desegregation of residential property ownership in South Africa: The case of Bloemfontein. *Urbani izziv*, 25(supplement), str. S5–S23. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2014-25-supplement-001
- Rogerson, C. M. (2013) Improving market access opportunities for urban small, medium and micro enterprises in South Africa. *Urbani izziv*, 24(2), str. 133–143. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2013-24-02-005
- 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, J. M. (2013): Market segmentation and the changing budget hotel industry in urban South Africa. *Urbani izziv*, 24(2), str. 112–123. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2013-24-02-003
- Sharpley, R., in Telfer, D. J. (2002): *Tourism and development: Concepts and issues*. Clevedon, VB, Channel View.
- South African Local Government Information Centre (2015): *The SA local government briefing*. Rondebosch, Cape Town.
- Todes, A. (2011): Reinventing planning: Critical reflections. *Urban Forum*, 22(maj), str. 115–133. DOI: 10.1007/s12132-011-9109-x
- United Nations Human Settlements Programmes (2013): *Urban planning for city leaders*. Nairobi.
- Van Biljon, L. (2014): *The impact of development on Clarens* (intervju, 14. 10. 2015).
- Van der Merwe, I., Ferreira, S., in Zietsman, L. (2005): An investment strategy for effective town development in the Western Cape, South Africa. *Urban Forum*, 16(4), str. 295–312. DOI: 10.1007/s12132-005-0008-x
- Visser, G. (2005): Towards understanding of the Free State tourism system. *Acta Academica*, Supplementum 4, str. 1–45.