

2015

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

LAURA LUŽAR

LAURA LUŽAR

KOPER, 2015

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

ANALIZA RAZVOJA TURIZMA V
IZBRANI OBČINI

Laura Lužar

Koper, 2015

Mentor: viš. pred. mag. Dušan Gošnik

POVZETEK

V zaključni projektni nalogi je obravnavana problematika razvoja turistične destinacije Bled. V prvem delu so raziskani turizem v občini Bled, njegovo zgodovino in razvoj turizma skozi čas. Podana je analiza trenutnega stanja prihodov in odhodov turistov in ponudbe nočitvenih kapacitet. Predstavljeno je podjetje Sava Turizem, d. d., kot večinski lastnik turističnih kapacitet v kraju Bled. V empiričnem delu zaključne projektne naloge je raziskana trenutna turistična ponudba. Z metodo sinteze spoznanj in lastnih ugotovitev s področja razvoja turistične destinacije so razviti predlogi za nadaljnji razvoj turizma. Opravljen je bil intervju z aktivnim managerjem v turizmu v občini Bled Jakom Ažmanom. Ugotovljeno je bilo, da je na Bledu treba predvsem omejiti ponudnike storitev, obstoječe pa narediti kvalitetnejše. Ponudbo je treba poenotiti, turistom pa omogočiti celovit pregled nad ponudbo.

Ključne besede: turizem, občina, razvoj, strategija, destinacija, panoga, analiza.

SUMMARY

The thesis deals with the issue of tourism development in Bled. The first part of the thesis examines tourism in the municipality of Bled, its history and development through time. It analyses the current situation in terms of arrivals and departures, and the available holiday accommodation facilities. Moreover, it presents the company Sava Turizem, d.d., which is the majority shareholder of holiday accommodation facilities in Bled. As for the empirical part, it explores the current range of tourism services and provides recommendations for their further development based on the synthesis of our own findings in the field of tourist destination development. We also interviewed Jaka Ažman, the current manager in the field of tourism in the municipality of Bled. Our findings indicate that the range of services should be narrowed and improved in terms of quality. In addition, it should be harmonised while tourists should have a complete overview of the range.

Keywords: tourism, municipality, development, strategy, destination, industry, analysis.

UDK

338.48-44(1-21)(043.2)

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju viš. pred., mag. Dušanu Gošniku za usmerjanje, pomoč in potrpežljivost pri pisanju zaključne projektne naloge.

Zahvaljujem se tudi direktorju turizma Bled Jaku Ažmanu za pomoč pri izvedbi intervjuja.

Posebno zahvalo namenjam družini, ki me je v času študija podpirala in mi stala ob strani.

VSEBINA

1	UVOD	1
1.1	Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilji zaključne projektne naloge	2
1.3	Uporabljene metode za doseganje ciljev projektne naloge	2
1.4	Predpostavke in omejitve pri obravnavanem problemu	3
2	TURIZEM	5
2.1	Pojem turizem.....	5
2.2	Kdo je turist	5
2.3	Turistična destinacija	6
2.4	Zgodovina turizma.....	6
2.5	Razvoj turizma v Sloveniji	7
3	MESTO BLEED SKOZI ČAS	8
3.1	Zgodovina mesta Bled	8
3.2	Blejsko jezero	9
3.3	Blejski otok.....	10
3.4	Blejski grad.....	10
3.5	Golf igrišče Bled.....	11
3.6	Arnold Rikli.....	11
4	MOŽNOSTI RAZVOJA TURIZMA V IZBRANI OBČINI	12
4.1	Predstavitev turizma na Bledu	12
4.2	Turistične namestitve v mestu Bled.....	12
4.3	Prireditve v mestu Bled	12
4.4	Turistično društvo Bled	13
4.5	Občina Bled	14
4.6	Sava Turizem.....	14
5	ANALIZA VRST TURIZMA NA BLEDU IN MOŽNOSTI NADALJNJEGA RAZVOJA	15
5.1	Počitniški turizem	15
5.2	Športni turizem	15
5.3	Zdraviliški turizem	17
5.4	Kongresni turizem	18
5.5	Igralniški turizem.....	19
5.6	Kulinarična ponudba.....	19
6	INTERVJU Z AKTIVNIM MANAGERJEM NA PODROČJU TURIZMA V OBČINI BLEED	21
6.1	Zasnova intervjuja	21
6.2	Izvedba intervjuja	21
	Rezultati intervjuja in interpretacija.....	21

6.3 Povzetek spoznanj	25
7 PREDLOGI	26
8 SKLEP.....	28
LITERATURA	30

1 UVOD

V tretjem tisočletju je turizem ena izmed najbolj profitabilnih panog na svetu. Je hitro razvijajoča se gospodarska panoga. Vsako leto se želje in potrebe turistov spreminjajo, zato so najuspešnejše destinacije tiste, ki v največji meri ugodijo svojim gostom. V zaključni projektni nalogi smo raziskovali področje možnosti razvoja dejavnosti turizma na primeru občine Bled.

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

»Turizem je pojem, pod katerim običajno razumemo potovanje zaradi razvedrila, oddiha in njegove spremljajoče dejavnosti. Turizem je splet pojavov in odnosov, povezanih z aktivnostjo oseb, ki potujejo in bivajo v krajih zunaj svojega stalnega bivališča neprekinjeno do največ enega leta zaradi preživljanja prostega časa, zabave in poslovnih zadev« (Planina 1996, 41).

»Turist je oseba, ki potuje zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov, vendar ne zaradi zaslužka (turist ne prejme plačila, nagrade), in ki prenoči vsaj eno noč (vendar zaporedno ne več kot 365-krat) v gostinskem ali kakšnem drugem nastanitvenem objektu v kraju zunaj svojega običajnega okolja (Statistični urad Republike Slovenije 2010, 2).

Slovar slovenskega knjižnega jezika (SSKJ, 2000) turizem opredeljuje kot pojav, da kdo potuje ali začasno spremeni kraj bivanja zaradi oddiha, razvedrila.

»Prve oblike turizma, kot ga poznamo danes, so se pojavile v letu 1816 po revolucijah in nastanku dveh razredov ter ločitvi delovnega in življenjskega prostora in s tem delitvi na prosti in delovni čas. Z razvojem industrializacije se razvil tudi turizem. Prve oblike turizma poznamo že iz najzgodnejših civilizacij (Grki, Rimljani). Lahko bi rekli, da turizem obstaja, odkar živi človeštvo. Kot znanstvena veja pa je zelo mlad. Prva preučevanja turizma so se začela šele v 19. stoletju, sistematičen pristop k proučevanju tega pojava pa je opazen šele v obdobju po 2. svetovni vojni. Turizem je pojav, ki je močno vpet v družbeno-ekonomsko okolje in je tesno povezan z vsemi dejavnostmi sodobnega človeka. Njegov razvoj je zato odvisen od številnih dejavnikov, ki lahko pospešujejo ali zavirajo njegov razvoj« (Suša 2007, 1).

»Uspeh turistične destinacije je na dolgi rok mogoč le s strateškim razmišljanjem na nivoju destinacije, kar pomeni tudi zagotavljanje delovanja funkcij managementa in trženja« (Konečnik Ruzzier 2005).

»Management turistične destinacije mora slediti cilju, ki zajema uspešno konkuriranje in zagotavljanje dobičkonosnosti na trgu ter zmožnost zagotavljanja kakovostnih virov

destinacije ob njenem hkratnem konkuriranju na trgu. Uspešen management vključuje tako poslovne kot tudi ekonomske managerske spretnosti, ki morajo biti usklajene z okoljevarstvenimi zmožnostmi« (Goeldner in Ritchie 2003, 417).

Mesto Bled, ki je hkrati središče občine Bled, spada med najlepše kraje v Sloveniji, vendar je do danes v veliki meri že izgubil svojo vrednost. Zaradi same narave mesta, naravnih lepot in zgodovinskih znamenitosti mesto Bled še vedno privablja neko konstantno število turistov, vendar se vsi zavedamo, da ima še neizkoriščen potencial. Turizem na Bledu že od nekdaj velja za najpomembnejšo gospodarsko panogo. Bled je od nekdaj veljal za uspešen in predvsem dobičkonosen turistični kraj.

Glede na bogato turistično preteklost ima mesto Bled še veliko neizkoriščenih možnosti, ki mu lahko omogočijo dodatni razvoj. To smo v zaključni projektni nalogi tudi raziskali.

Osnovni obravnavan problem v projektni zaključni nalogi je, kako naj izbrana turistična občina Bled s pomočjo primerne strategije razvoja dodatno izkoristi potencial naravne in kulturne dediščine in s kvalitetno ponudbo, upoštevajoč smernice trajnostnega razvoja za zadovoljevanje želja in potreb turistov omogoči nadaljnjo turistično rast in razvoj mesta Bled.

1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge

Namen zaključne projektne naloge je bil raziskati literaturo s področja obravnavanega problema, opisati pojme, kot so turizem, management, turist in trajnostni razvoj, ter predstaviti turizem, razvoj turizma in trende. V zaključni projektni nalogi smo predstavili teoretična izhodišča problema in dejavnike, ki vplivajo na panogo in s tem na razvoj turizma v izbrani občini oz. kraju.

Raziskali smo trenutno stanje v panogi turizma na območju občine Bled, analizirali možnosti, poiskali neizkoriščene možnosti in predstavili novosti, ki bi dodatno popestrile že obstoječo turistično ponudbo.

Cilj je bil razviti predloge možnosti razvoja turizma za nadaljnji razvoj izbrane občine.

1.3 Uporabljene metode za doseganje ciljev projektne naloge

Pri izdelavi zaključne projektne smo uporabili sledeče metode raziskovanja:

- metodo deskripcije;
- metodo zbiranja in analize podatkov in eksternih virov (strokovne literature);
- metodo kompilacije: povzemanje stališč, spoznanj, opazovanj in sklepov drugih avtorjev ter lastnih spoznanj;

- zbiranje podatkov s pomočjo intervjuja aktivnega managerja s področja turizma v panogi turizma v občini Bled. Na podlagi pridobljenih odgovorov smo tudi s tega vidika osvetlili vzroke za trenutno stanje turizma na Bledu in na osnovi vseh spoznanj razvili možnosti za nadaljnjo strategijo in razvoj turistične panoge na danem območju;
- metodo sinteze spoznanj, pri kateri gre za postopek znanstvenega raziskovanja in pojasnjevanja stvarnosti s pomočjo (logičnega) združevanja in sestavljanja miselnih tvorb (pojmov, sodb, zaključkov) v bolj kompleksne miselne tvorbe.

V teoretičnem delu smo uporabili deskriptivno metodo za opis pojmov in pojavov, povezanih s problematiko v tej zaključni projektni nalogi. S pomočjo študija sekundarnih javno dostopnih virov smo pojasnili pojma turizem in turist ter vrste turizma. V nadaljevanju smo se osredotočili na turizem v občini Bled, njegovo zgodovino in razvoj turizma skozi čas ter analizo trenutnega stanja prihodov in odhodov turistov ter ponudbe nočitvenih kapacitet. Predstavili smo podjetje Sava Turizem, d. d., kot večinskega lastnika turističnih kapacitet v kraju Bled.

V empiričnem delu zaključne projektne naloge smo na primeru občine Bled raziskali trenutno turistično ponudbo (wellness ponudba, kulturne znamenitosti, šport in rekreacija, kulinarična ponudba, kongresi, igralništvo, zabava ipd.) in z metodo sinteze spoznanj in lastnih ugotovitev s področja razvoja turistične destinacije razvili predloge za nadaljnji razvoj turizma.

1.4 Predpostavke in omejitve pri obravnavanem problemu

Predpostavke

Izhajali smo iz naslednjih predpostavk:

- predpostavljamo, da se je lahko ponudba na izbrani turistični destinaciji še bolj izpopolnjena, bolj inovativna in posledično privlačnejša za turiste;
- predpostavljamo, da ima turistična destinacija še mnogo neizkoriščenih potencialnih zmožnosti za nadaljnji razvoj, ki ga lahko dosežejo z uresničevanjem zastavljenih ciljev in primerno strategijo;
- predpostavljamo, da ima občina Bled interes, da svoje delovanje na tem področju izboljša, se v tej panogi še dodatno razvije in s svojo ponudbo pritegne še več turistov.

Omejitve

Omejitve zaključne projektne naloge so bile:

- za preučevanje smo si izbrali le eno občino – Bled s poudarkom na proučevanju obstoječe turistične ponudbe;

- omejitev predstavlja zmožnost posameznega raziskovalca v času izdelave te raziskave od 15. 2. 2015 do 30. 7. 2015.
- informacije, ki smo jih objavili, so le javnega značaja, pridobljene iz javno dostopnih virov. Poslovnih skrivnosti nismo objavljali.

2 TURIZEM

Turizem sodi med najhitreje rastoče dejavnosti na svetu. Je eden izmed najbolj razvijajočih sektorjev množične potrošnje.

2.1 Pojem turizem

»Za prvo znanstveno definicijo turizma velja definicija Walterja Hunzikerja in Kurta Krapfa, 1942 in sicer, da je turizem je splet odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, če to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo.

Leta 1971 je zveza turističnih strokovnjakov (AIEST) zaradi razvoja poslovnih potovanj in kongresnega turizma definicijo nekoliko spremenila: »Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, če to bivanje ne povzroči stalne naselitve« (Planina in Mihalič 2002, 29).

Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavno in stalno bivališče niti kraj zaposlitve. Definicija UNWTO pravi, da so turizem aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov« (Veljković in Colarič Jakše 2014, 25).

2.2 Kdo je turist

»Laično pojmovanje turista se je spreminjalo in prilagajalo novim oblikam turizma. Prvotno je bil za turista štet samo tujec, državljan domače države pa ne« (Planina 1996, 11).

Ameriški sociolog Erik Cohen je v leta 1974 v članku Who is a tourist? A Conceptual Clarification definiral »turista kot prostovoljnega začasnega potnika, ki potuje zaradi pričakovanega zadovoljstva, ki ga lahko uresničijo novosti in spremembe, doživete na relativno dolgem in ne preveč pogostem potovanju« (Veljković in Colarič Jakše 2014, 20).

V slovenščini se zadnjih 50 let splošno uporablja izraz turizem, pred letom 1941 pa je bil v rabi izraz tujski promet. »Izraz turizem izvira iz starofrancoskega korena ›tour‹, kar pomeni krožno gibanje, torej gibanje s povratkom v izhodišče. Po tem so izraz prevzeli vsi svetovni jeziki« (Planina 1996, 24).

Po definiciji Statističnega urada Republike Slovenije (SURS, 2010) je danes turist »oseba, ki v kraju zunaj svojega običajnega okolja prenoči vsaj eno noč (vendar manj kot eno leto) v gostinskem ali drugem nastanitvenem objektu zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve,

poslov ali drugih razlogov, če ti niso opravljanje dejavnosti, za katero prejme plačilo v obiskanem kraju».

2.3 Turistična destinacija

Čavlek je opredelil turistično destinacijo (*tourism destination*) kot »sleherni širši integrirani kraj, h kateremu so namenjeni turisti in ki svojo turistično identiteto gradi na koncepciji kumulativnih atrakcij, kar omogoča doživetje in z dodatno turistično infrastrukturo prostor zbiranja turistov. Turistična destinacija je pogojena z željami, afinitetami, interesi in potrebami turistov« (Veljković in Colarič Jakše 2014, 134).

2.4 Zgodovina turizma

V praskupnosti so ljudje zapuščali svoja bivališča predvsem zaradi lova in iskanja ugodnejših življenjskih razmer. Razlogi potovanja niso tičali v zadovoljevanju sekundarnih, ampak primarnih, eksistenčnih potreb, kot je na primer iskanje boljših okolij za prehranjevanje in preživljanje članov skupine.

V sužnjelastniškem antičnem obdobju pa že najdemo prave motive za potovanje, kot so potovanje v drugi namenski kraj, zadovoljevanje potreb po razvedrilu (obiskovanje športnih prireditev) in zdravstveni turizem (obiski termalnih vrelcev), ali pa gre za verske razloge (obiski verskih templjev).

Geografske značilnosti grškega turizma so bile predpogoj, da Grki niso obiskovali velike sužnjelastniške države, ampak majhne države – polise. Razdeljenost grškega ozemlja je že sama po sebi narekovala potovanja ljudi, torej so antični Grki potovali že v času pred našim štetjem.

Antični Rimljani so ravno tako kot Grki veliko potovali zaradi podobnih razlogov. Imeli so visoko razviti turizem, ki pa je bil omejen na ozke, privilegirane sloge (patricije).

V prostem času so bogati Rimljani najraje obiskovali terme, predvsem zaradi toplih vrelcev, počitka, zabave in sklepanja kupčij. Tako so Rimljani obiskovali Vichy, Bath, St. Moritz in Baden, pri nas pa Rimske Toplice.

Prve oblike turizma, kot ga poznamo danes, so se pojavile v letu 1816 po revolucijah in po nastanku dveh razredov ter ločitvi delovnega in življenjskega prostora in s tem delitvi na delovni in prosti čas. Za začetek turizma posameznikov velja predvsem obdobje od leta 1816 do leta 1890, ko so prvi turisti prihajali iz ekonomsko najrazvitejših območij. To so bili predvsem Angleži in Francozi (Veljković in Colarič Jakše 2014, 82–89).

2.5 Razvoj turizma v Sloveniji

Prvi uradni evidentirani podatki na območju Slovenije sežejo v leto 1928. Tega leta je letovalo v Sloveniji 34.195 turistov. Domačih gostov je bilo 70 %, tujih pa 30 % (Zorko 1999, 181).

»Leta 1991 je Slovenija začela delovati kot samostojna turistična destinacija na svetovnem zemljevidu. Zaradi vojn je bilo na ozemlju nekdanje Jugoslavije repozicioniranje na turističnem trgu zelo zahtevno. V letu 1993 je začelo število gostov počasi naraščati, vendar je bilo ob koncu desetletja tujih gostov še vedno manj kot pa pred osamosvojitvijo. Izpad tujih turistov so delno nadomestili domači turisti, saj so se zaradi političnih dogodkov v sosednji Hrvaški izogibali priljubljenim krajem v Istri in Dalmaciji ter ostajali v Sloveniji. Na Hrvaško so se vrnili šele po osamosvojitvi leta 1996. To je tudi prvo leto, ko je Slovenija beležila upad domačih gostov« ().

»Število turistov v Sloveniji je po letu 1993 raslo s 3-odstotno letno stopnjo. Hitrejši vzpon turističnega povpraševanja se je začel po letu 2000, predvsem s strani tujih turistov, ki so na začetku 21. stoletja prvič po letu 1991 ustvarili več prenočitev kot domači gostje.

Slovenski turizem je v zadnjih 15 letih rasel z nadpovprečno rastjo. Število tujih turistov se je povečalo za 160 %. Danes turizem ustvari 3 mio prihodov in 9 mio prenočitev in približno 1,8 mio EUR turističnih prihodkov iz naslova izvoza potovanj, kar predstavlja 40 % izvoza storitev. Turizem postaja vse pomembnejša gospodarska panoga, saj zaposluje vsakega 10 zaposlenega (neposredno in posredno). Njegov delež v BDP je 12,3 %. Slovenski turizem se vzpenja tudi po lestvici svetovne turistične konkurenčnosti. Trenutno smo na 33. mestu. V 4 letih smo na tej lestvici napredovali kar za 11 mest (Pak in Brezovec 2011).

3 MESTO BLED SKOZI ČAS

Slovenija ima en sam otok. V zavetju slikovitih gora kraljuje sredi jezera. S svojo očarljivostjo je že stoletja simbol kraja, kamor se vračajo ljudje z vsega sveta. To je Bled.

3.1 Zgodovina mesta Bled

Turizem na Bledu se je začel z romarji, ki so mesto Bled obiskovali v želji, da obišejo otoško cerkev. V letu 1431 se je njihovo število bistveno povečalo, in sicer s podeljevanjem odpustkov škofa Lavrencija Laudentinusa vsakemu, ki je obiskal otok (Benedik 1993, 3).

Briksenški škofje so obiskovali blejska posestva že v letih od 1267 do 1528 (Benedik 1993, 71).

Pravi turizem, kot ga poznamo danes, pa je nastal s prihodom Arnolda Riklija leta 1852. Po treh letih je odprl svoj Naravni zdravstveni zavod. Začel je nuditi svoje zdravstvene usluge in s tem začel z zdravstvenim turizmom na Bledu, kar je bila njegova glavna zasluga. Na Bled je privabil svoje goste, posnemati pa so ga začeli tudi domačini, ki so začeli oddajati svoje sobe (Benedik 2003, 14–15).

Rikli je na prostoru, kjer danes stoji kazino, zgradil kopališče Mallnerbrunn in 32 zračnih ut, ki so stale v dveh vrstah pred sedanjim Grajskim kopališčem. Svojim pacientom je predpisoval sončenje in kopanje v kopališču, kjer je uporabljal dva hladna vreca ter jezersko vodo, ki so jo grel na soncu. Gostom je svetoval veliko svežega zraka in hoje. V ta namen je pripravil številne sprehajalne poti na Straži in bližnji okolici Bleda (Benedik 1993, 60).

Vse do danes priznajo Rikliju, da je pobudnik in začetnik organiziranega turizma na Bledu.

Precej pred 1. svetovno vojno sta prišla na Bled hotelirja Andreas in Johann Mallner, ki sta zgradila hotel Mallner – današnji Park hotel. Takrat sta prišla tudi grof Camillio Aichelburg in Gustav Valtrini z ženo Fany, ki so postali lastniki hotela Luisenbad – današnji hotel Toplice. Johann Mallner je bil krajši čas tudi blejski župan (Benedik 1993, 61).

Leta 1896 so na pobudo odvetnika dr. Moscheja na območju današnjega hotela Jelovica postavili Zdraviliški dom in s tem precej pripomogli k razvoju blejskega turizma. V Zdraviliškem domu so se gostje zabavali in plesali. Pred domom je vso sezono igrala godba. Imeli so restavracijo z mrzlo kuhinjo in pijačo (Benedik 2003, 21).

Zanimanje za Bled je raslo iz leta v leto. Gosti so postajali vse zahtevnejši. Postal je poletno bivališče kralja Aleksandra in njegovega spremstva, tja pa se je preselil tudi skoraj ves diplomatski zbor iz Beograda (Benedik 2003, 41).

»Na podlagi zakona o zdraviliščih so leta 1906 Bled proglasili za turistični kraj. Leta 1912 so osnovali Društvo hotelirjev in zdraviliških naprav, v katerem je sodelovala tudi občina. Turizem na vedno višjem nivoju je zahteval kakovostne storitve in sposobno delovno silo. Povečini so najemali sezonske delavce, ker je bila sezona kratka, in so zgodaj jeseni hotele zaprli. Strežno osebje in kuharje so pripeljali iz večjih mest, kot so Zagreb, Beograd in Ljubljana. Pošiljali so jih na izobraževanja v Anglijo, kjer so se naučili tujih jezikov in kvalitetnejšega dela. Tako je Bled postal mondeno letovišče in zabavišče z več kavarnami in bari ter izbranimi domačimi in tujimi gosti. Z Bledom se je v takratni Jugoslaviji lahko primerjal le Dubrovnik« (Benedik 1993, 41–42).

»Po vojni je vse, kar je spominjalo na turizem, prevzela občina. Šele leta 1952, ko je bila v Ljubljani ustanovljena Turistična zveza Slovenije, je Bled dobil Turistično društvo. Po vojni na Bledu ni manjkalo vrhunskih športnih prireditev. Leta 1956 so priredili evropsko prvenstvo v veslanju, v letih 1966, 1979 in 1989 pa je tam potekalo celo svetovno prvenstvo v veslanju. Leta 1961 so priredili enega največjih šahovskih turnirjev v svetovnem merilu. Največja kulturna prireditev, ki so jo organizirali na Bledu, je bil Kongres klubov PEN leta 1965. Odtlej vsako leto prirejajo srečanja PEN« (Benedik 1993, 42–44).

»V naslednjih letih se je malo premaknilo pri izgradnji kapacitet. V tem obdobju so na Bledu našteali 3.675 ležišč. Zgradili so Festivalno dvorano in preuredili veslaški center v Mali Zaki, v Grajskem kopališču pa so podrli stari betonski del. Največji poseg je predstavljal trgovsko-turistični center v središču Bleda. Tam so podelili trgovske prostore nad 60 trgovinam in malin bifejem ter kavarnicam. Domačini in tujci so ga imenovali GADAFI – to ime se je obdržalo« (Benedik 2003, 89–90).

»V letih 1989–1990 so na Bledu veliko razmišljali o prometni ureditvi in o tem, kako odstraniti prometno zmedo predvsem v sezonskem času. Za ves promet so povsem zaprli cesto pod gradom in od Velike do Male Zake. Po odklonilni odločbi Ustavnega sodišča SRS pa je vse zamrlo okoli obvoznice, ki nam jo obljublajo še danes« (Benedik 2003, 93).

Glede na bogato in predvsem zanimivo zgodovino mesta Bled je zanimivo, da na Bledu ni muzeja, ki bi turistom približal razvoj samega kraja in njegovih začetkov kot turistične destinacije. Menimo, da bi s tem izkazali primerno spoštovanje tradicije, po drugi strani pa bi s tem pridobili novo atrakcijo tako za turiste kot tudi za domačine.

3.2 Blejsko jezero

Jezero je bilo že od nekdaj zanimivo za kopanje domačinov in tujcev. Nekoč niso poznali bazenov, ki se jih lahko postavi kjer koli, zato so naravna jezera nudila veliko prednosti, ki so

jih domačini znali dobro izkoristiti. Že kmalu so urejevali javna kopališča in še posebne prostore za kopanje ob obali.

Že stare slike kažejo, da je prvotno gostišče in kasneje hotel Toplice imel svoje kopališče z ladjiščem in čolnarno. V Mali Zaki je pri sedanji veslaški čolnarni bilo javno kopališče penziona Zake. Svoja kopališča na obali pod gradom so imeli še Vila Zlatorog, Rog, osrednje Grajsko kopališče, ki je bilo večkrat prenovljeno in obnovljeno, Vila Prešeren itd. (Benedik 2003, 143–144).

3.3 Blejski otok

Prvo pismeno listino o Blejskem otoku zasledimo v letu 1185, ki jo je podpisal škof Henrik II. na Bledu.

Blejski otok s cerkvico je bila najstarejša romarska pot na Gorenjskem. Romarjem so bile na voljo posebne knjige obiskovalcev, ki jih še danes hranijo na Bledu.

Dostop do Blejskega otoka je mogoč s pletno. Nato sledi vzpon po 99 strmih stopnicah na vrhni plato otoka, kjer stoji Marijina cerkvica. Prvi zametki cerkve so nastali v letih 1141–1164. Vse do leta 1700 so jo predelovali, dozidavali in spreminjali, s tem pa je dobila današnjo obliko v baročnem slogu. Južno od cerkve stoji na najvišji točki otoka zvonik. Visok je 52 m. Glas o zvončku želja se je hitro razširil po naši deželi in vsakdo, ki je priromal na Blejski otok, je pozvonil za svojo željo. V poletnem času odmeva ta zvon od jutranjih do večernih ur (Benedik 2003, 156–158)

3.4 Blejski grad

Blejski grad je osrednja atrakcija destinacije Bled. Prvi zgodovinski zapisi segajo v leto 1004. Nemški cesar Henrik II. je leta 1004 podaril briksenškemu gospostvu 30 kraljevih kmetij, leta 1011 pa še blejski grad. Blejski grad je bil upravno središče briksenške zemljiške posesti na Gorenjskem. V srednjeveških virih se ime Bleda omenja v nemški obliki Veldes. Blejski grad je po času omembe najstarejši grad na Slovenskem. Grajska poslopja so razvrščena ob spodnjem in zgornjem dvorišču (Zavod za kulturo Bled, 2008).

»V baročni stavbi zgornjega dvorišča je v spodnjih in zgornjih prostorih na ogled muzejska zbirka. Obiskovalcem je tu lepo predstavljena blejska zgodovina od prvih izkopenin in vse do srede 19. stoletja. Zgornji prostori so opremljeni z bogato opremo iz vseh obdobij, ki jih je grad preživel v svoji preteklosti. Večji del zgornjega dvorišča je namenjen gostinstvu, prav tako spodnje dvorišče s stolpom, del prostorov na spodnjem dvorišču pa je namenjen za obstoječe gospodarske potrebe. Najbolj popularen dostop na grad je bil prvotno od Vile Zlatorog, ki je danes zanemarjen in dejansko opuščen. Za sprehod so sprehajalcem na voljo

steze od Grajskega kopališča pod grajsko skalo, od župnišča in po stezi z vrha Bleda« (Benedik 2003, 204–206).

Do leta 2020 je planirana celovita prenova grajskega kompleksa, vključno z izgradnjo dvigala in obnovo sprehajalnih poti, ki vodijo na grad.

3.5 Golf igrišče Bled

Na pobudo turističnih delavcev in obiskovalcev so leta 1936 začeli razmišljati o izgradnji igrišča za golf. Za sodelovanje so prosili Avstrijca Rudolfa von Gelminija, ki je prišel z Brionov, kjer je takrat že obstajalo golf igrišče. Izbral je primerno zemljišče in izdelal program. Odločili so se zgraditi igrišče z osemnajstimi igralnimi polji, poleg igrišča pa še vse ostale elemente in klubsko hišo.

Golf igrišče je začelo obratovati leta 1938. Predstavljalo je večji del družabnega življenja takratne visoke družbe. Kot ena najbolj atraktivnih so veljala nočna tekmovanja ob lučeh.

Leta 1938 so organizirali prvo državno golf prvenstvo v Jugoslaviji.

Med vojno je bilo igrišče uporabljeno za vojaški vadbeni poligon, pri tem pa so ga močno razkopali, naredili jarke, klubska hiša pa je bila namenjena za stanovanjske potrebe. Golf igrišče so kasneje popravili in vrnil v prvotno stanje.

Danes je blejsko igrišče edino pri nas z osemnajstimi luknjami in devetimi zelenicami ter je najbolj urejeno in obiskano. Obsega 27 ha površine, tekmovalna dolžina je 3.047 m, najdaljše igralno polje pa je dolgo 478 m. Na igrišču je 17 peščenih ovir, 3 vodne ovire in 5 biotopov. Par igrišča je 72 udarcev (Benedik 2003, 351–359).

3.6 Arnold Rikli

Kot smo že omenili, je bil Arnold Rikli začetnik zdraviliškega turizma na Bledu. Leta 1854 je ustanovil Naravni zdravilni center in se s tem odločil, da bo na Bledu uveljavljal svojo metodo zdravljenja. S tem je skoraj pol stoletja privabljal goste iz vseh delov Evrope. Za 50-letnico (1905) so mu njegovi častilci pripravili več spominskih daril, med njimi tudi spominski list s slikami in njegovim življenjepisom, na Straži pa so mu postavili spomenik.

Danes se na Bledu radi pobahajo z Riklijem. Njegovo ime zasledimo na številnih edicijah, tudi na dograjenem spomeniku na Straži. Vsako leto slavimo na Bledu Riklijeve dneve, ki se kažejo v obrtniškem sejmu, pivnicah in godbah. Sava Turizem si pod hotelom Park lasti Picerijo Rikli (Benedik 2003, 233–246).

4 MOŽNOSTI RAZVOJA TURIZMA V IZBRANI OBČINI

V nadaljevanju naloge smo predstavili turizem v mestu Bled. Raziskali smo trenutno stanje prihodov in odhodov turistov in ponudbe nočitvenih kapacitet. Predstavljeno je podjetje Sava Turizem, d. d., kot večinski lastnik turističnih kapacitet v kraju Bled.

4.1 Predstavitev turizma na Bledu

Mesto Bled z okolico in naravnimi lepotami velja za eno najlepših alpskih letovišč in eno izmed najlepših turističnih krajev v Sloveniji. Zagotovo je eden tistih krajev, ki je poznan vsakemu Slovencu. Blaga, zdrava klima in jezero s termalnimi vrelni privabljata množice ljudi. Bled privablja poslovneže, umetnike, športnike, raziskovalce, rekreativce in stare ter mlade ljudi z vsega sveta.

Bled slovi po naravnih lepotah in svojih dveh biserih – starem gradu in otočku sredi romantičnega jezera. Bled so opevali sloviti pesniki, slikali pa naši in tuji slikarji. France Prešeren je Bled ovekovečil z verzom: »*Dežela Kranjska nima lepš'ga kraja, ko je okol'šč'no ta, podoba raja*« (Benedik 1993, 5–124).

Nadmorska višina mesta Bled je 501 meter, višina grajskega hriba 604 m, višina hriba Straža pa 646 m. Število prebivalcev je 8.122. Turistična zmogljivost obsega 4.000 ležišč. Nadmorska višina jezera je 475 m, dolžina 2.120 m, širina 1380 m, površina 144 ha, največja globina 30,6 m, najvišja letna temperatura vode pa 26 °C (Turizem Bled 2013).

4.2 Turistične namestitve v mestu Bled

Turistična ponudba nastanitvenih kapacitet zajema 80 ponudnikov zasebnih sob (v razdalji 1,6 km iz centra mesta) in 73 ponudnikov apartmajev (v obsegu do 1,9 km iz centra). V območju do 2,6 km iz središča je na Bledu 16 apartmajskih kapacitet (6 od teh je hotelov s štirimi zvezdicami). Najbolj oddaljen je Hotel Ribno, ki stoji v manjši istoimenski vasi ob Bledu. Turistična ponudba obsega tudi 10 penzionov, 8 počitniških hiš in 4 hostle. V območju 4,3 km izven Bleda ponujajo prenočišča tudi 3 turistične kmetije. Na Bledu pri Mali Zaki je na voljo tudi ekološko usmerjen Kamp Bled, ki leži neposredno ob Blejskem jezeru (Slovenska turistična organizacija 2013).

4.3 Prireditve v mestu Bled

Kot turistični kraj mesto Bled vsako leto priredi kar nekaj tradicionalnih prireditev. Vsem poznana zabavna prireditev, ki se odvija konec meseca julija, je Blejska noč, kjer jezero napolnijo z lučkami, obvezen pa je tudi polnočni ognjemet. Poleg Blejske noči vsako leto priredijo tudi Srednjeveške dneve, ki se odvijajo na blejskem gradu, zelo poznan pa je tudi

Krog prijateljstva, ki se sklone okrog Blejskega jezera. Vsako leto je poskrbljeno tudi za silvestrovanje na prostem. V prazničnem času je zelo zanimiva, tako za domačine kot tudi za turiste, prireditev Legenda o potopljenem zvonu, ki se odvija v Grajskem kopališču.

Na športnem področju je Bled poznan predvsem po veslanju. Letos se bo na jezeru odvila 56. prvomajska veslaška regata, 60. mednarodna veslaška regata in 25. državno prvenstvo v veslanju. V mesecu juniju bosta v spomin na Arnolda Riklija potekala 17. Riklijev pohod na stražo in tradicionalni tek okrog Blejskega jezera, imenovan Nočna 10-ka (Slovenska turistična organizacija 2013).

Na Bledu se tekom leta, tako v sezoni kot tudi izven nje, odvije veliko število manjših in srednje velikih dogodkov. Menimo, da zaradi velike količine dogodkov in manjšega oglaševanja posameznih dogodkov nobena prireditev ni posebej poudarjena, obisk vseh pa ostaja v nekem povprečju. Dogodke na Bledu bi morali omejiti. Ohraniti bi morali tradicionalne in jih primerno oglaševati. Tako bi posamezne prireditve bolj izstopale, organizatorji pa bi lahko tudi primerno prerazporedili finančna sredstva v večji marketing, organizacijo in ponudbo.

4.4 Turistično društvo Bled

Začetek turistične organiziranosti lahko enačimo z začetki organiziranega turizma po prihodu Arnolda Riklija in izgradnjo gorenjske železnice (Ljubljana–Trbiž) leta 1870, ko je Bled dobil postajo v Lescah. Leto 1870 beležimo za začetek turističnih organizacij na Bledu. Takrat so ustanovili Olepševalni komite, ki je zgradil cesto okrog Blejskega jezera. Leta 1886 je bila ustanovljena Zdraviliška komisija, ki je za Bled skrbela vse do začetka 1. svetovne vojne in je že leto po ustanovitvi začela s spremljanjem gostov. Leta 1905 so v Ljubljani ustanovili Zvezo za dvig tujskega prometa na Kranjskem, predhodnico današnje Turistične zveze Slovenije, v njenem odboru pa so bili Blejci med dejavnejšimi. Leta 1920 je občina imenovala Zdraviliški odsek, ki je imel nalogo čim prej na Bled privabiti več gostov, ki bi napolnili hotele in vile v povojnem obdobju. Skupaj s Prometnim društvom je skrbel za usklajevanje cen različnih storitev, ponovno pa so uvedli zdraviliško in godbeno takso. Vse do 2. svetovne vojne je Bled doživel razvoj. Po zasedbi Gorenjske leta 1941 so se Nemci hitro začeli naseljevati na Bledu in mu namenili »častno« mesto kot središču civilne, policijske in vojaške oblasti. Ko pa je 2. svetovna vojna minila, se je Bled ponovno znašel pred številnimi problemi. Glavna skrb je bila, kako na novo začeti z razvojem turizma in privabiti čim več gostov. Leta 1947 so na blejski občini imenovali Odbor za turizem. Že v prvih mesecih po vojni so v Ljubljani predlagali, da se na Bledu ustanovi podružnica Turističnega društva Slovenije. Kljub temeljitim pripravam pa ustanovnega občnega zbora ni bilo. Do tega je prišlo šele 24. januarja 1952, ko je Mirko Poč, direktor hotelskega združenja Hotelturist, sklical občni zbor Turističnega društva Bled v hotelu Jelovica. Do tedaj se je vsa turistična dejavnost združevala v rokah občine, vendar pa je turistična organiziranost v Sloveniji vsekakor

zahtevala, da tudi Bled dobi svoje društvo. Prvi predsednik je bil Mirko Poč (1952–1953). Takoj na začetku pa je prišlo do težav, saj društvo ni imelo sredstev, kar je onemogočalo njegovo aktivnost. Na eni izmed sej so se tako odločili, da društvo razpustijo. Po posredovanju takratnega predsednika Turistične zveze Slovenije Alberta Jakopiča so se neskladja uredila in od takrat je društvo neprekinjeno poslovalo.

Turistično društvo Bled ima danes že več kot 800 članov (Špec in Piber, b. l.).

4.5 Občina Bled

Občina Bled z 8.192 prebivalci sodi med srednje velike slovenske občine. Bled je postal samostojna občina leta 1995. Leži na nadmorski višini 501 m, njegova površina pa se razprostira na 72,3 km². Glavna dejavnost blejske občine je turizem.

Janez Fajfar (roj. leta 1955) kot župan zastopa blejsko občino že drugi mandat, in sicer od leta 2006. Župan predstavlja občino in občinski svet, ga sklicuje in vodi seje, nima pa pravice glasovanja. Njegova desna roka in podžupan je Toni Mežan, ki pomaga županu pri njegovem delu in opravlja naloge, za katere ga pooblasti župan. (Turizem Bled 2013).

4.6 Sava Turizem

Družba Sava Turizem, d. d., je največje slovensko turistično podjetje, ki pod skupno blagovno znamko Sava Hotels & Resorts združuje šest turističnih destinacij: Sava Hoteli Bled, Terme Ptuj, Terme 3000 – Moravske Toplice, Zdravilišče Radenci, Terme Banovci in Terme Lendava. Družba ima 14 hotelov kategorije 3, 4 in 5 zvezdic, šest apartmajskih kompleksov in pet kampov, šest termalnih kompleksov, štiri centre dobrega počutja ter golf igrišče Livada v Moravskih Toplicah. Ključni proizvodi družbe so počitnice, srečanja, konference in dogodki (MICE), wellness, zdravstvo, termalni parki, kampiranje ter golf.

»Družba Sava Turizem, d. d., je del poslovne skupine Sava in v okviru te skupine pokriva dejavnost turizma. Družbi Sava Hoteli Bled, d. d., so bile pripojene družbe Terme 3000, d. o. o., Terme Ptuj, d. o. o., Zdravilišče Radenci, d. o. o., in Terme Lendava, d. o. o. Z vpisom v sodni register dne 30. 12. 2011 se je družba Sava Hoteli Bled, d. d., preimenovala v Sava Turizem, d. d. Družbo vodi tričlanska uprava. Poslovne funkcije so še prodaja, marketing, hotelske operacije in kakovost, nabava, investicije z vzdrževanjem, kadri z razvojem kadrov, pravo, kontroling, finance in računovodstvo ter IT-področje. Osnovna dejavnost se izvaja na naslednjih destinacijah: Sava Hoteli Bled, Terme Ptuj, Zdravilišče Radenci, Terme Banovci, Terme 3000 – Moravske Toplice in Terme Lendava. Destinacije so organizirane po dejavnostih: hotelirstvo, gostinstvo, kopališča, zdravstvo, wellness, kamp in golf. Destinacije vodijo izvršni direktorji destinacij. Nova oblika organiziranosti se uporablja od 1. 3. 2012« (Sava Hotels & Resorts 2015)

5 ANALIZA VRST TURIZMA NA BLEDU IN MOŽNOSTI NADALJNJEGA RAZVOJA

Turizem je na Bledu prepoznan kot ena najpomembnejših razvojnih priložnosti kraja. Razvojni cikel potrebuje učinkovito organiziranje, vodenje, koordiniranje in izvajanje temeljnih razvojnih funkcij na ravni turistične destinacije.

5.1 Počitniški turizem

Kot smo že omenili, mesto Bled nudi vrsto nočitvenih kapacitet, in sicer od vrhunskih hotelov do zasebnih sob in apartmajev, manj zahtevni turisti pa imajo na voljo štiri hostle.

Turistična ponudba nastanitvenih kapacitet zajema 80 ponudnikov zasebnih sob (v razdalji 1,6 km iz centra mesta) in 73 ponudnikov apartmajev (v obsegu do 1,9 km iz centra). V območju do 2,6 km iz središča je na Bledu 16 apartmajske kapacitete (6 od teh je hotelov s štirimi zvezdicami). Najbolj oddaljen je Hotel Ribno, ki stoji v manjši istoimenski vasici ob Bledu. Turistična ponudba obsega tudi 10 penzionov, 8 počitniških hiš in 4 hostle. V območju 4,3 km izven Bleda ponujajo prenočišča tudi 3 turistične kmetije. Na Bledu pri Mali Zaki je na voljo tudi ekološko usmerjen Kamp Bled, ki leži neposredno ob Blejskem jezeru (Slovenska turistična organizacija 2013).

Bled ima na voljo zadostno ponudbo nočitvenih kapacitet. Njegova težava je vedno večje število hostlov in nizkocenovnih prenočišč, na račun katerih je Bled prepoznaven kot nižjecenovna destinacija in zaradi katerih v zadnjem času ponudniki visokokakovostnih storitev ne dosegajo zastavljenih ciljev. Blejski ponudniki turističnih namestitev bi morali ponudbo poenotiti, jo razviti in narediti kvalitetnejšo.

5.2 Športni turizem

Danes se veliko ljudi ukvarja s športom in večina teh ljudi gre na počitnice. Povezava med športom in turizmom obstaja že vrsto let, v zadnjem času pa dobiva svetovne razsežnosti. Ljudje postajajo vedno bolj ozaveščeni, vse bolj cenijo šport in aktivno preživljanje prostega časa, turistični ponudniki pa se vse bolj zavedajo tega in v svoje programe vključujejo tudi razne aktivnosti.

Na Bledu se lahko turisti udeležijo različnih športnih aktivnosti. Neposredna bližina Julijskih Alp nudi vrsto možnosti za poletni in tudi zimski alpinizem. Zelo priljubljene so turistične smeri v Bohinjskih gorah. Na spletni strani www.bled.si si lahko turisti pogledajo ponudbo organiziranih plezalnih sten in najamejo vodnika. Adrenalinski navdušenci se lahko sprostijo tudi ob vedno bolj priljubljenem športu, imenovanem zipline. V bližini Radovljice je možen najdaljši spust v gorenjski regiji v dolžini 250 m in na višini 25 m.

Zelo priljubljeno je tudi jamarstvo, predvsem obisk dveh jam. To sta jami Pod babjim zobom in Šimnove jame. Izvrstna lokacija nudi pohodnikom veliko izhodiščnih točk za planinarjenje in obiskovanje bližnjih gora, in sicer tako za manj zahtevne kot tudi bolj izkušene pohodnike. Tako imenovani Blejski hišni planinski izlet je planina Lipanca nad Pokljuko, kjer ima planinsko kočo planinsko društvo Bled. Lahko pa se odpravijo zgolj na sprehod okrog Blejskega jezera ali drugih označenih in urejenih sprehajalnih poti po Bledu in okolici.

Lokalne ceste in kolovozne poti med Bledom in okolico so primerne tudi za kolesarje, in sicer tako za tiste manj zahtevne starejše goste in mlade družine kot tudi za zagrizene rekreativce. Na Bledu si turisti lahko na večjih agencijah izposodijo kolo, lahko pa tudi najamejo vodnika.

Kolesarjenje je v zadnjem času vedno bolj priljubljeno. Dostopno je za vsak žep, primerno pa je za vse starostne udeležence ne glede na njihovo športno pripravljenost. Na Bledu je občutno pomanjkanje urejenih kolesarskih poti. Na Straži bi lahko uredili downhill (kolesarski spust po hribu navzdol). Lahko bi zgradili kolesarske poti do Straže in s tem dodatno označili Stražo kot športno-rekreativni center.

V zadnjih letih so na Bledu razvili novo aktivnosti, imenovano geacaching, ki je primerna za ljudi vseh starosti, predvsem pa za otroke. Bistvo je iskati in najti skriti zaklad, ki je skrit po kotičkih Bleda.

Kot smo že omenili, si Bled lasti enega največjih golf igrišč, ki nudi turistom odlično sprostitev v naravi. Odprto je od marca do novembra, ponudba pa omogoča tudi tečaje golfa za začetnike. Golf igrišče vsako leto gosti tudi večje število mednarodnih tekmovanj.

Poleg golfa je na Bledu tudi manjše minigolf igrišče, prav tako z osemnajstimi luknjami na površini 3.528 m². Tudi tam vsako leto potekajo zanimivi turnirji v različnih kategorijah.

Na Bledu in okolici je poskrbljeno tudi za teniške navdušence. Na voljo je 14 zunanjih teniških igrišč. Pet jih je pri hotelu Ribno, štiri pa so na sami obali jezera pri Mali Zaki blizu regatnega centra. Obiskovalci si lahko izposodijo vso potrebno opremo, organizirana pa je tudi teniška šola. Na voljo je tudi več igrišč za odbojko na mivki, obiskovalci pa se lahko zabavajo tudi ob igri paintball.

Na bližnjih rekah na Bledu in okolici je organiziranih vrsta vodnih športov. Turisti se lahko prepustijo brzicam na tubi, lahko pa se udeležijo tudi raftinga po gorenjskih rekah.

Na reki Savi se izvaja tudi nov šport, ki prihaja z Nove Zelandije, imenovan hydrospeed.

Blejsko jezero je znano po dolgoletni tradiciji veslanja. Ob jezeru stoji tudi regatni center, kjer se vsako leto odvije vrsta domačih in mednarodnih regat. Turisti si lahko izposodijo čoln v grajski čolnarni in se tudi sami preizkusijo v veslanju na gladini Blejskega jezera.

Lahko si ogledajo tudi jezero pod gladino, saj je voda poleg 18 različnih vrst rib bogata tudi z rastlinami. Obalni akvatorij jezera je pravi izziv vodnim fotografom, saj se ribe večji del zadržujejo v tem predelu. Bled ima tudi svoje društvo za podvodne dejavnosti, kjer si lahko podvodni navdušenci izposodijo potrebno opremo.

Jezero je idealno tudi za ribolov, kjer je dovoljen ulov krapa, soma, ščuke in jezerske postrvi. Ribolovne dovolilnice lahko ribiči kupijo v trgovini Fauna.

Na manjšem hribu, imenovanem Straža, je v zimskih mesecih organizirana smučarska proga, kjer se smučarji lahko sprostijo na belih strminah.

V poletnem času je tam organizirano poletno sankanje s prelepim razgledom na Bled v dolžini 520 m z naklonom 25,2 % in najvišjo hitrostjo 40 km/h.

Novost na Straži je pustolovski park, ki je zgrajen brez večjih posegov v naravo in nudi 65 ekološko ozaveščenih pustolovščin. Primeren je tako za otroke kot tudi za starejše.

(Turizem Bled 2013).

5.3 Zdraviliški turizem

Začetki zdraviliškega turizma na Bledu segajo že v leto 1854, ko je Arnold Rikli ustanovil prvi Naravni zdravilni center. S tem je začel zdraviliško dejavnost, ki se je razvijala skozi leta vse do danes.

Bled ima že po naravi dane izvrstne pogoje za zdraviliški turizem: gorski zrak, voda, ugodna klima, predvsem pa termalne vrelce. Zdraviliški turizem je tudi panoga, ki goste privablja vse leto – ne glede na letni čas in sezono.

Na Bledu je kar nekaj ponudnikov wellness storitev, bazenskih kompleksov, savn in centrov za sproščanje. Najbolj znanj med njimi je Wellness Živa v hotelu Golf. Poleg hotela Golf ponujajo svoje storitve tudi hoteli Toplice, Krim, Kompas, Jelovica, Lovec in Ribno, v letu 2014 pa je s svojim svetom savn odprl vrata tudi novo prenovljeni hotel Astoria.

Turisti imajo torej na voljo bogato ponudbo storitev, kjer se sprostijo v vodi in savnah ter si privoščijo masaže in druge kozmetične storitve.

Na Bledu manjka predvsem zdravstvena ponudba – samoplačniška oz. za višje sloje. V zadnjem času se je v svetu zelo razvila lepotna kirurgija. Blejski hotelirji bi lahko ponudili tudi tretma okrevanja po operacijah, najeli kirurga za svetovanje ipd.

Lahko bi se specializirali in obogatili ponudbo z oskrbo gostov po operacijah (srčne bolezni, bolezni ožilja, športne poškodbe itd.).

Zadnje čase so tudi vse bolj priljubljene alternativne metode zdravljenja. V hotelu Lovec vsak mesec gostijo znanega hrvaškega zdravlilca Zdenka Domančiča. Gostje pridejo iz vse Slovenije in sosednjih držav, da se lahko udeležijo 4-dnevnega tretmaja zdravljenja. Seveda prenočijo v hotelu in koristijo vso ostalo ponudbo – restavracije, športno ponudbo in wellness. Blejski hotelirji bi lahko imeli stalno ponudbo alternativne medicine, ki bi goste privabljala vse dni v letu in ne zgolj enkrat mesečno. Ljudje so vse bolj pod stresom in preobremenjeni, zato bi jim lahko ponudili vikende učenja sprostitvenih tehnik, meditacij, joge, obvladovanja stresa ipd. Lahko bi uvedli tudi zdravljenje s hipnozo.

Vse bolj priljubljeni postajajo tudi vikend športni paketi, kjer se ljudje naučijo zdravo živeti – na primer vikend z Alenko Košir, ki je sicer prebivalka Bleda, svoje vikend pakete z učenjem pravilnega prehranjevanja in treniranja pa organizira v hotelih v drugih predelih Slovenije.

Zdraviliški turizem je idealna priložnost za celovito ponudbo in privabljanje gostov skozi celo leto, saj ljudje potrebujemo zdravljenje, okrevanje ali zgolj sprostitev skozi celo leto ne glede na letni čas in turistično sezono.

5.4 Kongresni turizem

Poslovni turizem je dejavnost, ki se ukvarja z organizacijo kongresnih dogodkov.

Na Bledu od leta 2011 obratuje Kongresni urad (KU), ki je bil ustanovljen v sklopu Turizma Bled. Deluje kot posrednik med organizatorji kongresov in naročniki.

Bled je poleg Ljubljane in Portoroža eden izmed večjih kongresnih središč v Sloveniji.

Hotel Golf je največji konferenčni center na Bledu. Ponuja 5 različnih dvoran in 8 gostinskih lokalov. Največja dvorana je festivalna dvorana, ki se nahaja neposredno ob jezeru in lahko sprejme do 512 udeležencev.

V letu 2015 je na Bledu načrtovanih 6 večjih kongresov, ki se odvijajo od aprila do novembra (Turizem Bled 2013).

Pozitivno pri kongresni dejavnosti je, da se izvaja izven glavne turistične sezone, kar precej pripomore k večanju uspešnosti turističnih namestitvenih podjetij.

Kongresni turizem v povprečju na vsakega mednarodnega udeleženca po podatkih iz leta 2011 ustvari 1.500 EUR prihodka na osebo. Pri kongresni organizaciji ne gre zgolj za sam dogodek med štirimi stenami dvorane, temveč mora organizator ponuditi cel paket, preučiti udeležence, pregledati njihove potrebe in preference ter jim ugoditi. Poleg samih dogodkov v dvorinah so potrebni tudi dobra animacijska organizacija, vodenje, ogled lokalnih znamenitosti, kulinarčna ponudba itd.

Na Bledu so nujno potrebna vlaganja, da lahko postane Bled vrhunska kongresna destinacija. Organizatorji dogodkov so vse bolj zahtevni. Sosednje države in »Nova Evropa« se hitro razvijajo, zato brez investicij težko parirajo na nivoju hotelov in širše destinacijske ponudbe. Še naprej si je treba prizadevati za povezovanje znotraj destinacije, spodbujanje lokalnega in nadgrajevanje »sustainable« ponudbe tudi na nivoju dogodkov. Treba je tudi ozaveščati na področju IT-rešitev, kreirati »out of the box« spremljevalne programe in izkoriščati socialna omrežja.

5.5 Igralniški turizem

»Kruha in iger« je vzklikalo že rimsko prebivalstvo. Znano je, da je potreba po igrah in zabavi zakoreninjena v človeški naravi.

Zgodovina blejske igralnice sega v leto 1924, ko je bila ta prvič odprta, a je delovala le eno sezono. Ponovna oživitev igralništva je sledila leta 1937, a tudi tokrat le za leto dni. Svoje pravo rojstvo je igralnica na Bledu doživela 12. 6. 1965 po sprejetju Temeljnega državnega zakona o igrah na srečo iz leta 1962.

Blejska igralnica je delovala na različnih lokacijah. Svoje prvo domovanje je našla v hotelu Jelovica. V začetku 70. let je delovala v hotelu Golf, do leta 1978 pa ponovno v Jelovici. Sledila je še začasna selitev v hotel Park, na današnjo lokacijo pa se je preselila leta 1979 (Casino Bled b. l.).

Na Bledu bi se morali v okviru strateškega razvojnega načrta poglobiti tudi v kazino. Blejski kazino je bil včasih znan po divjih zabavah, ki so se odvijale do zgodnjih jutranjih ur. S premično streho, ki je bila v poletnih večerih odprta, je privabljal goste iz vse Slovenije. Čez cesto je bila diskoteka Stop (ki sicer še vedno obratuje, a je obisk skoraj ničen), ki je privabljala premožno mladino. Blejski kazino je preprosto premajhen. Nima zadostne kapacitete, oprema in naprave pa so zastarele. Ne prirejajo več zabavnih iger na srečo in zabav, premično streho pa je zamenjala betonska. Povožil ga je čas.

5.6 Kulinarična ponudba

Bled se poleg svojih naravnih lepot in kulturnih znamenitosti lahko pohvali tudi z izvrstno kulinarično ponudbo.

Hrana in gastronomija sta danes med vodilnimi motivi turističnega prizadevanja. Na Bledu trenutno obratuje 25 restavracij, 7 gostiln, 3 picerije, 1 turistična kmetija in 4 vinoteke.

Na Bledu je veliko ponudbe, kjer si gostje zadovoljijo potrebo po dobri kuhi, vendar pa manjka tista restavracija, ki je znana daleč naokrog in ponuja domače specialitete ter nacionalne jedi, kamor bi zašli gostje višjega cenovnega razreda.

Med vso kulinarično ponudbo pa ima blejska kulinarika prav poseben simbol – to je blejska kremna rezina. V hotelu Park pripravljajo blejsko kremno rezino že od leta 1953. Prvi jo je začel izdelovati takratni slaščičarski mojster Ištvan Lukačevič. V zadnjih 60 letih so pripravili že več kot 12 milijonov kremnih rezin po njegovem receptu (Turizem Bled 2013).

Originalna Blejska kremna rezina je zaščitena s strani podjetja Sava Turizem. Prodajajo jo v kavarni Panorama – nasproti hotela Park. V letu 2013 je praznovala svoj 60. rojstni dan, v tem času pa so razrezali že 12 milijonov kosov.

Seveda pa danes obstaja tudi fit kremna rezina – kremna rezina z okusom gozdnih sadežev ali čokolade, v zadnjem času pa je postala popularna tudi ledena kava z okusom kremne rezine.

Žalostno, da prodajalci ne znajo ceniti prave tradicije in je ohranjati, temveč bi za večjo prepoznavnost in prodajni rezultat naredili marsikaj.

6 INTERVJU Z AKTIVNIM MANAGERJEM NA PODROČJU TURIZMA V OBČINI BLEED

V empiričnem delu naloge smo opravili pol strukturirani intervju z aktivnim managerjem na področju turizma v občini Bled.

6.1 Zasnova intervjuja

Za izvedbo intervjuja smo izbrali Jaka Ažmana, ki je direktor Turizma Bled od 1. aprila 2015. Nadomestil je prejšnjo direktorico turizma Evo Štravs Podlogar, ki je to funkcijo opravljala kar 12 let.

Intervju temelji na analizi trenutnega stanja turizma v občini Bled z vidika zavoda za turizem, segmentacije ključnih trgov in pozicioniranja na le-teh.

Aktualna je tudi problematika kratkih nočitev gostov na Bledu. Analizirali smo vzroke postajanja turistične destinacije zgolj kot prehodne točke in možnosti nadaljnjega razvoja v smeri zadrževanja turistov za daljša obdobja ter animacije le-teh.

Na Bledu je čutiti predvsem pomanjkanje sinergije med posameznimi hotelirji. Zanimalo nas je, ali je sploh možno, da bi delovali sinergijsko in kot celota ter kakšni so ukrepi Zavoda za turizem Bled v tej smeri.

6.2 Izvedba intervjuja

Intervju smo izvedli dne 14. 8. 2015 ob 9. uri na lokaciji Zavoda za turizem Bled na Ljubljanski cesti 27, 4260 Bled.

Rezultati intervjuja in interpretacija

1. V času nastajanja zaključne projektne naloge smo opazili, da se je na Bledu zelo razvil nižje- in srednjecenovni turizem, zaradi česar je tudi Bled pozicioniran kot nižjecenovno letovišče. Ni več poznan po prestižu in letovanju bogatih, ampak si obisk danes lahko privoščijo vsi. Predvsem se je v zadnjem času zelo razvil mladinski turizem. Zanima nas, ali zaradi te pozicije na trgu in zaradi ponudnikov nizkocenovnih storitev ponudniki visokokakovostnih storitev občutijo primanjkljaj in kakšni so možni ukrepi v tej smeri?

»V določenem deležu se je na Bledu res razvil nižjecenovni turizem. Bled je skupek več segmentov. Prihajajo družine, imamo kongresni turizem, imamo aktivne obiskovalce, mladostnike in azijske goste – to so večinoma enodnevni obiskovalci, ki si zgolj ogledajo znamenitosti. Na Bledu se ne moremo pozicionirati zgolj na en segment, pokriti moramo vse. Težava je mogoče edino to, da so nastala neravnovesja. To neravnovesje je v zadnjem času

bolj opazno tudi zaradi mladinskih prenočišč – vendar so tudi ta prenočišča za nas izredno pomembna. Mlajši gostje, ki prenočujejo v hostlih, so v tem trenutku mogoče res zaznani kot nižje zahtevni in nižjecenovni, vendar se bodo, če bodo zadovoljni s ponudbo, kasneje vrnil z družinami kot starejši in bolj zahtevni obiskovalci.

Težava pri hostlih je edino ta, da si v tem trenutku na Bledu želimo manj ponudnikov hostlov in s tem bolj kvalitetne. V bodočnosti si želimo omejiti število prenočišč in jih narediti kvalitetnejše.

Drugi segment gostov, ki je na Bledu pozicioniran kot nižjecenovni, so pa azijski gosti. Oni mogoče res prenočijo pri nižjecenovnih ponudnikih, vendar so pomembni na drugem področju – oni se odpravijo na obisk gradu, obišejo otok, najamejo pletno ... in s tem znatno pripomorejo pri izvenpenzijskem turizmu.

Naš cilj je omejiti število ponudnikov in narediti obstoječo ponudbo bolj kvalitetno.«

2. Kakšna je segmentacija ciljnih gostov na Bledu in kdo so vaši ciljni gosti?

»Naši ciljni gosti so srednji do srednji-višji razred. Težko določimo točno segmentacijo gostov, za nas so pomembni vsi obiskovalci, tako tuji kot domači in tako višjecenovni kot nižjecenovni.«

3. Na Bledu je bilo leta 2014 600.000 nočitev, več kot 96 % le-teh pa predstavljajo tujci. Kateri izvozni trgi se vam zdijo najmočnejši?

»Najmočnejša se nam zdita Italija in Velika Britanija. Velika Britanija je v tem trenutku v vidnem porastu, Italija je v letošnji sezoni malo padla. Na azijskem trgu je zelo v porastu Koreja. Veliko je tudi Japoncev. V zadnjem času smo zaznali, da postajajo vedno večji porabniki tudi ostalih storitev – najamejo kolo, avto, se odpravijo na izlet ... Prej so bili bolj segmentirani kot enodnevno gosti, v zadnjem času pa je zaznati tudi več nočitev na osebo.«

4. Ali se vam zdi, da je trženje na tujih trgih dovolj učinkovito? Kako pozicioniramo na tujih trgih in kako na domačih? Kakšne načine oglaševanja uporabljamo?

»Veliko sodelujemo na sejnih, kjer ne tržimo zgolj Bleda, ampak celotno znamko Julijske Alpe (Bohinj, Bovec, Sotočje itd.). Združenje Julijske Alpe je neformalno, vendar deluje že več kot 25 let. Na trgu je ta znamka zelo poznana. Z njeno pomočjo skupaj nastopamo na trgih, kar nam je v veliko pomoč, saj nastopamo kot večja regija, po drugi strani pa si razdelimo stroške.

Na sejnih pa smo prisotni tudi kot RDO – to je regionalna destinacijska organizacija. Predstavlja združenje osemnajstih občin, kjer smo mi določeni kot vodilna destinacija.

Nastopamo na sejmih Avstrije, Italije, Francije. RDO je zelo močna organizacija. V zadnjih letih je z njeno pomočjo zaznati rast nočitev na Gorenjskem.

Kar se tiče sejmskih aktivnosti, je trženje na tujih trgih dovolj učinkovito. Osredotočiti se moramo na druge vrste trženja. Trenutno delamo na projektu povečanja digitalnega oglaševanja. V zadnjem času je velik poudarek na digitalizaciji. Na tem projektu sodelujemo tudi z STO.«

5. Se vam zdi, da je vaša konkurenčna prednost pred drugimi ponudniki turističnih storitev?

»Naša največja konkurenčna prednost je prepoznavnost. Imamo tudi široko ponudbo: za družine, aktivne počitnice, za kongresni turizem in športne aktivnosti.

Imamo veliko produktov in veliko ponudnikov. Osredotočiti se moramo zgolj na kvaliteto. Treba je narediti ravnovesje. Trenutno imamo dve skrajnosti: ponudbe, ki so visokokvalitetne, in ponudbe, ki morda ne sodijo v ta okoliš.

Bled ima veliko konkurenčnih prednosti, vendar se moramo predvsem zavedati, da moramo na njih vseeno graditi in se razvijati.«

6. Povprečne nočitve gostov na Bledu so kratke. Zanima nas, zakaj je tako. Zakaj si turisti Bled vzamejo kot prehodno postojanko in ne kot ciljno destinacijo? Ali je na Bledu premalo izrabljenih turističnih atrakcij? Kaj bi lahko spremenili (Jama pod Babjim zobom, Osojnica itd.)?

»Povprečne nočitve na Bledu so 2,3 nočitve na gosta. Načeloma se trenutno ta trend pojavlja po vsem svetu. Upadanje nočitev zaznavajo tudi na Avstrijskem Koroškem. Včasih so bile nočitve 7-dnevne, danes je zaznati že 5 nočitev ali manj na gosta.

Treba je graditi na dodatnih aktivnostih, ki jih ponujamo. Naša težava je mogoče edino ta, da jih ne tržimo dovolj učinkovito. Te aktivnosti bi morali bolj ciljno tržiti. Ponudba bi morala biti razumljiva. Namesto 200 ponudnikov bi morali delovati zgolj trije, ponudba pa bi morala biti enotna.

V prihodnosti nameravamo nadgraditi spletno stran, zbrati vse ponudnike prenočišč in dodatnih aktivnosti. K sodelovanju bomo povabili vse ponudnike, naša zahteva je edino ta, da so ponudniki kvalitetni. Tako bodo turisti ob obisku naše strani lahko dobili vse informacije o prenočiščih in vseh ostalih ponudbah.

Predvsem si v prihodnosti želimo pridobiti več avstrijskih gostov, saj so gosti z več nočitvami, ki pa jih trenutno ustvarjajo na naših konkurenčnih koroških jezerih.«

7. Ponudniki hotelskih in ostalih turističnih storitev bi se morali poenotiti, razviti skupne smernice, v katerih želijo delovati v prihodnje, določiti skupno strategijo oglaševanja,

poenotiti cene, razviti enotno turistično ponudbo in predvsem segmentirati trg ter ustvariti ciljno skupino gostov, ki jih želijo privabiti na destinacijo. Zanima nas, ali se vam zdi taka poenotena strategija smiselna oz. realno izvedljiva. Je mogoče, da bi hotelirji na Bledu delovali kot celota in ne kot nasprotje? Partnersko trženje za doseganje sinergijskih učinkov je namreč opredeljeno kot eden izmed petih ukrepov za učinkovito trženje Slovenije kot turistične destinacije.

»Zdi se nam, da je enotna strategija zelo smiselna in tudi realno izvedljiva. Ponudniki na Bledu lahko sodelujejo sinergijsko, vendar je to proces, ki se ne razvije zgolj na sestankih, ampak je na njem treba tudi aktivno delati in graditi ter zagotoviti realne učinke. Turizem Bled nima direktnega vpliva na hotelirje, z določeno strategijo jim lahko zgolj pokažemo, da je to prava smer. Strategija je smiselna, vendar je to dolgotrajen proces.

Ustvarili bomo tudi novo podznamko. Predstaviti jo nameravamo v sredini septembra, zajemala pa bo vse ponudnike dodatnih storitev. S tem bi poenotili ponudbo posameznih ponudnikov storitev. Z njo se bomo predstavljali tudi na sejnih in gradili na enotni turistični ponudbi ter s tem večji prepoznavnosti.«

8. Na Bledu deluje tudi Turistično društvo Bled. Zanima nas, kakšna je njihova strategija razvoja turizma.

»Turistično društvo Bled izvaja zgolj informacijsko dejavnosti. Imamo INFO točko, ki je zelo dobro pozicionirana in vedno bolj obiskovana. Turistično društvo Bled sodeluje tudi na vseh dogodkih, v sodelovanju z nami in občino pa ureja tudi sprehajalne poti. Je zelo pomemben faktor pri turizmu na Bledu, vendar pa je zgolj operativno, nima svoje strategije in se pri tem prilagaja nam.«

9. Kdo se komu prilagaja, marketing zavoda za turizem potrebam ponudnikov hotelskih storitev ali hotelirji izdelani strategiji razvoja za turizem? Ali prihaja do nasprotij? Koliko dejansko sodelujete?

»Vsi smo mnenja, da je trženje najpomembnejša funkcija. Zavod jim je predstavil svoj plan dela. Hotelirji so se strinjali z našo strategijo. Tudi njim se zdi digitalni marketing pomembna funkcija v nadaljnjem razvoju.«

10. Bled se mora osredotočiti na pridobivanje gostov izven sezone, zato se mora specializirati v posamezne vrste turizma: športni, kongresni in wellness, ki prinašajo dobiček ne glede na letni čas. Kakšna je obstoječa turistična ponudba in kje se vam zdi, da je morda niša, ki bi lahko privabila izvensezonske goste?

»Na Bledu obstaja več vrst turizma. Športni in kongresni turizem imata zelo velik pozitivni učinek, gosti ostajajo dalj časa, potrošnja je večja, imajo pozitivni učinek na izvensezonski

turizem ... Naša ponudba pa zaenkrat mogoče še ni dovolj celovita, da bi lahko parirali na večjih trgih.

V prihodnosti se bomo trudili, da bi organizirali nove dogodke, ki bi prinašali nočitve izven sezone. Veliko kampanjo bomo letos namenili zimski sezoni, novoletna okrasitev bo bogatejša, na promenadi bodo postavljene nove hiške, obogatili bomo dogodke, ki bodo privabili več gostov tudi izven sezone.«

6.3 Povzetek spoznanj

Jaka Ažman in Turizem Bled gradijo svojo strategijo predvsem na zadovoljstvu turistov. Želijo omejiti ponudnike, obstoječe pa narediti bolj kvalitetne. Ponudbo želijo poenotiti, turistom pa želijo omogočiti celovit pregled nad ponudniki tako penzijskih kot izvenpenzijskih ponudb. Turistom želijo zagotoviti tudi kvalitetno ponudbo izven sezone in organizirati večje dogodke tudi izven poletnih mesecev.

Letos se bodo poleg poletne sezone osredotočili tudi na zimsko sezono, povečali ponudbo, organizirali dogodke in dodatno razsvetlili jezero in promenado, na kateri bodo postavili tudi dodatne hiške.

Skupaj z društvom RDO želijo turistom poleg Bleda približati tudi ostale občine, jih prepričati v obisk bližnjih krajev in jim zagotoviti ustrezno informiranost ter kvalitetno ponudbo. Poleg Bleda na INFO točki turistom nudijo tudi celovit pregled nad okoliškimi kraji, usmeritve, prospekte in informacije. S tem želijo prepričati goste v daljše bivanje, kar pomeni povečanje števila nočitev posameznega turista.

Turizem Bled večinoma svoje oglaševanje pozicionira na sejnih, kjer so zelo aktivni, v prihodnosti pa je cilj se osredotočiti na oglaševanje preko digitalnega marketinga v sodelovanju z STO, kar jim bo omogočalo večjo prepoznavnost in hkrati nižanje stroškov. Skupaj s Turizmom Bled in STO se zavedajo dejstva, da uspešen turizem potrebuje predvsem dober marketing.

7 PREDLOGI

Bled ima bogato tradicijo turizma, a to ne zadošča, saj se tako občina kot turizem na Bledu soočata s konkurenco drugih alpskih občin in destinacij. Bled mora svoje razvojne ambicije prilagajati sodobnim trendom povpraševanja, povečati inovativnost ponudbe in organizirati ter približati infrastrukturo sodobnim turističnim krajem. Obstoječa turistična, kulturna, športna in okoljska infrastruktura predstavlja za občino izjemen kapital. V zadnjih letih je bilo v posodobitev turistične, športne in tudi okoljske infrastrukture vloženi precej sredstev. Za zagotavljanje rentabilnosti poslovanja le-te je v prihodnjih letih treba več pozornosti posvečati nadgradnji infrastrukture z novimi in privlačnimi programi in trženjem.

- Bled je v zadnjem času razvil nizkokakovostni turizem. Ciljni gostje so segmentirani kot srednje in nizko zahtevni. Na Bledu ostajajo ponudniki visoke specifike, vendar v zadnjem času predvsem životarijo, saj so nizkokcenovni ponudniki z nizkimi cenami prevladali. Turistični ponudniki bi morali predvsem segmentirati trg, razviti kvalitetno ponudbo in jo enotno tržiti.
- Ponudniki hotelskih in ostalih turističnih storitev bi se morali poenotiti, razviti skupne smernice, v katerih želijo delovati v prihodnje, določiti skupno strategijo oglaševanja, poenotiti cene, razviti enotno ponudbo in predvsem segmentirati trg ter ustvariti ciljno skupino gostov, ki jih želijo privabiti na destinacijo. Osredotočiti bi se morali na kvalitetno ponudbo. Poleg zgolj števila ustvarjenih nočitev bi se morali fokusirati tudi na izvenpenzijsko ponudbo, kjer gostom nudijo celovito storitev od kulinarike in wellnesa do ogledov lokalnih znamenitosti.
- Bled bi moral skupaj z okoliškimi kraji (Bohinj, Radovljica, Kranj, Škofja Loka) nastopati na tujih trgih in promovirati celotno okolico in turistične znamenitosti. Tako bi bile marketinške aktivnosti cenejše, privabili bi več turistov, gostje pa bi zaradi obiskov več lokacij ostajali dlje časa.
- Na Bledu se tekom leta, tako v sezoni kot tudi izven nje, odvije veliko število manjših in srednje velikih dogodkov. Zaradi velike količine dogodkov in manjšega oglaševanja posameznih dogodkov nobena prirediteljstva ni posebej poudarjena, obisk vseh pa ostaja v nekem povprečju. Menimo, da bi morali dogodke na Bledu omejiti, ohraniti tradicionalne in jih primerno oglaševati. Tako bodo posamezne prireditelje bolj izstopale, organizatorji pa bodo lahko tudi primerno prerazporedili finančna sredstva v večji marketing, organizacijo in ponudbo.
- Premalo je izrabljenih turističnih atrakcij (npr. Jama pod Babjim zobom in Osojnica). Posledica tega so prekratke nočitve gostov, saj si Bled izberejo kot prehodno postojanko. Gostom je treba zagotoviti razlog za daljše bivanje. Bled ima bogato in predvsem zanimivo zgodovino, ki nam govori svojo zgodbo. To zgodbo bi morali predstaviti obiskovalcem Bleda.

- Bled se mora osredotočiti na pridobivanje gostov izven sezone, zato se mora specializirati za posamezne vrste turizma: športni, kongresni in wellness, ki prinašajo dobiček ne glede na letni čas in privabljajo goste tudi v času izvensezonskega turizma.
- Na Bledu so nujno potrebna vlaganja, da lahko postane to vrhunska kongresna destinacija. Organizatorji dogodkov so vse bolj zahtevni. Sosednje države in »Nova Evropa« se hitro razvijajo, zato brez investicij težko parirajo na nivoju hotelov in širše destinacijske ponudbe. Še naprej si je treba prizadevati za povezovanje znotraj destinacije in spodbujanje lokalnega, se ozaveščati na področju IT-rešitev ter izkoriščati socialna omrežja.
- Na Bledu so potrebna vlaganja v kongresni in športni turizem, saj sta to dve veji turizma, ki hitro rasteta in imata veliko donosnost. Kongresni in športni turizem povečujeta stopnjo zasedenosti tudi izven sezone in privabljata goste višjega dohodkovnega razreda. Da pa bi destinacija Bled lahko parirala na trgu, so potrebna velika investicijska vlaganja v konferenčne dvorane in športne infrastrukture.
- V okviru strateškega razvojnega načrta bi se morali poglobiti tudi v kazino. Blejski kazino je bil včasih znan po divjih zabavah, ki so se odvijale do zgodnjih jutranjih ur. S premično streho, ki je bila v poletnih večerih odprta, je privabljal goste z vse Slovenije. Blejski kazino je preprosto premajhen, nima zadostne kapacitete, oprema in naprave so zastarele, ne prirejajo več zabavnih iger na srečo in zabav, premično streho pa je zamenjala betonska. Povožil ga je čas.
- Trenutno najpomembnejši in definitivno najpotrebnejši infrastrukturni program pa je na Bledu obvoznica. Bled je v času sezone težko dostopen. Na cestnem izvozu Lesce in pri jezeru nastajajo večkilometrski zastoji, ki pa očitno otežujejo turizem, povečan promet mimo jezera pa onesnažuje okolico.

K uspešnemu podaljšanju turistične sezone, še zlasti med prehodom iz poletja v jesen in pozneje v zimo, pripomore infrastruktura, in to ne le tista, ki pomaga izkoristiti naravne danosti, marveč tudi tista, ki nadomešča oz. kompenzira naravne danosti.

8 SKLEP

V zaključni projektni nalogi smo želeli prikazati trenutno stanje turizma v občini Bled. Bled je vrhunska destinacija in ima veliko neizkoriščenega potenciala, ki ga lahko z ustreznimi tehnikami in metodami pripeljemo do naslova prvovrstne turistične destinacije.

V uvodnem delu smo opredelili namen in cilje zaključne projektne naloge.

V drugem poglavju smo predstavili dejavnost turizma in pojma turista in turistične destinacije. Predstavili smo razvoj turizma skozi različna obdobja in podali pregled stanja turizma v Sloveniji skozi čas.

V tretjem poglavju smo se osredotočili na obravnavano mesto Bled kot turistično destinacijo in predstavili njegovo zgodovino ter razvoj turizma vse do danes. Predstavili smo blejsko jezero, otok, grad in golf igrišče. Predstavili smo tudi Arnolda Riklija kot začetnika delovanja zdraviliškega turizma na Bledu.

V četrtem poglavju smo predstavili trenutno stanje turizma na destinaciji Bled, predvsem ponudbo nočitvenih kapacitet in dogodke, ki se odvijajo v mestu Bled. Kot aktivne udeležence v turistični panogi smo vključili Turistično društvo Bled, Občino Bled in pa večinskega lastnika hotelskih kapacitet – podjetje Sava Turizem.

V petem poglavju smo analizirali vrste turizma na Bledu (počitniški, športni, zdraviliški oz. wellness, kongresni in igralniški) in kulinarčno ponudbo, ki jo mesto Bled omogoča. Posameznim ponudbam smo dodali lastna razmišljanja in predloge izboljšav.

V empiričnem delu zaključne projektne naloge smo opravili intervju z Jakom Ažmanom, direktorjem Turizma Bled, na podlagi katerega smo razvili lastne sklepe in spoznanja za izboljšave in možnosti razvoja.

Z ustreznim sinergijskim delovanjem med posameznimi hotelirji, javnim in zasebnim sektorjem in predvsem managerji in zaposlenimi v panogi turizem lahko Bledu vrnemo ugled, ki ga je užival pred leti.

Bled mora ustvariti jasno politiko razvoja turizma in razviti celoletni turistični produkt.

Začeti moramo zaznavati potrebe turistov, jih znati opredeliti in jih izpolniti. Ponudbo moramo poenotiti in jo narediti še kvalitetnejšo. Gostom bi morali ponuditi celovito ponudbo, saj bi jih zgolj z ustrežno ponudbo dodatnih storitev, zbrano na enem mestu, prisilili v daljše bivanje.

Glede na smernice domačega in evropskega turizma se bo Bled moral prilagoditi nekaterim spremembam, in sicer tako na področju zakonodaje kot tudi na področju mišljenja.

Udeleženci bodo morali postati bolj dovzetni za spremembe dosedanjega načina dela in se maksimalno prilagoditi potrebam gostov.

Predvsem pa se moramo osredotočiti na domače prebivalce, lokalne soudeležence in zaposlene, saj lahko samo z zadovoljnimi akterji in posledično skupnimi močmi ustrezno pariramo na trgu.

Ker turizem smo ljudje.

LITERATURA

- Benedik, Božo. 1993. *Bled, ta naš Bled!* Ljubljana: Eurodesign.
- Benedik, Božo. 2003. *Bled nekoč in danes*. Bled: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem.
- Blejski grad. 2010. Vstopna stran: [Http://www.blejski-grad.si/](http://www.blejski-grad.si/) (15. 7. 2015)
- Brezovec, Aleksandra, in Sergio Gobbo. 2000. *Marketing v turizmu: izhodišča za razmišljanje in upravljanje*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
- Casino Bled. B. I. *Zgodovina*. [Http://www.casino-bled.si/o-podjetju/zgodovina/](http://www.casino-bled.si/o-podjetju/zgodovina/) (1. 7. 2015).
- Goeldner, Charles R. in J. R. Brent Ritchie. 2003. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken: John Wiley and Sons.
- Golf Bled. Vstopna stran: [Http://www.golfbled.si/](http://www.golfbled.si/) (15. 7. 2015)
- Konečnik Ruzzier, Maja. 2005. *Customer-based brand equity for tourism destination: Conceptual model and its empirical verification*. Doktorska disertacija, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Mihalič, Tanja in Metka Tekavčič. 1997. *Turistična podjetja: poslovanje in ekonomika turističnih agencij in gostinskih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Nemec Rudež, Helena in Štefan Bojnec. 2007. *Ekonomika turizma*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
- Pak, Maja in Toni Brezovec. 2011. *20 let slovenskega turizma*. [Http://www.dvajset.si/prvih-20/pregled/prej-in-zdaj/20-let/](http://www.dvajset.si/prvih-20/pregled/prej-in-zdaj/20-let/) (29. 6. 2015)
- Planina, Janez in Tanja Mihalič. 2002. *Ekonomika turizma 1. Program Turistica*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Planina, Janez. 1996. *Uvod v turizem*. 2. dop. izd. Portorož: Visoka šola za hotelirstvo in turizem.
- Sava Hotels & Resorts. 2015. Vstopna stran: [Http://www.sava-hotels-resorts.com/](http://www.sava-hotels-resorts.com/) (12. 7. 2015)
- Slovenska turistična organizacija. 2013. Vstopna stran: [Www.slovenia.info](http://www.slovenia.info) (16. 7. 2015).
- SSKJ (*Slovar slovenskega knjižnega jezika*). 2000. [Http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html](http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html) (30. 6. 2015).
- Statistični urad Republike Slovenije. 2010. *Statistični letopis 2010*. Ljubljana: Založnik.
- Suša, Mateja. 2007. *Trajnostni turizem*. [Http://www.ctrp-kranj.si/uploaded_images/Radio %20Kranj %20- %20TRAJNOSTNI %20TURIZEM.pdf](http://www.ctrp-kranj.si/uploaded_images/Radio%20Kranj%20-%20TRAJNOSTNI%20TURIZEM.pdf) (30. 6. 2015).
- Špec, Jana in Vanja Piber. B. I. *Pregled zgodovine Turističnega društva Bled in njihovih predhodnikov*. [Http://td-bled.si/o-drustvu/1473](http://td-bled.si/o-drustvu/1473) (18. 7. 2015).
- Turizem Bled. 2013. Vstopna stran. [Http://www.bled.si/si/](http://www.bled.si/si/) (16. 7. 2015).
- Turnšek, Janez. 2002. *Turizem za praktično rabo*. Celovec; Ljubljana: Mohorjeva = Hermagoras.
- Veljković, Božidar in Lea-Marija Colarič-Jakše. 2014. *Turizem: uvod v osnove in teorijo turizma*. 1. izd. Maribor: Fakulteta za turizem.

Zavod za kulturo Bled. 2008. Vstopna stran: [Http://www.zavod-za-kulturo-bled.si/](http://www.zavod-za-kulturo-bled.si/) (30. 7. 2015)

Zorko, Danica. 1999. Uvod v turizem : učbenik za srednje šole. Ljubljana : Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 1999