UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Pančur

Novi trendi v turistični ponudbi kot odgovor na postmoderne spremembe v odnosu do narave

Študija primera ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Pančur

Mentor: izr. prof. dr. Drago Kos

Novi trendi v turistični ponudbi kot odgovor na postmoderne spremembe v odnosu do narave

Študija primera ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

atu

POVZETEK

Novi trendi v turistični ponudbi kot odgovor na postmoderne spremembe v odnosu do narave - Študija primera ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu

Postmodernost je v zahodnih družbah prinesla spoštljiv odnos do narave, predvsem glede na tveganja, ki jih škodljiv odnos človeka do nje predstavlja za zdaj živečo in naslednje generacije. Trajnostni razvoj je današnji izziv, ki si ga družba zastavlja na vseh ravneh povezovanja. Njegovega pomena se zavedajo tako posamezniki, ki s svojim delovanjem prispevajo k trajnostni prihodnosti, in vedno bolj tudi politike in gospodarstvo. Povezovanje vseh skupaj pa je ključno za doseganje zastavljenih ciljev na poti k trajnostni družbi. Vpetost v to smer razvoja je v preteklih letih na nacionalni ravni doletela tudi turistični sektor v Sloveniji, kjer so jo zapisali v temelj strateškega razvoja tega področja. Magistrsko delo želi na podlagi teoretskih izhodišč poiskati vzroke za pojav trajnostnega turizma, njegove politične nastavke na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, ter raziskati, kako se razvijajo trajnostni trendi v turistični ponudbi na Bledu, enemu od bolj razvitih turističnih krajev v Sloveniji, ki že s svojo podobo pooseblja povezanost z naravo v alpskem prostoru.

Ključne besede: turizem, narava, trajnostni razvoj, Bled

ABSTRACT

New trends in the tourist offer as a response to changes in the postmodern relationship to nature – Case study of the ecological tourist resort Garden Village in Bled. Slovenia

Postmodernity in the Western societies brought respectful relationship with nature, especially with regard to the risks, a harmful man's relationship to it plays for the current and future generations. Sustainable development is todays' challenge posed by society and raised at all levels of integration. Its meaning is understood by the individuals who are involved by contributing to a sustainable future, as increasingly, politics and business sphere. Linking all of them together, it is a key to achieving the goals on the way to a sustainable society. Slovenian Tourist Board has inovolved this direction of development in the recent years, by engaving sustainability as a cornerstone of strategic tourism development in Slovenia. This paper strives to find the causes for the emergence of sustainable tourism on the theoretical baseline, lookover of public sector work in this field on the national, regional and local levels, and by exploring how sustainable trends are being developed in the tourist offer of Bled, one of the most developed tourist destinations in Slovenia, whose image embodies the connection with nature in the Alpine region.

Keywords: tourism, nature, sustainable development, Bled

KAZALO

1 UVOD 7
1.1 Opis raziskovalnega področja 7
1.2 Raziskovalna vprašanja 9
1.3 Metodologija 10
2 VIDIKI ODNOSA DANAŠNJE DRUŽBE DO NARAVE 11
2.1 Trajnostni razvoj 11
2.1.1 Definicija trajnostnega razvoja 11
2.1.2 Implementacija trajnostnega razvoja v praksi 13
2.1.3 Vplivi na okoljsko ravnanje posameznikov 15
2.2 Koncept družbe tveganja 17
3 PROSTI ČAS V POSTINDUSTRIJSKI DRUŽBI KOT POGOJ ZA RAZVOJ TURIZMA 20
3.1 Individualizacija in življenjski stili 20
4 TURIZEM V DANAŠNJI DRUŽBI 23
4.1 Turizem in narava 25
4.1.1 Vplivi turizma na naravo 25
4.1.2 Ukrepi za ohranjanje oziroma izboljšanje naravnega okolja v turističnih destinacijah 26
4.2 Iskanje alternativne oblike turizma, ki daje poudarek večji odgovornosti do okolja 28
4.3 Trajnostni turizem 29
4.3.1 Ukrepi za trajnostno preobrazbo turizma 29
4.3.2 Trajnostni turizem in zamisel koncepta »softmobility« –mehke ali okolju prijazne mobilnosti 32
4.4 Motivi za turistična potovanja 33
5 TRAJNOSTNI TURIZEM V SLOVENIJI 36
5.1 Stanje okolja v Sloveniji kot osnova za razvoj trajnostnega turizma 36

5.2 Razvoj trajnostnega turizma v Sloveniji 37
5.2.1 Načrtovanje razvoja turizma v javnem sektorju 37
5.2.2 Prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v zasebnem sektorju 38
5.2.3 Primeri trajnostnega turizma v Sloveniji 39
6 ANALIZA TRAJNOSTNIH TRENDOV V BLEJSKEM TURIZMU 41
6.1 Opredelitev problema 42
6.2 Analiza dokumentov strategij razvoja turizma v Sloveniji, na Gorenjskem in Bledu 43
6.2.1 Analiza Strategije razvoja slovenskega turizma 2012–2016 44
6.2.2 Analiza Regionalnega razvojnega programa Gorenjske 2014–2020 46
6.2.3 Analiza Razvojnega programa občine Bled 2009–2020 48
6.2.4 Primerjanje razvojnih strategij na nacionalni, regionalni in lokalni ravni 53
6.3 Pregled stanja trajnostnega razvoja turizma na Bledu 54
6.4 Študija primera: ekološki turistični kompleks Garden Village Bled 60
6.4.1 Pogled na razvoj trajnostne turistične ponudbe na Bledu 61
6.4.2 Povezanost trajnostne turistične ponudbe na Bledu 67
6.4.3 Pomembnost politike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu 69
6.4.4 Različni pogledi na ekološki turistični kompleks Garden Village Bled 72
6.4.5 Vplivi na odločanje turistov za trajnostne produkte na Bledu (okoljska ozaveščenost) 76
6.5 Sinteza najpomembnejših ugotovitev 77
7 SKLEP 83
8 LITERATURA 87
PRILOGA A: STATISTIČNI PREGLED TURISTIČNIH KAZALNIKOV NA BLEDU 93
PRILOGA B: FOTOGRAFIJE EKOLOŠKO TURISTIČNEGA KOMPLEKSA GARDEN VILLAGE BLED 95
PRILOGA C: FOTOGRAFIJE IZBRANIH PRIMEROV TRAJNOSTNE TURISTIČNE PONUDBE NA BLEDU 100

1 UVOD

1.1 Opis raziskovalnega področja

Zavest o pomembnosti spoštljivega družbenega **odnosa do narave** in z njim povezana želja po bližini z njo sta v današnji postmoderni družbi vedno bolj razširjeni. Ta se v vsakdanjem življenju posameznikov kaže na številnih področjih. Odraža se na **življenjskem slogu** posameznika, bivanjskih izbirah, prehrani, izbiri preživljanja prostega časa, potrošništvu, odnosu do izbire sredstev mobilnosti v prostoru in številnih drugih praksah. Odraža se tudi na različnih področjih politik, ki na primer spodbujajo okoljevarstvo, ali pa pri razvojnih korakih zahtevajo mnenje strokovnjakov za okolje in prostor. Nenazadnje pa se kaže tudi v gospodarstvu, z različno ponudbo naravi prijaznih izdelkov in storitev. Vsa ta prizadevanja se skrivajo za konceptom **trajnostnega razvoja**, ki teoretično rešuje napetosti med različnimi pogledi o družbenem in gospodarskem razvoju ter ohranjanju narave.

Splošno sprejeta definicija trajnostnega razvoja se navezuje na izhodišča Brundtlandine komisije (Keating 1993, 7), da je s trajnostnim razvojem moč »zadovoljiti potrebe v sedanjosti, ne da bi pri tem ogrozili možnost prihodnjih generacij za zadovoljevanje njihovih potreb«. Trajnostni razvoj obsega tri področja: družbeno, ekonomsko in okoljsko (Saarinen 2006, 1123).

Izhodišče tega delaje sicer družbeni odnos do narave oz. okolja, vendar se v raziskovalnem delu opira na koncept trajnostni razvoj, ki je verjetno najbolj razširjena in vseobsegajoča zamisel za analizo razmerij med družbo in naravo, zlasti zato, ker so komponente trajnostnega razvoja, torej okolje, družba in gospodarstvo, med seboj prepletene in močno povezane.

Trajnostni razvoj je treba vključiti v vsa področja delovanja družbe, če želimo, da resnično deluje. Da je to pot izbral tudi **turizem**, nam pove dejstvo, da termin v svojih dokumentih že vrsto let sistematično uporablja Svetovna turistična organizacija. Področje turizma lahko opredelimo kot prostočasno dejavnost, v katero posamezniki vstopajo z določenimi motivi in s katero naj bi nekaj pridobili. Vendar je po najbolj uporabljeni definiciji turizem več kot le to. Opredeljen je kot »aktivnost posameznikov

(ali skupin), ki potujejo in se nastanijo v kraju izven običajnega okolja, za ne več kot eno neprekinjeno leto, iz sprostitvenih, poslovnih ali drugih razlogov« (Boniface in Cooper 2001, 3; Gee 1997, 4; Goeldner in Brent Ritchie 2003, 7; UNWTO 1995).

V Sloveniji številni kraji posvečajo premalo pozornosti načrtovanju trajnostnega razvoja turizma in kraja nasploh, še zlasti na okoljevarstvenem področju. Le počasi se ideje o trajnostnem razvoju prebijajo na deklarativno raven v lokalnih strateških načrtih razvoja turizma krajev. Tudi v praksi se v Sloveniji počasi razvijajo posamezni primeri trajnostnega razvoja, ki so teoretično lahko nastali na podlagi pobud razvojnih dokumentov. Nemalokrat se zgodi, da strategija zapoveduje eno, v praksi pa se dogaja in razvija nekaj, kar težnjam po trajnostnem razvoju nasprotuje. Tu se pokaže kompleksnost problematike in razcep med načrti (teorijo) in prakso trajnostnega razvoja turizma.

V turizmu je narava po eni strani ključni motiv za obisk nekega kraja, po drugi strani jo turizem oziromanetrajnostna raba turističnega prostora ogroža. Bolj kot je narava oziroma določena naravna znamenitost izjemna, večji prostorski pritisk doživlja zaradi velikega števila obiskovalcev, ki si jo želijo ogledati ali doživeti. Množičnost obiska v povezavi z nosilno sposobnostjo nekega mikro okolja je tako ena od pomembnih dilem v turizmu, s katero se bo prej ali slej morala aktivno spoprijeti tudi Slovenija, še zlasti njeni najbolj obiskani turistični kraji, med katere spada tudi Bled.

Kos (2004, 335) na tem področju kritično razmišlja o implementaciji trajnostnega razvoja, ki je na neki splošni ravni predvsem deklarativna, na praktični ravni pa težko opredeljiva. Tako meni, da je »nujni pogoj za implementacijo trajnostnega razvoja individualna in institucionalna refleksivnost, tj. stalno opazovanje in odzivanje na soodvisnosti okoljske, ekonomske in socialne komponente razvoja na lokalni, nacionalni in globalni ravni«. Refleksivno opazovanje naj bi potekalo na treh ravneh: a) analitični, b) normativni in c) strateški (po Backer in drugi). Posebej opozori na to, da kakovostnerezultatenastrateški ravnilahko pridobimo zgolj na osnovi dobro izvedenih predhodnih faz.

Bolj splošno bi lahko rekli, da dobra strategija razvoja temelji na dobri predhodni raziskavi in jasno opredeljenih ciljih ter akcijskem načrtu za njihovo uveljavitev. Pri

temje smiselno poudariti usklajenost nacionalne, regionalne in lokalne ravni pri skupni strategiji razvoja in njenem uresničevanju.

Ker je trajnostni razvoj prioriteta v slovenskem turizmu, je tema raziskovanja konkretnih primerov na lokalnem področju relevantna, saj bomo s tem pridobili boljše razumevanje vplivov na razvoj in zahteve na turističnem trgu po trajnostnih in k naravi usmerjenih turističnih produktih.

Naloga se v raziskovalnem delu loti pregleda različnih strateških dokumentov, ki opredeljujejo razvoj turizma na nacionalnem (Slovenija), na regionalnem (Gorenjska) in lokalnem območju (Bled). Nato pregleda oblike trajnostnih turističnih produktov na lokalni ravni in se nenazadnje poglobi v študijo primera ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu, ki predstavlja inovativno obliko trajnostne turistične ponudbe v kraju.

1.2 Raziskovalna vprašanja

V nalogi si zastavljamo naslednja raziskovalna vprašanja:
Kako, kje in zakaj se je trajnostni turizem začel pojavljati in širiti?
Kakšna je zgodovina ideje trajnostnega turizma na Bledu in kako je uresničena?
Zakaj se povečuje povpraševanje po turističnih produktih zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na Bledu?
Kako je pomembna celovita ponudba turističnih produktov zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na Bledu?
Kakšna je vloga lokalne politike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu?

Študija primera:
Kakšni turisti se zanimajo za bivanje v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village na Bledu?
Na katero ponudbo ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu se turisti najbolj pozitivno odzivajo?

1.3 Metodologija

Metodološko temelji naloga na analizi trajnostnega razvoja turizma. Na tej osnovi je bila izvedena študija primera, pri čemer so bile uporabljene različne metode: 1) **metaanaliza**, pregleduradnih strateških dokumentov o razvoju turizma na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, 2) **opazovanje z udeležbo**, katerega cilj je bil ugotoviti stanje ponudbe trajnostnega turizma na Bledu, ter 3) **polstrukturirani poglobljeni intervjuji** z izbranimi ključnimi predstavniki na področju raziskovanja – turističnimi delavci, akterji lokalnih politik, okoljevarstveniki in gosti turističnega kompleksa, ki je bil vzet pod drobnogled.

2 VIDIKI ODNOSA DANAŠNJE DRUŽBE DO NARAVE

Odnos do narave je analitično zelo kompleksna tema, ki je na tem mestu ne bomo poglobljeno analizirali, ampak opisali zgolj del, s pomočjo katerega bomo dobili osnovno podlago za temo naloge, torej trajnostne trende v turizmu.

Dojemanje narave se je skozi zgodovino človeške družbe spreminjalo. Marchant (v Cohen in Kennedy 2000, 322) na primer loči dve zgodovinski obdobji, ki opisujeta odnos človeka do narave. Pravi, da so v predindustrijskih **družbah naravo spoštovali** in čutili odvisnost od njene »radodarnosti«. Narava je v tistem času veljala za nekaj nevarnega, njeni pojavi pa za negotove. Zato z njo niso želeli manipulirati, saj so verjeli, da jim tak odnos lahko prinese več škode kot koristi. Modernost ta odnos do narave spremeni. Narava postane nekaj **nemočnega, pasivnega**, nekaj, kar si je mogoče podrediti in izkoriščati sebi v prid.

V dvajsetem stoletju se kot odgovor na večanje mest in industrializacijo v zahodnih družbah pojavijo različna družbena gibanja, ki kličejo »nazaj k naravi«. To je začetek obdobja, ko se narava sicer še vedno izkorišča v družbeno in predvsem ekonomsko korist, vendar je prisotna zavest, da jo je treba bolj spoštovati in upoštevati kot v preteklem obdobju.Ta zavest se je v preteklih desetletjih razvijala skozi okoljska gibanja, ki jih Redclift in Woodgate (1997) povzameta z naslednjimi koraki: 1) pojav zaščitenih naravnih območij v obliki rezervatov, parkov in podobno, 2) načrtno ozelenjevanje urbanega okolja, 3) ustanavljanje vladnih okoljskih služb, nevladnih okoljskih organizacij in okoljske zakonodaje, 4) prizadevanja za **neokrnjeno naravo** se začno kazati na **področju vsakdanjega življenja** ljudi.

2.1 Trajnostni razvoj

2.1.1 Definicija trajnostnega razvoja

V svetu obstaja visoka stopnja soglasja o opredelitvi trajnostnega razvoja. V slovenskem jeziku se za ta termin uporabljajo različni izraz: trajnostni, obstojen, vzdržni, dolgoživi, ohranjujoč, usklajen in uravnotežen, sonaravni razvoj (Lah 2001;

Kirn 2004). Še vedno neustaljena jezikovna raba termina je pravzaprav znamenje teoretskih neskladnosti.

V vrsti mednarodnih prizadevanj za trajnostni razvoj je danes najbolj prepoznano poročilo Brundtlandine komisije, Svetovne komisije za okolje in razvoj Združenih narodov, ki je leta 1987 pojem trajnostnega razvoja opredelila z definicijo, ki je bila na svetovnemokoljskemvrhu v Riu de Janeiru leta 1992 sprejeta kot uradna verzija Združenih narodov. V poročilu je bil trajnostni razvoj definiran kot **zadovoljevanje potreb današnje generacije, ne da bi s tem ogrožali možnosti prihodnjih generacij, da zadovoljijo svoje** (Choi in Sirakaya 2006, 1275; Keating 1995, 7; Kos 2004, 334; Pepper 1996, 74; Plut 2002, 15).

V naslednjih letih so Združeni narodi na temo okolja in trajnostnega turizma še večkrat zasedali, nazadnje v New Yorku leta 2015 (United Nations 2017). Na vseh zasedanjih so sprejeli določene sporazume in agende, kjer so bili opredeljeni izvedbeni programi in ukrepi, s katerimi naj bi zmanjšali vplive na okolje in dosegli trajnostni razvoj. Na področju globalnih klimatskih sprememb zaradi učinkov tople grede je veliko naredil protokol v Kjotu in sporazum, ki je sledil. Z njim so se številne države sveta zavezale k postopnemu zmanjševanju toplogrednih plinov, kar naj bi dosegle predvsem z omejitvijo porabe energentov, oz. zmanjševanjem velike količine toplogrednih plinov. Pri pridobivanju energije pa so sklenile zavezo o rabi obnovljivih virov (Blinc v Lah 2004, 9). Zelo pomembno pa je izpostaviti, da trajnostni razvoj ne obsega zgolj varovanja okolja ali preprečevanja podnebnih sprememb, temveč pomeni tudi **odpravo revščine, s sočasnim varovanjem okolja**.

Plut (v Lah 1998, 80) med temeljne sestavine usklajenega sonaravnega razvoja umešča:

- *Ohranjanje narave ter biotske raznovrstnosti in pokrajinske pestrosti, varovanje naravnih znamenitosti in vrednot, varčevanje s snovnimi in energijskimi viri ter zdravih pogojev za življenje prebivalstva.*
- *Kakovosten gospodarski razvoj (z rastjo BDP na prebivalca) ob fizičnih omejitvah virov in prostora ter zagotovilu, da bodo obremenitve okolja (emisije) manjše od samočistilne moči narave.*

- *Ohranjanje obdelovalnih zemljišč, primerne kakovosti tal za integralno in biološko kmetovanje in vodovja.*
- *Ureditev, da odpadki niso nezgrešljivo breme za okolje in ljudi.*
- *Odgovornost povzročiteljev okoljske škode za izgube in tudi vse posledice ter upoštevanje okoljskih stroškov pri določanju cen izdelkov.*

2.1.2 Implementacija trajnostnega razvoja v praksi

O tem, kako trajnostni razvoj udejanjiti, ni konsenza. Kos (2004) opozarja, da je raba termina trajnostni razvoj prevečkrat nediskriminatorna, razumevanje le-tega pa ne dovolj jasno. Zato pri implementaciji in dokazovanju o trajnostnem razvoju večkrat pridemo do razhajanj. Tri ravni trajnostnega razvoja, ki jih predlaga Kos (2004), povzeto po Becerju, ponujajo eno od rešitev na tem področju. Okoljske, socialne in ekonomske vidike je treba opazovati sočasno in upoštevati njihovo soodvisnost. Trodelno strukturiranje trajnostnega razvoja tako razdeli na tri ravni opazovanja: analitično, normativno in strateško. Prva, izhodiščna, nam pomaga ugotavljati in empirično meriti »okoljske posledice produkcije in reprodukcije sodobnih družb« (prav tu 2004, 335). Kot pravi, gre za »najbolj objektivno selekcijo trajnostnih in netrajnostnih ravnanj«, s pomočjo naravoslovno tehničnih analiz in predvidevanj za prihodnost. »Pridobljene informacije naj bi nas jasno usmerjale k pravočasni racionalni omejitvi ali pa celo ukinitvi posledic, ki vodijo v preseganje nosilnih sposobnosti.« Poglavitna lastnost te ravni je časovna razsežnost, s katero lahko predvidimo, koliko časa je še na voljo do nepovratne okoljske škode.

Normativna raven pomeni, da analitski dodamo še »informacije o verjetnih spremembah družbenih trendov« (prav tu 2004, 336). Ker je širina razpona predvidevanj izredno široka, tudi na podlagi te ravni ne moremo dobiti natančnih deterministčnih napovedi.

Sledi strateška raven, pod katero razumemo regulacijo, spodbujanje, izvajanje različnih politik za doseganje trajnostnih ciljev. To »mora biti prilagojeno raznovrstnim pogojem na vseh nivojih, od lokalnega do globalnega« (prav tu 2004, 337). Kos tako zaključi, da je »izoblikovanje in legitimacija politik trajnostnega razvoja zelo zahtevna

strokovna naloga, ki močno obremenjuje upravljalske zmožnosti« (prav tu 2004, 337–338).

Po njegovem operativne strategije, ki je pogoj za izvajanje trajnostnega razvoja, ni mogoče pripraviti brez »vsebinskega interdisciplinarnega sodelovanja med številnimi vpletenimi naravoslovnimi, tehničnimi in družboslovnimi strokami« (prav tu 2004, 338).

Z vključevanjem strokovnjakov na vseh ravneh izvedbe temeljitih presoj o trajnostnih vplivih na okolje in družbo se strinja tudi Keating (1995). Pri tem poudarja pomembnost informiranja o stanju okolja in naravnih virov pred in med izvajanjem projektov.

Cohen in Kennedy (2000, 325) med **glavne nadnacionalne okoljske probleme** štejeta globalno segrevanje, tanjšanje ozonskega plašča ter čezmejno onesnaževanje zraka, ki se kaže v pojavu kislega dežja. Nazadnje pa omenita še zmanjševanje biotske raznovrstnosti.

Gantar (v Lah 2004, 36) poudarja, da se **področja implementacije** trajnostnega razvoja med državami razlikujejo. Tako naj bi zahodne države dajale poudarek okoljskim problemom, države v razvoju pa odpravi revščine in težavam, povezanim s hitro rastjo števila prebivalstva. Pri čemer velja splošno prepričanje, da bo gospodarska rast pripomogla k zmanjšanju revščine in zmanjševanju okoljskega opustošenja.

Cohen in Kennedy (2000, 332) ne verjameta v povezanost gospodarske rasti in zmanjšanja revščine in neenakosti. Vendar, če je gospodarska rast dosežena na podlagi trajnostnega razvoja, bi ta možnost povezanosti morala obstajali. Saj kot pravi Kirn (2004, 115, 120), nobena trajnost ni mogoča brez razvoja in noben razvoj brez trajnosti. Trajnostni razvoj po njegovem pomeni možnost zmanjšanja družbenih tveganj in možnosti ljudi, da prevzamejo nadzor nad lastnim življenjem, zdravjem in okoljem.Pri tem pa poudari, da je neka družba lahko trajnostna le takrat, ko so v njej trajnostni vsi segmenti, kot so npr. gozdarstvo, kmetijstvo, turizem in energetika. »Skratka, ekološka trajnostna družba in trajnostni razvoj morata imeti značilnosti globalnosti, celovitosti in paradigmatičnosti« (prav tu 2004, 112).

Med **ukrepi,** ki naj bi pripomogli k okoljski trajnosti, je uporaba obnovljivih in opuščanje neobnovljivih virov, s tem, da raba obnovljivih virov ne sme presegati njihove stopnje obnavljanja. Kirn (2004, 64) vidi rešitev pri reševanju okoljskih problemov v izobraževanju, spreminjanju vrednot, ekotehničnih inovacijah in ustreznih pravnih in ekonomskih instrumentih, ne da bi s tem povzročili velike temeljne spremembe ekonomskega in političnega sistema.

Ko govorimo o **dejanskih ukrepih** na lokalni ravni, se mnogokrat zgodi, da je oblikovanje kazalcev trajnostnega razvoja precej težavno. Kirn (2004, 111) pravi, da se med obstoječa kazalca trajnosti štejeta okoljski odtis in prostor. Beck (1987,13) pa meni, da je ocenjevanje stopnje in narave tveganja mogoče le s pomočjo zapletenih in običajno dragih merilnih instrumentov in metod, kar posledično zavira implementacijo trajnostnega razvoja.

Čeprav se pri implementaciji trajnostnega razvoja velikokrat poudarja lokalna raven (Choi in Sirakaya 2006; Keating 1995), pa v splošnem velja, da okoljskih problemov zaradi globalnih vzrokov in posledic ne more reševati vsaka država zase, oziroma jih ne more reševati zgolj na lokalni, regionalni in nacionalni ravni. Zato načini implementacije trajnostnega razvoja še naprej ostajajo tako kompleksni in težavni.

2.1.3 Vplivi na okoljsko ravnanje posameznikov

Brand (v Redcliff in Woodgate 1997, 208–211) pravi, da danes težko opredelimo tipično okoljevarstveno zavezano osebo z umeščanjem v določeno demografsko skupino (generacijsko, družbenorazredno ipd.). Opaža, da gre za povečano individualizacijo in pluralizacijo življenjskih stilov, kar otežuje klasifikacije na osnovi standardnih socialno demografskih kriterijev. Pravi, da so »okoljsko odgovorna dejanja tesno povezana s samorealizacijo, osebnim razvojem, potrebo po bližini z naravo in manj hektičnim življenjem«.

Več avtorjev opozarja na to, da sta **okoljska zavest** in dojemanje trajnostnega razvoja v precejšnji meri **kulturno pogojena**. Pomemben je tudi vpliv oziroma občutek neposredne **ogroženosti**, ki je lahko dejanski (npr. življenje na območju pogostih

naravnih katastrof) ali pa zgolj namišljen oz. potenciran s strani medijev, strokovne in splošne javnosti (npr. nevarnost gensko spremenjenih organizmov).

Kirn (2004, 63) na primer meni, da »na praktično ravnanje ljudi z naravo vpliva njihova ekološka/okoljska zavest in to, kakšne vrednote vidijo v naravi«. Pri ohranjanju biotske raznovrstnosti poudarja pomen vrednot, kot so varnost, uravnoteženost med ekonomijo in ekologijo ter spoštovanje življenja. Nadalje pravi, da je za ekološko trajnost treba vzpostaviti nove družbene cilje in vrednote, ki pa se lahko začnejo uveljavljati, ko je dosežena določena stopnja ekonomske in socialne varnosti. Pravi, da »globalna ekološka zavest oblikuje globalnega ekološkega državljana, svetovljana, ki naj bi se ravnal po načelu: misli globalno, deluj lokalno« (prav tu 2004, 219).

Brand (v Redclift in Woodgate 1997, 205, 206) opozarja, da visoka stopnja okoljske zavesti ne pomeni avtomatično okolju prijaznega ravnanja. Loči »**okoljsko znanje**« (poznavanje in informacije o ekoloških povezavah in problemih), »**okoljsko zavest**« (duševno zastopanje javne okoljske razprave s kognitivnimi in emocionalnimi vidiki) in »**okoljsko vedenje**« (dejanski način obnašanja). Zanje pravi, da med njimi ni pomembnejših povezav, ki bi vplivale druga na drugo. Pomembnejšo vlogo kot okoljskemu znanju, prizadetosti in stališčem pripisuje osebnim vrednotam, situacijskim kontekstom, infrastrukturnim primanjkljajem in finančnim spodbudam. Nadalje pravi, da se okolju prijazno vedenje lahko povezuje s številnimi dejavniki, kot so ekološka zavezanost, finančni vidiki (npr. manjši račun za elektriko pri manjši porabi), infrastrukturni konteksti (npr. dostop do javnega prevoza), kulturne navade (npr. varčnost) ali revščina.Pravi, da okoljski problemi niso objektivno podani, ampak so družbeno konstruirani, za kar so zaslužni množični mediji, ki podajajo mnenja strokovnjakov ali polemike med politiki in znanstveniki (prav tu 208, 213).

Odgovorno ravnanje na ravni posameznikov Brand (v Redclift in Woodgate 1997, 211, 213) povezuje s **samorealizacijo**, osebnim razvojem in potrebo po bližini z naravo. Pravi, da so različna področja posameznikovega delovanja prežeta z različnimi pričakovanji in možnostmi za delovanje, zaradi česar prihaja do heterogenosti okoljskega ravnanja.

Gojčičeva (2012,127) meni, da za trajnostno ravnanje ni treba spremeniti življenjskega stila, ampak le razmišljanje.

Razmišljanje o okoljskem ravnanju posameznikov pa je na neki način spodbujeno tudi z Beckovim konceptom družbe tveganja, ki nas sili, da premislimo o svojem odnosu do narave in z njo ravnamo bolj spoštljivo. Od tega odnosa bo namreč odvisna naša prihodnost, naše zdravje, kakovost življenja in tako dalje.

Ne glede na okoljsko odgovorno ravnanje posameznikov pa se sodobne družbe vedno bolj zavedajo, da skrb za okolje in trajnostni razvoj nasploh ne more biti odvisna od izbranih posameznikov, ampak potrebuje višje, zakonsko podprte manevre.

2.2 Koncept družbe tveganja

Beck (2001) v svoji knjigi *Družba tveganja* prepozna »družbo visoke moderne« kot družbo številnih **ogroženosti in groženj**, ki vplivajo na vsakdan ljudi. Kljub temu da danes po vsej verjetnosti živimo v veliko bolj varni družbi, kot npr. pred stotimi leti, se poglabljajo predstave o **nevarnosti in tveganjih v vsakdanjem življenju**. Pri tem gre predvsem za vseprisotna okoljska tveganja, ki se jim posameznik ne more oziroma se jim težko izogne. Ta tveganja so univerzalna, vendar zadevajo vsakega posameznika posebej. Vsak posameznik tveganja lahko zaznava na svoj način, vendar je skupno soglasje o tem, da tveganja obstajajo in da se celo poglabljajo. Vse to je povezano tudi s spremembami **vrednotnega sistema, ki v ospredje postavlja varnost**, zdravje in na splošno kakovost življenja. V družbi pa se kar naprej pojavljajo nevarnosti oz. tveganja, ki ogrožajo te vrednote. V večini gre za grožnje, ki so medijsko in tržno podprte, včasih pa tudi umetno ustvarjene. V družbi tveganja ni nič večno, vse je minljivo, ranljivo oz. tekoče, kot pravi Bauman (2002).

K zavedanju in percepciji tveganj prispeva tudi **narcisizem** modernega človeka, ki postavlja višje varnostne standarde, kot so veljali v preteklosti. Lasch (1991) razume dejanja ljudi, ki se čutijo nemočne nad tem, da vplivajo na preteklost in prihodnost, kot narcistično kulturo, za katero je značilno, da ljudje postanejo introvertirani in vlagajo le vase, v svoja občutja, osebno rast, užitke. To povzame s stavki: »Živeti za ta trenutek. Živeti zase« (prav tu 1991, 5).

Ljudje v narcistični družbi vlagajo energijo v izboljšanje lastnega življenja. Kar naprej skrbjo za svoje zdravje, tako da se izogibajo tej in oni hrani, ukvarjajo s tem in onim športom, izogibajo stresu in tako dalje. Tveganja se vsakodnevno spreminjajo, navodila strokovnjakov, kako se jim izogniti, pa prav tako, kar povzroča zmedenost. Pravzaprav jim ne preostane drugega, kot da v strahu nebogljeno čepijo in poslušajo navodila številnih strokovnjakov, ki jim narekujejo, kako naj živijo življenje, da bi se izognili vsem tem nevarnostim. Kirn (2000, 805) pravi, da jim ne preostane drugega, kot da se sprijaznijo s tem, da je znanost neodločna in negotova in jim žal ne more več »zagotoviti takšne varnosti, kot jo je domnevno lahko zagotavljal klasični ideal znanstvenosti«.

Čeprav **tehnološki razvoj** po eni strani tveganja zmanjšuje oziroma ponuja rešitve, kako se jim izogniti, po drugi strani tveganja ustvarja. Tako Kirn (2004, 124) povzame Beckovo tezo, da »tveganja niso več posledica neznanja, ampak uporabe znanja«.

Razloge za povečanje (percepcije) tveganj in negotovosti, tako globalnih kot individualnih, Beck (2001) vidi tudi v družbenih spremembah, ki so se zgodile pri prehodu iz tradicionalne v moderno družbo. Enega od razlogov za današnjo družbo tveganja vidi v **mačehovskem odnosu človeka do narave**, ki se je pojavil v času industrializacije. Pred tem se je človek narave bal, po tem preskoku pa jo začel obvladovati. Kasneje se je izkazalo, da je netrajnostno ravnanje z naravo prineslo številne probleme, ki se danes kažejo kot tveganja za človeka. Med obče znanimi družbenimi grožnjami so torej pomanjkanje kakovostne (pitne) vode, podnebne spremembe, gensko spremenjena in s kemikalijami obdelana hrana, toksična prst in podobno. Tovrstne nevarnosti ne izbirajo med bogatimi in revnimi, bolnimi in zdravimi, starim in mladim, ampak vplivajo na vse. Morda je že res, da se bogatejši lažje izogibajo nevarnostim našega časa, vendar smo potencialno vsi **žrtve tehnološkega napredka**. Bogati si na primer lahko privoščijo prvovrstno hrano, ki je biološko pridelana, nekateristranski učinki napredka pa enako prizadenejo tako revne kot bogate.

Kirn (2000, 798) loči prostorsko-univerzalna, globalna tveganja in časovno odmaknjena tveganja. Ugotavlja, da splošnega konsenza oziroma objektivnih tveganj

ni, ker so ta vedno odvisna od vrednotenja ljudi. Tako na primer Beck (1987) opaža, da so običajno prav ljudje, ki so najbolj ogroženi, tisti, ki grožnje najbolj zanikajo. Pravi, da gre za obrambni mehanizem, ki jim pomaga preživeti.

In prav zato, ker se že pri dojemanju tveganj pojavijo takšne razlike, lahko pričakujemo, da je upravljanje z njimi izredno težavno in vrednotno pogojeno z osebnimi, lokalnimi, regionalnimi, nacionalnimi in nadnacionalnimi razmerami.

Usmeritev v trajnostni razvoj Kirn (2000, 797) vidi kot odgovor na tveganja, ki jih predstavlja družba tveganja. Z njim naj bi dosegli trajnostno redukcijo tveganj oziroma »družbeno soglasje o sprejemljivem razmerju med varnostjo in tveganjem« (prav tu 2000, 798). Pri tem povzame mnenje Irwina, da je trajnostni razvoj nujno povezan z možnostjo državljanov, »da prevzamejo kontrolo nad lastnim življenjem, zdravjem in okoljem« (prav tu 2000, 798). Pri tem poudari, da je poleg komuniciranja med različnimi strokami nujno potrebno komuniciranje z laiki in razumevanje njihove percepcije tveganj.

Poznavanje koncepta družbe tveganja nam pomaga razumeti tudi sodobni turizem in trende, ki jih ta prinaša. Če nas torej družba tveganja sili v to, da se obrnemo vase in poskušamo na najboljši način skrbeti za svojo dobrobit, se pojavijo številne oblike, kako bi to udejanjili. Sodobni turizem se pravzaprav vedno bolj obrača k posamezniku in mu na tisoč in en način ponujazadovoljitev zavednih in nezavednih potreb. Med sodobnimi trendi v turizmu je pomemben odmik od množičnosti, ki je pred desetletji povzročila neizmerno okoljsko škodo številnim množično obiskanim letoviščem, predvsem na severni mediteranski obali. Danes se turistična ponudba vedno bolj individualizira in je tako rekoč ukrojena za posameznika. T. i. eko ali zelene destinacije ponujajo vsaj začasen umik iz okoljsko problematičnega okolja, omogočajo začasno in navidezno realizacijo nostalgičnih fantazij o družbi, kjer je življenje bistveno skladnejše z naravo, kot je sicer v postmodernih družbah. Tako lahko tudi v turizmu govorimo o trajnostnem razvoju, ki si ga vsaj deklarativno želi velika večina sveta.

3 PROSTI ČAS V POSTINDUSTRIJSKI DRUŽBI KOT POGOJ ZA RAZVOJ TURIZMA

Po standardni definiciji je prosti tisti čas, ko ne delamo in ne zadovoljujemo nekaterih osnovnih potreb (npr. po spanju, hranjenju ipd.) (Buad-Bovy in Lawson 2002). Ideja o prostem času se je pojavila v obdobju industrializacije, ko sta se uveljavili prostorska in časovna ločitev dela od drugih področij posameznikovega življenja. Če je bil nekoč prosti čas zaradi narave dela večine – torej fizičnega dela – največkrat namenjen pasivni regeneraciji in počitku, je danes – v času postindustrijske storitvene družbe– vedno manj pasiven. Danes ga razumemo predvsem kot čas za razvoj lastnega življenjskega stila in samouresničevanje. Tako Rojek (2010) vidi prosti čas predvsem kot domeno proste izbire. Vendar je ta prosta izbira večkrat omejena z družbeno pripadnostjo posameznika. Njegove odločitve tako med drugim omejujejo kultura, družbeno okolje, finančne zmožnosti, prostor in čas, v katerem živi.

Prostega časa je v primerjalnem zgodovinskem okviru danes, v postmodernosti, bistveno več kot nekoč. Tako z vse večjim številom dela prostih dni posameznik razpolaga po svoji volji. Za današnji čas je značilno, da posamezniki prosti čas preživljajo precej aktivno, s tem, da se ukvarjajo s konjički, ki lahko obsegajo najrazličnejša področja od kulture, športa, pa do potovanj. S temi aktivnostmi posameznik ustvarja lastno družbeno identiteto. Pravimo tudi, da se v dejavnostih prostega časa izraža posameznikov življenjski stil. Seveda pa v kvantitativnem in kvalitativnem pogledu med socialnimi skupinami obstajajo zelo velike razlike. Številni so preobremenjeni in čutijo izrazito pomanjkanje prostega časa, drugi ga imajo veliko, celo preveč (npr. brezposelni), vendar jim primanjkuje virov za kakovostno preživljanje prostega časa.

3.1 Individualizacija in življenjski stili

Breivik (2010) pravi, da je moderna družba obsedena z varnostjo in temelji na elementih racionalnosti, znanosti, napredka in nadzora. Modernost je prinesla pomembnost individualnih biografij, ki so v času družbe tveganja še toliko bolj pomembne kot prej. Če želi posameznik uspeti na trgu dela in se uveljaviti v družbi, mora ustvariti svoj življenjski stil (Chaney 1996). To posledično pomeni tudi vedno

večjo diverzifikacijo življenjskih stilov. Danes, bolj kot kadarkoli prej, unikatna in pomenljiva biografija pomeni »varnost« oz. večjo možnost za »preživetje« v družbi tveganja. Po drugi strani pa »naredi si sam« biografija predstavlja tveganje (Beck in Beck Gernsheim v Kavčič 2008, 82). Življenje v sodobnem svetu je polno izbir. Ljudje se moramo kar naprej odločati in za svoje odločitve odgovarjati oz. nositi posledice. Kar naprej se lahko sprašujemo o pravilnosti svojih odločitev in smo negotovi o tem, ali smo izbrali prav. Tudi Giddens (2004) podobno samoaktualizacijo razume kot ravnovesje med priložnostjo in tveganjem.

Mediji prenašajo številna sporočila posameznikom o tem, kako oblikovati svoj življenjski stil oziroma kako živeti življenje. Ta sporočila so običajno tržno obarvana – za njimi je tržni interes, ki spodbuja potrošnjo in se kot moda neprestano spreminja. Uletova (1998, 26) ugotavlja, da »tržno in medijsko posredovani življenjski stili problematizirajo oz. ukinjajo tri osrednje dosežke industrijske moderne: razredno delitev družbe, nacionalno državo in delitev socialnih sfer« na zasebno in javno ter delovni in prosti čas. Življenjski stil opredeli kot »način, kako živeti življenjsko zgodbo« oz. kot »skupek navad« – uporabe dobrin, prostora, časa, s katerim ljudje definiramo sebe in druge ljudi. Skozi lasten življenjski stil sporočamo svojo edinstvenost, izbiro in okus. Izbira življenjskega stila pa veliko pove tudi o subjektivni predstavi osmislitve realnosti sveta. Danes ima vsak posameznik številne možnosti za izbiro življenjskih stilov, ki jih lahko najde v novih religijah, potrošnji materialnih dobrin in medijsko posredovanih ideologijah.

Klasično razlikovanje družbe po družbenih razredih je po mnenju mnogih preseženo. Danes se ljudje povezujejo na ravni podobnosti interesov in ujemanju stilov vsakdanjega življenja, s katerimi so povezani življenjski nazori, dejavnosti v prostem času in način življenja na splošno. »Življenjski stil je značilnost skupine, pa vendarle individualna izkušnja«, ki predstavlja skupek praks in stališč v nekem družbenem kontekstu (Ule 1998, 27). S tem se strinja tudi Giddens (2004), ki meni, da je ustvarjanje življenjskega stila vedno pod vplivom pritiskov skupin, vzornikov in socialno-ekonomskih okoliščin. Nekateri verjamejo, da lahko sprememba življenjskega stila pripomore k zmanjševanju okoljskih problemov (Cohen in Kennedy 2000, 338, Giddens 2004, 221). Cohen in Kennedy (2000, 323) menita, da se je spremenjen odnos človeka do narave začel kazati v želji ljudi, da bi uživali ekološko pridelano

hrano, živeli naraven, zdrav način življenja in se odpravljali na preproste, okolju prijazne počitnice v oddaljene kraje.

Za razumevanje turizma v današnji družbi moramo nujno razumeti predpogoj prostega časa, ki posamezniku pravzaprav omogoča, da turistično potuje. Individualizacija in oblikovanje življenjskega stila posameznika pa pomembno oblikujeta in definirata interese posameznika in razloge, zakaj se odloča za določen turistični kraj in ponudbo v njem, ter vse, kar je s tem turističnim obiskom povezano (od načina prevoza, do obnašanja do okolja, lokalnega prebivalstva in drugih ljudi, ki jih bo srečal v turističnem kraju). Nezanemarljiv dejavnik pa je tudi denar, ki ga imajo posamezniki na razpolago za uresničevanje svojih želja na področju preživljanja prostega časa. Na tehtnici razpoložljivega časa in denarja se tako izoblikuje ožji nabor možnosti npr. (oblik, dolžine, krajev, oddaljenosti) turističnih potovanj, če se posameznik zanje odloči. Vse tri teme (prosti čas, individualizacija in življenjski stil) so same po sebi izredno obširne. Vendar so na tem mestu zgolj osnovno predstavljene, za boljšo podlago razumevanja nadaljnjih poglavij.

4 TURIZEM V DANAŠNJI DRUŽBI

Turizem velja danes v svetu za eno najpomembnejših gospodarskih panog, ki globalno dosega hitro rast. Prostorsko obsega tako rekoč skoraj vse kotičke na tem planetu.

Na podlagi države prihoda ločimo domače in tuje turiste. Prvi potujejo po domači deželi, drugi pa potujejo v tujino. Pogosta je delitev med samostojnimi turisti, ki si sami organizirajo potovanje, in turisti, ki potujejo v organiziranih skupinah.Cohen in Kennedy (2000) zanje uporabita izraz individualni in množični turisti. Za slednje pravita, da imajo običajno veliko večji gospodarski in družbeni vpliv na lokalne skupnosti. Povprašujejo po turističnih nastanitvah in storitvah, ki dosegajo enak standard, kot so ga vajeni doma. Individualni turisti in tudi tisti, ki potujejo v majhnih skupinah, pa naj bi bili bolj dovzetni za spoznavanje z lokalno kulturo in se želijo prilagoditi lokalnim navadam, hrani in standardu.

Kot odgovor na množičnost v turizmu, ki se je predvsem v sedemdesetih letih kazala v preobremenjenosti nekaterih turističnih krajev (npr. francoska, katalonska in španska mediteranska riviera), gradnji hotelskih »silosov« in nepristni turistični ponudbi, se je med nekaterimi pojavil odpor do tovrstnega preživljanja počitnic oziroma potovanja v take kraje. Želja ljudi je kazala tendence k obiskovanju turističnih krajev, ki ponujajo mir, čisti zrak, naravo in »pristnost«.

Pogačnik (2008, 45) omenja povečanje povpraševanja po turističnem bivanju v družinskih oziroma lokalno tipičnih nastanitvah, turističnih apartmajskih vaseh, bungalovih, kmetijah ali manjših hotelih. Ravno odpor do rasti in vplivov množičnega turizma naj bi pripeljal k spremembam ideologije in ponudbe turistične industrije. Ta se tako vedno bolj usmerja v razvoj novih individualiziranih oblik turizma, ki vključuje varovanje okolja in ki ga stroka označuje kot ekoturizem (Choi in Sirakaya 2006, 1274; Saarinen 2006, 1123).

Poleg trenda usmerjenosti k naravi naj bi za današnjega turista veljalo, da je avanturist, fleksibilen, samostojen, zahteven in težko zadovoljiv. »Želi biti drugačen, edinstven ter povprašuje po bolj specifičnih produktih« (Weiermair v Berčič in drugi 2010, 38). Tudi

način in kraj potovanja sta izraz posameznikove dinamične identitete in življenjskega stila, ki se s potovanjem razvijata in utrjujeta.

Odločitev turista za neki določen turistični kraj Laws (1995, 14) pripisuje dvema vrstama dejavnikov: med primarne dejavnike šteje podnebne spremembe, ekologijo, kulturne tradicije, tradicionalno arhitekturo in krajino, med sekundarne dejavnike, ki so razviti posebej za turiste, pa spadajo hoteli, gostinstvo, transport, ponudba aktivnosti in razne oblike razvedril.

Besedno zvezo turistični kraj je po ugotovitvah Vodebove (2014) v Sloveniji v sedemdesetih letih 20. stoletja zamenjal termin **destinacija**, ki jo Gojčičeva (2012, 135) definira kot »območje, regijo, kraj, mesto, celo država, kontinent, ki ga gost ali segment gostov izbere za potovalni cilj«.Vodebova (2014, 16) poudari, da gre predvsem za »širši funkcionalni prostor enega ali več turističnih mest«. Destinacija je sestavljena iz turistične ponudbe in povpraševanja, ki predstavlja povezano turistično zgodbo.

Turizem je gospodarska dejavnost, kjer je gost najbolj pomemben, zato ima pomembno vlogo razumevanje in poznavanje vse bolj raznovrstnih želja turistov. Danes so turisti vedno bolj zahtevni in Gojčičeva (2012, 136) meni, da je »za uspešno delovanje in razvoj turistične destinacije nujno povezovanje vseh deležnikov v destinaciji«.

V današnjem času dajejo turisti vedno večji poudarek trajnostnemu vedenju, tako na področju povpraševanja kot ponudbe. Zato govorimo o trajnostnem razvoju turizma, ki se kaže v vseh segmentih turistične dejavnosti.
V nadaljevanju tega dela je orisana povezava med turizmom in naravnim okoljem, ki je osnovna nit za debato o trajnostnem turizmu. Nazadnje pa se še rahlo dotakne motivov turistov za potovanja, kar je osnova za razumevanje delovanja turistov v trajnostno usmerjenih turističnih destinacijah. Čeprav gre za sicer zelo široke teme, jih to delo predstavlja na kratko.

4.1 Turizem in narava

Med pomembnejšimi dejavniki, ki oblikujejo turistično ponudbo destinacije, so narava, naravne znamenitosti in druga turistična ponudba, ki je vezana na naravo. Tako pravimo, da je turizem oz. turistična ponudba številnih turističnih krajev odvisna od narave, njene ohranjenosti in neokrnjenosti. Za vrsto krajev je narava, predvsem zaščitena, slikovita in biotsko raznovrstna predpogoj za razvoj turizma. Vedno več ljudi svoj prosti čas preživlja v naravi, na podeželju, kar je po besedah Hočevarja in Bartola (2016, 34) razlog za porast turističnega razvoja na teh območjih. Pri tem velja omeniti, da je kakovostna narava, nekaj, kar turisti iščejo, lahko hitro ogrožena s prekomernim obiskom, ki ga lahko povzroči neregulirani (množični) turizem.

4.1.1 Vplivi turizma na naravo

Med indikatorje vpliva turizma na okolje Mihaličeva (v Lah 2001, 30) šteje »porabo vode in kakovost vodnih virov, vpliv odpadnih voda, oskrbo z električno energijo, ravnanje z odpadki, vpliv povečanega prometa, zahteve turizma po prostoru in objektih za raznovrstno rekreacijo ter kakovost storitev, ki jih turistične dejavnosti in turisti potrebujejo«.

Cigale (2009, 14, 15) pri tem opozarja, da turizem zgolj prispeva k povečanju že obstoječih okoljskih problemov, torej zgolj stopnjuje tiste, ki jih povzroča lokalno prebivalstvo. Pravi, da le redko govorimo o okoljskih problemih, ki jih povzroča izključno turizem. V vsakem primeru prisotnost turistov v nekem okolju pomeni določeno okoljsko obremenitev. Ne glede na vrsto in obseg turizma so za ohranjanje naravnega okolja potrebne premišljene odločitve glede smeri razvoja turizma. Izjemno pomembno je to pri destinacijah, ki privlačijo velikoštevilo obiskovalcev (t.i. množični turizem).

Številni avtorji se strinjajo, da ima turizem tudi pozitiven vpliv na okolje in lokalne skupnosti (Berčič in drugi 2010, Dale in drugi 2005, Hudson in Lee 2010, Middleton in Hawkins 1998, Pogačnik 2008, Saarinen 2006), ki se kaže v ohranitvi in varovanju zgodovinskih točk in stavb, zaščitenih naravnih območjih, ohranjanju biodiverzitete, informiranju in izobraževanju gostov o naravi, s čimer se povečujejookoljska

zavednost, medkulturni dialog in obnavljanje okolja. Turizem je pravzaprav večkrat tako pobudnik ohranjanja naravnih okolij kot pobudnik večjih raziskav in okoljevarstvenih in razvojnih aktivnosti na teh področjih. Vse te aktivnosti lahko proizvedejo več (za turiste) zanimivih informacij, interpretacijskega vodenja, povezovanja lokalnih prebivalcev z naravo, vzpostavljanja naravi prijaznih oblik mobilnosti, rekreacije in tako dalje.

4.1.2 Ukrepi za ohranjanje oziroma izboljšanje naravnega okolja v turističnih destinacijah

Da bi dosegli kakovost in uspeh v turizmu, je danes zelo pomembno prispevati k ohranjanju ali celo izboljšanju okolja. V današnjem času so namreč turisti vedno bolj občutljivi glede teh kazalnikov. Želijo se na primer kopati v čistih naravnih vodah, želijo okolje, kjer se odpadki ločujejo, želijo lokalno pridelano hrano. Potrebe po razvoju trajnostnega turizma so tako bolj ali manj jasne vsem turističnim krajem, kjer gledajo na razvoj dolgoročno in želijo razvijati kakovostno turistično ponudbo. Le z ukrepi, ki izboljšujejo naravno okolje na turističnih destinacijah, bo lahko destinacija prek daljšega časovnega obdobja zviševala kakovost turistične ponudbe. Tako bo lahko računala na večje prihodke, ki med drugim posredno ali neposredno pripomorejo k višji življenjski ravni prebivalstva in nadaljnjemu vlaganju v čisto okolje. Kot pravi Mihaličeva (2016), je javni sektor pripravljen hitreje stopiti na pot trajnostnega razvoja turizma kot zasebni sektor, katerega glavni cilj je v prvi vrsti dobiček. Evropska unija v številnih dokumentih z okoljskimi smernicami skrbi za ohranjanje naravnega okolja. Na politični ravni so okoljevarstvu namenjeni okoljski standardi in priporočila različnih mednarodnih organizacij, ki k delovanju spodbujajo tudi z izobraževanjem in ozaveščanjem. Po besedah Mihaličeve (2016) je zasebna sfera v turizmu pripravljena spremeniti svoje delovanje, da bo bolj trajnostno, vendar le, če v tem vidi profit. Tako je določene korake v smeri trajnostnega razvoja turizma mogoče doseči le z uredbami oziroma zakoni.

V turizmu se z željo po varstvu narave pojavljajo različne **okoljevarstvene sheme**, ki naj bi prispevale k spodbujanju ekološke ozaveščenosti in ravnanja. Zaradi ekološko usmerjenega delovanja naj bi turistična podjetja pridobila številne prednosti, kot so ugled, tržni položaj, zaupanje kupcev in poslovni izid (Gojčič 2012).

Med okoljevarstvene sheme umeščamo znake za okolje, nagrade, priznanja, okoljske vodstvene sisteme, kodekse okoljevarstvenega vedenja, zaveze in izjave podjetij. Gojčičeva (2012) pravi, da so med njimi najučinkovitejši znaki in nagrade za okolje. Uporaba okoljevarstvenih shem turističnim podjetjem prinese dvig ugleda, okrepitev položaja na trgu, večjo konkurenčnost, boljše upravljanje tveganja, hitrejše vračilo vložka, boljše vodenje človeških virov, pozitivne učinke na druge sektorje, povezane s turizmom, in možnost privabljanja novih ciljnih skupin. Pri tem je pomembno informiranje vseh sodelujočih, komuniciranje logotipov, ki obljubljajo določeno kakovost oziroma zavezanost varovanju okolja.

Podeljevanje okoljevarstvenih znakov je običajno v pristojnosti neodvisnih organizacij, ki za uporabo zaračunavajo letne pristojbine. Med nagradami je za destinacije v veljavi projekt EDEN – evropske destinacije odličnosti, ki spodbuja trajnostne modele za razvoj turizma v EU, in prestižna evropska nagrada *Turizem prihodnosti* (angl. The Tourism for Tomorrow Award).

Vezano na turistično ponudbo je za označevanje kakovosti kopalnih voda v evropskem prostoru v veljavi *Modra zastava* Fundacije za okoljevarstveno vzgojo Evrope, ki upošteva okoljsko kakovost na področjih kakovosti kopalnih voda, čistosti plaž in urejenost kopališč (Mihalič v Lah 2001, 31).

Kot odgovor na majhno vključenost slovenskih turističnih ponudnikov v že prisotne certifikacijske sisteme, ki so terjali zapletene in kompleksne postopke in večkrat veliko finančno angažiranje in investicije v zaposlene, je leta 2014 Javna agencija SPIRIT predstavila **zeleno shemo slovenskega turizma »Slovenia Green**« (Javna agencija SPIRIT 2014). Oblikovana je na ravni destinacij in turističnih ponudnikov. V primerjavi z drugimi ta podeljuje certifikat tudi destinacijam, ne le turističnim ponudnikom. Cilj sheme je spremljanje stanja trajnostnega turizma v državi in usmerjanje vseh vključenih v turizem k trajnostnemu razvoju. Prvi certifikati so bili podeljeni jeseni leta 2015.

Mihaličeva (2016, 463) med potrebnimi koraki za trajnostni turizem vidi **zavedanje o trajnosti in etiki**, ki ga dosežemo z okoljskim izobraževanjem in informiranjem deležnikov na obeh straneh trga. Za implementacijo trajnostnega turizma so

pomembni tudi politična angažiranost in konsenz vseh deležnikov na destinaciji ter močno vodstvo. Pomemben poudarek vidi tudi v ohranjanju visoke ravni zadovoljstva turistov, kar pripomore k temu, da so tudi turisti pripravljeni plačati višjo ceno za trajnost.

4.2 Iskanje alternativne oblike turizma, ki daje poudarek večji odgovornosti do okolja

Kot odgovor na množični turizem so se v preteklosti pojavili različni poskusi najti ustrezno alternativno obliko turizma, s poudarkom na večji odgovornosti do okolja. Mihalič (2016, 461) našteje koncepte turizma, kot so »alternativni, mehki, kvaliteten, odgovoren turizem, turizem z minimalnim vplivom, zeleni in etični turizem«.

V slovenskem prostoru sta v akademski sferi pogosto omenjena zeleni in ekološki turizem, vendar je danes najbolj uveljavljen termin trajnostni turizem, kjer zeleni in ekološki turizem predstavljata le enega od segmentov. Napačno je torej enačiti trajnostni turizem z zelenim ali ekološkim turizmom. Gojčičeva (2012, 121) pravi, da gre pri ekološkem turizmu za aktivnosti, ki pretežno temeljijo na naravi. Pravi, da je ekološki turizem del trajnostnega turizma, čeprav vse njegove oblike niso trajnostne in vsak trajnostni turizem ni nujno vezan na naravna območja. Ekološki turizem naj bi tako obsegal ponudbo v naravnih okoljih z minimalnim učinkom na okolje, katerega pomembni del so raziskovanje in izobraževanje ter ohranjanje okolja. Pripisujeta pa se mu tudi pomembna vloga in odgovornost do lokalne kulture (Gojčič 2012, Pogačnik 2008).

Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016 (Vlada Republike Slovenije 2002, 39) ločuje med terminoma zeleni in ekološki turizem. Pravi, da gre pri zelenem turizmu za »vključevanje trajnostnih načel v vse segmente gospodarskega razvoja« in v vse stebre trajnostnega razvoja. Medtem ko ekoturizem ali ekološki turizem opredeli kot nanašajoč se le na segment turističnega sektorja.

4.3 Trajnostni turizem

V svetu vse bolj velja soglasje o tem, da je uspešnost turističnih destinacij odvisna od njihovega sledenja načelom trajnostnega razvoja. Svetovna turistična organizacija (UNWTO 2015) opredeli trajnostni turizem kot: »… turizem, ki v celoti upošteva svoje trenutne in prihodnje gospodarske, družbene in okoljske vplive ter zadovoljevanje potreb obiskovalcev, gospodarstva, okolja in lokalnega prebivalstva.«

Trajnostni turistični razvoj naj bi zagotavljal optimalno uporabo naravnega okolja, vzdrževal ekološke procese in pomagal varovati naravne vire in biološko raznovrstnost (Mihalič v Berčič in drugi 2010, 212).

Mihaličeva (2016, 466) meni, da se turistični akterji na poti do trajnostnega delovanja prebijajo skozi tri različne faze. Prva je zavedanje, druga agenda in tretja akcija.V prvi fazi poteka seznanitev z okoljskimi vplivi in povezanostjo med okoljem in turistično destinacijo. V drugi fazi se zgodi razprava, oblikujejo se cilji, ki se zapišejo v destinacijsko strategijo, in postavijo smernice za doseganje zastavljenih ciljev. V tretji fazi pa se zgodi uspešno izvajanje politike trajnostnega razvoja. Poudari, da se večkrat zavedamo okoljske problematike, vendar nimamo ustreznih informacij in znanja, kako se nanjo odzvati.

4.3.1 Ukrepi za trajnostno preobrazbo turizma

Agenda 21 (Middleton in Hawkins 1998, 104) je za turistično industrijo predvidela naslednje ukrepe:

1. *ocenjevanje zmogljivosti obstoječega regulativnega, gospodarskega in prostovoljnega okvira v smeri trajnostnega turizma,*
2. *ocenjevanje gospodarskih, družbenih, kulturnih in okoljskih posledic turističnega delovanja,*
3. *usposabljanje, izobraževanje in ozaveščanje javnosti,*
4. *načrtovanje za trajnostni razvoj turizma,*
5. *izmenjava informacij, znanj in tehnologij, povezanih s trajnostnim turizmom med razvitimi in nerazvitimi državami,*

6. *skrb za sodelovanje vseh sektorjev družbe,*
7. *oblikovanje novih trajnostnih turističnih proizvodov,*
8. *merjenje napredka pri doseganju trajnostnega razvoja na lokalni ravni in*
9. *ustvarjanje partnerstev za trajnostni razvoj.*

Svetovna turistična organizacija (v Gojčič 2012, 120, 121) je na drugi strani kot dvanajst ciljev trajnostnega turizma opredelila:

1. *Sposobnost ekonomskega preživetja: zagotoviti konkurenčnost in sposobnost preživetja turističnih destinacij in podjetij, da se bodo lahko še naprej razvijala in prinašala koristi na dolgi rok.*
2. *Lokalna blaginja: maksimirati prispevek turizma h krepitvi blaginje destinacije gostiteljice.*
3. *Kakovost zaposlitve: krepiti število in kakovost delovnih mest, ki jih v kraju ustvarja in podpira turizem, vključno z zagotavljanjem primerne višine plačila in ustreznih pogojev za delo, brez diskriminacije na osnovi spola, rase, invalidnosti ali česa drugega.*
4. *Socialna pravičnost: prizadevati si za široko in pošteno razdelitev ekonomskih in socialnih koristi turizma po vsej skupnosti, kjer se turizem odvija, vključno s krepitvijo priložnosti, prihodkov in storitev, namenjenih socialno ogroženim skupinam.*
5. *Zadovoljstvo obiskovalcev; obiskovalcem zagotoviti varne in izpolnjujoče izkušnje, ki so na voljo vsem, brez diskriminacije na osnovi spola, rase, invalidnosti ali česa drugega.*
6. *Lokalni nadzor: vključevanja in krepitev vloge lokalnih skupnosti v načrtovanje, upravljanje in odločanje o nadaljnjem upravljanju in razvoju turizma v njihovem okolju; v partnerskem dogovarjanju vseh ključnih deležnikov.*
7. *Blagostanje skupnosti: ohranjati in izboljševati kakovost življenja v lokalnih skupnostih, krepiti socialne strukture in dostop do virov, storitev in sistemov življenjskega pomena, izogibati se vsaki obliki izkoriščanja ali slabšanja socialnih razmer.*
8. *Kulturno bogastvo: spoštovati in krepiti kulturno in zgodovinsko dediščino, tradicijo in različnost skupnosti gostiteljice.*
9. *Fizična integriteta: ohraniti in krepiti kakovost in značilnosti krajine, tako mestne kot podeželske, ter preprečevati fizično in vizualno slabšanje okolja.*

10. *Biotska raznovrstnost: zavarovati in ohranjati naravna območja, habitate in prosto živeče rastline in živali ter čim bolj zmanjšati negativne vplive na njih.*
11. *Učinkovitost virov: minimalizirati porabo redkih in neobnovljivih virov pri razvoju in delovanju turističnih zmogljivosti in storitev.*
12. *Okoljska čistost: čim bolj zmanjšati onesnaženost zraka, vode in zemlje ter količine odpadkov, ki jih ustvarjajo turistična podjetja in obiskovalci.*

Različni avtorji kot osrednji fokus vzpostavljanja trajnostnega turizma vidijo opredelitev **nosilne zmogljivosti** (angl. Carrying capacity) **destinacije** (Gomezelj Omerzel 2006; Saarinen 2006; Vodeb 2014). Svetovna turistična organizacija (UNWTO 1981, 4) je definirala turistično nosilno zmogljivost kot »največje število ljudi, ki lahko hkrati obiščejo turistično destinacijo, ne da bi povzročili uničenje fizičnega, ekonomskega, družbeno-kulturnega okolja in nesprejemljivo zmanjšanje kakovosti zadovoljstva gostov«. Z definiranjem nosilne zmogljivosti šele lahko začnemo načrtovati trajnostni razvoj turizma. Vodebova (2014) loči nosilno zmogljivost destinacije na fizično (npr. število ležišč, parkirišč...), biološko (ekosistem), psihološko ali zaznavno (kdaj turisti zaznajo, da je obiskovalcev preveč) in socialno zmogljivost (toleranca lokalnega prebivalstva do turistov).

Middleton in Hawkins (1998) ter Mihaličeva (v Lah 2004, 119) menijo, da se da trajnostni razvoj doseči le z **dejavnostmi na lokalni ravni** s pomočjo turističnega menedžmenta. Ta ima vlogo **prepričevati turiste in turistična podjetja**, da prostovoljno spremenijo svoj odnos ali tako, da jih prek uvedbe nadzora, s predpisi, davki in kaznimi prisilijo v to. Vendar je moč lokalne ravni vedno povezana tudi z nacionalno ravnjo, ki če ne drugega, postavlja zakone in uredbe, ki se jih morajo nato turistični akterji na lokalnem področju držati. Res, da je dejavnost na lokalni ravni pomembna, vendar je izjemno odvisna od višjih ravni odločanja, reguliranja in usmerjanja.

Gomezelj Omerzelova (2006, 24,25) poudarja **pomembnost sodelovanja med javnim in zasebnim sektorjem pri dolgoročnem razvoju turističnih destinacij**. Po njenem mnenju morata ta dva sektorja deliti mnenje o dolgoročnem razvoju in si pomagati pri večjih investicijah. V načrtovanje razvoja pa morata **vključiti tudi lokalno prebivalstvo in turiste** ter jih **izobraževati**. Mihaličeva prav tako poudarja pomen

izobraževanja in informiranja o trajnostnem razvoju, pri čemer ugotavlja, da »so dobre informacije, do katerih so turisti upravičeni, le redko na voljo« (Mihalič v Lah 2001, 30). Nadalje poudarja, da bi s tem pripomogli k zadovoljstvu domačinov in turistov.

Vključevanje trajnostnih elementov v turizmu se odvija izredno počasi, čeprav ima številne pozitivne vidike. Med razlogi je domneva o povišanih stroških delovanja in zadržanost, kjer so turistični menedžerji mnenja, da bodo začeli uvajati trajnostne elemente takrat, ko bodo začeli turisti povpraševati po njih, saj menijo, da so trajnostni turistični produkti dražji (Cigale in drugi 2009).

Middleton in Hawkins (1998) verjameta, da so za trajnostni razvoj v turizmu pomembni spodbujanje, analiza in komuniciranje najboljših praks na lokalni ravni. Med dejavniki, ki prispevajo k trajnostnemu razvoju, vidita: **izbiro potrošnikov, vlogo lokalnih oblasti, pobude turistične industrije in nacionalne ter mednarodne predpise**. Menita, da je trajnostni razvoj možno doseči le s **koordinacijo in priznanjem skupnih dolgoročnih interesov** med glavnimi sestavinami turističnih proizvodov (turistične znamenitosti na destinaciji, infrastruktura, dostopnost, vizualna privlačnost in cena). Za to je potrebno **raziskovanje**, s katerim se doseže boljše razumevanje turistov, boljši razvoj turističnih proizvodov in promocije.

4.3.2 Trajnostni turizem in zamisel koncepta »softmobility« –mehke ali okolju prijazne mobilnosti

Eden od konceptov, ki spadajo v okvir trajnostnega turizma, je »softmobility« ali okolju prijazna, mehka mobilnost, kjer gre za individualna potovanja oz. potovanja v majhnih skupinah. Zanje je značilno, da trajajo dalj časa, spoštujejo navade lokalnega prebivalstva, uporabljajo javna prevozna sredstva, uživajo lokalno hrano, se izogibajo množičnosti, se odrečejo ugodju vsakdanjega življenja, da bi s tem varovali naravo in okolje v kraju dopusta (Hamele v Glück in Magel 1993, 139, in Mihalič v Berčič in drugi 2010, 223). Tovrstni turisti naj bi hitreje opazili obremenjevanje okolja v kraju dopustovanja in od soturistov pričakovali, da naravno in kulturno okolje tako kot oni spoštujejo in ohranjajo. Običajno si že vnaprej poiščejo informacije o splošnih razmerah, prostočasnih dejavnostih, načinu življenja in kakovosti okolja, ki ga želijo

obiskati, ter si želijo mehke oblike športnih aktivnosti, kot so hoja, plavanje in kolesarjenje.

Med združenji, ki povzemajo ideje okolju prijazne mobilnosti na območju Alp, je združenje Alpine Pearls, ki je leta 2011 prejelo tudi mednarodno okoljsko nagrado *Tourism of tommorow award*. Gre za združenje 27 alpskih destinacij, ki obljubljajo okolju prijazno turistično ponudbo. Med njimi je kot edina destinacija v Sloveniji od leta 2008 vključen tudi Bled.

4.4 Motivi za turistična potovanja

Motivi usmerjajo vedenje in delovanje posameznikov (Biederman in drugi 2008, 67) ter so pomemben dejavnik pri odločanju za turistična potovanja. Da bi bolje razumeli motive posameznikov, jih običajno razdelimo v tri skupine: turisti, ki iščejo sprostitev, poslovni turisti in turisti, ki obiskujejo prijatelje in sorodnike (Dale in drugi 2005, 2).

Med motive potovanj po Cromptonu običajno prištevamo: raziskovanje tuje kulture, doživetje nečesa novega, zabava, samoizpolnitev, sprostitev, rekreacija, pobeg od vsakdanjika, izobraževanje, stik z naravo, druženje (Ambrož 2005; Berčič in drugi 2010; Cohen in Kennedy 2000; Gibson v Higham 2011; Williams 2003).

Turisti imajo lahko neki osrednji, pomembnejši, vodilni motiv, vendar je običajno njihova odločitev za potovanje povezana s kombinacijo različnih motivov, ki usmerjajo dejavnosti na njihovem potovanju. Ambrož (2005, 246) pravi, da »motivi za turistično potovanje izhajajo iz življenjskega sloga turista, iz njegovih prepričanj in izkušenj s preteklimi turističnimi potovanji«.

Med pomembnejšimi teorijami motivov turistov se uporablja Dannov koncept potisnih (notranjih) in privlačnih (zunanjih) motivov (angl. push and pull) (Higham 2011). Potisni dejavniki v posamezniku vzbudijo željo po potovanju, privlačni dejavniki pa vplivajo na odločitev, kam bodo potovali (Johnson in Thomas v Berčič in drugi 2010, 201). Klenosky (v Ambrož 2005, 228) med potisne motive za potovanja uvršča: beg iz vsakdanje resničnosti, počitek in sprostitev, pustolovščino, prestiž, zdravje, fizično

pripravljenost in socialne stike. Med privlačne pa privlačnosti fizičnega okolja v kraju potovanja, sončne plaže, restavracije z dobro hrano, ugodne oglede itd.

Druga pogosto uporabljena teorija je Cohenova tipologija (v Ambrož 2005, 229), ki deli štiri tipe turistov: pustolovec (angl. drifter), raziskovalec (angl. explorer), individualist (angl. Individual mass) in kolektivist (angl. Organized mass). Poleg motivov pri turistični izkušnji veliko vlogo igrajo pričakovanja, od katerih je v veliki meri odvisno, ali bo turist s svojim potovanjem zadovoljen ali ne. Glede motivov, ki turiste vodijo k nakupu ekološke storitve ali proizvoda Gojčičeva (2012, 139) pravi, da so ti različni, vendar odvisni od razpoložljivega prihodka, vrednot, načina življenja in pripadnosti določenim družbenim skupinam.

Tasci in Gartner (v Line in Costen 2014, 7) menita, da je podoba (angl. image) turistične destinacije eden od najpomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na obnašanje oziroma delovanje turistov v tistem okolju. Tako lahko rečemo, da je poleg izobraževanja in spodbujanja trajnostnega ravnanja turistov na destinaciji treba nameniti veliko pozornosti tudi splošni percepciji turistične destinacije, kar pa zahteva izredno kompleksno delo in načrtovanje.

Po drugi strani pa Higham (2011, 156) opozarja, da je ravnanje turistov tisto, kar vpliva na trajnostni razvoj turizma. Tako je za vse, ki upravljajo turistično destinacijo, pomembno, da poznajo motive turistov, ki prihajajo k njim, in predvidijo njihovo ravnanje.

Na podlagi raziskave Slovenske turistične organizacije (2016) v letu 2015 je bilo med tujimi turisti v Sloveniji v letu 2015 88% zelo zadovoljnih z neokrnjeno naravo. Še bolj zadovoljni so bili z osebno varnostjo, prijaznostjo lokalnega prebivalstva in čistočo. Za anketirance je bila Slovenija večinoma počitniška destinacija (za tri četrtine anketirancev). Tisti, ki Slovenije niso obiskali z razlogom počitnikovanja, so bili poslovni (14%), tranzitni (3%) in razni drugi turisti (10%). Skoraj dve tretjini sta bili že prej v Sloveniji, k njihovi odločitvi za obisk Slovenije pa sta najbolj prispevala priporočila sorodnikov in prijateljev in osebne izkušnje.

Raziskava Evropske komisije *Flash Eurobarometer 414* je v svojem poročilu o odnosu Evropejcev do turizma za leto 2014 (Eurobarometer 2015) pokazala, da je 31% oseb, zajetih v raziskavo, odgovorilo, da je njihov glavni razlog za odhod na počitnice narava (pokrajina, gore in tako dalje). Najbolj pogosta glavna razloga sta bila, kot tudi v letih poprej, sonce in morje. Uživanje v naravi je bilo najbolj pomembno za osebe iz Belgije, Češke, Litve in Nizozemske. Za starejše ljudi je bilo bolj verjetno, da so kot glavni razlog potovanja omenili naravo.

5 TRAJNOSTNI TURIZEM V SLOVENIJI

Turizem je ena najpomembnejših gospodarskih panog številnih držav, tudi v Sloveniji, kjer po podatkih WTTC prispeva 12% BDP (Vlada Republike Slovenije 2012, 23). Vlada Republike Slovenije je v *Strategiji razvoja turizma v Sloveniji 2012–2016* v ospredje postavila trajnostni razvoj.

Turizem v Sloveniji predstavlja eno od najpomembnejših gospodarskih panog. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (SURS 2015) je bilo v letu 2014 v Sloveniji ustvarjenih 9.590.642 nočitev. Turistični gostje so v povprečju bivali 2,7 dneva. Od gospodarske krize, leta 2009, ko je število nočitev v Sloveniji znatno upadlo, se že v vseh naslednjih letih beleži konstantna rast, kar potrjuje velik gospodarski potencial te panoge. Cilji, ki si jih država zastavlja na področju turizma, so povečanje letnega turističnega prometa, rast števila prenočitev, povečanje dnevne potrošnje, povečanje zasedenosti turističnih zmogljivosti, kar za številne destinacije pomeni zmanjšanje sezonskih vplivov, povečanje števila hotelskih ležišč in števila turističnih kmetij ter izboljšanje standarda v planinskih kočah, mladinskih domovih in kampih. Med težje merljivimi pa »naj bi se povečala prepoznavnost Slovenije, izboljšala izobrazbena struktura v turizmu, ohranjala narava in povečalo vključevanje kulturne dediščine v turizem« (Vlada Republike Slovenije 2012,14).

5.1 Stanje okolja v Sloveniji kot osnova za razvoj trajnostnega turizma

Slovenija je zelena dežela z izredno biotsko in pokrajinsko pestrostjo, zato je nedvomno smiselno, da je to tudi vodilni motiv promocije slovenskega turizma. Pri tem se poudarja relativno velik odstotek gozdnatosti. Izmerjena površina gozda (skupaj z gozdnimi rezervati in varovalnim gozdom) v Sloveniji je v letu 2015 znašala 1.290.284 ha, kar znaša dobrih 63 % celotne površine Slovenije (SURS 2017b). Odstotek slovenskega ozemlja, ki je zaščiten s programom upravljanja Natura 2000, je 35,5% (Lah 2008,7). To so pomembne osnove za razvoj trajnostnega turizma oziroma, kot ga Slovenska turistična organizacija tržno imenuje, zelenega turizma. Vendar pa zgolj naravne danosti in zaščitena naravna območja niso dovolj za to, da bi lahko govorili o trajnostnem turizmu.

Med pomembnejše okoljske prioritete v Sloveniji se umešča čiščenje voda in trajnostno ravnanje z njimi, celovito upravljanje z odpadki in odplakami vseh vrst ter skrb za biotsko raznovrstnost (Gantar in Plut v Lah 1998). Vse to je treba upoštevati tudi na področju razvoja turizma.

Če se v povezavi z zelenim turizmom v Sloveniji večinoma naslanjamo na neokrnjeno naravo oziroma turistične kraje, katerih glavni aduti so naravne znamenitosti, pa v Sloveniji obstajajo tudi bolj ali manj močno onesnažena območja, kjer gre predvsem za pomembne mestne centre, ki so podporna točka turizmu. V vsakem primeru je pomembno, da se tako za vse prebivalce države kot za njene obiskovalce stremi k čim boljšemu stanju okolja, ki bo trajnostno in bo kot tako držalo obljubo, ki jo dajemo turistom in nenazadnje vsem domačinom, ki so z njim povezani. Slovenija ima z vidika stanja okolja dobre možnosti za razvoj trajnostnega turizma, ki pa jih bo lahko izkoristila le, če bodo vsi segmenti družbe delovali usklajeno.

5.2 Razvoj trajnostnega turizma v Sloveniji

Strategija razvoja turizma v Sloveniji 2012–2016 v ospredje postavlja trajnostni razvoj.Trajnostne destinacije naj bi imele oblikovano jasno vizijo razvoja turizma, ki naj bi temeljila na ohranjanju naravnih in kulturnih značilnosti ter spoštovanju potreb lokalnega prebivalstva.

Za razvoj turizma je izredno pomembno načrtovanje, ki naj bi, kot pravi Laws (1995, 162), zmanjšalo težave, ki jih povzročajo turistične aktivnosti in optimiziralo koristi ter zagotovilo ohranjanje naravnih in kulturnih znamenitosti. Pri načrtovanju turizma v Sloveniji številni poudarjajo pomembnost neokrnjene narave in bogate kulturne dediščine (Berčič 2008, 3). Načrtovanje poteka na treh ravneh: nacionalni, regionalni in lokalni, pri čemer je nacionalna osnovna in tista, na katero naj bi se vezale preostale.

5.2.1 Načrtovanje razvoja turizma v javnem sektorju

Običajno največjo vlogo pripisujemo nacionalni ravni, ki diktira načelne usmeritve, ki se na regionalni in lokalni ravni podrobneje opredelijo. Tako npr. Pearce (v Laws 1995, 149) vidi vlogo nacionalnih turističnih organizacij v opravljanju raziskav, zbiranju in

analizi podatkov, popisu virov in oblikovanju zaščitne politike, razvoju turističnih objektov, razvoju kadrov in uredbah za turistična podjetja. Pogačnik (2008, 48,49) kot najprimernejšo za prostorski razvoj turizma vidi regionalno raven. Hkratipoudarja, da morajo biti regionalni razvojni projekti pozitivno sprejeti na lokalni ravni, ki bi morala v svojih strateških prostorskih načrtih imeti tudi turistično rabo prostora. Le povezanost vseh treh ravni, kot pravi Mihaličeva (v Lah 2004, 116), pa prinaša kakovost turističnih proizvodov in trajnostni razvoj destinacije.

V Sloveniji je na nacionalni ravni za strateško načrtovanje in pripravo politik na področju turizma pristojen Direktorat za turizem in internacionalizacijo na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo. Poleg direktorata je na tej ravni pomembna tudi Slovenska turistična organizacija (STO), katere naloge so načrtovanje in izvajanje trženja Slovenije kot turistične destinacije na tujih trgih ter razvoj slovenskega turizma. Sledi regionalna raven in nato lokalna. Na vseh ravneh naj bi v razvojno strateških dokumentih turizma upoštevali principe trajnostnega razvoja.

Med pomembnejšimi institucijami na področju trajnostnega razvoja je bil v Sloveniji leta 2004 ustanovljen Eko sklad, ki je »državna javna finančna institucija za spodbujanje ukrepov in vzpostavljanje materialne osnove za zaščito okolja in varčevanje z energijo in naravnimi viri« (Lah 2008, 157). Med njegovimi nalogami so ugodno kreditiranje naložb, sofinanciranje, izobraževanje in informiranje ter pridobivanje finančnih sredstev iz Evropske unije.

5.2.2 Prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v zasebnem sektorju

Mihaličeva (v Lah 2004, 117) ugotavlja, da Slovenija pri udejanjanju sonaravno trajnostnega razvoja v turizmu močno zaostaja za drugimi članicami Evropske unije. Med pomembnimi indikatorji politične prilagoditve konceptov trajnostnega razvoja v turizmu vidi uvedbo in implementacijo trajnostnega razvoja v strateške načrte lokalnih skupnosti ter število področij, ki jih pokriva. Mednje uvršča tudi vključevanje vseh deležnikov v vse faze (priprave, implementacije, analize in spreminjanja) strategije trajnostnega razvoja ter število zaposlenih na področju implementacije le-te, prav tako število obratov z eko znakom ISO 14000 ali EMAS ter število plaž z Modro zastavo oz. tistih, ki spremljajo kakovost kopalnih voda (prav tu 118).

Poleg prizadevanj za izboljšanje stanja okolja na javni ravni so pomembna tudi zasebna prizadevanja turističnih podjetij in lokalnega prebivalstva. Na področju zasebnega sektorja Gojčičeva (2012, 125) ugotavlja, da se ekološki menedžment v slovenskih hotelih uvaja individualno, necelovito in nesistematično, hoteli ne zaposlujejo oseb, ki bi skrbele za celovit ekološki menedžment, obenem opaža tudi pomanjkanje znanja na tem področju. Omenja pa tudi izredno majhno število podjetij, ki se ponašajo z okoljskimi znaki. Razlog naj bi bil v pogledu gospodarstva na stroške poslovanja, za katere menijo, da bi se ob uvajanju znakov za okolje povišali (Cigale in drugi 2009).

5.2.3 Primeri trajnostnega turizma v Sloveniji

Trajnostni razvoj turizma v Sloveniji močno spodbuja nova *Zelena shema slovenskega turizma*, ki so jo razvili na Slovenski turistični organizaciji (STO). Slednja svoje poslanstvo povzema z besedami:

> *Naše poslanstvo pri zelenem turizmu je deležnike v turizmu obveščati o pomenu podnebnih sprememb, vplivih na turizem in spremembah na trgu ter jih spodbuditi k ukrepanju pri prilagajanju in blaženju podnebnih sprememb. Med ključnimi strateškimi usmeritvami zelenega turizma so dejavna usmeritev turizma v zeleno gospodarstvo, obveščanje in spodbude za turistično gospodarstvo, da razvijajo zelene modele poslovanja, spodbude za destinacije, da postavijo modele trajnostnega razvoja na podlagi trajnostnih kazalnikov, ter ozaveščanje turistov, da se usmerijo k bolj trajnostnemu življenjskemu slogu in za lastno okolje prijaznemu ravnanju* (STO 2017).

Do maja 2017 se je v nacionalno shemo vključilo 22 destinacij, ki so pridobile znak Slovenia Green Destination, 13 ponudnikov namestitev z znakom Slovenia Green Accommodation in trije parki z znakom Slovenia Green Park (STO 2017). Med destinacijami v Sloveniji je do leta 2017 zlato priznanje oziroma zlat znak Slovenia Green Destination pridobila le Ljubljana, ki je v letu 2016 prejela naslov *Zelena prestolnica Evrope*. Evropska komisija podeljuje ta naslov prestolnicam, ki so dosledno dosegle visoke okoljske standarde, so zavezane k okoljskim izboljšavam in

trajnostnemu razvoju z dolgoročnimi in ambicioznimi cilji, in prestolnicam, ki so lahko vzor in navdih drugim (Evropska komisija 2017). Ljubljana svoje trajnostne prakse predstavlja na svoji spletni strani (Zelena Ljubljana).

Ponudniki nastanitev pridobijo naslov, ki ga podeljuje Zelena shema slovenskega turizma, na podlagi pridobitve enega od mednarodno priznanih trajnostnih certifikatov. Med prvimi so bili Apartmaji Ortenia, Kamp Koren Kobarid, Posestvo Trnulja, Terme Snovik, Hotel Thermana Park Laško in Turistična kmetija Urška.

V letu 2017 pa so priznanje Slovenia Green Park pridobili še Triglavski narodni park, Kozjanski park in Park Škocjanske jame. Prvi predvsem po zaslugi pridobljene listine za trajnostni razvoj turizma Federacije Europarc in drugih mednarodnih priznanj na področju okoljevarstva.

V Sloveniji je do leta 2017 nastalo tudi veliko necertificiranih trajnostnih turističnih ponudnikov, ki se zavedajo pomena trajnostnega turizma, kar je razvidno iz njihovih praks in bodo morda v prihodnosti pristopili tudi k nacionalnemu certificiranju.

6 ANALIZA TRAJNOSTNIH TRENDOV V BLEJSKEM TURIZMU

Bled predstavlja eno od najpomembnejših turističnih občin v Sloveniji in se že vrsto let uvršča na tretje mesto v Sloveniji (za občinama Piran in Ljubljana) po številu sob (2.234 v letu 2016), prihodov turistov (368.038 v letu 2016) in številu ustvarjenih nočitev (807.135 v letu 2016) (SURS 2017a). Med nastanitvenimi objekti so po številu v letu 2016 prevladovali hoteli in podobni nastanitveni objekti (46%), sledili pa kampi (19%). Gre za kraj, kjer največ nočitev ustvarijo tujci (94% v letu 2016), povprečna doba bivanja pa je 2,2 dneva. Zanj je značilna izrazita t. i. sezonskost, saj se v »poletni« polovici leta (med majem in oktobrom) ustvari dve tretjini (v letu 2016 76%) vseh nočitev. Največ nočitev v letu 2016 so ustvarili turisti iz Združenega kraljestva, Italije in Nemčije (skupaj 30% vseh nočitev) (priloga A).

Bled, alpska destinacija z ledeniškim jezerom, otokom s cerkvijo in srednjeveškim gradom na vhodu v Triglavski narodni park, je bil skozi zgodovino turističnega razvoja najprej romarski kraj, nato se je v 19. stoletju po zaslugi Švicarja Arnolda Riklija razvil organizirani zdraviliški turizem, v 20. stoletju pa je sledila mešanica različnih segmentov turizma, kjer so danes med pomembnejšimi: narava, kultura, šport, kongresi, kulinarika, velnes, prireditve, izobraževanje.

Za področje razvoja in promocije turizma je v kraju zadolžen Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma, ki povezuje več sto turističnih deležnikov in skupaj z Občino Bled ustvarja smernice za razvoj, ki gre tako kot po strategiji razvoja na nacionalni ravni v trajnostno smer.

Med perečimi težavami, ki so povezane s trajnostnim razvojem turizma, je raziskava Binterjeve, Ferjana in Vasco Nevesa (2016), narejena med turističnimi agencijami in združenji, ki promovirajo Bled, pokazala neurejen prometni režim. Izpostavili pa so še netolerantnosti domačinov do drugih kultur in religij ter nizko stopnjo kakovosti storitev v glavni sezoni. Na drugi strani je bila najvišje vrednotena varnost, šele nato pa naravne znamenitosti. Kot najbolj unikatno znamenitost so prepoznali Blejski otok, kmalu za njo pa so uvrstili čoln pletna.

Raziskava Šegotove, Mihaličeve in Kuščerja (2016) pa predstavi za trajnostni turizem pomembno populacijo: lokalno prebivalstvo v občini Bled. Po njihovem naj bi turizem lokalnemu prebivalstvu prinašal prednosti, kot je dvig kakovosti življenja, zaradi javnih storitev in infrastrukture, ki ponujajo tako rekreacijske kot poslovne priložnosti. Zanimalo jih je, kako informiranost in vključenost v turistično načrtovanje in razvoj vpliva na njihovo dojemanje turizma v kraju. Ugotovili so, da povezanost obstaja. In sicer so dobro informirani in vključeni prebivalci bolj verjeli v pozitivne učinke turizma kot drugi. Kljub temu se velika večina anketirancev ne čuti dovolj vključena v turistično načrtovanje.

6.1 Opredelitev problema

Večina zahodnih družb danes daje prioriteto trajnostnemu razvoju in Slovenija ni nobena izjema. Področje zanimanja tega dela je trajnostna usmeritev turizma na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, ki se nadaljuje z analizo trajnostnih turističnih produktov nalokalnem področju na primeru kraja Bled.

Kot študijo primera naloga obravnava ekološki turistični kompleks Garden Village Bled, ki ga želi vpeti in razumeti v okviru lokalnih razmer trajnostnega turizma. Raziskovalna vprašanja so naslednja:

- Kako, kje in zakaj se je trajnostni turizem začel pojavljati in širiti?
- Kakšna je zgodovina ideje trajnostnega turizma na Bledu in kako je uresničena?
- Zakaj se povečuje povpraševanje po turističnih produktih zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na Bledu?
- Kako je pomembna celovita ponudba turističnih produktov zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na Bledu?
- Kakšna je vloga lokalne politike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu?
- Kakšni turisti se zanimajo za bivanje v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village na Bledu?
- Na katero ponudbo ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu se turisti najbolj pozitivno odzivajo?

6.2 Analiza dokumentov strategij razvoja turizma v Sloveniji, na Gorenjskem in Bledu

Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016 (Vlada Republike Slovenije 2012, 19) pomembnost turizma v državi povzame s podatki WTTC za leto 2011, ki ocenjujejo, da je turizem v Sloveniji imel 12,9-odstotni skupni prispevekk BDP in je nase vezal 13,2% vseh zaposlitev. Pri razvoju panoge, ki ji strategija pripisuje zmerno rast v prihodnjih letih, je izredno pomembno slediti trendom in razumeti motive in želje turistov, ki obiskujejo posamezne destinacije. Ravno motivi namreč opredelijo izbiro kraja potovanja in obliko želene turistične izkušnje posameznika. Z raziskovanjem konkretnega lokalnega primera želi to delo pridobiti boljše razumevanje vplivov na razvoj trajnostnega turizma in zahtev turističnega trga.

Middleton in Hawkins (1998) opozarjata na to, da večina današnjih turistov želi okoljsko neoporečno turistično izkušnjo in da je za turistične destinacije izredno pomembno, da sledijo trajnostnemu razvoju, saj jim sicer lahko grozi nazadovanje v turističnem obisku oziroma izguba privlačnosti destinacije za običajno bolj premožne in okoljsko ozaveščene goste.

Organizacija slovenskega turizma v javnem sektorju je razdeljena na državno raven, kjer ima pomembno promocijsko, distribucijsko in razvojno vlogo Slovenska turistična organizacija (STO). Sledi regionalna raven, na kateri se je na podlagi politik (podlaga, za katere je bila opredeljena v nacionalnem strateškem dokumentu (Vlada Republike Slovenije 2012) v Sloveniji vzpostavilo 13 regij. Na tej ravni naj bi si prizadevali za vzpostavitev prepoznavnih destinacij z lastnimi zgodbami in za njihovo povezovanje. Ker te regije prej (na področju turizma) niso bile aktivne in se niso povezovale, si v obdobju nekaj let, ko so bila za ta razvoj namenjena izdatna finančna sredstva s strani ministrstva, pristojnega za gospodarski razvoj, in Evropske unije, v večini primerov niso uspele zagotoviti močnih povezav za neodvisno delovanje (brez finančne pomoči na nacionalni ravni). Regije so tako nekaj let delovale v obliki regionalnih destinacijskih organizacij, ki so imele operativno vlogo in dejavnosti, ki so morale biti usklajene s programskimi cilji STO. Nova strategija slovenskega turizma, ki je v pripravi, tako predvideva novo »regijsko« delitev na zgolj štiri makro regije v državi. Zadnja je lokalna raven in ima enake vloge kot regionalna, le na lokalni ravni.

V nadaljevanju bomo analizirali te različne ravni strateškega razvoja turizma v Sloveniji in na koncu povzeli ključne povezave med njimi.

6.2.1 Analiza Strategije razvoja slovenskega turizma 2012–2016

»Vlada Republike Slovenije opredeljuje turizem kot enega najpomembnejših gospodarskih oziroma strateških sektorjev, ki ustvarja nova delovna mesta in izrazito pozitivno vpliva na uravnoteženi regionalni razvoj« (Vlada Republike Slovenije 2002, 19).

Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016 (Vlada Republike Slovenije 2002) je bila pripravljena s pomočjo priporočil mednarodnih organizacij, predvsem Evropske unije. Skozi celoten dokument je mogoče zaznati poudarek zavezanosti trajnostnemu razvoju turizma na vseh področjih. Termin trajnosten opiše kot »okolju prijazen turizem, zaščitniški do narodne in lokalne kulture ter usmerjen v ohranjanje družbenega ravnotežja v smislu blaginje za vsakega posameznika, družino in družbo in s tem našo državo« (Vlada Republike Slovenije 2012, 9).

Vsa prizadevanja nacionalne strategije (Vlada Republike Slovenije 2002, 44) zaobjamejo s sloganom *Zelena, aktivna, zdrava Slovenija*. Pojem »zelena« naj bi razumeli predvsem z naravnimi bogastvi, krajinsko pestrostjo in zavezanostjo trajnostnemu razvoju. Pojem »aktivna« zaobjema možnosti za šport in rekreacijo, »zdrava« pa ohranjanje zdravja in dobrega počutja.

Dokument v uvodu ugotavlja, da množični turizem za Slovenijo ni primerenin da je usmerjenost slovenskega turizma primerna za turistično ponudbo po meri človeka. Nacionalna turistična strategija naj bi pripomogla k trajnostnemu razvoju na treh razvojnih področjih: 1. povečanje konkurenčnosti, 2. ugodno poslovno okolje, 3. učinkovito in inovativno trženje. Glavni vsebinski cilji pa obsegajo še: konkurenčnost, kakovost življenja in blaginjo, ugled in razvoj slovenskega turizma ter prepoznavnost in ugled Slovenije v svetu (Vlada Republike Slovenije 2002, 16).

Ukrepi, s katerimi naj bi dosegli strateške cilje po različnih področjih (Vlada Republike Slovenije 2002, 17):

1) Na področju spodbujanja konkurenčnosti: implementacije trajnostnih poudarkov v razvoju destinacij prek regionalnih in lokalnih turističnih organizacij ter turističnih društev. Poudarjanje raziskovanja v zasebnem in javnem sektorju, skrb za povečanje strokovne usposobljenosti zaposlenih v turističnem sektorju in spodbujanje inovativnosti pri turističnih proizvodih z visoko dodano vrednostjo. Povezovanje na mednarodni ravni, naložbe v zeleno turistično infrastrukturo, podpora boljši dostopnosti Slovenije in zmanjšanje sezonskih vplivov.
2) Na področju zagotavljanja poslovnega okolja: dobro medministrsko sodelovanje za čim boljši izkoristek politik in finančnih politik, ustvarjanje ugodnega poslovnega okolja s strani vlade, učinkovitost izvajanja nalog, ki si jih zastavljajo razvojne strategije na vseh javnih ravneh, spodbujanje podjetniškega razvoja in povečanje konkurenčnosti ter večterminske zimske šolske počitnice.
3) Na področju trženja in promocije Slovenije: vlaganje v prepoznavanje in dobro pozicioniranje na mednarodnem trgu s konstantno uporabo znamke Slovenije, zagotovitev sredstev za to dejavnost, jasno pozicioniranje turističnih proizvodov za učinkovitejše trženje, inovativno in digitalno trženje, vzpostavitev partnerstev vseh subjektov.

Kot glavne ovire pri doseganju večje konkurenčnosti slovenskega turizma strategija (Vlada Republike Slovenije 2002, 34) prepozna: omejena finančna sredstva za trženje, slaba dostopnost Slovenije, slaba prepoznavnost in nedoslednost uporabe znamke *I Feel Slovenia*, premalo konkurenčni turistični proizvodi in njihova prenizka dodana vrednost, nesodelovanje oz. nepovezanost turistične ponudbe, nezadovoljivo stanje na področju trajnosti, pomanjkanje kakovostnih, izobraženih in motiviranih kadrov, nespodbudno naložbeno okolje, slaba spodbuda inovativnosti in konkurenčnosti, neučinkovito medresorsko sodelovanje, toga zakonodaja na delovnem področju in predpisi, ki ne upoštevajo interesov turističnega področja.

Strategija (Vlada Republike Slovenije 2002, 40) ugotavlja, da v prihodnosti lastna prizadevanja turističnega sektorja za trajnostni razvoj ne bodo dovolj, ampak se bo trajnost morala implementirati na številna druga področja, kot so kmetijstvo in

gozdarstvo, promet, zdravje, okolje in prostor. Strategija nazadnje izrazi še namen o prizadevanju za uvajanje okoljevarstvenih certifikacijskih shem v turistično gospodarstvo (znak za okolje EU – EU Marjetica, EMAS, Modra zastava in druge).

6.2.2 Analiza Regionalnega razvojnega programa Gorenjske 2014–2020

Dokument *Regionalni razvojni program Gorenjske 2014–2020* (Regionalna razvojna agencija Gorenjske 2015) je namenjen osemnajstim občinam (Bled, Bohinj, Cerklje na Gorenjskem, Gorenja vas – Poljane, Gorje, Jesenice, Jezersko, Kranj, Kranjska Gora, Naklo, Preddvor, Radovljica, Šenčur, Škofja Loka, Tržič, Železniki, Žiri in Žirovnica), katerih upravne enote spadajo na območje Gorenjske. V njem so opredeljene razvojne prioritete na devetih področjih. Dokument je pripravljen na podlagi razvojnih smernic posameznih občin, vendar so v njem združene skupne točke regije, za lažje pridobivanje finančnih pomoči s strani državnih ali evropskih projektov. Pravih odločevalskih pristojnosti, ki bi bile vsaj podporne nacionalnim, regije v Sloveniji nimajo.

Analiza dokumenta se osredotoča le na segment turizma. Vizijo razvoja so v dokumentu (prav tu 2015, 5) povzeli z besedami: »Gorenjska, tu želim živeti, delati in se igrati.«

Gorenjski regionalni program (RRA Gorenjske 2015) ugotavlja, da ima Gorenjska večinoma alpsko pokrajino, ki ima prometno ugodno lego in sorazmerno dobro dostopnost ter da je 44,3% regije vključene v naravovarstvena območja Natura 2000 (Natura 2000). To so glavne lastnosti regije, ki jih dokument razume kot osnovo, na kateri se gradi prihodnost turističnega razvoja.

Podobno kot na nacionalni ravni tudi ta dokument ugotavlja, da ima Gorenjska sicer privlačno krajino in ohranjeno naravo, vendar ji na poti do trajnosti manjka sodelovanje, inovativnost, prepoznavnost in usklajenost prostorskih načrtov z razvojnimi željami v okolju (Regionalna razvojna agencija Gorenjske 2015, 20). Razlog za to bi lahko bil v relativno slabi regionalni povezanosti, brez skupnih širših strateških usmeritev in akcijskih načrtov ter ustreznih razvojnih dokumentov, ki bi imeli neko moč in bili dobro poznani vsem akterjem v regiji. To lahko pripišemo tudi državnim uredbam, ki regijam

ne dodeljujejo nobene prave moči, zato je lahko povezovanje toliko bolj »poljubno« in nič kaj obvezujoče, saj sodelovanje znotraj regije ne daje (nujno) kakšnih konkretnih rezultatov.

Regionalni razvojni dokument (2015, 23) na področju turizma kot **prednosti** poudari raznolikost ponudbe, številne naravne danosti, poudarjanje trajnostnega razvoja, nekaj uveljavljenih turističnih destinacij in dobro prostorskopokritost s turistično informacijskimi centri. Kot **slabosti** pa neprepoznavnost regije, neprimerno javno infrastrukturo, pomanjkljivosti pri nastanitvah, integralnih turističnih proizvodih in javnih prevozih, nepovezanost ponudbe. Poleg tega pa še dejstva, vezana na obisk regije, kot so kratka doba bivanja, sezonskost, neizkoriščenost sodobnih trženjskih poti in šibka strokovna usposobljenost prisotnih v turizmu.

Med razvojne smernice na področju turizma uvrstijo povezanost turistične ponudbe regije, kakovostno in inovativno ponudbo turističnih produktov, zavedanje o pomenu trajnostnega razvoja in povečanje trajnostne mobilnosti (Regionalna razvojna agencija Gorenjske 2015, 24). Žal pa dokument kaj več od izraza naklonjenosti trajnostnemu razvoju ne stori. Na tem področju bi že zaradi ključne usmerjenosti nacionalne ravni v trajnostni razvoj turizma pričakovali več poudarka tej temi in opredelitev konkretnih akcij za doseganje trajnostnih ciljev.

Razvojna specializacija regije pa naj bi šla v smer kolesarstva, kjer si zastavljajo cilj, da na tem področju postane ena od najbolj privlačnih na svetu (prav tu 35). Poudarek pri razvoju regije na turističnem področju naj bi bil usmerjen v ponudbo po meri posameznih ciljnih skupin, zgodbah o sonaravnem bivanju v regiji, kakovosti na vseh področjih turizma in s cilji inovativnosti, edinstvenosti ponudbe ter večjega zadovoljstva gostov. Regionalni razvojni dokument (Regionalna razvojna agencija Gorenjske 2015, 59) zapiše: »S spoštovanjem načela trajnostnega razvoja turizma želimo vzpostaviti in vzdrževati ravnovesje med potrebami turistov in potrebami lokalnega prebivalstva.«

Za uresničevanje teh ciljev *Regionalni razvojni program Gorenjske 2014–2020* (Regionalna razvojna agencija Gorenjske 2015) predvideva: a) destinacijski menedžment v obliki že vzpostavljene Razvojne destinacijske organizacije v upravljanju Turizma Bled, zavoda za pospeševanje turizma, b) oblikovanje integralnih

turističnih proizvodov, ki so edinstveni in upoštevajo tradicijo in sonaravnost, c) vključevanje naravne, kulturne in tehniške dediščine v turistično ponudbo in d) izboljšanje kakovosti turistične infrastrukture. Dokument nazadnje našteje še vse predvidene projekte na področju turizma, ki so načrtovaniza obdobje med leti 2014 in 2020 na Gorenjskem.

Kot dokument lahko razumemo, gre zgolj za podporo področju turizma, v obliki obstoječe Regionalne destinacijske organizacije, ki brez regionalnih usmeritev (in dolgoročnih ciljev) ustvarja (več)letni program. Organizacija pa se bolj kot nekim razvojnim akcijam posveča splošni promociji turizma regije.

6.2.3 Analiza Razvojnega programa občine Bled 2009–2020

Občina Bled je leta 2009 izdala strateški dokument *Razvojni program občine Bled 2009–2020* (Občina Bled 2009), ki se celovito loteva vseh pomembnih področij razvoja v občini, tj. družbe, gospodarstva in okolja. Dokument je bil v naslednjih letih večkrat dopolnjen in reevalviran. Občina v dokumentu poudari, da vključujejo načela trajnostnega razvoja v svoje politike in prakse (prav tu 2009, 36).

V nadaljevanju bomo povzeli vsebino in bolj podrobno izpostavili področja, ki se vežejo na razvoj trajnostno usmerjenega turizma.

6.2.3.1 Opredeljeni cilji in naloge lokalne razvojne strategije

Razvojni program občine Bled 2009–2020 poudarja, da je ena od temeljnih nalog lokalne samouprave skrb za uravnotežen razvoj, ki pa dotedaj ni bil načrtovan s celostnim razvojnim dokumentom, ampak so posamezna področja urejali različni področni programi. Kot novost v občinski politiki gre za t.i. »najvišji strateški dokument v hierarhiji razvojnih dokumentov, ki mu bodo sledili posamezni področni razvojni dokumenti in vsakokratni načrt razvojnih programov« (Občina Bled 2009, 5).
Dokument prednostne usmeritve razvoja občine opredeli s točkami: 1) zelena alpska občina, 2) vrhunska turistična destinacija, 3) vitalna občina, 4) učinkovito upravljanje in vodenje občine, ki so v dokumentu natančno razdelane na posamezne naloge.

V povezavi s temo tega dela velja izpostaviti podrobnejšo opredelitev prvih dveh usmeritev strateškega dokumenta, ki so si jih v občini Bled zastavili (Občina Bled 2009, 42–51):

1) Zelena alpska občina

Ta prednostna usmeritev se nanaša na:

a) varovanje jezera, jezerske sklede in vodotokov:

- zagotavljanje dotoka neoporečnih izvirskih in odpadnih voda,
- ustrezen varovalni režim na jezeru in ob obali ter rekah Savi Bohinjki in Savi Dolinki,
- ureditev javnih, urbanih in naravnih površin ob jezeru;

b) trajnostno usmerjene prometne politike:

- izgradnja razbremenilnih cest s preusmerjanjem tranzitnega prometa,
- ureditev občinskih cest do krajevnih središč, povečanje varnosti in dostopnosti z javnim prevozom,
- umik parkirnih mest od jezerske obale z izgradnjo parkirišč in parkirnih hiš;

c) kakovostno upravljanje s prostorom in varovanjem okolja:

- trajnostna in odgovorna prostorska politika,
- ravnanje z odpadki,
- zagotavljanje kakovostne in stalne oskrbe z vodo,
- izvajanje lokalnega energetskega koncepta.

2) Vrhunska turistična destinacija

Na tej točki se programi in ukrepi nanašajo na:

a) izkoriščanje naravnih in kulturno-ekoloških danosti:

- Blejski grad z novimi programskimi sklopi,
- oživljanje vaških jeder in vključevanje podeželskega turizma v ponudbo Bleda,
- krepitev ponudbe in programov v naravi;

b) razvoj športnih, rekreativnih in sprostitvenih programov:

- veslaški center in ciljna regatna arena Zaka na Bledu,
- nadgradnja športnega parka,
- ureditev širšega območja Ledene dvorane,
- rekreacijsko središče Straža;

c) razvoj konferenčnih, prireditvenih in razvedrilnih programov:

- posodobitev Festivalne dvorane,
- turistično-predstavitveno središče,

- igralništvo: selitev Casinoja,
- upravljanje prireditev.

Opredeljeni cilji so precej splošni in omejeni zgolj na načrtovane aktivnosti najmočnejših akterjev v občini, kot so Infrastruktura Bled, Zavod za kulturo Bled in seveda Občina Bled. Če bi bil trajnostni razvoj v ospredju interesov, bi bil vsak cilj podprt tudi s točkami, ki bi usmerjale v to smer.

6.2.3.2 Splošne ugotovitve lokalne razvojne strategije o stanju v občini

Kot pomembno ugotovitev stanja v občini dokument že v uvodu izpostavi povečevanje števila starejših, ki se na Bled priseljujejo in si želijo miru, in turizem kot najpomembnejšo in perspektivno gospodarsko dejavnost v občini.

Občina obsega 72,3 kvadratnega kilometra (0,4% Slovenije) in spada med manjše slovenske občine. Januarja 2008 je imela 8.189 prebivalcev in spada med občine z nadpovprečno gostoto poselitve (113,3 prebivalca na kvadratni kilometer). V primerjavi s Slovenijo ima tudi za odstotek manj prebivalcev, mlajših od 15 let in skoraj 3% več starejših od 65 let (Občina Bled 2009, 7).

Kot je razvidno iz razvojnega dokumenta občine, Bled nima urejenih javnih kolesarskih stez, ima pa 65 kilometrov sprehajalnih poti. Ocena ekološkega stanja Blejskega jezera je zmerna, za kar naj bi bili krivi prekomerni antropogeni pritiski iz pojezerja. Med pomembnejšimi so prekomerna obremenitev jezera s hranili, prekomerna urbanizacija in izraba obale, (ne)urejenost kanalizacijskega sistema na prispevnem območju jezera. Več kot 36% ozemlja občine spada pod Naturo 2000 in druga varovana območja.

Občina zbere za Slovenijo nadpovprečno količino odpadkov, kar je glede na številčnost turističnih objektov razumljivo. Na področju ravnanja z odpadki naj bi dosegala rezultate, ki jo uvrščajo med vodilne v Sloveniji. V občini so nad državnim povprečjem v številu visoko izobraženih ljudi. Zaznan je negativni naravni in selitveni prirast. Občina Bled je imela v letu 2007 (Občina Bled 2009, 17) več delovnih mest, kot delovno aktivnega prebivalstva.

Ugotavljajo, da je občina Bled s prometno infrastrukturo dobro dostopna, vendar znotraj občine, predvsem centra, neurejen promet že desetletja povzroča velike prometne težave (zastoje, obremenjevanje turističnega središča, nevarnost za pešce, šolarje in kolesarje, onesnaževanje jezera, hrup...). Z izgradnjo razbremenilnih cest proti Bohinju in Pokljuki ter povečanjem urejenih parkirnih površin naj bi se te težave omilile. V juniju 2017 je bil s strani Ministrstva za infrastrukturo po dolgoletnih prizadevanjih podpisan načrt za izgradnjo severne razbremenilne ceste, ki naj bi bila vzpostavljena do junija 2018.

6.2.3.3 Turizem v občini Bled

Razvojni program občine Bled (2009, 21) ugotavlja, da turizem v občini Bled neposredno prispeva 23% delovnih mest in 16% prihodkov, posredno pa še 1,75-krat toliko. Prispeval naj bi neposredno in posredno ca. 40% delovnih mest in ca. 28% vseh prihodkov v občini.

Število prihodov gostov se z leti povečuje, bivanje ima precejšnjo sezonsko značilnost, kar pomeni, da je velika večina nočitev ustvarjenih v toplejši polovici leta. Z leti se skrajšuje doba bivanja gostov. Gre za svetovni trend, za katerega je značilno tudi večje število krajših potovanj oz. počitnic. Struktura prenočišč v občini kaže, da je 68,8% vseh stalnih ležišč v hotelih, 10,3% pri sobodajalcih, 8,8% v kampu. Skupaj je bilo v avgustu 2008 na voljo 3.177 stalnih ležišč.

Dokument med najpomembnejše skupine turističnih proizvodov umešča (2009, 25): 1) odkrivanje narave in živeti z naravo, 2) velnes, lepota in zdravje, 3) kongresi in izobraževanje, 4) protokol in posebni dogodki, 5) kultura, 6) šport in rekreacija, 7) zima na Bledu, 8) zabava in prireditve in casino, 9) kulinarika in enologija.

Kot slabost v kraju (2009, 32) omenijo 1) konflikte med dejavnostmi v prostorskem razvoju: stanovanje/bivanje – proizvodna dejavnost – turizem, 2) zaostajanje v nadgradnji obstoječih in razvoju novih turističnih produktov, 3) neuravnotežena struktura ležišč, 4) premalo povezav med malimi in velikimi ponudniki, 5) pomanjkanje koncepta turizma, 6) pomanjkanje domačih kadrov za delo v turizmu, 7) neizrazita

ponudba v zimskem času, 8) premalo programov raznovrstne zabave, 9) šibka ponudba vrhunske kulinarike, 10) neizkoriščene blejske zgodbe (Rikli, Molnar) za turizem.

Med priložnostmi pa je globalni trend rasti in zavedanje o zdravem načinu življenja, zdravi hrani in vračanju k naravi. Poudarijo pomen povezovanja na regijski in mednarodni ravni ter skrb za ohranjanje kakovostnega prostora in dediščine, s pomočjo izvirne predstavitve in ponudbe obiskovalcem.

V turizmu dokument poudarja sledenje sodobnim trendom povpraševanja, povečevanje inovativnosti ponudbe ter organiziranosti in približevanje konkurenčnim turističnim krajem na področju infrastrukture. Med pomembnimi vidiki poudari večjo kakovost in inovativnost namestitvenih zmogljivosti, produktov in prireditev, pri čemer naj kvaliteta prevladuje nad kvantiteto.

Med cilje si zastavi tudi vzpostavitev osrednje povezovalne točke na regijskem turističnem področju (Julijske Alpe, Gorenjska), kar naj bi bilo mogoče s sedežem pokrajinskih ustanov na področju turizma in tudi z novim turističnoi nformacijskim centrom za Bled, Triglavski narodni park in Gorenjsko. Med mednarodnimi povezovanji omeni združenje Alpine Pearls in povezave s pobratenimi mesti v tujini.

6.2.3.4 Okolje v občini Bled

V dokumentu so kot slabosti na področju okolja imenovali (2009, 31): »Nedokončana izgradnja kanalizacije, onesnaževanje in obremenjenost prispevnega območja jezera, neurejena obala jezera in otoka, konflikti pri rabi jezera, neurejenost režima na obeh Savah, premajhna vključenost okoliških vasi, opuščanje tradicionalnega kmetovanja, neurejena vaška jedra, energetsko potratni javni objekti, vodovodni sistem je star in zahteva obnovo.«

Prioritete si zastavlja pri izgradnji obvoznih cest, ureditvi mirujočega in javnega prometa, ureditvi kolesarskih in urejenih pešpoti, ki naj bi izboljšale kakovost življenja v kraju. Sicer pa ocenjuje, da je občina zaradi turizma opremljena z nadstandardno infrastrukturo in storitvami, kar posledično prinaša kakovostnejše, a dražje življenje.

6.2.3.5 Vizija Bled 2020

Kot vizijo za Bled v letu 2020 zapišejo (Občina Bled 2009, 36): »BLED Imago paradisi. BLED Podoba raja. V naslednjem desetletju se bo občina Bled kot izjemen naravni in kulturni prostor Slovenije razvila v vrhunsko mednarodno destinacijo, ki bo omogočala visoko kakovost bivanja, poslovanja, dobro počutje in vsestranska doživetja.«

Dosego slogana *Podoba raja – Imago paradisi* vidijo tako, da: a) bo Bled postal stičišče in iniciator povezovanja bližnje in bolj oddaljene okolice. Prevzel naj bi povezovalno vlogo na destinaciji, v regiji in mednarodno; b) bo Bled dejavna in ambiciozna skupnost, razumevanje česar je povzeto v povedi: »Lokalno prebivalstvo daje dušo, identiteto in utrip kraju, zato morajo biti s pogoji življenja na Bledu v prvi vrsti zadovoljni domačini« (Občina Bled 2009, 35); c) bo Bled vrhunsko okolje, nadpovprečno in kakovostno na vseh področjih delovanja občine (turizem, infrastruktura, javne službe in javne storitve); d) skrbno, odgovorno oz. trajnostno ravnanje s prostorom. Pri tem so naravne danosti najpomembnejša prednost in vrednost Bleda na področju turizma.

6.2.4 Primerjanje razvojnih strategij na nacionalni, regionalni in lokalniravni

Vse tri strategije poudarjajo, da je pomemben trajnostni razvoj turizma. Nacionalna strategija poleg smernic ponuja tudi sistemska prizadevanja za spodbujanje tovrstnega razvoja. Regionalna razvojna strategija je za področje turizma morda še najmanj obširna. Zastavila si je cilj: narediti Gorenjsko za eno od najbolj prepoznavnih kolesarskih destinacij, čeprav je v tem trenutku cestnemu kolesarstvu namenjena le peščica urejenih kolesarskih stez, druge kolesarske poti pa z oznakami vodijo po glavnih cestnih prometnicah. Ker ugotavljajo, da bo finančna sredstva za izgradnjo urejenih kolesarskih poti v prihodnjih letih težko pridobiti, je ta cilj precej vprašljiv oziroma bi bilo treba razviti načrte za radikalno ureditev avtomobilskega prometa na cestah, ki naj bi bile hkrati namenjene (varnemu) kolesarjenju.

Tako kot nacionalna raven ugotavlja, da je treba ponujati butično ponudbo, pisano za vsakega posameznika, in ne množični turizem. Lokalna razvojna strategija močno

poudarja trajnostni razvoj na področju turizma, še posebej glede javne infrastrukture in prometne ureditve. Poudarek pa daje tudi povezovanju med akterji v kraju.

Med nacionalnim, regionalnim in lokalnim razvojnim dokumentom ni izrecnega sklicevanja na enega ali drugega, kar na prvi pogled ne kaže posebne povezanosti. Je pa res, da vsi poudarjajo medsebojno povezovanje na teh treh ravneh. Moč pa je tudi zaznati, da se vsaj na poglavitnih smernicah razvoja med seboj ujemajo. Gre za smernice, ki jih v prvi vrsti zastavlja nacionalna raven s sloganom *Zelena, aktivna, zdrava Slovenija*, s kakovostnimi turističnimi produkti in turistično ponudbo, oblikovano po meri posameznih turistov. Skupni cilj je torej kakovostna turistična ponudba za butične turiste, in ne množični instantni turizem.

6.3 Pregled stanja trajnostnega razvoja turizma na Bledu

Analiza trajnostnih turističnih produktov na Bledu je bila opravljena na podlagi pregleda statističnih podatkov, uradnih dokumentov turističnih subjektov in medijev, lokalnih, s turizmom povezanih akterjev ter z opazovanjem z udeležbo. Drugi del pa je vključeval intervjuje, ki so predstavljeni v naslednjem poglavju.

Ugotovitve prvega dela so naslednje (primeri v prilogi C):

1) Nastanitveni objekti

a) Ekološki turistični kompleks **Garden Village Bled** (http://gardenvillagebled.com/) deluje od junija 2014. Nahaja se na območju zapuščene vrtnarije v naselju Mlino ob potoku Jezernica, ki izteka iz Blejskega jezera v Savo Bohinjko. Njihova ponudba vključuje možnost sezonske nastanitve (april–oktober) višjega cenovnega razreda v petnajstih šotorih, šestih hiškah na drevesu in dveh apartmajih. Gostje lahko v turističnem kompleksu sami naberejo plodove sadnih dreves in grmovnic, začimbe in zelenjavo, ki jo tam gojijo z namenom samozadostnega bivanja. Restavracija *Vrtnarija* v sklopu turističnega kompleksa ponuja slovensko oziroma lokalno hrano in zelenjavo, ki jo pridelajo sami. Ponudba turističnega kompleksa pa vključuje tudi trgovinico z lokalnimi izdelki, možnost kopanja v potoku Jezernica in biotopu, velnes knajp terapijami, masažami in savno, družabne prostore, animacijo za goste, ki

vključuje ribolov, animacijo za otroke, meditacijo in nirvana fitnes, izposojo koles in vožnjo z eko avtomobilom.

b) **Camping Bled** leži na zahodni strani Blejskega jezera in je uvrščen v najvišjo kategorijo kampov. Je ekološko usmerjen in ima certifikat za kolesarjem prijazen kamp. Njegova ekološka ponudba vključuje (Camping Bled): Vasico Gozdnih vil, s katero so postali prvi ponudnik »glamuroznega« kampiranja v Sloveniji. Bivanje v stiku z naravo v hiškah, narejenih iz ekološkega neobdelanega macesnovega lesa in dodatno ponudbo, ki vključuje velnesv vročih kopelih, savnah, kulinaričnih storitvah. Za projekt so prejeli že številne nagrade za inovativnost, kot so Nedelova Sončnica 2012, nagrada Jakob 2012, Priznanje za kakovostno in inovativno ponudbo Turistične zveze Slovenije 2011 in Snovalec 2010. Njihova trajnostna prizadevanja je moč prepoznati na naslednjih primerih:
   - Družinski glamping – mobilne hišice iz lesa in naravnih materialov,
   - »košnja trave« s pomočjo paše z ovcami,
   - sistem strežbe znotraj kampa e-butler,
   - odmera in prizadevanja za izboljšanje ogljičnega odtisa na obiskovalca.

c) **Družinski hotel Savica** – del turistične nastanitvene verige Sava Hoteli Bled je nosilec EU certifikata Zelena marjetica in Slovenia Green Accommodation (Sava Hoteli Bled).

d) **Hotel Astoria**– šolski hotel v državni lasti je nosilec EU certifikata Zelena marjetica in Slovenia Green Accommodation. Med pomembnejšimi prizadevanjiza ta certifikat so uporaba naravnih virov sončne energije, deževnica za sanitarne prostore in zalivanje zelenih površin, ogrevanje z zemeljskim plinom, električna polnilnica za električna vozila, ozelenitev strehe hotela in okolice hotela.

e) **Hotel Ribno** je jeseni 2016 postal prvi Zero Waste hotel v Sloveniji. Prizadevanja hotela v okviru projekta Zero Waste Slovenija bodo v zmanjševanju količine odpadkov, njihovi ponovni uporabi in reciklaži (Blejske novice 2016).

f) **Glamping Ribno** – Hotel Ribno je prepoznal trend v turističnem segmentu, ki poudarja preživljanje počitnic v naravi in po vzoru že dveh ponudnikov v letu 2016 postavil območje v parku ob hotelu, kjer ponujajo šest udobnih hišk za kampiranje.

2) Kulinarična ponudba

a) **Restavracija 1906** – lasten zeliščni vrt, lokalne (slovenske) sestavine in jota.
b) **Restavracija Panorama** – daje poudarek slovenskim jedem. Glede sestavin se vsaj uradno ne opredeli.
c) **Restavracija Grill** (Hotel Lovec) ima v ponudbi slovenske jedi, pripravljene iz lokalnih sestavin in sezonsko kulinarično ponudbo. Svojo ponudbo oglašujejo tudi s sloganom 0 km 100% okus (0 km, 100% taste).
d) **Restavracija Vrtnarija** – njihova ponudba vključuje jedi, pripravljene iz lokalnih živil. Nekatere od njih pridelajo tudi sami.
e) **Turistične kmetije** – vsaj del kulinarične ponudbe pridelajo sami oziroma pripravijo iz domapridelanih sestavin.

   Številni hoteli imajo v svoji penzionski kulinarični ponudbi izpostavljeno lokalno (slovensko) hrano, v obliki lokalnega kotička pri samopostrežni obliki serviranja hrane ali kot del a la carte ponudbe.

3) Zeleni prevozi

a) **Najem koles** je možen na številnih lokacijah (informacijski center, turistične agencije, hoteli in drugi ponudniki). Dopolnjuje ga ponudba najema električnih koles (v letu 2017 so jih ponujali na TIC Bled, Infocenter Triglavska roža Bled, agencija Helia in agencija Pr1mo Tours).
b) **Turistični vlakec** ponuja prevoz okoli Blejskega jezera v toplejši polovici leta.
c) **Prevoz s kočijo**, kjer gre za tradicijo fijakarjev. Konjska vprega goste lahko popelje okoli Blejskega jezera ali na poljuben izlet v kraju.
d) **Vožnja s plovili po jezeru**. Blejsko jezero prepoveduje vožnjo z motornimi vozili. Možno se je po njem voziti s tradicionalnim lesenim vozilom, pletno, z linijskim prevozom z ladjo na električni pogon, lesenimi čolni, kajaki, supi in veslaškimi čolni.
e) **Hop-On, Hop-Off turistični avtobus** obratuje na določene dni v tednu v juliju in avgustu od leta 2014 na relacijah: a) Bled–Radovljica–Kropa–Radovljica–Bled, b) Bled–Radovljica–Begunje–Brezje–Radovljica–Bled, in c) Bohinj–Pokljuka. V letu 2015 je bila vzpostavljena povezava Bled–Pokljuka, ki je bila v letu 2016, zaradi dolgotrajnega popravila državne ceste na Rečici pri Bledu, ukinjena in v letu 2017 ni bila ponovno vzpostavljena. Pri projektu Hop-on, Hop-

off turistični avtobus gre za javno-zasebno partnerstvo avtobusnega prevoznika in zavodov za turizem Bled, Bohinj, Radovljica in Triglavskega narodnega parka. Poleg spodbujanja javnega prevoza in s tem varovanja okolja gre pri projektu tudi za spodbujanje obiskovanja naravno in kulturno zanimivih krajev v okolici Bleda, ki so turistično nekoliko manj obiskani, vendar izredno pomembni za celovito trajnostno turistično ponudbo.

f) **Polnilne postaje za električna vozila**. Javna polnilna postaja je na parkirišču pod Hotelom Krim, sicer pa so v ponudbi pri gospodarskih subjektih Hotel Astoria, ter Garden Village Bled, v letu 2017 pa je polnilno postajo za električna vozila v svojo ponudbo dodal še Hotel Golf.

g) **Javni avtobusni prevoz do Blejskega gradu in soteske Vintgarja** izvaja v poletni turistični sezoni zasebni ponudnik prevozov (Alpetour).

4) Javna infrastruktura

a) Parkirni režim

Občina Bled zadnjih nekaj let uveljavlja prizadevanja, da bi obiskovalci Bleda parkirali na parkirnih mestih, ki so nekoliko bolj oddaljena od obale Blejskega jezera. To želijo spodbuditi s številčnostjo parkirnih mest na obrobju in časovno omejitvijo ter višjo ceno parkiranja ob obali jezera v središču Bleda.

b) Gradnja razbremenilnih cest

Občina Bled si že dolga leta prizadeva za izgradnjo severne in južne razbremenilne ceste, ki bi zmanjšala promet ob jezerski obali in v središču Bleda. Do leta 2017 ji je uspelo odkupiti vsa zemljišča, po katerih bo potekala trasa severne razbremenilne ceste. V juniju 2017 je bil s strani Ministrstva za infrastrukturo podpisan sporazum o sofinanciranju severne razbremenilne ceste, gradnja katere naj bi potekala od konca junija 2017 do junija 2018. Pri projektu južne razbremenilne ceste Občina Bled že nekaj let odkupuje zemljišča na trasi, kjer naj cesta potekala. Za zaključek odkupa oz. pridobitve vseh zemljišč utegne poteči še nekaj let. Ko bo ta postopek končan, pa bodo sledila pogajanja s pristojnim ministrstvom za sofinanciranje izgradnje.

c) Upravljanje z odpadki

Občina Bled je prek svojega podjetja za ravnanje z odpadki Infrastrukturo Bled konec leta 2014 pristopila k projektu **Zero Waste** Slovenija, ki ga koordinirajo Ekologi brez meja. Z vključitvijo želi občina trajnostno upravljati z odpadki. V

letu 2015 so tako okoli jezera posodobili javne koše za odpadke. In sicer so uvedli ločevalne koše. Občane k takšnemu načinu življenja, ki bi pripomogel k izboljšanju okolja, pozivajo s publikacijami in informiranjem v občinskem glasniku *Blejske novice*. V prihodnosti pa želijo svoje poslanstvo na tem področjurazširiti še na gospodarski sektor turizma, ki v občini prispeva več kot polovico vseh odpadkov (Brun 2017).

Nekaj korakov v tej smeri je za radijski intervju (Radio Slovenija 2017, 20. 1. 2017) v začetku leta 2017 naštel direktor Infrastrukture Bled, Janez Resman: »V občinah Bled in Gorje ločujemo prek 75% vseh odpadkov.« Kot največji problem izpostavi turizem, ki po njegovem mnenju še ni sprejel koncepta zerowaste. Prihodnost v tej smeri, poleg dobrih praks s postavitvijo ločevalnih košev za odpadke ob poti okoli Blejskega jezera, vidi v boljšem informiranju. Polega prvega zerowaste hotela v Sloveniji, ki jim ga je v okviru projekta uspelo pridobiti na Bledu, želijo prizadevanja razširiti še na sobodajalce in gostišča v kraju. Prav tako želijo v novem nakupovalnem centru postaviti zerowaste kotiček. Sicer pa med načrti za leto 2017 opiše predlog za Camping Bled: »Vsak gost bo dobil vrečko za biološke odpadke in zloženko..., kako se na Bledu smeti ločujejo.« Na področju informiranja je želja naslednja: »Načrt je tudi ta, da se v vseh turističnih publikacijah Bleda oglašuje tudi zerowaste destinacija, da gost, ko pride na Bled, takoj zazna, da je stopil v neko drugo okolje, in se temu prilagodi.« Med željami je, da bi turisti v prihodnosti kupovali manj embalaže, manj plastenk in raje točili vodo iz pipe. Skupaj z Občino Bled naj bi postavili tudi nekaj 'pitnikov'. Za konec pa povzame: »Naš cilj je..., da bo čez nekaj let, ko bo turist prišel na Bled, res tukaj pustil ... samo odtis svojih stopal... na potki okoli jezera.«

d) **Urejanje javnih površin v središču Bleda** (sprehajalnih poti in parka ob Blejskem jezeru)

V sklopu aktivnosti, zastavljenih v strategiji razvoja občine Bled, je tudi ureditev jezerske obale in parka v središču Bleda. Med opaznejšimi prijemi v trajnostnem smislu so zasajanje medovitih trajnic na javnih gredicah v občini, postavitev učnega čebelnjaka v Zdraviliškem parku, pri čemer morda pogrešamo javno interpretacijo teh prijemov (npr. informacijska tabla ob čebelnjaku, ki bi pojasnjevala, zakaj so se odločili za tovrstno zasaditev, saj vizualno te rastline

prek celotnega leta niso tako atraktivne kot klasične sezonske cvetlice, ki se običajno sadijo na gredice na javnih prostorih), da bi jih razumeli tudi obiskovalci, ne le občani, ki o teh prijemih izvejo prek lokalnih glasil.

e) Grajsko kopališče Bled

Od leta 2002 je nosilec mednarodnega okoljskega znaka Modra zastava.

5) Informacijska dejavnost

Informacijska dejavnost v turizmu na Bledu je omejena na dva turistično informacijska centra, ki skrbita tudi za ozaveščanje, informiranje oziroma spodbujanje trajnostnega obnašanja v občini in spodbujanja trajnostnih praks.

V obdobju opazovanja so to opravljali le ustno, prek informatorjev, ki gostom, ki se zanimajo za tovrstno ponudbo, ponudijo informacije. V podporo jim je le peščica tiskanega informacijskega gradiva: promocijska brošura Alpskih perl, Vozni redi v Alpah, ki jo vsako leto izda Cipra, in predstavitvena brošura Triglavskega narodnega parka, ki ozavešča o omejitvah in primernem obnašanju ob obisku le-tega.

Morda bi v prihodnje, predvsem, če je trajnostni razvoj turizma prednostna naloga v občini, tovrstno ponudbo in prizadevanja komunicirali še na druge načine (prek plakatov, tiskanih medijev, informacij na uradni turistični spletni strani kraja www.bled.si).

Na javnih površinah za informiranje skrbijo tudi obveščevalne table, vendar nobena od njih ne poudarja trajnosti. Znotraj kraja se trajnost komunicira predvsem prek lokalnega glasila, v katerem komunalno podjetje Infrastruktura Bled občane spodbuja in ozavešča o trajnostnem ravnanju z odpadki in vodo.

6) Trajnostno usmerjena turistična združenja

Bled je kot edini slovenski predstavnik vključen v trajnostno usmerjeno turistično združenje **Alpine Pearls**. V začetku leta 2017 se je Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma, vključil v postopek za pridobitev znamke **Slovenia Green Destination**.

7) Druga ponudba

Na področju kongresnega turizma največja in najvidnejša prizadevanja v smeri trajnostnega turizma kažejo Sava Hoteli Bled (Sava Hoteli Bled).

Na trgovskem področju so med najbolj opaznimi trajnostnimi primeri trgovina Trešpank, ki ponuja inovativne reciklirane izdelke, mlekomat, kjer lokalna kmetija Mulej ponuja neobdelano sveže mleko in lokalne mlečne izdelke ter Triglavska tržnica, na kateri enkrat mesečno svoje pridelke ponujajo kmetje iz okoliških krajev.

6.4 Študija primera: ekološki turistični kompleks Garden Village Bled

Ekološki turistični kompleks Garden Village Bled se nahaja v vasi Mlino v občini Bled in je le nekaj sto metrov oddaljen od Blejskega jezera. Postavljen oziroma odprt je bil leta 2014 na območju zapuščene vrtnarije, kar je dve leti za tem, ko se je v Sloveniji postavila prva glamping vasica v Campingu Bled. Naselje obsega ponudbo razkošne nastanitve v hišicah na drevesih, šotorih in apartmajih. Ob samoočiščevalnem bazenu oziroma ribniku z izvirsko vodo, ki je namenjen tudi kopanju, se nahajajo restavracija, otroško igrišče, recepcija, apartmaji, skupni prostor ob odprtem ognjišču in sanitarni blok. Ob potoku Jezernica, ki izteka iz Blejskega jezera,so gostom na voljo plaža, savne, prostor za meditacijo, masaže in telovadbo. V svoji promociji pogosto omenjajo možnost različnih športnih aktivnosti na rekah in v Triglavskem narodnem parku. Gre za zasebnoinvesticijo, pri kateri so v naravno okolje premišljeno umestili turistično infrastrukturo, kjer je glavni poudarek na naravi prijaznih materialih in drugih trajnostnih pristopih, kot so toplotna črpalka, fotovoltaična energija, polnilnica za električna vozila, lastna pridelava sadja in zelenjave. Turistično naselje je odprto od 1. aprila do 31. oktobra in privablja predvsem premožnejše tuje goste (priloga B).

V avgustu in septembru 2015 je bilo izvedenih pet intervjujev, v aprilu in maju 2017 pa še dva intervjuja z izbranimi ključnimi predstavniki na področju raziskovanja:

Sogovornik 1: predstavnica ekološkega turističnega kompleksa Garden Village Bled, Bled, 31. 8. 2015

Sogovornik 2: župan Občine Bled, Janez Fajfar, Bled, 2. 9. 2015

Sogovornik 3: Nika Morič, Sava hoteli Bled, Bled, 5. 9. 2015

Sogovornik 4: Eva Štravs Podlogar, državna sekretarka na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo; nekdanja direktorica Turizma Bled, Bled, 5. 9. 2015
Sogovornik 5: turistični delavec (anonimni, Bled, 5. 9. 2015)
Sogovornik 6: okoljevarstvenik Martin Šolar (WWF Adria; nekdanji direktor javnega zavoda Triglavskega narodnega parka, Bled, 30. 4. 2017)
Sogovornika 7 in 8: gosta ekološkega turističnega kompleksa Garden Village Bled (anonimna, Bled, 14. 5. 2017)

Intervjuji so bili izvedeni z delno strukturiranimi vprašalniki, ki so se od sogovornika do sogovornika razlikovali. V nadaljevanju navajam ključne odgovore, ki so povzeti v tej analizi.

6.4.1 Pogled na razvoj trajnostne turistične ponudbe na Bledu

a) Pogled na trenutno stanje razvoja trajnostnega turizma na Bledu

Nekateri sogovorniki so dejali, da se je na Bledu pri razvoju trajnostnega turizma že nekaj naredilo, večina pa meni, da je pred njimi še dolga pot.

Čisto vsi so kot prioriteto tovrstnega razvoja v kraju poudarili **ureditev prometnih razmer** (izgradnja obvoznic in ureditev parkirišč).

> S1: »Slabosti vidim v pomanjkanju parkirišč, prometnih razmerah...«
>
> S2: »Občina Bled si prizadeva za ureditev dveh obvoznic, kar je eden od najzahtevnejših projektov občinske razvojne strategije. Brez njih trajnostnega razvoja na Bledu ne more biti, saj je nedopustno, da je ob samem jezeru toliko prometa.«

Občina Bled je med leti 2014 in 2016 preuredila parkirni režim v občini in dodala nekaj parkirišč na Seliški cesti, ki so od jezerske obale oddaljena približno deset minut hoje in so za večino obiskovalcev kraja umeščena takoj ob vstopu v kraj (večina cestnega prometa na Bled pride po državni cesti Lesce–Bled).

Dologoletna prizadevanja Občine Bled so v letu 2017 pripeljala do državne podpore pri izgradnji le ene od načrtovanih razbremenilnih cest na Bledu. Dela naj bi bila

zaključena v letu 2018. Južna razbremenilna cesta, ki je najpomembnejša za trajnostni razvoj Bleda, pa ostaja brez (finančne) podpore države.

S2: »Država nam do sedaj ni bila v veliko oporo pri obeh razbremenilnih cestah.«

Drugo področje ureditve prometnega režima zadeva plovbo po jezeru, ki je vezana predvsem na poletne mesece, ko je na jezeru zaznati velike obremenitve tako s strani plavalcev kot plovnih sredstev (pleten, čolnov, kajakov, kanujev, supov...).

S2: »Ena izmed pomembnejših nalog v tem trenutku je ureditev plovbe na jezeru.«

S2: »Želimo si varovati jezero in okolico.«

Kot glavna težava pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu je prepoznan neurejen prometni režim, ki v prvi vrsti vključuje željo po razbremenilnih cestah, ki bi omilile zastoje v središču mesta in promet umaknile z jezerske obale. Druga stvar je vzpostavljanje vodnega prometnega režima, ki bi preprečil preobremenjenost jezera. Tretja je parkirni režim, ki je v preteklih letih na obrobje središča mesta umestil nekaj večjih parkirišč, v prihodnosti pa želijo z neposredne obale v središču mesta popolnoma umakniti parkiranje (jezerska promenada med Festivalno dvorano in Hotelom Park naj bi v prihodnjih letih doživela popolno prenovo, ki bo dajala prednost mehkim oblikam mobilnosti in prireditvam). Občina Bled je v preteklem letu tudi omejila vožnjo z avtobusi. Ti zdaj več ne morejo voziti okoli Blejskega jezera. Zanje je namreč prepovedan promet med Veliko Zako in železniško postajo Bled Jezero.

V prihodnosti bi lahko z željo po trajnostnem razvoju razmišljali o dodatnih načinih spodbujanja mehke mobilnosti, da bi kar se da zmanjšali motorni promet skozi Bled. Tudi po izgradnji obeh razbremenilnih cest in vzpostavitvi glavnine parkirišč na robu mestnega središča bi lahko uvajali dodatne trajnostne prijeme, s spodbujanjem kolesarjenja, hoje, prevozi po kraju s trajnostnimi (danes večinoma električnimi) prevoznimi sredstvi (npr. električno vozilo na poziv za gibalno ovirane) in uvedbo žičnice na Blejski grad, ki bi omejila motorni promet na grajski hrib.

Če se odmaknemo od teme prometne ureditve na Bledu, je na Bledu premalo trajnostnih turističnih programov. Možnosti za to sogovornik 6 vidi v programih, vezanih na Triglavski narodni park:

S6: »Leta 1999 smo delali strategijo marketinga turizma v Julijskih Alpah. In takrat so v skupnosti Julijskih Alp prvič prepoznali, da je Triglavski narodni park lahko osrednja vrednota ponudbe.«

Bled je namreč najpomembnejša vstopna točka za Triglavski narodni park.

S6: »Skozi Bled prihaja 55% obiskovalcev parka, ki jih je po nekih ocenah 2,5 milijona letno.«

b) Ponudba

Večina sogovornikov je prepoznala vsaj nekaj obstoječe trajnostne turistične ponudbe v kraju.

S1: »Menim, da je ponudbe na področju trajnostnega turizma dovolj in da se ljudje zelo trudijo.«

S2: »Trajnostna ponudba v kampu (Bled op. p.) je izvrstna.«

S3: »Je nekaj ponudnikov, ki prebijajo led in se trudijo razvijati trajnostni turizem...«

S6: »Ali sploh vemo, kaj vse kraj ponuja?Programsko vidim še veliko rezerve.Glavne turistične točke na Bledu, grad, kremšnita, niso trajnostne.«

Čeprav so več primerov trajnostne turistične ponudbe znali navesti le redki.

S3: »Sami imamo zeleno ločevanje odpadkov, energijo, označevanje, letaki, animacijo za otroke... Veliko delamo na zeleni ponudbi.«

S4: »Na Bledu lahko pohvalimo vse tiste, ki so pridobili certifikat eko marjetice, Infocenter Triglavska roža Bled z usmerjanjem in ozaveščanjem, Garden Village, Hop-on Hop-off turistični avtobus, vključevanje v združenje Alpske perle...«

S5: »Menim, da smo na Bledu pri razvoju trajnostnega turizma še precej na začetku. Zdaj se s parkirnim režimom in javnim prevozom hop-on in off šele začenjamo razvijati v to smer.«

S6: »Bled se trudi urejati promet, se trudi urejati parkirišča, je čist, vendar več kot tega v smeri trajnostnega razvoja ne vidim.«

Čeprav je trajnostno usmerjene turistične ponudbe na Bledu kar nekaj, pa glede na odgovore večine sogovornikov ta žal ni dovolj prepoznana. Morda bi jim z boljšim komuniciranjem in skupnimi turističnimi programi, ki bi tovrstne napore združevali v neke celovite produkte, uspelo med splošno javnostjo, ki je kakorkoli povezana s turizmom na Bledu, doseči večjo prepoznavnost in zavedanje o pomembnosti le-te. Vsekakor pa bi bilo dobrodošlo, da bi se ta ponudba nadgrajevala, dopolnjevala in predvsem sodelovala med seboj. Navsezadnje si razvojni načrt občine Bled (Občina Bled 2009) kot cilj zastavlja trajnostni razvoj občine.

c) Predlogi

Med predlogi za razvoj trajnostnega turizma na Bledu so bile s strani intervjuvancev podane naslednje pobude:

a) pobuda po krovnih usmeritvah in podrobnih strategijah razvoja turizma v kraju:

> S6: »Ali ima na primer Blejski grad narejen *visitor management* plan v smislu nosilne kapacitete ali si želi le vedno več gostov?«

b) pobuda k boljšemu informiranju in sodelovanju med akterji:

> S4: »Podajanje informacij in sodelovanje med akterji je zelo pomemben del, na podlagi katerega se lahko dela v isto smer. Pri tem imamo še kar nekaj dela.«
>
> S6: »V preteklosti sem imel vizijo izoblikovati poldnevni program obiska Bleda, ki bi povezoval Blejski grad in sotesko Vintgar v Triglavskem narodnem parku. Zdaj je preveč turistov, ki na Bledu obiščejo zgolj grad in ne ostanejo v kraju niti pol dneva.«

c) pobuda k večji ponudbi javnih prevozov

S5: »Menim, da bi morali še veliko narediti na javnih prevozih, več povezav z avtobusom npr. do soteske Vintgar, vzpostavitvi obvoznic za razbremenitev obale...«

S5: »Prav bi bilo, da bi centralno parkirišče imelo možnost prevoza za tiste, ki ne morejo hoditi 10 minut peš do jezera.«

d) pobuda po turistični ponudbi, ki je skladna z željami lokalnega prebivalstva:

S3: »Moje mnenje je, da so bistvo potovanj avtentična izkustva, stik z lokalnim. Razvoj samega kraja mora biti prilagojen prebivalcem, saj le če so oni srečni in na določen način živijo, jim gostje sledijo.«

e) pobuda po izboljšanju stanja pohodniških poti:

S6: »Pohodniške poti na Bledu so trenutno v zelo slabem stanju. To je dodatna ponudba, ki bi jo ta kraj moral imeti, a je danes malce zanemarjena. To je bila ena od vedut Bleda od Riklijevih časov naprej.«

f) pobuda za oblikovanje z naravo povezanih turističnih produktov:

S6: »Jaz menim, da bi na Bledu lahko dodali ponudbo urejenih rekreacijsko-sprostitvenih območij ob vodi, ki so namenjena tudi piknikom. Dodatne bi jaz videl ob bajerju v Ribnem in v Radovni pri jezeru Kreda.«

g) pobuda za primerjanje in učenje iz dobrih praks drugod:

S6: »Za kreiranje trajnostnih turističnih programov je dober primer Turizem Bohinj.«

d) Prihodnost

Večina sogovornikov na prihodnost razvoja turizma na Bledu gleda pozitivno. Pri tem upanje za največje spremembe vežejo na prometno ureditev kraja, sicer pa si želijo dvigovanje kakovosti turistične ponudbe, urejeno središče kraja in kraj, ki bi bil prijazen domačinom. Izražajo željo po prepoznavanju zelenih smernic v razvoju turizma med gospodarstvom, tako pri razvoju produktov kot pri prenovah turističnih objektov, več komuniciranja med deležniki in informiranja ter več javnih prevozov.

S2: »Z nalogami v strategiji, kot so obvoznice, nova parkirišča in ureditev priobalnega pasu in promenade, bomo jezero razbremenili prometa, s čimer bomo zelo pripomogli k trajnosti Blejskega jezera.«

S2: »Verjamem, da bo umik prometa stran od jezera izredno pripomogel hkakovosti življenja, vrednosti nepremičnin in da bo takrat Bled šele zaživel.«

S2: »Menim, da bo šel razvoj na bolje, predvsem po vzpostavitvi obvoznic. To bo omogočilo prihod kakšnih novih vsebin.«

S2:»Predvidevam, da se bodo na podlagi vseh nagrad in priznanj, ki jih Bled dobiva, glavni turistični ponudniki zavedali, da je treba dvigovati kvaliteto svoje ponudbe in s tem povezano ceno, raven storitev, zadovoljstvo gostov in osebja.«

S4: »Ločevanje odpadkov, prizadevanja za obvoznico, zapiranje središča mesta oz. omejitev prometa tam.«

S4: »Vsi v kraju bi morali podpreti prizadevanje za umik prometa stran od jezera, ureditev komunalnih voda, obnove turističnih objektov po nacionalni zeleni shemi.«

S4: »Za prihodnost nam ostaja še precej dela. Imamo dobro zastavljene cilje. Najbolj pomembna je osebna komunikacija, navzvenlahko komuniciramo tudi prek tiskovin, vendar je osebna komunikacija bolj pristna in se nas bolj dotakne.«

S4: »Občino Bled čez deset let vidim kot urejeno, eko, trajnostno, v zadovoljstvo lokalnega prebivalstva in obiskovalcev.«

S5: »V prihodnosti bi si želela, da bi se promet umaknil od obale jezera in več javnih prevozov, več povezanosti nastanitev s skupnim sistemom.«

S6: »Obvoznica je zagotovo zgodba, ki bi tu morala imeti prihodnost.«

S6: »Treba bi bilo dodati zelene ureditve, počivališče, piknik prostor, še kakšen privatni kamp.«

S6:»Nastanitve pa bi se morale razvijati v smislu izboljšanja okoljskega delovanja, racionalna bi morala biti poraba vode, načini ogrevanja; manjša poraba energije in vode. Da bi čez nekaj let lahko vsak hotel rekel, da je eko hotel. K tem standardom bi morali iti.«

S6:»Tretja nezanemarljiva stvar pa je arhitekturno umeščanje v prostor.«

S7: »V prihodnosti bi bilo lepo, če bi na Bledu uredili promet tako, da ne bi bilo tako veliko avtobusov, saj dajejo občutek, da je v majhnem mestu veliko

turizma. Morda bi bilo fino, če bi bilo več električnih vozil, ki bi bila bolj povezana z naravo, ki jo Bled v prvi vrsti ponuja.«

S8:»Všeč bi nama bilo, če bi bile pohodniške poti dobro označene in prilagojene za angleško govoreče.«

Večina sogovornikov je med željami za prihodnji razvoj Bleda izpostavila urejen prometni režim, ki je pretežno vezan na razbremenilni cesti. Poudarek je bilo čutiti tudi na pripravi vsebin, ki bodo v prvi vrsti služile domačinom (prireditve, javni prevozi, piknik prostori, rekreacijska infrastruktura). Odgovori so bili optimistični glede prihodnosti pogledov na razvoj kraja v trajnostni smeri.

6.4.2 Povezanost trajnostne turistične ponudbe na Bledu

Če upoštevamo mnenja intervjuvancev, lahko rečemo, da je povezanost trajnostne turistične ponudbe še precej ohlapna.

S1: »Povezovanje med turističnimi akterji v kraju je zelo pomembno, vendar je kdaj preveč škodoželjnosti in samozadostnosti.Želim si več povezanosti in organiziranosti med nami.«

S2: »Povezovanje med akterji v kraju je izjemno pomembno za razvoj trajnostnega turizma. Problem vidim v lastništvu hotelov, saj gledajo preveč kratkoročno na profit. Lokalno prebivalstvo je povabljeno, da se vključuje v vse segmente trajnostnega razvoja pri pripravah strategij...«

S3: »V Campingu Bled se povezujemo z vsemi, ki delujejo na področju trajnosti, zelenega. Gostje se veliko poslužujejo trajnostnih produktov in mehke mobilnosti v kraju.«

S3: »Povezovanje znotraj destinacije je izjemno pomembno. Pri poslovanju dajemo prednost lokalnemu gospodarstvu, pri obrtnikih, zaposlenih in kulinaričnim lokalnim produktom. S tem krepimo tudi občutek povezanosti lokalnega prebivalstva in turizma.«

S3: »Sicer pa se seveda povezujemo tudi s turističnim gospodarstvom, glede na interese gostov, ki jim priporočamo obiske in dejavnosti znotraj kraja.«

S4: »Imamo kar nekaj lepih primerov trajnostnega turizma na Bledu, vendar za marsikatere, z željo, da bi res zaživeli, potrebujemo tisto več. To ponudbo

komunicirati med seboj med deležniki na lokalni ravni in ponotranjiti željo po tovrstnem razvoju ter jo prenesti oz. nad tem navdušiti goste.«

S4: »Komunikacija je ključna pri razvoju turistične ponudbe in razvoju v tej smeri. Vsak občan in akter v turizmu mora verjeti in delovati trajnostno, da bomo dosegli skupaj zastavljene cilje.«

S4: »Turizem Bled ima za partnerje vse turistične deležnike, strategija se sestavlja skupaj z njimi.«

S4: »Turizem se na Bledu močno dotika lokalnega prebivalstva, ki se mu predvsem v vaseh zdijo marsikdaj bolj naklonjeni kot v samem središču. Večkrat to prepoznajo kot dodaten ali edini vir preživetja. Možnost služb daje tudi mlademu lokalnemu prebivalstvu možnost, da ostanejo doma.«

S5: »Povezovanje v kraju se mi zdi izredno pomembno.Na povezovanju se je na Bledu precej naredilo v preteklem času.«

S5: »Vključitev v Alpske perle se zdi lep primer trajnosti, vendar če tega niti domačini ne poznajo, potem ostane le pri lepi brošuri na pultu.«

S6: »Slabost v današnjem stanju turistične ponudbe na Bledu vidim v pomanjkanju idej in kreativnosti kot tudi v povezovanju. Morda je tudi na strani naravovarstvenikov nekakšen odpor do povezovanja s turizmom.«

S6: »Povezovanja je znotraj turističnega segmenta na Bledu premalo.Vsak gleda le nase.«

Kljub temu da je prepoznanih nekaj dobrih praks povezovanja znotraj kraja, ga je vsaj znotraj turizma bistveno premalo. Nekaj sogovornikov je izpostavilo problem samozadostnosti v gospodarstvu, ki naj bi omejevala željo po povezovanju. Slednjega prevečkrat vidijo kot nekaj, kar bi jim lahko celo škodovalo, če bi se na primer nekdo želel okoristiti na njihov račun. Podana je bila tudi zaskrbljenost nad tem, da ni dovolj povezovanja med naravovarstvom in turizmom, ki bi lahko ustvarilo kakovostne trajnostne programe. Tema povezovanja je tako zelo boleča točka, na kateri bo treba še veliko narediti. Glede na to, da je pobud od spodaj navzgor doslej premalo, bo verjetno primernejše, da za to poskrbijo strokovne službe v javnem sektorju, pristojne za to področje.

6.4.3 Pomembnost politike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu

a) Kdo je odgovoren?

Razvidno je, da komuniciranje o političnih smernicah na področju razvoja (trajnostnega) turizma v kraju ni najboljše. Gospodarstvo ne pozna ali prepozna strateških usmeritev v smeri trajnostnega turizma na lokalni ravni. Po eni strani je samozadostno, po drugi strani pa pogreša spodbude in podporo s strani javnega sektorja vsaj na področju javne infrastrukture. Zdi se, da velikokrat trg oziroma gostje usmerjajo obstoječo turistično ponudbo v trajnostno smer in jo spodbujajo, da se izboljšuje in razvija.

> S4: »Verjamem v to, da veliko lahko naredi lastnik, ki svoj nazor o trajnosti prenese v svoj posel, prenese na svoje zaposlene in ti na svoje goste.Zgodba o uspehu je mogoča le, če vse ravni verjamejo v to idejo.«
>
> S6: »Zasebni sektor se mora povezovati s programi, ki jih piše javni sektor.«

Javni sektor priznava, da se trudi po svojih najboljših močeh uresničevati skupaj zastavljene cilje in poudarja, da strategijo razvoja razvija skupaj z gospodarstvom in lokalnim prebivalstvom.

> S2: »Občina s svojimi aktivnostmi ustvarja okolje, ki je podlaga za to, da turistični akterji v kraju nato razvijajo trajnostno turistično ponudbo.«
>
> S2: »Turističnemu gospodarstvu v kraju omogočamo pogoje za boljšo ponudbo. Na to, kaj sami počnejo, pa ne moremo vplivati.«
>
> S4: Trajnostni razvoj je »edina prava usmeritev, ki je določena na nacionalniravni«.
>
> S4: »Po mojem mnenju so pri tem ključni občinska uprava, gospodarstvo in lokalno prebivalstvo, saj turist hitro prepozna pravila, ki so postavljena v nekem kraju.«
>
> S5: »Menim, da je za spodbujanje trajnostnega razvoja turizma odgovoren v prvi vrsti javni sektor. Oni so glavno gonilo, saj imajo več sredstev za začetni zagon.«
>
> S6: »Menim, da smo za razvoj trajnostnega turizma na Bledu najbolj pomembni ljudje, ki tu živimo, vendar so za to pomembni vzvodi s strani politike oziroma strokovnih organizacij, ki v kraju obstajajo.«

S6: »Javni sektor je včasih prešibek, da bi lahko vplival na delovanje zasebnega sektorja.«

b) Pogled na vlogo in pomoč javnega sektorja

Javni sektor je torej prepoznan kot tisti, ki vzpostavlja osnovne pogoje in smernice za razvoj turističnega gospodarstva v kraju. Pri tem imata največjo vlogo nacionalna in lokalna raven:

S4: »Razvojne strategije se povezujejo na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, s tem, da na lokalni ravni to pomeni povezovanje vseh občinskih organizacij in večjih podjetij.«

S4: »Lokalna raven se mi zdi pri trajnostnem razvoju ključna, saj na nacionalni ravni lahko trajnostni razvoj spodbujamo in promoviramo le deklarativno, in brez osnove v realnem življenju, ki jo daje lokalna raven, o trajnosti težko govorimo.«

Pri povezovanju nacionalne in lokalne ravni smo med sogovorniki prepoznali pomanjkljivosti, ki niso neposredno turistične narave, vendar vplivajo na turizem. To so (so)financiranje pomembnih infrastrukturnih projektov (kot je izgradnja dveh razbremenilnih cest), zakonodajna podpora pri razvoju inovativnih trajnostnih nastanitev, urejanju vodnega prometa in drugo:

S2: »Občinsko razvojno strategijo, si lahko vsaj na deklarativni ravni zastavimo, uresničevanje pa je odvisno od (glavnih) lokalnih akterjev, ki tem usmeritvam sledijo ali pa ne. Včasih je to povezano tudi z zakonodajo, ki nam pri izvajanju strategije velikokrat ni v pomoč.«

Nacionalna raven javnega sektorja sicer ima določene vzvode za spodbujanje turističnih ponudnikov k trajnostnemu razvoju s certificiranjem in nagrajevanjem dobrih praks in idej:

S1: »Nagrad in ekoloških certifikatov za zdaj še nimamo, se pa v prihodnosti želimo potegovati zanj.Izjema so arhitekturne nagrade.«

Nacionalna in regionalna turistična organizacija s številnimi turističnimi ponudniki v kraju sodelujeta tudi pri promociji:

S1: »Sodelujemo z javno agencijo SPIRIT pri promociji in sprejemu novinarjev, v okviru njihovih aktivnosti smo sodelovali tudi na projektu SNOVALEC in SEJALEC.«

Vseeno pa ostaja veliko neuslišanih želja, ki trkajo na vrata lokalnega javnega sektorja z željo, da bi se lahko turistično gospodarstvo na Bledu razvijalo v želeno trajnostno smer:

S3: »Želimo si več pomoči javnega sektorja. Npr. javna infrastruktura, ureditev prometa, pohodniške poti, kolesarske poti. Ljudje morajo imeti možnost varne poti za sprehode, kolesarstvo in druge dejavnosti.Pogrešamo tudi regulacijo dnevnih obiskovalcev. Ta masa ljudi, ki obiščejo Bled, gre v škodo naravi in ji je v takih okoliščinah težko ponuditi kakovostno turistično storitev. Želimo si turistov, ki bi lahko začutili utrip kraja in kaj ta ponuja, pri čemer obiskovalci, ki pridejo sem le za nekaj ur, tega ne morejo začutiti. Prav bi bilo, da občina vso svojo energijo vlaga v obvoznice. To je največja prioriteta.Tudi centralno parkirišče je pomembno, vendar mora biti praktično za naravo obiskovalcev. *Park and ride* je edina rešitev za poletne »kopalne goste«, tega pa žal pri nas ni.«

Občina priznava pomembnost svoje vloge pri razvoju, vendar poudarja svoje omejitve:

S2: »Občina igra veliko vlogo, vendar le na določenih področjih. V prostorskih načrtih lahko določi namembnost zemljišč...«

S4: »Občina je tista institucija, ki skrbi za osnovno strategijo, infrastrukturo in podobo kraja, ki jo lahko turistični in drugi sektorji oplemenitijo šele v sosledju.«

Podporo občini pri razvoju turizma v kraju v pomembni meri izvaja lokalna turistična organizacija:

S4: »Lokalno turistično organizacijo vidim kot pomembno osrednjo povezovalno, do neke mere razvojno vlogo, ki dobro pozna svojo vizijo in cilj, ki se ujema z regionalnimi in nacionalnimi.«

S4: »Turizem Bled tako spodbuja in izpostavlja tiste prakse, ki se ujemajo z lokalno strategijo trajnostnega turizma in do neke mere opozarja tiste, ki tega še ne počno oziroma se usmerjajo v drugo smer.«

S4: »Lokalna strategija trajnostnega razvoja občine Bled je realna in dobro opredeljena.«

Če povzamemo, obstaja konsenz, da **smernice za razvoj pripravlja javni sektor**. Verjetnost, da jih bodo nato v gospodarstvu in prebivalci znotraj kraja prepoznali, pa je gotovo v veliki meri odvisna od soglasja med vsemi akterji. Popolno soglasje je verjetno res težko doseči, vendar morajo obstajati vzvodi in spodbude, ki pripeljejo na želeni cilj. Med možnostmi so lahko izobraževanje, ozaveščanje, promocija, sofinanciranje določene turistične ponudbe, ki sovpada z zastavljenimi cilji. Navsezadnje se lahko akterje prisili v določeno delovanje z zakonodajo.

Uresničevanje zastavljenih ciljev v razvojnem programu občine Bled pa ni odvisno le od enega segmenta javnega sektorja. Verjetno bi bilo za dosego skupnih ciljev treba vložiti več energije v dobro povezanost znotraj javnega sektorja in strukturirano načrtovanje. Vsekakor bi pomagalo, če bi se cilji razvoja turizma v občini Bled, opredeljeni v Razvojnem programu občine Bled (2009), še bolj natančno razdelali, še bolj kot to pa tudi razdelale naloge, s pomočjo katerih se bodo cilji uresničevali. Potreben bo torej bolje razdelan operativni načrt uresničevanja strategije na področju razvoja turizma.

6.4.4 Različni pogledi na ekološki turistični kompleks Garden Village Bled

Večina sogovornikov prepoznava ekološki turistični kompleks Garden Village Bled kot pozitivno zgodbo v turistični ponudbi na Bledu.

a) Pogled zaposlenih v Garden Village Bled:

Kompleks ima poleg različnih oblik nastanitev v naravi še samooskrbni vrt, restavracijo, trgovino z lokalnimi izdelki. V kompleksu menijo, da čeprav ne izpolnjujejo najstrožjih ekoloških standardov (npr. zelena električna energija), gostom nudijo dovolj, saj so vsi zelo zadovoljni z njihovo ponudbo.

S1: »Uporabljamo mehke prijeme komuniciranja z gosti, s čimer spodbujamo k varčevanju z elektriko, vodo in ločevanju smeti.«

Gre za zasebni kapital, ki ni bil deležen in niti ni iskal podpore javnega sektorja pri svojem zagonu. Zaradi svoje unikatnosti so bili deležni nekaterih birokratskih ovir na

nacionalni ravni. Opažajo, da je njihova zgodba tako posebna, da za prepoznavnost ni bilo potrebnega nobenega finančnega vložka.

S1: »V veliko pomoč pri promociji so nam bili mediji po celem svetu, saj je kompleks tako poseben in zanimiv, da gre beseda o njem hitro okoli.«

Veliko se posvečajo osebnemu komuniciranju in informiranju gostov. S svojimi gosti in obiskom so zadovoljni. K njim prihajajo predvsem družine, gostje, ki so vajeni tako hotelskih sob kot kampiranja.

S1: »Za naše goste je naš kompleks doživetje.«

V Garden Villageu ne vidijo večjega pomena vpovezovanju s krajem:

S1: »GV je do neke mere neodvisen od druge turistične ponudbe na Bledu, saj je številnim gostom dovolj, da ostanejo tudi več dni le v resortu.«

Ko opisujejo karakteristike svojih gostov, povedo, da so to individualni gostje, ki ne potujejo v velikih skupinah.

S1: »Večinoma pridejo s svojimi avtomobili.«

S1: »Naši gostje so uživači.«

S1: »...Prihajajo iz velikih mest.Bled prepoznajo kot outdoor destinacijo, radi obiščejo Triglavski narodni park.«

Glede unikatnosti svoje ponudbe v evropskem prostoru pravijo:

S1: »Podobnih glamping namestitev po Evropi je precej.Nam pa daje prednost lokacija (Bled).«

Pravijo, da gostje cenijo njihovo ponudbo, predvsem sonaravno pridelano organsko hrano, ki jo pridelujejo sami, in še:

S1: »Majhnost, domačnost, pristnost in lokacija so naše prednosti v primerjavi s podobnimi glampingresorti.«

b) Pogled gostov na Garden Village Bled

Sogovornika sta bila mlada obiskovalca iz Danske. Oba sta imela osnovno stopnjo izobrazbe, zaradi poslovne karierne poti sta se umeščala v srednji razred. Običajno potujeta vsako leto kot par, večinoma po Evropi. Čeprav sta živela v četrtem največjem mestu v svoji državi, sta izrazila močno povezanost z naravo. Svoj prosti čas sta

namenila večinoma prostovoljstvu. Pri odločitvah za cilj potovanja jima je bil pomemben motiv narave. Povedala sta, da se običajno odločata za potovanja,daljša od enega tedna. Bled sta prvič obiskala pred dvema letoma in sta se spet vrnila. Na vprašanje, kako sta si za cilj potovanja izbrala Bled, sta odgovorila:

S7: »O tem kraju sem bral v Guardianu.«

Članek o nacionalnih parkih v Evropi, ki jih verjetno še niste obiskali, mu je vzbudil pozornost. Ko je nekje videl še članek o ekološkem turističnem kompleksu Garden Village Bled, je bila sprejeta odločitev o obisku Bleda. Ekološki turistični kompleks Garden Village Bled ju je najbolj očaral s svojo podobo, naravo, celotno zgodbo, kulinariko, povezanostjo naravnih materialov in cenovno ugodnostjo.

S8: »Navdušena sva nad hrano v Garden Village Bled in na splošno v Sloveniji.«

S7: »Na Danskem bi bila enaka storitev zagotovo dvakrat dražja.«

S7: »Garden Village je bil še precej nov, ko sva bila tu prvič. Zanimalo naju je, ali jim bouspelo vzdrževati to lepoto in visok standard.«

S8: »Vse je ob najinem drugem obisku še lepše, kot je bilo.«

S7: »Garden Village Bled nama je všeč, saj združuje naravo in luksuz, ki ga sicer ponujajo hoteli.«

Pravita, da na potovanjih prepoznata certifikate turističnih ponudnikov, predvsem eko oznake.

S8: »Če ima nekdo oznako eko, potem mi to pove vsaj to, da jim je narava pomembna.«

Preden sta prišla prvič v Slovenijo, nista vedela, kaj pričakovati, saj da imajo ljudje z bogatih zahodnih držav določene predstave o vzhodnoevropskih državah, ki se zelo razlikujejo od tistih, ki jih imajo o lastni državi.

S7: »Številni ljudje iz najine države si Slovenije ne predstavljajo kot države, v katero bi potovali za preživljanje dopusta.«

Prej sta si nekaj prebrala, ogledala številne fotografije in:

S8: »... Sva bila navdušena nad pravljično podobo fotografij o Bledu.Ko sva prišla sem, pa sva bila presenečena. Bilo je še bolj neokrnjeno, večje...«

S7: »To je bilo pozitivno presenečenje.«

Nad Bledom in Slovenijo na splošno sta navdušena. Za obisk sta najela avto, s katerim dostopata do zanimivih turističnih točk. Všeč jima je bližina krajev, gore, hrana in:

S7: »Všeč nama je, da je velik del narave neokrnjen.«

S8: »Ni vse kultivirano kot pri nas. Vi imate čebele in pašo zanje. Ne vidiš smeti, ki bi ležale naokrog. Tudi v Garden Village imajo ločevalne koše za smeti.«

S8: »Všeč nama je majhnost države. Tukaj se počutiva varno.«

Menita, da je turistična ponudba na Bledu dobre kakovosti, med trajnostno ponudbo pa sta opazila dve stvari:

S8: »Opazila sva tudi, da motorni čolni niso dovoljeni na Blejskem jezeru.«

S8: »V Garden Village nama je všeč ta naravni bazen, ki se čisti sam.«

c) Pogled drugih sogovornikov na Garden Village Bled

S2: »Garden Village Bled je eden od najbolj svetlih primerov, kako se turistična ponudba in naravno okolje lepo sklapljata. Lahko smo veseli, da so neki degradiran del kraja uredili. Gre za veliko pridobitev za Bled.«

S4: »Menim, da je eden od boljših primerov trajnostnega razvoja v kraju, ki daje spodbudo celemu kraju in je nekaj, kar vzame dih in te prepriča. Verjamem pa, da lastnikom finančno ni lahko, glede na omejen čas, ko Garden Village lahko obratuje.«

S4: »Gre za enkratno doživetje narave, ki mu sama lokacija, Bled, da še dodatno vrednost.«

S5: »Meni se zdi uspešen primer trajnostnega turizma. Nekaj je takih, ki so zanj že slišali, so pa sicer kar precej zasedeni. Koncept njihove restavracije se mi zdi dober, vendar je vedno cena tista, ki omeji povpraševanje. Turisti velikokrat povprašujejo, kje lahko pojejo kaj lokalnega, vendar ne sprašujejo prav po lokalnih sestavinah.«

S6: »Ideja in realizacija se mi zdita zelo fini, vendar trenutnega delovanja ne poznam.«

Ekološki turistični kompleks Garden Village je med sogovorniki prepoznan kot pozitiven primer trajnostno usmerjene nastanitve, ki je veliko več kot to. Gre za doživetje in edinstven stik z naravo, saj je z visokimi standardi primeren za zahtevnejše

goste, ki so za to izkušnjo pripravljeni odšteti več kot povprečen obiskovalec Bleda. Gre za enega od pomembnejših in vidnejših primerov trajnostne turistične ponudbe, ki naj bi glede na dobro obiskanost dajal zagon novim idejam v kraju, da se razvijajo v smeri trajnosti in povezanosti z naravo.

6.4.5 Vplivi na odločanje turistov za trajnostne produkte na Bledu (okoljska ozaveščenost)

Župan občine Bled meni, da je Bled že zdaj prepoznan kot trajnostno usmerjen:

> S2: »Tujci nas bolj cenijo kot se mi sami. Bled je s pristopom k združenju Alpskih perl, kjer sta trajnostni razvoj in mehka mobilnost bistvo za kraje, pokazal smer, v katero želi njegov razvoj peljati.Bled je že zdaj prepoznan kot trajnostno usmerjen.«

Intervjuvanci menijo, da je trajnostni razvoj turizma nujen, da je pri tem pomemben odnos turističnih delavcev, zgled domačinov, kritična masa trajnostne ponudbe in informiranje.

> S6: »Pomen preživljanja prostega časa v naravi izjemno raste. Turistično ponudbo lahko na tem gradimo.«

V Campingu Bled, kjer imajo tudi glamping ponudbo, ugotavljajo, da je trajnostni razvoj v turizmu nujen in da tovrstni gostje predvsem iščejo stik z naravo, saj večinoma prihajajo iz mestnih okolij.

> S3: »Trajnostni razvoj v turizmu je turistom samoumeven. To je nekaj, kar je nujno potrebno. Pred leti so bili prav gostje tisti, ki so želeli, da bi se turistično gospodarstvo obnašalo bolj trajnostno, npr. so nas postavljali pod pritisk, da ločujemo odpadke. Konkretno Nemci in Nizozemci stremijo k tovrstnemu obnašanju.«
>
> S3: »Turisti, ki bivajo v kampu, so na neki način bližje naravi tudi v vsakdanjem življenju. Minimalno uporabljajo avtomobile, veliko so aktivni v naravi...«
>
> S3: »Glamping vasice nam niti ni treba tržiti, saj je ta trajnostna nota tako atraktivna, da že sama kliče k pozornosti.«
>
> S4: »Za kraj je pomembno, da imaš veliko tovrstne ponudbe oz. da vsi delajo v smer trajnostnega razvoja.«

S kakovostnimi trajnostnimi turističnimi produkti je običajno povezana tudi višja cena:

> S4: »Zdi se mi, da na splošno vedno bolj povprašujejo oz. si želijo trajnostnega turizma. Prizadevanja v to smer tudi vedno bolj prepoznajo, vendar tovrstni turizem tudi več stane in certificiranim obratom zaupa. Pri ceni se lahko hitro omeji ciljne goste.«
>
> S5: »Jaz vidim trajnostne turiste kot tiste mlade, ki potujejo večinoma brez avtomobilov, in bolj premožne...«

Ponudba javnega prevoza do in znotraj destinacije velikokrat vpliva na okoljsko ozaveščene obiskovalce, pri odločitvi o obisku in zadovoljstvu z obiskom:

> S5: »Menim, da je povpraševanja po javnih prevozih precej.Sicer menim, da imajo javni prevozi poleg direktnih povezav tudi precej omejitev, npr. za lastnike domačih ljubljenčkov, invalide... Ljudje povprašujejo po električnih in plinskih polnilnicah za avtomobile.«
>
> S5: »Turisti se mi zdijo zelo občutljivi na (povečan op.p.) promet, kar se tiče okolja, npr. ločevanje smeti, pa se mi ne zdijo preveč občutljivi. Veliko je odvisno od tega, kako se ravnajo domačini, turisti pa se prilagodijo. Veliko pomeni zgled.«

Na privlačnost Bleda kot trajnostne turistične destinacije vsekakor vpliva tudi bližina zaščitenega naravnega območja, Triglavskega narodnega parka:

> S5: »Če je območje zavarovano, potem ga ljudje bolj spoštujejo, sicer pa bi na obnašanje turistov lahko vplivali z opozarjanjem in prikazovanjem možnosti.«

Po mnenju sogovornikov se trajnostno usmerjeni turisti odločajo za obisk Bleda zaradi vključenosti v združenje Alpskih perl, ki povezuje trajnostno razvite turistične kraje v Alpah. Predvsem je pomemben stik z naravo, pri čemer daje veliko prednost Bledu bližina Triglavskega narodnega parka. Tovrstni turisti naj bi se zanimali tudi za javne prevoze, električne in plinske polnilnice ter ekološko certificirane turistične ponudnike.

6.5 Sinteza najpomembnejših ugotovitev

Pogledi na stanje trajnostnega turizma na Bledu so se med sogovorniki precej razlikovali. Številnim je že samo prepoznavanje trajnostnih praks v turizmu povzročalo

težave, ali pa so poznali le kakšno. To kaže na to, da trajnostni turizem ni dovolj povezan, niti niso predstavljeni primeri dobre prakse na neki krovni ravni (npr. v tiskanih ali digitalnih medijih), ki bi širši javnosti omogočali zavest o tej smeri razvoja.

Kljub prizadevanjem nacionalne ravni k spodbujanju certificiranih turističnih ponudnikov na področju trajnostnega turizma gospodarstvo na Bledu počasi vstopa na to pot (dva hotela sta v letu 2017 pridobila certifikat evropska Eko marjetica in Slovenia Green Accommodation). Razlog za to je zaznati tudi v odgovorih nekaterih sogovornikov, ki (še) ne verjamejo v resnično tržno vrednost tovrstnih označb.

Več kot očitno je, da si za dosego naslovatrajnostno razvite destinacije Bled izredno želi izboljšane prometne ureditve, več komuniciranja in povezanosti med akterji, predvsem pa zelene in trajnostne atmosfere v kraju. Pri tem pa pogrešajo večjo vlogo javnega sektorja pri izvajanju tovrstnih dejavnosti.

Odgovori na raziskovalna vprašanja

Kako, kje in zakaj se je trajnostni turizem začel pojavljati in širiti?

Danes lahko opazimo povečevanje povpraševanja po turističnih produktih zelenega in trajnostno usmerjenega turizma, ki ga lahko pripišemo povečani ekološki ozaveščenosti ljudi v svetu in nedvomno tudi dobro oglaševanim trendom gospodarstva, ki so prepoznali trenutne vzgibe družbe in turistom ponujajo tovrstno obarvano ponudbo. Čeprav debata o trajnostnem razvoju poteka na nekoliko širši družbeni ravni vse od sedemdesetih let, pa sam termin skozi desetletja počasi razvija svojo veljavo. V turizmu se je trajnostni turizem pojavil kot neke vrste odgovor na množični turizem, ki je degradiral naravo, uničil lokalno kulturo in ekonomsko na dolgi rok ni prinesel preveč dobrega lokalnemu prebivalstvu. Čeprav v mnogih državah v razvoju še vedno raste množični turizem, se vsaj v razvitih državah vedno bolj zavedajo, da je tudi v turizmu potreben trajnostni pristop. Tega se lotevajo z menedžmentom turističnih destinacij, kjer pa žal ne poznajo enostavnega recepta za implementacijo. Kos (2004) poudarja, da trajnostnega razvoja ni mogoče razvijati brez operativne strategije, ki jo je moč pripraviti le z interdisciplinarnim sodelovanjem, ki ga razdela v modelu trodelnega strukturiranja trajnostnega razvoja. Tudi Mihaličeva (2016) trdi, da je trajnostni razvoj mogoče doseči na podlagi agende oziroma

akcijskega načrta. To je treba upoštevati, ko gre za načrtovan trajnostni razvoj, ki ga lahko upravlja le objektivni akter s področja javnega sektorja. Ne glede na dejavnost ali nedejavnost slednjega pa se gospodarstvo obnaša tržno, torej na podlagi povpraševanja, ki mnogokrat prehiteva akcijske načrte, oblikovane od zgoraj navzdol. Po tržni logiki bo torej tako, da več ko bo povpraševanja po določenem produktu ali storitvi, več naj bi bilo tovrstne ponudbe. Posameznik v vlogi turista lahko s potrošnjo trajnostne ponudbe in okolju prijaznim delovanjem utrjuje svojo identiteto in življenjski stil, po drugi strani pa tudi vpliva na okolje, v katero vstopa. Širitev trajnostnih praks lahko pripišemo tudi sistematičnemu izobraževanju in ozaveščanju o pomenu skrbi za okolje, družbeno dobro in ekonomsko dobrobit, ki se izvaja na različnih ravneh predvsem zahodnih družb. S povečevanjem zavesti posameznikov o pomenu trajnostnega razvoja pa se veča tudi toleranca in želje le-teh, tudi ko so v vlogi turistov. Ravno zato je treba vedno bolj poudarjati povezanost vseh deležnikov znotraj destinacije, da skupaj gradijo trajnostni turizem.

Na primeru, ki ga obravnava to magistrsko delo, lahko rečemo, da se je koncept trajnostnega turizma, verjetno kot posledica pobud Svetovne turistične organizacije, najprej pojavil v razvojnih dokumentih na nacionalni ravni. Nato pa se je začel z majhnimi koraki širiti v razvojne dokumente na lokalni ravni in prakse zasebnega sektorja.

Kakšna je zgodovina ideje trajnostnega turizma na Bledu in kako je uresničena?

V strateških dokumentih občine Bled je trajnostni razvoj, tako turizma kot na drugih področjih, izrecno omenjen v dokumentu *Razvojni program občine Bled 2009–2020* (Občina Bled, 2009), vendar se je ta smer razvoja vsaj v vsebini nakazovala že v predhodnem strateškem dokumentu za področje turizma: *Bled – vizija dolgoročnega razvoja turizma* (Sirše, 2003). V štirinajstih letih, odkar je bil dokument pripravljen, so bili doseženi naslednji strateški cilji: 1) število ležišč je v letu 2016 preseglo maksimalno zastavljeno število 6.000 (SURS 2017a), 2) Festivalna dvorana z obnovami med letoma 2011 in 2017 postaja sodoben, kongresni in prireditven center, 3) ciljno število prihodov turistov (200.000/220.000) je bilo doseženo v letih 2010 in 2011, medtem ko število ustvarjenih nočitev še ni doseglo zastavljenih 850.000 (SURS 2017a). Ti cilji sicer niso bili časovno zamejeni in niso bili imenovani trajnostni. Med dvanajstimi cilji so nekateri težko merljivi in si jih zaradi pomanjkanja uradnih podatkov nismo upali potrditi. Cilji razvojnega programa občine Bled 2009–2020 (Občina Bled, 2009) na

področju turizma so bili izvedeni oziroma je v izvajanju večina programov in ukrepov na področjih izkoriščanja naravnih in kulturno-etnoloških danosti, na področju razvoja športnih, rekreativnih in sprostitvenih programov ter na področju konferenčnih, prireditvenih in razvedrilnih programov. Gre predvsem za javne projekte, medtem ko zasebni niso bili opredeljeni,razen posredno v zastavljenih ciljih potrošnje turistov, številu ležišč izven kampa in zasedenosti v hotelih.

Lahko torej rečemo, da so bili nastavki za trajnostni razvoj turizma v grobem strateško opredeljeni, vendar ne predstavljajo objektivnega razvojnega načrta na tem področju, ki bi trajnostni razvoj še bolj razčlenil in operacionaliziral zastavljene cilje. Ta korak pa je nujen, če želimo, da bi se Bled kot turistični kraj razvijal strateško in trajnostno.

Zakaj se povečuje povpraševanje po turističnih produktih zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na Bledu?

Povpraševanje po turističnih produktih trajnostnega turizma na Bledu se povečuje zaradi splošnih družbenih trendov, ki ljudi delajo bolj senzibilne za tovrstno ponudbo. Ustrezno se povečuje tudi število inovativnih trajnostnih namestitev, ki so trendovske, privlačne zaradi vsebine in videza in ponujajo neki luksuz, ki ga na Bledu želijo. Vsemu temu pomaga tudi spodbuda promocijskih aktivnosti, ki jih izvaja Slovenska turistična organizacija, na podlagi zastavljenih strateških ciljev, ki poudarjajo trajnostni razvoj.

Kako je pomembna celovita ponudba turističnih produktov zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na Bledu?

Celovita ponudba turističnih produktov zelenega in trajnostno usmerjenega turizma na destinaciji je izredno pomembna predvsem pri pozicioniranju destinacije kot takšne. Kljub številnim individualnim prizadevanjem v smeri trajnostne turistične ponudbe pa je pomembno poudariti povezovanje in informiranje o tej ponudbi. S povezovanjem bo lahko na ravni destinacije hitreje priti do celovite trajnostne ponudbe. Gostje so namreč z individualno ponudbo povsem zadovoljni, vendar pogrešajo določene druge, predvsem javne storitve in produkte, ki še niso razviti ali pa zadovoljivo predstavljeni, da bi bili znani vsem turistom.

Kakšna je vloga lokalne politike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu?

Politika je na vseh ravneh, nacionalni, regionalni kot lokalni naklonjena trajnostnemu razvoju na vseh področjih, ne le na področju turizma. Predvsem lokalna politika je izredno pomembna pri izvajanju in razvoju trajnostne turistične ponudbe, njenemu povezovanju in predstavljanju navzven. Na Bledu je politika postavila splošni razvojni program, ki bo, če bo v letu 2020 uresničen, pomembno prispeval k osnovni infrastrukturi.Ta pa bo služila kot osnova za trajnostno usmerjeno turistično destinacijo. Ker pa lokalna politika večkrat nima ustreznih zakonodajnih ali uredbenih pristojnosti, je njeno povezovanje oziroma pomoč gospodarstvu omejena. Prav zato ponovno poudarjamo, lahko vsaj s povezovanjem (kot je izmenjava dobrih praks, informiranje o ponudbi, promocija zglednih primerov) pripomore k pomoči in spodbudi trajnostne turistične ponudbe.

Kakšni turisti se zanimajo za bivanje v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village na Bledu?

Za bivanje v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village Bled se najpogosteje odločajo gostje (višjega) srednjega razreda iz tujine, ki trošijo več kot povprečni turist na Bledu. Največkrat se za obisk ekološkega turističnega kompleksa odločajo družine, ki cenijo stik z naravo, vendar obenem želijo hotelski standard nastanitev. Bivanje v kompleksu jim nudi intimnost, odmaknjenost od množic, obenem pa bližino Blejskega jezera.

Na katero ponudbo ekološkega turističnega kompleksa Garden Village na Bledu se turisti najbolj pozitivno odzivajo?

Najbolj pozitivna ponudba ekološkega turističnega kompleksa Garden Village Bled je za goste hrana, ki jo sami pridelajo na svojem zemljišču, naravni materiali, uporabljeni pri gradnji in intimna atmosfera.

7 SKLEP

Vse večje zavedanje predvsem razvitih družb o ohranjanju narave in čistem, zdravem okolju je v postmodernem času pripeljalo do relativno visokega konsenza o trajnostnem razvoju. Zaradi različnih interpretacij definicije trajnostnega razvoja, med strokovnjaki ni konsenza o načinih implementacije trajnostnega razvoja v obliki kakšne dobro poznane formule, kar predstavlja izziv vsem, ki trajnostni razvoj želijo doseči. Vendar med strokovnjaki obstaja soglasje o tem, da so za dosego trajnostnega razvoja potrebni dobra predhodna raziskava, sodelovanje med strokami in deležniki, jasno opedeljeni cilji in akcijski načrt (Kos 2004, Middleton in Hawkins 1998, Mihalič 2016) ter da je za pripravo in izvajanje slednjega v prvi vrsti odgovoren javni sektor.

Turizem kot ena od najhitreje razvijajočih se gospodarskih panog, ki ljudem ponuja predvsem storitve in doživetja, se je tako na mednarodni kot tudi na posameznih nacionalnih ravneh zavezala trajnostni ponudbi. Trajnostni razvoj sicer obsega področje družbe, ekonomije in okolja (Saarinen 2006), vendar je predvsem na področju turizma razvidno, da je pogosto v ospredju interesov okolje oziroma neokrnjena narava, ki predstavlja pomemben predpogoj za razvoj turizma na neki destinaciji. Za trajnostni razvoj turizma je pomembno poznavanje motivov potovanja in z njimi povezano predvidevanje delovanja turistov na potovanju (Higham 2011), pobude turističnih destinacij in predpisi, ki regulirajo delovanje in obisk turistov ter turističnega gospodarstva (Middleton in Hawkins 1998).

Da je trajnostni razvoj v turizmu edina možnost, se v Sloveniji bolj kot ne zavedamo. Slovenija je v letu 2016 prejela posebno priznanje kot prva »zelena država« na svetu s strani nizozemske organizacije Green Destination. Ta nagrada kaže na to, da se Slovenska turistična organizacija resno in uspešno loteva izpolnjevanja svojih strateških ciljev, ki jih je v letu 2015 oplemenitila z zeleno shemo slovenskega turizma, certifikacijskim programom za destinacije in turistične ponudnike.

Na podlagi raziskave smo ugotovili, da tako nacionalna kot regionalna in lokalna raven v svojih strateških oziroma razvojnih dokumentih za področje turizma prepoznavajo trajnostni razvoj kot pomemben, vendar je le na nacionalni ravni prepoznan kot rdeča nit. V prihodnje bi torej vsaj na tem ključnem imenovalcu morali najti skupno točko, ki bi jo nato z izvedbenim razvojnim načrtom podrobneje opredelili. Glede na politično

dogajanje pa bosta dejansko ostali ključni le nacionalna in lokalna raven, saj regionalna nima prave operativne moči.

Kljub akcijskim načrtom politike pa se na primeru destinacije Bled zdi, da so trajnostna turistična ponudba in javne pobude v smislu strategij in njihovih načrtov precej oddaljene in nepovezane. Raziskava kaže, da trg prednjači in postavlja smernice, ki jih politika nato lepo prepozna in zapiše, nima pa dovolj vpliva na povezovanje trajnostne turistične ponudbe in moči za ustrezno in časovno hitro izvedeno infrastrukturno podporo v obliki razbremenilnih cest, ureditve prometnega režima, kolesarskih poti in tako dalje. Prav tako se je javni sektor na Bledu le počasi odzval na poziv Slovenske turistične organizacije in se šele v letu 2017 vključil v program za pridobitev certifikata Slovenia Green Destination, ki ga je pred njim pridobilo že 22 destinacij. V magistrskem delu ugotavljamo, da je trajnostna turistična ponudba na Bledu šele na začetku in da Bled čaka še dolga pot do trenutka, ko se bo lahko upravičeno imenoval trajnostna turistična destinacija. Na tem mestu je ugotovljeno predvsem pomanjkanje na področju povezovanja, sodelovanja in komuniciranja.

Na Bledu smo identificirali trajnostne prakse na naslednjih s turizmom povezanih področjih: nastanitveni obrati, kjer smo med več kot 300 nastanitvenimi subjekti v občini prepoznali šest primerov, ki so vsaj deklarativno usmerjeni v trajnostni razvoj; med dobrimi 80 gostinskimi ponudniki v občini Bled smo prepoznali slab ducat takšnih, ki v svoji ponudbi poudarjajo lokalno kulinarično ponudbo in lokalne surovine; prepoznali smo sedem oblik, povezanih s trajnostno mobilnostjo; na področju javne infrastrukture smo prepoznali prizadevanja na področju urejanja parkirnega režima, uspeh pri vzpostavljanju severne razbremenilne ceste, izgradnja katere je bila potrjena junija 2017, prizadevanja na področju trajnostnega ravnanja z odpadki, urejanje javnih površin s trajnostno in okolju prijazno noto in pridobljen certifikat Modra zastava za čiste (jezerske) kopalne vode v Grajskem kopališču. Ugotovljeno je bilo, da je Bled član združenja Alpske perle, ki združuje kraje v Alpah, ki se razvijajo trajnostno, predvsem na področju t. i. mehke mobilnosti. Prepoznana pa so bila tudi posamezna prizadevanja predvsem v zasebnem sektorju za trajnostne produkte.

S tretjim delom raziskave smo prepoznali pereče tematike turističnega razvoja na Bledu, ki ne sledi trajnostnim smernicam oziroma je pri tem počasen. Med pomembnejšimi so ureditev prometnega in parkirnega režima, regulacija množičnega

obiska Blejskega jezera in njegove obale v poletnih mesecih, omejitev motornega prometa ob obali jezera in do glavnih turističnih točk (kot sta grad in soteska Vintgar), pomanjkanje trajnostnih z naravo povezanih turističnih programov, pomanjkanje trajnostne turistične ponudbe (kjer bi primere dobre prakse morali v prvi vrsti postaviti ključni prepoznavni simboli Bleda), problem prepoznavnosti in povezovanja trajnostne turistične ponudbe, pomanjkanje sodelovanja in komuniciranja med ključnimi deležniki v turizmu, pomanjkanje podrobne strategije razvoja turizma z akcijskim načrtom in neprepoznavnost obstoječe strategije, pomanjkanje ponudbe javnih prevozov, kolesarske in pohodniške infrastrukture, prešibko vključevanje lokalnega prebivalstva v turizem (na področjih priprave razvojnih dokumentov, priprave in izvedbe prireditev in infrastrukture kot tudi zaposlovanja v turizmu), potreba po izboljšavah trajnostne turistične ponudbe, šibko zanimanje za vključevanje v trajnostne, okoljsko naravnane cerftikacijske sheme med turističnimi ponudniki in posledično slabo okoljsko naravnano delovanje predvsem nastanitvenih obratov ter neustrezna arhitekturna podoba v središču kraja. Pri tem bi še posebej izpostavili, da je za uspeh določene strategije potrebna ponotranjenost skupnih vrednot in ciljev vseh akterjev, ki pa je trenutno žal ni.

Po besedah zaposlenih gostje trajnostno umerjenega ekološkega turističnega kompleksa Garden Village Bled tako v kompleksu kot znotraj destinacije Bled sicer ne pogrešajo prav veliko. In kot je pokazala raziskava, je tako njihova prepoznavnost kot zadovoljstvo njihovih gostov lahko dober navdih za to, kako naj bi se zasebna turistična ponudba na Bledu v trajnostni smeri razvijala v prihodnje.

Naj bo to delo spodbuda, da se v turistični destinaciji Bled več pozornosti nameni povezovanju med javnim in zasebnim sektorjem, turisti in predvsem lokalnim prebivalstvom, s čimer bi še izboljšali stanje kakovostne in trajnostne turistične ponudbe v kraju in postali zgled mnogim drugim v državi in preko njenih meja. Predlogi za dosego teh ciljev so v prvi vrsti podrobna analiza stanja turistične ponudbe in vplivov turizma na okolje, družbo in gospodarstvo v kraju, ki bi ji sledila podrobna operativna strategija razvoja oziroma akcijski načrt trajnostnega razvoja turizma, usklajen s predstavniki vseh deležnikov, lokalno skupnostjo, turisti, javnimi službami, turističnim gospodarstvom, okoljevarstveniki in predstavniki drugih zainteresiranih javnosti. Na podlagi konsenza in usklajenega akcijskega načrta bi lahko s točno izdelanimi in razdeljenimi nalogami oziroma ukrepi dosegli, kar bi si zastavili. Dober začetek

delovanja v tej smeri predstavlja *Zelena shema slovenskega turizma*, ki bo, če so njeni instrumenti dobro razviti, pomagala vzpostaviti ravno ta sistem.

8 LITERATURA

1. *Alpine Pearls*. Dostopno prek: http://www.alpine-pearls.com/ (9. avgust 2015).
2. Ambrož, Milan. 2005. *Sociologija turizma: Izhodišča za proučevanje potovalnih kultur*. Portorož: Turistica – visoka šola za turizem Portorož.
3. Bajuk Senčar, Tatjana. 2005. *Kultura turizma: antropološki pogledi na razvoj Bohinja*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.
4. Baud-Bovy, Manuel in Fred Lawson. 2002. *Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design*. Oxford: Architectural Press.
5. Bauman, Zygmund. 2002. *Tekoča moderna*. Ljubljana: Založba/*cf.
6. Beck, Ulrich. 1987. *Ecological Enlightement: Essays on the Politics of the Risk Society*. Atlantic Highlands, New Jersey: Humanities Press.
7. --- 2001. *Družba tveganja: Na poti v neko drugo moderno*. Ljubljana: Krtina.
8. Berčič, Herman. 2008. Uveljavljanje športa v strategijah razvoja in usmeritvah slovenskega turizma. *Šport* 56 (3–4): 2–12.
9. Berčič, Herman, Boris Sila, Nataša Slak Valek in Damjan Pintar. 2010. *Šport v turizmu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
10. Biederman, Paul S., JunLain, Jukka M. Laitamaki, Hannah R. Messerli, Peter D. Nyheim in Stanley C. Plog. 2008. *Travel and Tourism: An Industry Primer*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
11. Binter, Urška; Marko Ferjan in João Vasco Neves. 2016. Marketing Mix and Tourism Destination Image: The Study of Destination Bled, Slovenia. *Organizacija* 49 (4): 209–223.
12. *Bled*. Uradna turistična spletna stran. Dostopno prek: www.bled.si (31. maj 2017).
13. *Blejske novice*. 2016. Kratke novičke iz Sportine Turizma: Zero Waste turizem, 9 (25. november).
14. Breivik, Gunnar. 2010. Trends in Adventure Sports in a Post-Modern Society. *Sport in Society* 13: 260–273. Dostopno prek: http://brage.bibsys.no/nih/bitstream/URN:NBN:no-bibsys_brage_16443/1/Breivik%20SportSoc%202010.pdf (9. avgust 2015).
15. Brun, Alenka. 2017. Turizem brez odpadkov. *Gorenjski glas,* 8. marec. Dostopno prek:

http://www.gorenjskiglas.si/apps/pbcs.dll/article?AID=/20170308/C/170309843/1004/turizem-brez-odpadkov&template=printart (8. marec 2017).

16. *Camping Bled*. Dostopno prek:http://www.sava-hotels-resorts.com/sl/nastanitve/sava-hoteli-bled/glamping-gozdne-vile/ (31. maj 2017).
17. Chaney, David. 1996. *Lifestyles*. London in New York: Routledge.
18. Choi, Hwan Suk Chris in Ercan Sirakaya. 2006. Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management* 27: 1274–1289.
19. Cigale, Dejan, Barbara Lampič, Irena Mrak, Matej Ogrin, Blaž Repe, Metka Špes, Katja Vintar Mally, Katja Vrtačnik Garbas. 2009. *Okoljski učinki prometa in turizma v Sloveniji.* Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.
20. Cohen, Robin in Paul Kennedy. 2000. *Global Sociology*. Hampshireand London: MacMillan Press ltd.
21. Dale, Gillian; Alan Marvell in Helen Oliver. 2005. *Travel and tourism*. Oxford: Heinemann Educational Publishers.
22. Eurobarometer. 2015. Preferences of Europeans towards tourism: report. *European Commission*, marec. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_414_en.pdf (4. junij 2017).
23. *Evropska komisija*. 2017. European Green Capital. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/about-the-award/ (4. junij 2017).
24. *Garden Village Bled*. Dostopno prek: https://gardenvillagebled.com/ (31. maj 2017).
25. Giddens, Anthony. 2004. *Modernity and Self-Identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
26. Glück, Alois in Holger Magel, ur. 1993. *Podeželje – vrt prihodnosti. Nove možnosti*. Komenda: Glavarjeva družba.
27. Gojčič, Slavka. 2012. *Trendi v velneškem in ekološkem turizmu*. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
28. Gomezelj Omerzel, Doris. 2006. *Konkurenčnost turističnih destinacij: Analiza konkurenčnosti Slovenije z integriranim modelom*. Koper: Fakulteta za management.
29. *Grajsko kopališče Bled*. Dostopno prek:http://www.kopalisce-bled.si/Predstavitev/Modra-zastava (30. junij 2015).

30. Higham, James, ur. 2011. *Sport Tourism Destinations: Issues, opportunities and analysis*. New York: Routledge.
31. Hočevar, Marjan in Tomaž Bartol. 2016. Agriculture vs. Social sciences: subject classification and sociological conceptualization of rural tourism in Scopus and Web of Science. *Acta agriculturae Slovenica* 108 (1): 33-44.
32. *Hotel Lovec*. Dostopno prek: http://www.lovechotel.com/kulinarična-ponudba/restavracija-grill/ (30. junij 2015).
33. Hudson, Kim in Diane Lee. 2010. Biodiversity and Tourism: A valuable relationship. *Social Alternatives* 29 (3): 39–43.
34. Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje inovativnosti, razvoja, investicij in turizma – SPIRIT SLOVENIJA javna agencija, Sektor za turizem. 2014. *Oblikovanje zelene sheme »Slovenia Green«*. Dostopno prek: www.slovenia.info (30. junij 2015).
35. Kavčič, Matic. 2008. *Premikanje meja možnega: družboslovna študija o ekstremnih športih*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
36. Keating, Michael. 1995. *Agenda za spremembo: s srečanja na vrhu: Agenda 21 in* drugi sporazumi iz Ria de Janeira v razumljivem jeziku. Ljubljana: Umanotera.
37. Kos, Drago. 2004. Tri ravni trajnostnega razvoja. *Teorija in praksa* 41 (1–2): 332–339. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/db/pdfs/tip20041-2kos.PDF (14. april 2017).
38. Kirn, Andrej. 2000. Trajnostni razvoj in rizična družba. *Teorija in praksa* 37 (5): 797–806. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip20005kirn.PDF (14. april 2017).
39. --- 2004. *Narava – družba – ekološka zavest*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
40. Lah, Avguštin, ur. 1998. *Narava in okolje: varstvo in razvoj*. Ljubljana: Svet za varstvo okolja Republike Slovenije.
41. ---, ur. 2001. *Turizem in okolje: Slovenija – turistična dežela: turizem kot del gospodarstva in značilnost družbenega standarda, varovanje naravne in kulturne dediščine, urejanje okolja in turističnih krajev, etika odnosov in kakovost, novo razvojno obdobje*. Ljubljana: Svet za varstvo okolja Republike Slovenije.
42. ---, ur. 2004. *Sonaravno uravnoteženi razvoj Slovenije*. Ljubljana: Svet za varstvo okolja Republike Slovenije.

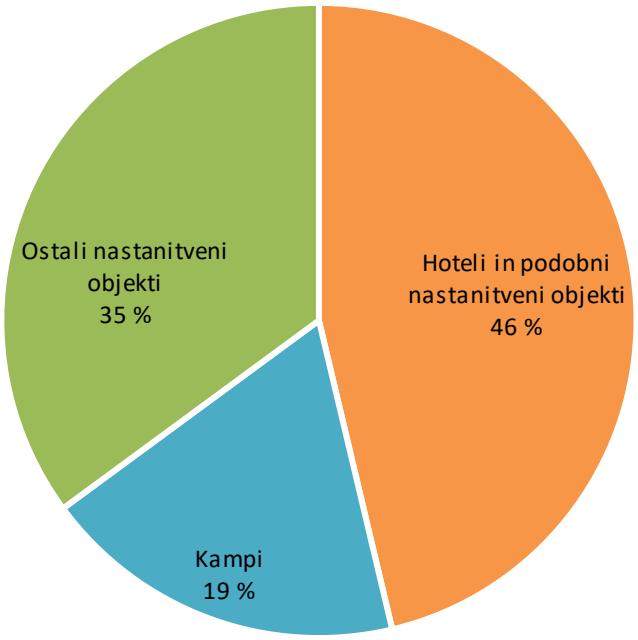
43. ---. 2008. *Svetovno potovanje v drugačno prihodnost in leksikon gospodarjenja z okoljem*. Maribor: Založba Pivec.
44. Lasch, Christopher. 1991. *The culture of narcissism: American life in an age of diminishing expectations*. New York; London: W.W. Norton and co. Dostopno prek: http://thezeitgeistmovement.se/files/Lasch_Christopher_The_Culture_of_Narcissism.pdf (9. maj 2017).
45. Laws, Eric. 1995. *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*. London: Routledge.
46. Line, Nathaniel D. In Wanda M. Costen. 2014. Nature-based tourism destinations: a dyadic approach. *Journal of Hospitality and Tourism Research* XX (X): 1–23.
47. Mihalič, Tanja. 2016. Sustainable-responsible tourism discourse – Towards 'responsustable' tourism. *Journal of Cleaner Production* 111: 461–470. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652614013596 (19. januar 2017).
48. *Natura 2000*. Dostopno prek: http://www.natura2000.si (25. januar 2017).
49. Občina Bled. 2009. *Razvojni program občine Bled 2009–2020*. Dostopno prek: http://www.e-bled.si/obcinski-razvojni-program/ (30. junij 2015).
50. Pepper, David. 1996. *Modern environmentalism: An introduction*. London: Routledge.
51. Plut, Dušan. 2002. *Okoljevarstveni vidiki prostorskega razvoja Slovenije*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
52. Pogačnik, Andrej. 2008. *Prostorsko načrtovanje turizma*. Ljubljana: Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo.
53. Radio Slovenija, 1. program. 2017. *Z majhnimi koraki do družbe brez odpadkov. Zero Waste*. Ljubljana, 20. januar. Dostopno prek: https://radioprvi.rtvslo.si/2017/01/z-majhnimi-koraki-do-druzbe-brez-odpadkov/ (20. januar 2017).
54. Redclift, Michael in Graham Woodgate, ur. 1997. *The International Handbook of Environmental Sociology*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
55. Regionalna razvojna agencija Gorenjske. BSC, poslovno podporni center d.o.o., Kranj. 2015. *Regionalni razvojni program Gorenjske 2014–2020.* Kranj: Regionalna razvojna agencija Gorenjske.

56. Rojek, Chris. 2010. *The labour of leisure: the culture of free time*. Los Angeles: Sage.
57. Saarinen, Jarkko. 2006. Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research* 33 (4): 1121–1140.
58. *Sava Hoteli Bled*. Dostopno prek: http://www.sava-hotels-resorts.com/sl/bled/o-sava-hotelih-bled/zeleni-za-jutri/in http://www.sava-hotels-resorts.com/sl/bled/kongresi-in-srecanja/kongresi-in-konference/zeleni-dogodki/ (30. junij 2015).
59. Sirše, Janez. 2003. *Bled – vizija dolgoročnega razvoja turizma: projekt smernic in scenarijev strateškega razvoja Bleda kot vodilnega turističnega centra na Gorenjskem in območju Julijskih Alp*. Ljubljana: Mednarodni inštitut za turizem.
60. Slovenska turistična organizacija (STO). 2016. *Tuji turisti v Sloveniji: Analiza Ankete o tujih turistih v Sloveniji 2015*. Dostopno prek: https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/Tuji_turisti_v_Sloveniji_2015_short_21609.pdf (4. junij 2017).
61. Slovenska turistična organizacija (STO). 2017. *Zelena shema slovenskega turizma*. Dostopno prek: https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma (4. junij 2017).
62. Statistični urad Republike Slovenije (SURS). Podatkovni portal SI-STAT. *Prihodi in prenočitve turistov po vrstah občin, po vrstah nastanitvenih objektov in po državah, Slovenija, letno*. Dostopno prek: http://pxweb.stat.si/ (25. avgust 2015).
63. Statistični urad Republike Slovenije (SURS). Podatkovni portal SI-STAT. *Ekonomsko področje: Turizem*. Dostopno prek: http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/Ekonomsko.asp (25. maj 2017).
64. Statistični urad Republike Slovenije (SURS). Podatkovni portal SI-STAT. *Okolje in naravni viri. Gozdarstvo in lov. Površina gozda (ha), Slovenija, letno*. Dostopno prek: http://pxweb.stat.si/ (31. maj 2017).
65. Šegota, Tina, Tanja Mihalič in Kir Kuščer. 2016. The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled. *Journal of Destination Marketing & Management (23. april)*.
66. Ule, Mirjana. 1998. Stilizacija vsakdanjega življenja. *Družboslovne razprave* XIV (27/28): 26–32.

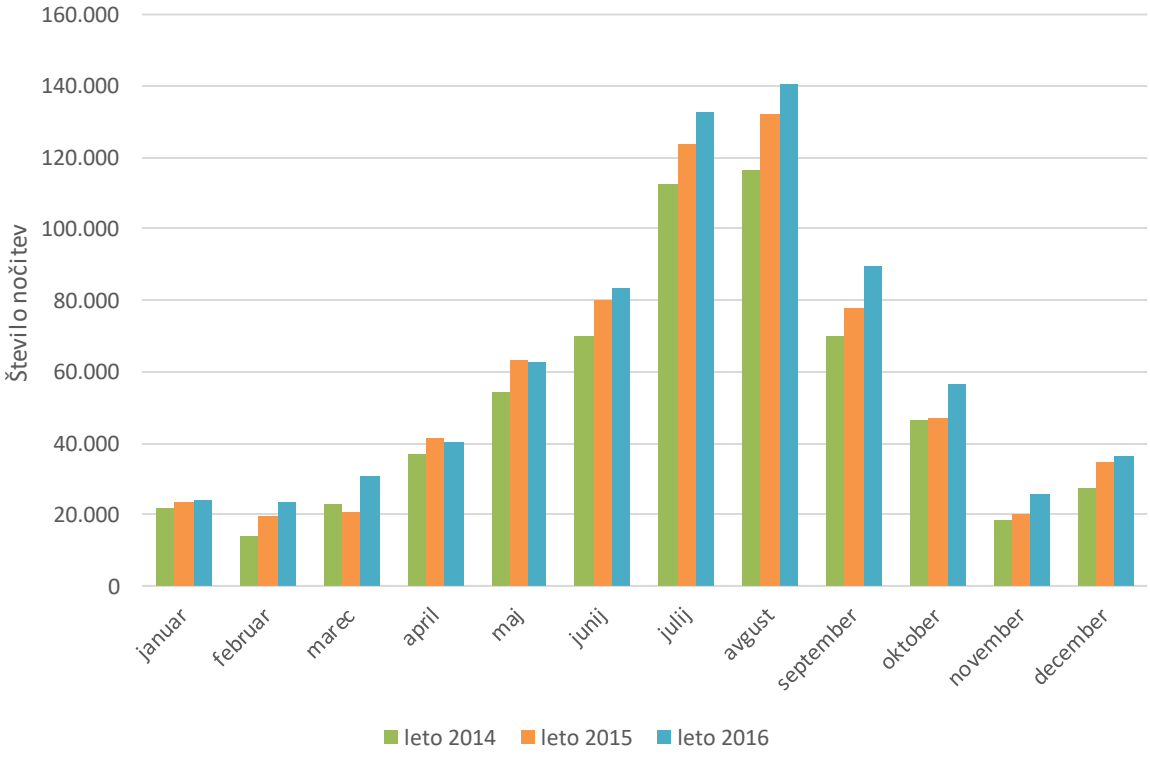
67. UNWTO. 1981. *Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General*. Madrid: WTO.
68. United Nations (Organizacija združenih narodov). *Sustainable Development.* Dostopno prek: https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/summit in http://www.un.org/sustainabledevelopment/summit/ (19. januar 2017).
69. Uran, Maja. 2006. *Strategije v turizmu*. Portorož: Turistica, visoka šola za turizem.
70. Vlada Republike Slovenije. 2012. *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016: Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma*. Ljubljana, Vlada Republike Slovenije. Dostopno prek: http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/Turizem-strategije_politike/Strategija_turizem_sprejeto_7.6.2012.pdf (30. junij 2015).
71. Vodeb, Ksenija. 2014. *Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*. Koper: Založba Univerze na Primorskem. Dostopno prek: http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6832-77-9.pdf (27. maj 2017).
72. World Tourism Organization (UNWTO). 1995. *Collection of tourism expenditure*. Dostopno prek: http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf (10. avgust 2015).
73. World Tourism Organization (UNWTO). 2015. *Sustainable Development of tourism.* Dostopno prek: http://sdt.unwto.org/content/about-us-5 (10. avgust 2015).
74. *Zelena Ljubljana*: uradna spletna stran Ljubljane kot Zelene prestolnice Evrope 2016. Dostopno prek: http://www.zelenaljubljana.si/ (27. maj 2017).

PRILOGA A: STATISTIČNI PREGLED TURISTIČNIH KAZALNIKOV NA BLEDU

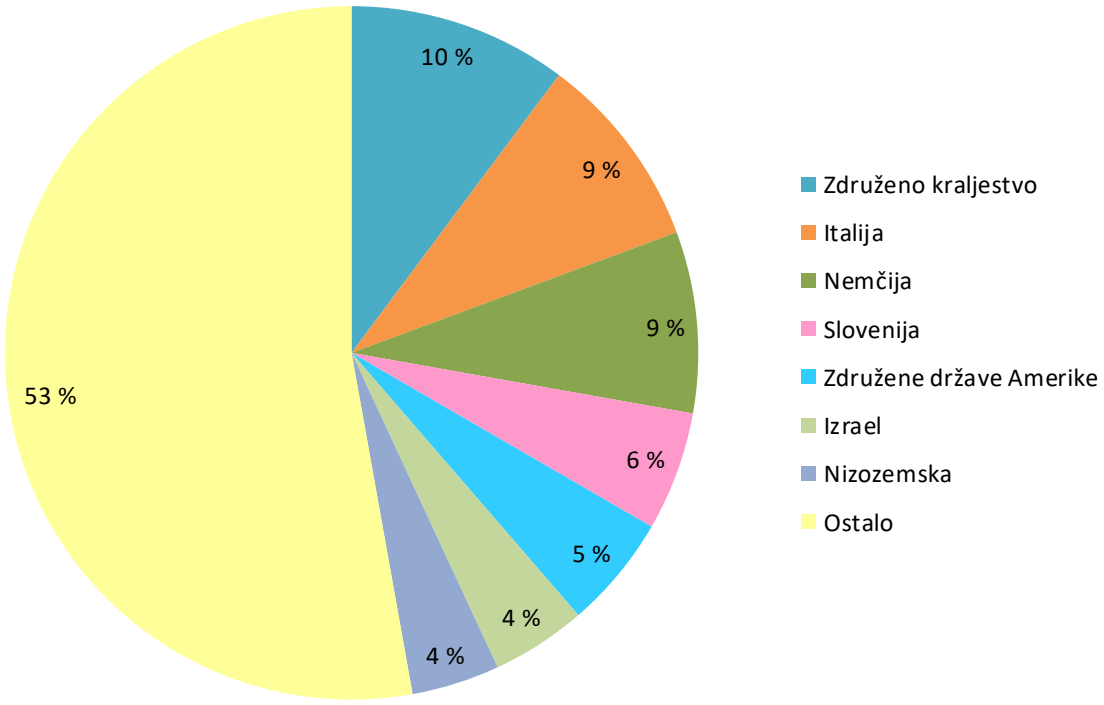
Graf A.1: Število ležišč v občini Bled po vrstah nastanitvenih objektov za leto 2016. Vir podatkov: SURS 2017a.



Graf A.2: Sezonska variacija ustvarjenih nočitev na Bledu v letih 2014, 2015 in 2016. Vir podatkov: SURS 2017a.



Graf A.3: Odstotek ustvarjenih nočitev na Bledu po državah prihoda v letu 2016. Vir podatkov SURS 2017a.



PRILOGA B: FOTOGRAFIJE EKOLOŠKO TURISTIČNEGA KOMPLEKSA GARDEN VILLAGE BLED

Slika B.1: Eden od pogledov na ekološki turistični kompleks Garden Village Bled (Vir: Garden Village Bled)

Slika B.2: Biotop v ekološkem turističnemkompleksu Garden Village Bled, september 2015 (arhiv Maje Pančur)

Slika B.3: Koši za ločevanje odpadkov v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village Bled, september 2015 (arhiv Maje Pančur)

Slika B.4: Prestižni šotor v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village Bled (Vir: Garden Village Bled)

Slika B.5: Električna polnilnica v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village Bled, avgust 2015 (arhiv Maje Pančur)

Slika B.6: Vhod v ekološki turistični kompleks Garden Village Bled, maj 2017 (arhiv Maje Pančur)

Slika B.7: Restavracija Vrtnarija v ekološkem turističnem kompleksu Garden Village Bled (Vir: Garden Village Bled)

PRILOGA C: FOTOGRAFIJE IZBRANIH PRIMEROV TRAJNOSTNE TURISTIČNE PONUDBE NA BLEDU

Slika C.1: Gozdna vila v glamping vasici Campinga Bled (Vir: Camping Bled)

Slika C.2: Turistični vlakec na Bledu (vir: Bled. uradna turistična spletna stran.)

Slika C.3: Triglavska tržnica na Bledu, maj 2015 (arhiv Maje Pančur)

Slika C.8: Pobuda za zmanjševanje odpadkov na prireditvi Blejski dnevi 2015, julij 2015 (arhiv Maje Pančur)