

**UNIVERZA V MARIBORU  
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA, MARIBOR**

**DIPLOMSKO DELO**

**OBLIKOVANJE TURISTIČNE DESTINACIJE  
»KAMNIK«**

**PLANNING AND DEVELOPMENT FOR  
KAMNIK AS A TOURIST DESTINATION**

Kandidat: Iztok Debevec  
Študent izrednega študija  
Številka indeksa: 81633124  
Program: visokošolski strokovni  
Študijska smer: turizem  
Mentorica: Dr. Sonja Sibila Lebe

Maribor, junij, 2009

## **PREDGOVOR**

V zadnjih 150 letih se v Kamniku in njegovi okolici vedno znova pojavljajo nekakšne silnice, ki vzpodbudijo aktivnosti z željo oblikovanja nekaterih delnih turističnih storitev. To se kaže tudi v vseh treh večjih poskusih oživitve turizma v Kamniku in njegovi okolici. Prvi je bil konec 19. stoletja z izgradnjo vodnega zdravilišča, drugi je bil okoli leta 1960 z vključitvijo Velike planine v turistično ponudbo in tretji z izgradnjo termalnega zdravilišča Terme Snovik po osamosvojitvi.

Osnova za takšne ponavljajoče poskuse je nedvomno v privlačnosti naravnega in kulturno-zgodovinskega okolja kot temeljnega vira za obstoj in delovanje turističnega sektorja v Kamniku in okolici. Specifičnost in privlačnost primarne turistične ponudbe pa je že v osnovi velika konkurenčna prednost pri oblikovanju turistične destinacije, katere glavni element ponudbe je, tako kot smo z analizo ugotovili, aktiven oddih v naravnem in zdravilnem okolju.

Pri analizi stanja v turističnem sektorju smo ugotovili dve glavni pomanjkljivosti pri prizadevanjih za uspešen razvoj turizma in to sta neenotnost deležnikov in nepovezanost ponudbe.

Priprava diplomske naloge (DN), katere tema je oblikovanje turistične destinacije »Kamnik« s celovito turistično ponudbo oziroma integralno turistično storitvijo (ITS), je bila logično nadaljevanje aktivnosti v občinskem svetu, odboru za podjetništvo in turizem, in uporabe strokovnega znanja, pridobljenega v času študija.

V DN smo pri oblikovanju turistične destinacije »Kamnik« namenili nekoliko več pozornosti oblikovanju ITS, ki je poleg naravnega okolja in kulturno-zgodovinskih virov ključni element oblikovanja turistične destinacije. ITS namreč določa vsebino turistične destinacije in je strateškega pomena za njeno prepoznavnost in konkurenčnost. Zavedamo se tudi, da so ostali elementi oblikovanja turistične destinacije prav tako pomembni, vendar bi podrobna analiza in predstavitev dodatnih predlogov presegala za DN običajen obseg.

Upamo pa, da bodo odgovorni za pripravo razvojnih programov v občini Kamnik z DN dobili še dodatne signale, kako pomembna je celovita obravnava in priprava programa razvoja turizma v občini in njeni okolici.

## **SEZNAM KRATIC**

<sup>1</sup> SWOT - (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats – Prednost, Slabosti, Priložnosti, Nevarnosti),

<sup>2</sup> UNWTO - (UN World Tourist Organization – Svetovna Turistična Organizacija),

<sup>3</sup> DMO - (Destination Management Organization - Regionalne Turistične (Destinacijske) upravljavske Organizacije (RTO, po RNUST pa DMO)),

<sup>4</sup> KSA - Kamniško Savinjske Alpe,

<sup>5</sup> VALS - (Values, Attitudes and Lifestyles - Vrednote in življenjski slogi)(SRI, 2009).

## **KAZALO**

<b>1. UVOD</b>	<b>4</b>
1.1. Opredelitev področja in opis problema	4
1.2. Namen, cilji in osnovne trditve	5
1.3. Predpostavke in omejitve pri raziskavi	6
1.4. Uporabljene raziskovalne metode	6
<b>2. OD ZAČETKOV TURIZMA DO DESTINACIJEKGA MANAGEMENTA</b>	<b>7</b>
2.1. Turistična destinacija	7
2.2. Integralna turistična storitev (ITS) destinacije	11
2.3. Oblikovanje integralne turistične storitve	13
<b>3. ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE V KAMNIKU IN NJEGOVI OKOLICI</b>	<b>17</b>
3.1. Analiza turističnega sektorja v občini Kamnik	18
3.2. Turistična infra- in suprastruktura	21
3.3. Obstoječe skupine turističnih storitev kot del trenutne integralne turistične storitve (ITS)	26
<b>4. PREDLOG INTEGRALNE TURISTIČNE STORITVE (ITS) V KAMNIKU Z OKOLICO</b>	<b>29</b>
4.1. Vizija in poslanstvo ter ključne ciljne skupine gostov	31
4.2. SWOT analiza	32
4.3. Predlagane osnovne skupine turističnih storitev	34
4.4. Predlog integralne turistične storitve (ITS)	35
<b>5. SKLEP</b>	<b>37</b>
<b>POVZETEK</b>	<b>39</b>
<b>SEZNAM LITERATURE IN VIROV</b>	<b>41</b>

# 1. UVOD

## 1.1. Opredelitev področja in opis problema

Občina Kamnik leži 25 km severno od glavnega mesta Ljubljane. Geografsko je občina sestavljena na jugu iz dela Ljubljanske kotline, na vzhodu iz Tuhinjske doline s planoto Menina planina in na severu iz doline Kamniške Bistrice, sredogorja s planoto, visoko od 1200 do 1500 m n.v., ki jo sestavljajo Velika, Mala in Gojška planina ter visokogorja z osrednjim delom Kamniških Alp.

V srednjem veku je bil Kamnik pomembno trgovsko in obrtno središče z lastno kovnico denarja, ki se je uspešno razvijalo, a le do izgradnje ceste s Štajerske proti Trstu preko Trojan.

Razcvet industrije in turizma je mesto doživelo v drugi polovici 19. stoletja, ko je poleg nekaterih tovarn delovalo tudi **Prašnikarjevo kopališče in zdravilišče**, imenovano tudi **Kurhaus**, ki ga je leta 1883 obiskal celo cesar Franc Jožef. Kamnik je bil v tistem času znano letoviško mesto, zaradi česar se je obisk mesta in njegove okolice zelo povečal. S smrtjo lastnika Alojzija Prašnikarja je obisk zdravilišča začel upadati in po prvi svetovni vojni je zdraviliški turizem v Kamniku popolnoma zamrl.

Na področju občine Kamnik je sedaj nekaj privlačnih in že uveljavljenih ter znanih turističnih lokacij, ki pa se bolj ali manj nepovezano borijo za svoj obstoj na zahtevnem turističnem trgu. Te lokacije so: Terme Snovik s Tuhinjsko dolino, Arboretum Volčji potok, Velika planina, Staro mestno jedro Kamnika in še nekatere druge. Poleg teh pa je na območju občine locirana še vrsta kulturnih, zgodovinskih in etnoloških spomenikov, snovalcem turistične ponudbe pa je na voljo tudi veliko izjemno lepih naravnih vrednost, kot so npr. Tunjice in celotne Kamniške Alpe.

Občina Kamnik je leta 1999 ustanovila Agencijo za razvoj turizma in podjetništva (v nadaljevanju »Agencija«) - javni zavod, ki naj bi zagotovil razvoj turizma kot nosilnega sektorja gospodarstva. Na področju turizma s strani Agencije ni bilo pričakovanih rezultatov, zato je občina izvedla kadrovske zamenjave in leta 2006, po dobrem letu usklajevanj in dogovarjanj, sprejela krovni dokument za področje turizma: Strategijo razvoja turizma, ki je temeljila na **Strategiji slovenskega turizma 2002 – 2006**. V DN bomo upoštevali tudi **Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007 – 2011**, ki predvideva destinacijski koncept pri oblikovanju integralne turistične storitve ponudbe.

Pomanjkanje lastnih idej in neaktivnost pri razvoju turizma se je v občini Kamnik pokazala za pozitivno predvsem na področju vplivov na naravno okolje, saj jih s strani turističnega sektorja tako rekoč ni bilo. Lahko bi rekli, da je bila v kamniškem primeru neodločnost celo pozitivna, zastoj v razvoju turizma pa boljša alternativa, kot morebiten sprejem napačnih odločitev, ki so se v preteklosti ponujale. Za nadaljnji razvoj občine je zelo dobro to, da je naravno okolje še vedno ohranjeno in zaradi svoje lege nudi ugodne pogoje za aktivne in/ali umirjene počitnice in je s tem lahko eden izmed glavnih dejavnikov konkurenčnosti turističnega sektorja v Kamniku z okolico.

Problem, ki onemogoča hitrejši in intenzivnejši razvoj turističnega sektorja, je večplasten in sestavljen iz:

- nepovezanosti turističnih subjektov (deležnikov) pri ponudbi in s tem pomanjkanje sestavljenih turističnih produktov.
- pomanjkanja pozitivne družbene in politične klime v smislu zavedanja o pozitivnih vplivih trajnostnega razvoja turizma na razvoj občine Kamnik z okolico.
- premajhne izkoriščenost naravnih, kulturno-zgodovinskih in ostalih virov v turistični ponudbi Kamnika z okolico.

## **1.2. Namen, cilji in osnovne trditve**

### **Namen**

Namen DN je ugotoviti, kateri vsebinski sklopi turistične ponudbe so najprimernejši za oblikovanje turistične destinacije, ki bi obsegala Kamnik z okolico.

Primerno vsebino turistične ponudbe smo ugotovili z analizo turističnega sektorja v Kamniku in okolici. Rezultate analize smo smiselno uporabili pri oblikovanju predloga integralne turistične storitve z upoštevanjem naravnih, socialnih, družbenih in političnih zmožnosti ter destinacijskega koncepta oblikovanja lokalne turistične ponudbe.

### **Cilji**

Glavni cilj DN je bil predlagati ustrezne prvine za oblikovanje turistične ponudbe v Kamniku; izvedeni cilji pa so bili:

- vizija in poslanstvo ter ključne ciljne skupine gostov,
- SWOT<sup>1</sup> analiza,
- predlog osnovnih skupin turističnih storitev,
- predlog integralne turistične storitve (ITS).

### **Osnovne trditve**

Zgodovinska dejstva o turistični dejavnosti v Kamniku konec 19. stoletja, naravni potenciali in interes prebivalstva, lokalne uprave in tudi nekaterih gospodarskih subjektov kažejo na to, da ima Kamnik z okolico velike možnosti za razvoj v prepoznavno turistično destinacijo.

Trdimo, da to lahko dosežemo, če se Agencija za razvoj turizma in podjetništva reorganizira in večji del svojega delovanja usmeri na področje turizma ter prevzame vodilno vlogo v občini in okolici pri oblikovanju destinacijskega managementa.

Prav tako trdimo, da se lahko Kamnik z okolico razvije v turistično območje, ki bo uspešno zadovoljevalo potrebe zahtevnejših gostov v smislu aktivnih počitnic, z ugodnim vplivom na čutila in potrebe gostov v specifičnem naravnem, kulturno-zgodovinskem in tudi zdravilnem okolju. To pa lahko celovita turistična destinacija na območju Kamnika z okolico doseže predvsem s pravilno politiko razvoja, naravnano na dolgoročno delovanje. To pomeni, da mora natančno določiti meje vplivov na posamezne občutljive dele okolja destinacije (naravno in umetno ustvarjenega) ter pravilno segmentacijo trga, ki dovoljuje pripravo ciljnih integralnih turističnih storitev za izbrane ciljne skupine gostov.

### **1.3. Predpostavke in omejitve pri raziskavi**

#### **Predpostavke**

Pri DN smo izhajali iz predpostavk, da ni posebnih administrativnih ali političnih ovir za obnovo obstoječe ter gradnjo potrebne nove infrastrukture. Prav tako smo izhajali iz predpostavke, da želijo v občini Kamnik in okolici deležniki turističnega sektorja trenutno stanje nadgraditi v prepoznavno turistično destinacijo in s tem postaviti turizem kot dolgoročno razvojno usmeritev občine.

#### **Omejitve**

Geografsko smo se omejili na območje občine Kamnik z okolico, čeprav bi po našem mnenju lahko dolgoročno kot turistično destinacijo oblikovali tudi večje geografsko območje (Kamniško Savinjske Alpe), vendar je najprej potrebno vzpostaviti primerno organizacijsko obliko za razvoj turizma na ravni posameznih občin.

Strokovno pa smo se omejili predvsem na oblikovanje vsebinskih elementov turistične ponudbe in integralne turistične storitve (ITS) kot ključnih dejavnikov predlagane turistične destinacije »Kamnik«.

### **1.4. Uporabljene raziskovalne metode**

V DN smo uporabili mikroekonomsko raziskavo, saj smo načrtovali oblikovanje predloga integralne turistične storitve v Kamniku z okolico.

Raziskava je statična. V uvodu smo uporabili kompilacijo, pridobivali smo informacije iz strokovne tuje in domače literature ter z analizo turističnega sektorja, kjer smo uporabili naslednje metode: zgodovinska metoda, metoda deskripcije, metoda opazovanja in analiza.

V sklepnem delu pa smo uporabili predvsem sintezo, da smo spoznanja z obsežnih analiz lahko predstavili v obliki predlagane integralne turistične storitve za Kamnik in njegovo okolico.

## **2. OD ZAČETKOV TURIZMA DO DESTINACIJEKGA MANAGEMENTA**

### **Turizem in njegov pomen v razvoju družbe**

Turizem kot družbeni pojav zaznamo že pri najzgodnejših civilizacijah. Proučevanje turizma se je začelo šele v 19. stoletju. Sistematično proučevanje turizma kot družbenega pojava se je uveljavilo šele po drugi svetovni vojni. Poznamo dve glavni časovni obdobji obravnave turizma. Sodobni turizem obsega obdobje zadnjih 200 let. Obdobje pred tem pa zaznamujejo tako imenovane predhodne oblike sodobnega turizma (Cvikl, 2003, 1).

Za prvo znanstveno definicijo turizma štejemo definicijo utemeljiteljev turistične znanosti Walterja Hunzikerja in Kurta Krapfa iz leta 1942, ki sta opredelila turizem kot splet odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, v kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo (Mihalič, Planina, 2002, 29).

Sodobna ali santgallenska definicija (Mihalič, Planina, 2002, 29) opredeli turizem kot celoto odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, medtem ko UNWTO<sup>2</sup> v svoji definiciji določi turizem kot aktivnosti, povezane s potovanjem in bivanjem oseb (Mihalič, Planina, 2002, 29). Namen potovanja in bivanja oseb pa je pri obeh definicijah enak.

Kotler, Bowen in Makens (2003, 718) prevzamejo v svojem delu uradno definicijo turizma Angleškega turističnega združenja iz leta 1976 (England Tourist Society). Ta definira pomen turizma: Preživeti eno ali več noči izven doma zaradi počitnic, obiska prijateljev ali sorodnikov, udeležbe na poslovnih konferencah in drugih razlogov, razen študija ali zaposlitve.

Medtem ko UNWTO poudarja inovativnost v turizmu in sprotno uspešno prilagajanje klimatskim, socialnim in drugim spremembam, ki vplivajo na razvoj te panoge v svetu, daje Evropska unija odločilno vlogo pri razvoju družbe trajnostnemu turizmu. V ospredje pri uspešnem trženju turističnih destinacij prihaja zlasti ponudba, ki je individualno prilagojena posamezniku, ponuja izjemne izkušnje in vpliva na človekovo čustveno odzivanje. Pomembni postajajo doživljaji, izkušnje, vrednote, umirjenost duha, stik z naravo, odkrivanje samega sebe.

### **2.1. Turistična destinacija**

Definicij ali razlag, kaj je turistična destinacija, je mnogo. Turizem je multidisciplinarna dejavnost, saj ga proučujejo strokovnjaki različnih strok zaradi njegovega vpliva na svetovno gospodarstvo. Med množico definicij, opisov in ostalih teoretičnih pojmov o turizmu smo izbrali tiste, ki so bili po našem mnenju najboljše osnova obravnavane teme DN.

Kotler, Bowen in Makens (2003, 718) destinacijo najprej opredelijo z vidika prostora. Pravijo, da je destinacija prostor, omejen z naravnimi, političnimi in tržno ustvarjenimi mejami. V nadaljevanju destinaciji dodajo vsebino, ko pravijo, da v današnjem turizmu prostor lahko postane uspešna destinacija tudi brez velikih in izrazito veličastnih privlačnosti, kot sta na primer Tour Eiffel v Parizu in Grand Canyon v ZDA. V tem delu poudarijo predvsem ostale



ključne dejavnike, kot so infrastruktura, politično stanje območja, družbena klima in deležniki.

Dobre (2004, 9) definira turistično destinacijo kot optimalno kombinacijo fiksnih in variabilnih dejavnikov in možnosti turističnega delovanja v skladu z zahtevami trga, neodvisno od administrativnih meja. Pri tem so:

- fiksni dejavniki tisti, ki se ne morejo spreminjati ali pa se spreminjajo dolgoročno:
  - pokrajina, znamenitosti, privlačnosti in podobno;
  - hoteli, kulturni objekti, turistični uradi in podobno;
- variabilni dejavniki turistične storitve in delo, ki je potrebno za povezovanje teh storitev in njihovo ponudbo na trgu.

Krašna (2007, 3) piše, da je destinacija kompleksna entiteta, sestavljena iz množice različnih izdelkov, storitev kot tudi doživetij; vodena s strani večjega števila interesnih skupin (turističnega sektorja, javnega sektorja in vlade, različnih organizacij, lokalnih prebivalcev) ter opazovana z različnih zornih kotov (z zornega kota turistov, lokalnih prebivalcev, z zornega kota managementa destinacije).

Vse definicije in opisi termina turistična destinacija poudarjajo soodvisen odnos turistične destinacije in obiskovalca oziroma turista. Uspešnost odnosa je odvisna od tega, ali je uravnotežen. Do ravnotežja pride, ko oba zadostita kriterijem za izbiro. Turistična destinacija opravi »izbiro« pri določanju ciljnih skupin obiskovalcev za turistično storitev, s katero se ponuja na trgu, obiskovalec pa opravi izbiro pred obiskom destinacije, kar lahko stori večkrat, če je v ciljni skupini.

### **Vsebinski elementi turistične destinacije**

Osnovni pogoj za razvoj turistične destinacije je, da lahko turistom ponudi vsaj eno izmed stvari, po katerih povprašujejo. Za dolgoročen obstoj turistične destinacije je nujna prisotnost še vsaj nekaj ostalih vsebinskih dejavnikov: podnebje in naravne lepote, družbene in kulturne značilnosti, športne, izobraževalne zmogljivosti, trgovinske zmogljivosti, infrastruktura, cene, odnos do turistov, dostopnost. Za trajnostni razvoj turizma v destinaciji pa je potrebna pravilna razporeditev in izkoriščenost virov, ki je naravnana na dolgoročen obstoj destinacije.

Yonker (2003, 188) in Fabricius (2001, 40) nazorno prikažeta razporeditev in opis virov pri oblikovanju turistične destinacije v naslednji tabeli.

<b>Kategorija virov</b>	<b>Glavne karakteristike virov</b>	<b>Ključni pokazatelji elementov virov</b>
Fizični viri (naravni in umetno ustvarjeni)	Fizični viri, ki jih sestavljajo naravne, kulturno-zgodovinske in umetne privlačnosti, so glavne determinante turističnega potenciala destinacije. Prav tako je zelo pomembna infrastruktura destinacije (n. pr. ceste, komunikacije). Turisti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topografske in naravne raznolikosti n.pr. kopališča, plaže, naravni rezervati (parki), gozdovi, favna &amp; flora.</li> <li>• Naravne in druge značilnosti.</li> <li>• Tako imenovani »simboli« destinacije. Privlačnosti, ki so edinstvene in si zaslužijo posebno pozornost (n. pr. svetovna, kulturna ali naravna dediščina).</li> <li>• Klimatski pogoji.</li> <li>• Število in kvaliteta različnih aktivnosti n. pr. festivali, zabava in razni dogodki.</li> </ul>

	obiščejo destinacijo, da bi občutili posebno doživetje, ki je določeno (usmerjeno) s turističnimi atrakcijami destinacije.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oddaljenost od tržišča.</li> <li>• Ocena kvalitete javne infrastrukture (letališča, ceste, transport, komunikacije) s strani obiskovalcev.</li> <li>• Število, kvaliteta in raznolikost nastanitve in turističnih storitev, ki so na voljo.</li> </ul>
Finančni viri	Finančni viri za razvoj, marketing destinacije ter dostop do destinacije.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finančna sredstva za marketing DMO<sup>3</sup>.</li> <li>• Finančna sredstva, namenjena turističnim projektom s strani države ali lokalne skupnosti.</li> <li>• Stroški namestitve, transporta in ostali stroški, ki nastanejo pri obisku destinacije.</li> </ul>
Tehnološki viri	Množičnost turističnega obiska turistične destinacije ja odvisna tudi od letalske in komunikacijske tehnologije.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hitrost in kapacitete telekomunikacijske infrastrukture.</li> <li>• Poslovne in trgovinske elektronske mreže.</li> <li>• Letalski in letališki elektronski sistemi.</li> <li>• Število in kvaliteta sistemov za rezervacije in prodajo v turizmu.</li> </ul>
Ugled /kultura	Ugled in podoba, ki jo ima destinacija na tržišču. Ugled in podoba, ki jo ima destinacija pri dobaviteljih in posrednikih.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prepoznavnost in vrednotenje znamke destinacije na trgu.</li> <li>• Nekateri edinstvene lastnosti, kot so oblika, dogodki, osebnosti, dediščina, po katerih je destinacija prepoznavna.</li> <li>• Odstotek stalnih gostov.</li> <li>• Sezonski trendi prihodov v destinacijo.</li> <li>• Odstotek turistov, ki obišejo destinacijo v sklopu obiska ali dopusta v širši regiji.</li> <li>• Ocene uspešnosti destinacije, pridobljene z anketiranjem turistov.</li> <li>• Sporočila in informacije, posredovane s strani javnih medijev, turističnih publikacij idr.</li> </ul>
Človeški viri	Znanje in sposobnosti zaposlenih v turizmu. Pri zaposlenih je zelo pomembno, da čutijo pripadnost, čast in zvestobo turistični destinaciji. Za lokalne prebivalce pa je dobro, da so gostoljubni, prijazni in da sprejemajo tujece.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Znanje, tehnične in profesionalne kvalifikacije zaposlenih v turizmu.</li> <li>• Dober plačilni sistem za zaposlene v turizmu.</li> <li>• Zanesljivost zaposlitev v turizmu.</li> <li>• Ocenjevanja zadovoljstva in kvalitete destinacije s strani turistov.</li> <li>• Lokalno prebivalstvo se mora zavedati ugodnosti in odgovornosti pri turizmu.</li> <li>• Število in pogostost varnostnih incidentov v turizmu.</li> </ul>

### **Deležniki turistične destinacije**

Turistična destinacija je ekonomska kategorija in vpliva na družbene procese znotraj svojih meja. Prav tako družbeni procesi širše okolice pa tudi takšni svetovnih razsežnosti vplivajo na destinacijo. Posamezniki, skupine in organizacije, ki s svojim obstojem ali delovanjem vplivajo na lastnosti turistične destinacije, so deležniki destinacije. Deležniki v svojem odnosu

do destinacije izkazujejo interes, pričakujejo določene koristi in imajo tudi nekatere odgovornosti v okviru svojega položaja v destinaciji.

Krašna (2007, 4) daje večji poudarek odnosom med glavnimi interesnimi skupinami deležnikov v turistični destinaciji z vidika interesov, koristi in odgovornosti. Interesne skupine deležnikov pa so naslednje (Kotler, Bowen in Makens, 2003, 111):

- lokalno prebivalstvo na območju destinacije,
- lokalna/občinska/regionalna/pokrajinska/nacionalna vlada,
- lokalne/regionalne/nacionalne okoljske organizacije,
- domači obiskovalci (izletniki),
- tuji obiskovalci (turisti),
- turistična industrija (transport, namestitve, privlačnosti/atrakcije, dogodki/prireditve, šport in rekreacija podporne turistične storitve),
- organizacije, ki upravljajo z destinacijo,
- kulturne in zgodovinske organizacije,
- socialne/zdravstvene/vzgojne organizacije.

Zgoraj navedena načina obravnave deležnikov turistične destinacije nakazujeta, da morajo biti deležniki med seboj tesno povezani in usklajeni v delovanju v turistični destinaciji.

### **Primarna in sekundarna turistična ponudba**

Ogorelc (2001, 36) turistično ponudbo razdeli na **primarno** in **sekundarno**. **Primarna turistična ponudba** obsega naravne dobrine in antropogene dobrine. Naravne dobrine so podnebje, krajina in vegetacija, antropogene dobrine pa so rezultat človeškega dela - kulturne in zgodovinske dobrine. **Sekundarno turistično ponudbo** pa po Ogorelcu (prav tam) sestavljajo temeljna infrastruktura, turistična infrastruktura in turistična suprastruktura.

Temeljna infrastruktura obsega osnovno transportno infrastrukturo ter objekte in naprave za oskrbo z energijo in komunalno dejavnost. V turistično infrastrukturo uvrščamo tisti del temeljne infrastrukture, ki presega potrebe lokalnih prebivalcev. Turistična infrastruktura v ožjem smislu zajema posebne zmogljivosti za prevoz ljudi, objekte in naprave za rekreacijo turistov, objekte za zabavo in šport, kongresna središča in informacijske urade. Turistično suprastrukturo sestavljajo objekti za bivanje in objekti za prehranjevanje.

### **Management turistične destinacije**

Management turistične destinacije s funkcijskega vidika pomeni vsestranski strateški pristop za doseganje konkurenčnosti turistične destinacije na globalnem trgu, na katerem imajo glavno vlogo turisti s svojim povpraševanjem po ITS turistične destinacije. Pri tem je nujno, da se vsebinsko opredelijo vse temeljne funkcije procesa managementa, kot so načrtovanje, organiziranje, kadrovanje, vodenje in kontroliranje (Lebe, 2003, 116).

Glavno vlogo v tem procesu ima destinacijski management, ki kot institucija sproža proces načrtovanja, ga organizira, izvaja in uresniči ter nadzira izvajanje. Moderno organiziran destinacijski management prevzema vlogo osnovnega generatorja razvoja turizma v destinaciji (Lebe, 2003, 118).

### **Trajnostni razvoj turizma**

Trajnostni razvoj turizma je koncept managementa v turizmu, ki prepreči težave, ki se pojavijo pri prekoračitvi praga kapacitete. Ta pa je v veliki meri odvisen od resnosti pristopa in natančnosti izdelave OVO (ocene vplivov na okolje) turistične destinacije.

Pri trajnostnem razvoju turizma je zelo pomembno tudi, da se opredelijo naslednji pragovi tolerance, ki se jih ne sme prestopiti: **ekološki prag** ali **prag tolerance ekosistema**, **prag infrastrukturnih kapacitet**, **prag tolerance lokalnega prebivalstva** in **prag tolerance turistov** (Cvikl, 2003, 18).

### **Dejavniki, ki negativno vplivajo na oblikovanje turistične destinacije**

Turistične destinacije, ki so v procesu nastajanja izbrale pravi pristop, danes poznamo kot prepoznavne in turisti po njih radi povprašujejo. Za razliko od uspešnih turističnih destinacij pa se kraji in ostala geografska območja, kjer prevladujejo dejavniki, ki negativno vplivajo na oblikovanje turistične destinacije, ne morejo uspešno razviti v prepoznavno turistično destinacijo.

Prevladujoče značilnosti oziroma dejavniki, ki negativno vplivajo na oblikovanje turistične destinacije, predvsem pa na njeno trženje, predstavljajo primere trgovine z mešanim blagom in ponujajo »vse po malem«, kar ne zagotavlja kontinuitete ponujenih vsebin. Gre za pristop brez koncepta, saj je politika ponudbe neuskaljena in razpršena, izbor ciljnih tržnih skupin pa širok in neprimeren. Prevladujejo kompromisi namesto tržne usmerjenosti in osredotočenja na posebnosti, ki sprožajo pozitivne dejavnosti razlikovanja. Nosilci ponudbe so izvzeti, ni zaupanja v blagovno znamko destinacije in med sodelujočimi.

## **2.2. Integralna turistična storitev (ITS) destinacije**

Vzrok za vrsto različnih pristopov pri raziskovanju in določanju tkim. »končnega izdelka«, ki ga kupi turist, predstavlja kompleksnost turističnega sektorja, ki povezuje večino gospodarskih panog. V nekaterih primerih se uporablja izraz »turistična storitev«, ker je vsebinsko obsežnejši del ponudbe sestavljen iz storitev.

### **Turistični izdelek**

Kotler in soavtorji (2003, 40) definirajo izdelek kot vse, kar je možno ponuditi na trgu in vzbudi pozornost, se lahko prevzame, se lahko uporabi ali porabi ter tako lahko zadovolji neke potrebe ali zahteve.

Turistični izdelek ima še nekatere lastnosti. Z vidika poslovnega procesa v turizmu je **osnovni izdelek** predmet menjave koristi. **Olajševalni izdelek** je tisti, katerega obstoj je nujno potreben, da se menjava osnovnega lahko izvede. Nekatere dodatne storitve ali izdelki, ki povečujejo vrednost osnovnega izdelka, določajo pomen **podpornim izdelkom**. Vsi omenjeni izdelki skupaj z dodatnimi elementi pa združuje **razširjeni izdelek**. Dodatni elementi v razširjenem izdelku so: fizično okolje turističnega izdelka, dostopnost turističnega izdelka, relacije med izdelkom in ostalimi dejavniki in prispevek turistov pri oblikovanju izdelka.

Pretežni del turistične ponudbe predstavljajo **storitve**, natančneje **turistične storitve**, katerih splošne značilnosti so naslednje; **neotipljivost** pomeni, da se je ne more videti, okusiti, otipati, slišati ali vonjati pred uporabo, **nerazdružljivost** pomeni, da se ne more ločiti od ponudnika storitve, **spremenljivost** predstavlja kvaliteto iste storitve glede na različne pogoje ponudbe, izvedbe in kvalitete le-te in **minljivost**, ki pomeni, da se je ne more shraniti za kasnejšo prodajo ali uporabo (Kotler, Bowen, Makens, 2003, 42).

Poleg splošnih značilnosti obstajajo tudi posebne značilnosti turističnih storitev: začasno lastništvo, usmerjenost k ponudbi namesto k porabnikom, razpršen nadzor na storitvijo, širina doživetja, visoka stopnja tveganja porabnikov, sanje in fantazije kot sestavni del storitve, odvisnosti od okolja.

### **Integralna turistična storitev (ITS)**

V uvodu podpoglavja smo zapisali, da smo v DN uporabili pojem ITS, ki se vsebinsko in prostorsko ujema s celotno oziroma celostno turistično ponudbo destinacije. ITS poleg turističnih izdelkov, iz katerih je sestavljena, ali prav zaradi njih, določa tudi način zaznavanja in kasneje vrsto občutka pri spominu na ITS in s tem povezano tudi turistično destinacijo.

Zavedamo se pomembnosti ponudnikovega in prodajalčevega dojemanja turističnega izdelka in ITS, vendar smo pri raziskovanju le-teh-dali prednost dojemanju turista oziroma turističnega trga. Oblikovanje ITS in s tem turistične destinacije »Kamnik«, ki smo jo kot cilj DN predstavili v naslednjih poglavjih, pa upošteva vsa dojemanja turističnega izdelka in ITS kot celotne ponudbe turistične destinacije.

Dojemanje turista je zelo pomembno za podobo turistične destinacije in ITS, ki jo želi destinacija ponuditi na trgu. Povpraševanje pri masovnem turizmu je usmerjeno ozko na posamezne turistične izdelke in to je za turista tudi ITS, pri sodobnem turistu pa je dojemanje usmerjeno v destinacijo kot celoto z njeno celotno ITS.

Primere našega raziskovanja in razmišljanja, ki se mogoče v nekaterih delih nekoliko razlikujejo od pogledov večine avtorjev, lahko najdemo v naslednjih znanih slovenskih turističnih destinacijah: Rogla, Kranjska Gora, Portorož, Velika planina. Izbrane destinacije pokažejo močno medsebojno odvisnost ali celo poistovetenje destinacije z njeno ITS. Destinaciji Rogla in Kranjska Gora že z imenom v mislih vzbudita podobo o celotni ponudbi. Za Portorož pa bi lahko trdili, da je ponudba že zelo velika in široka ter nekoliko presega pojem ITS. Na drugi strani pa je Velika Planina (uvrstili smo jo kot del turistične destinacije), ki ponuja več enostavnih in sestavljenih turističnih izdelkov.

Na podlagi izbranih teoretičnih osnov smo izluščili elemente, ki so del ITS in s tem tudi turistične destinacije ter ju določajo vsebinsko in prostorsko. Skupni elementi ITS so (Lebe, 2003, 117):

- atraktivnost področja in podoba turistične destinacije,
- turistični izdelki in vse vrste storitev (turistične in spremljevalne),
- dostopnost do turističnega območja oziroma destinacije,
- Regionalna turistična organizacija (RTO (DMO<sup>3</sup>)),
- management turistične destinacije kot delovni načrt za RTO in
- izdelan marketinški načrt.

### 2.3. Oblikovanje integralne turistične storitve

Oblikovanje integralne turistične storitve (ITS) v turistični destinaciji je kompleksno in zelo občutljivo, vendar ključno opravilo, da se v končni fazi izdelek, ki je v tem primeru ITS, lahko ponudi na turističnem trgu. Kompleksnost se kaže v vrsti različnih aktivnosti, procesov in medsebojnih odnosov vseh delov družbe v turistični destinaciji in širše. Občutljivost oblikovanja se pokaže predvsem pri zagotavljanju trajnostnega razvoja turizma in s tem turistične destinacije, ko lahko zelo majhne napake pri managementu destinacije sprožijo katastrofalne posledice za okolje in negativno vplivajo na odnose in procese v družbi. Na Sliki 1 smo prikazali osnovne elemente ITS oziroma turistične destinacije, ki skupaj vstopajo z elementarnega nivoja na vsebinsko-relacijski nivo, kjer z različnimi vrstami povezav in medsebojnih odnosov nastane ITS, s katero destinacija konkurira na trgu.

ITS smo definirali kot celovito oblikovano turistično ponudbo v turistični destinaciji. Oblikovanje ITS poteka na dveh ravneh. Prvo smo poimenovali **elementarna raven**, ki ga sestavljajo posamezni elementi ITS oziroma turistične destinacije (Slika 1). Druga pa je **vsebinsko-relacijska raven**. V sodobnem destinacijskem konceptu obravnave ponudbenega dela turizma je prav vsebinsko-relacijska raven tista, ki določa vsebino ITS in turistične destinacije. Kvaliteto posameznega elementa morajo nadgraditi tudi kvalitetne relacije (vsebina, smer, kontrola idr.) med elementi in ostalimi zunanjimi dejavniki ITS, ki tako določijo vsebino turistične ponudbe. Le na tak način bo ITS oblikovana tako, da bo z minimalnim vplivom na okolje maksimalno izkoriščala naravne in ostale zmogljivosti za obstoj in delovanje prepoznavne turistične destinacije (Cvikl, 2003, 64).

#### Elementarna raven pri oblikovanju ITS:

Na tej ravni se oblikujejo osnovni elementi ITS oziroma turistične destinacije, ki smo jih prikazali na sliki 1. Med osnovne elemente smo na tem nivoju dodatno uvrstili štiri pragove tolerance, s katerimi se uravnava intenzivnost vplivov ITS na okolje in družbo v destinaciji. Pragovi tolerance predstavljajo ključni element trajnostnega razvoja turizma in se morajo natančno opredeliti že pri začetnih odločitvah deležnikov o možnostih razvoja turizma.

Nekateri osnovni elementi ITS, kot so posamezni turistični izdelki ali samo primarna turistična ponudba, lahko samostojno nastopajo na trgu, vendar ne izkoriščajo vseh potencialov območja. Kot primer smo predstavili tudi trenutno stanje turističnega sektorja v občini Kamnik, ki je zaradi tega tudi predmet DN.

#### Vsebinsko-relacijska raven pri oblikovanju ITS:

Sodobni destinacijski koncept razvoja turizma na ponudbeni strani zahteva od turistične destinacije raznovrstno turistično ponudbo, združeno v prepoznavno in konkurenčno znamko (v našem primeru je to ITS) v turistični destinaciji. Prav zaradi tega smo opredelili vsebinsko-relacijski nivo kot nivo, kjer se osnovni elementi ITS povezujejo med seboj, vplivajo drug na drugega in so v medsebojni odvisnosti ter tako tvorijo celovito vsebino turistične destinacije, ki smo jo definirali kot **ITS**.

Na vsebinsko-relacijskem nivoju smo posebno pozornost namenili dvema osnovnima elementoma, ki s svojima funkcijama predstavljata ključna dejavnika uspeha in obstoja turistične destinacije. Prvi element so pragovi tolerance vplivov razvoja turizma na okolje in družbo. Pri oblikovanju ITS je potrebno stalno preverjati možne vplive na okolje in morebitno preseganje mej vseh štirih pragov tolerance. Drugi element pa so deležniki turistične

destinacije, njihovi interesi in usklajenost delovanja ter hierarhija deležnikov glede na odgovornost, ki jo imajo pri oblikovanju ITS oziroma turistične destinacije.

Pragovi tolerance imajo tudi na vsebinsko-relacijskem nivoju strateško vlogo pri oblikovanju ITS in s tem turistične destinacije. V vseh fazah oblikovanja ITS oziroma destinacije mora biti vgrajeno stalno preverjanje stanja destinacije v odnosu na vse pragove tolerance. Deležniki turistične destinacije predstavljajo drugi pomemben element oblikovanja ITS oziroma turistične destinacije, ki smo ga na tem nivoju želeli posebej poudariti. Svojo pravo vlogo pri oblikovanju turistične destinacije deležniki odigrajo šele na vsebinsko-relacijskem področju.

Glede na interese in odgovornosti posameznega deležnika so tudi njihove naloge pri oblikovanju ITS oziroma turistične destinacije različne. Deležnike smo zato razdelili na tri velike skupine. Prva skupina deležnikov ima interes in odgovornost za obstoj turistične destinacije. V to skupino smo uvrstili javni sektor, okoljevarstvene in ostale neprofitne organizacije ter upravljavce (management kot institucija) turistične destinacije. Deležniki v tej skupini delujejo v interesu družbe in njihov glavni interes in odgovornost je, da zagotavljajo trajnostni razvoj območja, ki je v njihovi pristojnosti. V drugo skupino smo uvrstili turistično gospodarstvo in vse ostale organizacije, ki izkazujejo poslovne ali druge interese v turistični destinaciji. Odgovornosti te skupine morajo nadzorovati in stalno kontrolirati nekateri deležniki iz prve skupine. Vse glavne skupine deležnikov iz te skupine pa morajo biti zastopane v destinacijskem managementu kot instituciji. Tretja skupina deležnikov, ki jo želimo poudariti, je lokalno prebivalstvo in uporabniki ITS – turisti. Na videz so deležniki zelo različni vendar ima vsakdo izmed njih natančno določeno vlogo, ki je ključna pri zagotavljanju zadovoljstva obojih v turistični destinaciji.

### **Zadovoljstvo turista kot dejavnik oblikovanja ITS in turistične destinacije.**

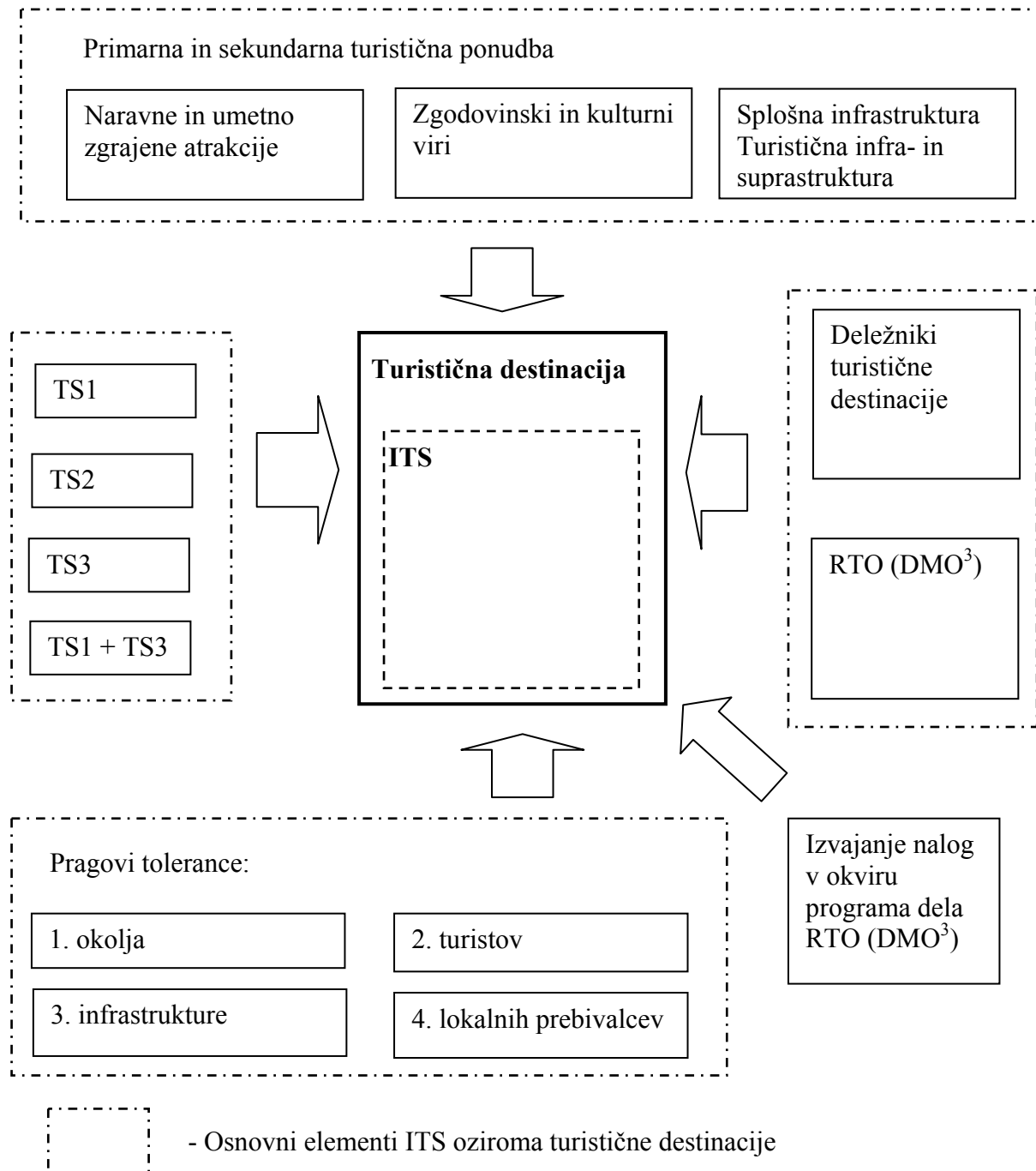
Kotler je (2003, 16) stopnjo zadovoljstva turista definiral z lestvico od 1 do 7, kjer pomeni 1 zelo zadovoljen in 7 zelo nezadovoljen in ugotovil, da morajo biti managerji v destinaciji zadovoljni le z ocenama 1 in 2. Le ti dve oceni namreč ustvarjata takšno podobo turistične destinacije, ki zagotavlja večje povpraševanje in tudi ponovni obisk.

Pri dejavniku, kot je stopnja zadovoljstva turista v turistični destinaciji, smo izhajali iz razpoloženja oziroma občutka, ki ga želijo turistične destinacije vzpodbuditi z ITS pri turistu. Tako so v tem primeru primarna turistična ponudba in ciljne skupine turistov ter odločitve za trajnostni razvoj turizma že osnova za oblikovanje ITS, vendar le pod pogojem, da želimo doseči stopnjo zadovoljstva turista, ocenjeno z 1 ali 2.

Problemi in konflikti pri oblikovanju ITS in s tem karakterja turistične destinacije, nastanejo vedno, ko imajo udeleženci procesa oblikovanja različne interese. Konflikti in problemi, ki jih je potrebno rešiti ali zmanjšati njihov vpliv na uspešnost oblikovanja ITS, se kažejo predvsem v:

- konfliktih med različnimi deležniki,
- konfliktih med različnimi interesnimi skupinami,
- težavah pri ohranjanju narave in hkratnem delovanju turističnega gospodarstva in
- težavah lokalnega prebivalstva v odnosu do turističnega sektorja.

Slika 1: Glavni dejavniki oblikovanja ITS



Slika 1 prikazuje ITS kot celovito ponudbo turistične destinacije, ki vsebuje vse možne turistične izdelke in njihove kombinacije, upošteva vse štiri pragove tolerance vplivov na okolje, ima podporo vseh deležnikov in jo upravlja management, ki funkcijo managementa opravi na pravi način.



Načinov oblikovanja ITS z uporabo teoretičnih modelov je še nekaj. Še več je primerov dobre prakse (veliko je, žal, tudi primerov slabe prakse). Prikazali smo tiste, za katere menimo, da so primerni kot teoretična osnova pri oblikovanju predloga ITS in turistične destinacije »Kamnik«, ki je osnovni cilj DN.

### 3. ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE V KAMNIKU IN NJEGOVI OKOLICI

Sedanja turistična ponudba Kamnika in okolice je sestavljena le iz posameznih in med seboj nepovezanih naravnih in kulturno-zgodovinskih znamenitosti ter zapuščine poskusov razvoja turizma v prejšnjem stoletju. Nekaj svetlih izjem, kot so nekateri posamezniki in podjetja, ki se samostojno trudijo poslovati na turističnem trgu, dokazuje, da obstajajo realne možnosti za razvoj turizma. Brez temeljite spremembe miselnosti, predvsem pri deležnikih, kot je javni sektor (občina, potencialni upravljavci destinacije idr.), in odločitve za trajnostni razvoj turizma kot glavne razvojne prioritete občine, analiza turistične ponudbe tudi čez deset ali več let ne bo nič drugačna.

#### **Naravne in umetno zgrajene znamenitosti v Kamniku in okolici**

Ključne značilnosti občine so povzete iz nekaterih strokovnih podlag, pripravljenih za delavnice, ki so se izvajale v postopku priprave programa prostorskega razvoja občine za področje turizma (Občina Kamnik, 2007, 5). Ključne značilnosti območja so: izjemna krajinska pestrost, velik delež naravno ohranjene krajine z regionalnim in državnim pomenom in dejstvo, da mesta degradacije v krajini niso zelo izrazita.

Krajinska območja in prostorske enote smo povzeli po različnih, do sedaj pripravljenih seznamih. Predstavljajo zaključeno enoto glede na način obravnave, bodisi z vidika urbanizma in prostora bodisi z vidika analize stanja v turistični ponudbi Kamnika in njegove okolice:

- Visokogorje Kamniških Alp: visokogorje z veliko reliefno dinamiko, razgaljenim skalovjem, melišči in izoblikovanimi vegetacijskimi pasovi omogoča specifične načine rekreacije in turizma (gorništvo, alpinizem);
- Kamniški vrh: Izrazit greben s strmimi južnimi pobočji, značilnimi senošetmi in melišči;
- Velika planina: izjemna kulturna krajina na visoki kraški planoti z ohranjenimi planšarskimi zaselki in značilnimi ovalnimi pastirskimi kočami. Poleg naravne in kulturne dediščine je na Planini tudi turistično rekreacijski center Velika planina s smučiščem, tekaškimi in kolesarskimi progami ter pešpotmi;
- Dolina Kamniške Bistrice s pobočji nad reko in pritoki: ozko dolinsko dno ob Kamniški Bistrici s kmetijskimi površinami na krčevinah in strma pobočja nad reko so pretežno porasla z gozdom in naravno dobro ohranjena. Krajina omogoča razvoj trajnostnih oblik rekreacije in turizma (izletništvo, gorsko kolesarjenje, učne poti itd.);
- Tuhinjska dolina s pobočji: ozko dolinsko dno ob Nevljici in Motniščici s kmetijsko proizvodnjo in stara vaška jedra. Dolina ima termalno vodo v globinah. Pobočja doline so izrazito gozdnata, izjemoma skrčena na prisojnih straneh. Poleg izkoriščanja termalne vode je možen razvoj turizma na kmetijah v povezavi z izletništvom;
- Menina planina: visoka, pretežno gozdnata kraška planota s številnimi pašnimi krčevinami, planšarskimi postojankami in manjšimi jezerci (pohodništvo, izleti, tek na smučeh);
- Tunjiško gričevje: razgibano gričevje z ohranjeno tradicionalno kmetijsko krajino, ki se lahko v prihodnosti razvije v rekreativno zaledje Kamnika;
- Kamniška ravan: Kamniška ravan je intenzivna poljedelska krajina na uravnanem svetu, ki je v pasu ob Kamniški Bistrici močno urbanizirana in ohranja odprte, zelene in rekreacijske površine. Te se z naravnimi koridorji navezujejo na širši zeleni sistem krajine;

- Mesto Kamnik s starim mestnim jedrom: 780 let staro srednjeveško mestno jedro z izrednimi zgodovinskimi in kulturnimi znamenitostmi. V središču starega mestnega jedra stoji Mali grad s kapelico, nad mestom se dviga Stari grad z ruševinam in gostiščem;
- Arboretum Volčji Potok: že dolgo je dobro znan v Sloveniji in Evropi. V neposredni bližini je tudi golfišče;
- Terme Snovik: termalni kompleks se nahaja v osrednjem delu Tuhinjske doline in je trenutno edina aktivna turistična lokacija.

Med umetno zgrajene znamenitosti v Kamniku in njegovi okolici sodi tudi vrsta kulturno-zgodovinskih ustanov in stavb, ki samostojno ali v vsebinskih sklopih predstavljajo del turistične ponudbe. To so muzeji, sakralni objekti, dva samostana, stavbe in deli stavb, zgrajeni po načrtih arhitekta Jožeta Plečnika.

### **Analiza turistične ponudbe v Kamniku in njegovi okolici po vsebinskih področjih**

Analizo turistične ponudbe v Kamniku in njegovi okolici smo opravili po vsebinsko zaokroženih področjih. Rezultate analize smo opisno predstavili v treh podpoglavjih. V prvem predstavljamo analizo turističnega sektorja, kjer smo analizirali trenutni organizacijsko-poslovni del turistične ponudbe. To so podjetja in organizacije, ki imajo poslovne ali druge interese v turističnem sektorju. V drugem podpoglavju smo predstavili analizo turistične infrastrukture in v tretjem analizo posameznih vsebinskih elementov obstoječe turistične ponudbe v Kamniku in njegovi okolici.

#### **3.1. Analiza turističnega sektorja v občini Kamnik**

V uvodu smo predstavili predmet analize v tem podpoglavju. Z vidika deležnikov turistične destinacije smo v ta sklop uvrstili javni sektor, okoljske organizacije, del turističnega gospodarstva in organizacije, ki upravljajo z destinacijo.

Pri analizi relacij med republiškimi in občinskimi organi smo ugotovili pomanjkljivosti v medsebojnem sodelovanju. Občina pri svojih razvojnih usmeritvah ne zahteva pomoči države in država ne usmerja turističnega razvoja občin in regij s strokovnimi predlogi. Tako je občina tista, ki je odgovorna za razvoj na vseh področjih, tudi v turizmu.

#### **Organizacija in predpisi**

Organizacijski in vsebinski okvir turističnega sektorja v Kamniku opredeljujejo akti in programski dokumenti, sprejeti v Republiki Sloveniji, ki določajo nacionalni koncept razvoja turizma v okviru gospodarskega in družbenega razvoja države. V Kamniku sta sprejeta dva krovna akta, ki na teoretični ravni opredeljujeta turizem kot pomemben del procesa razvoja občine. To sta Strategija razvoja turizma v občini Kamnik in akt o ustanovitvi javnega zavoda - Agencije za razvoj turizma in podjetništva v občini Kamnik.

#### **Poslovni subjekti oziroma turistična industrija**

Poslovne subjekte oziroma podjetja v Kamniku in okolici, katerih osnovna dejavnost je v okviru turističnega sektorja, smo razdelili v tri skupine. V prvo skupino smo uvrstili podjetja, katerih osnovna dejavnost je povezana izključno s turizmom. Drugo skupino sestavljajo podjetja ali javni zavodi s specializirano dejavnostjo in jih lahko štejemo med turistično ponudbo. V tretjo skupino pa uvrščamo podjetja, katerih izdelki in storitve niso neposredno povezane s turizmom, vendar so lahko tudi del turistične ponudbe.

Podjetji z osnovno dejavnostjo poslovanja v turizmu v Kamniku in njegovi okolici sta Terme Snovik d. o. o. v zasebni lasti, ki se nahajajo v Tuhinjski dolini ter podjetje Velika planina d. o. o. v lasti občine Kamnik.

Terme Snovik so najvišje ležeče terme v Slovenji. Podjetje je bilo ustanovljeno, ko so se govorice o topli in zdravilni vodi v bližini vasi Potok, Vaseno in Snovik v Tuhinjski dolini izkazale za resnične. Najprej so v okviru projekta CRPOV (celostni razvoj podeželja in obnove vasi) leta 1994 postavili pilotski bazen. Nato so ustanovili podjetje in leta 2001 zgradili pokriti kompleks, zunanje bazene leta 2003 in apartmajsko naselje leta 2005. Terme Snovik so trenutno vodilno podjetje pri razvoju turistične dejavnosti v Kamniku in njegovi okolici.

Velika planina d. o. o. je podjetje v lasti občine Kamnik. Osnovna dejavnost podjetja je izvajanje transporta in gostinsko turistične dejavnosti na širšem območju Velike planine. V preteklosti je imelo podjetje v lasti tudi edini hotel na Planini in gostišče Zeleni rob na zgornji postaji dvosedežnice. Do osamosvojitve so podjetja, ki so upravljala z napravami na Veliki planini, zaradi načina financiranja poslovala uspešno. Po osamosvojitvi je občina Kamnik ustanovila podjetje, ki bi upravljalo naprave na Veliki planini in ohranjalo turistične dejavnosti na planoti, ki posluje slabo in zato le životari.

Podjetja, uvrščena v drugo skupino, ki s svojo specializirano dejavnostjo predstavljajo posamično turistično ponudbo, so: Arboretum Volčji Potok, Golf Arboretum, Naravni zdravilni gaj v Tunjicah in športno turistični kompleks Pod skalco ter še nekatera druga.

Botanični vrt, ki ga je koncem 19. stoletja uredil lastnik območja Ferdinand Souvan in kasneje nasledil njegov sin Leon, je leta 1952 kot zaščiteno območje prevzela v upravljanje Agronomska in gozdarska fakulteta Univerze v Ljubljani. Povezava med parkom in Univerzo je v sedemdesetih letih razpadla in do leta 1999 je ustanova sicer delovala, vendar je imela zaradi neurejenega lastništva in financiranja negotovo prihodnost. Leta 1999 je bil Arboretum na celotni površini razglašen za kulturni spomenik državnega pomena, v istem letu je sledil sklep o ustanovitvi državnega Javnega zavoda Arboretum Volčji Potok. Park s svojim gozdnim zaledjem predstavlja za Slovenijo pomembno hortikulturno stvaritev, v parku so tudi važne dendrološke zanimivosti. Z uspešnim upravljanjem parka in prirejanjem javnih prireditev, kot so razstave cvetja, Arboretum danes predstavlja stalno in zanimivo turistično ponudbo v neposredni bližini Kamnika.

Poleg Arboretuma Volčji Potok je bilo leta 1998 zgrajeno golfišče z devetimi luknjami. Njegov lastnik je Podjetje Golf Arboretum, d. o. o.. Leta 2002 so zgradili še dodatnih 9 lukenj. Golfišče ima pomembno vlogo v turističnem sektorju, vendar je ta delno omejena na specifično ciljno skupino obiskovalcev.

Naravni zdravilni gaj Tunjice je zemljišče sredi mešanega gozda, veliko približno 10.000 m<sup>2</sup>, kjer se v blagem naklonu zvrsti več energijskih vrečev vse do vodnjaka z zdravilno vodo. Področja ugodnega delovanja vrečev so označena z različno velikimi krogi in ideogrami. Nenavadna moč tega območja je bila odkrita leta 1998 ob izkopavanju mivke.

Športno-turistični kompleks Pod skalco smo opredelili kot celoto, čeprav ima dva lastnika. Občina Kamnik je lastnik športnih objektov (odbojka na mivki, tenis in odkriti plavalni

bazen), člani družine Resnik pa so lastniki mladinskega hotela, gostilne Pod skalco, bara, avtokampa in teniških igrišč.

V tretjo skupino smo uvrstili podjetja in posameznike, ki nudijo na trgu izdelke in storitve, ki jih lahko opredelimo kot tipične za Kamnik z okolico ali kot del turistične ponudbe. Sem spada živilska industrija (Eta Kamnik s Kamniško gorčico, Meso Kamnik z mesnimi izdelki), tekstilna industrija (Svilanit z brisačami in kravatami, Pletilstvo Špenko), keramična industrija (Svit z majolikami). Od storitvenih so za turizem pomembne naslednje: pletilstvo, gorsko vodenje, učenje smučanja in tenisa, tečaji umetne obrti in tudi kulturnih dejavnosti (risanje, rezbarjenje) in čebelarstvo.

### **Organizacije, ki upravljajo z destinacijo**

Občina kot eden izmed pomembnih deležnikov, ki ima pristojnosti za odločitve o glavnih razvojnih smernicah, še ni dosegla političnega konsenza o turizmu kot primarni dejavnosti v občini in njeni okolici. Vključevanje turistične ponudbe območja v turistično ponudbo na državni ravni je redko in prihaja s strani nekaterih ponudnikov. Med organizacije, ki upravljajo z destinacijo, uvrstimo le občinske ustanove in organizacije, turistična društva v Kamniku in okolici ter nekatere regionalne razvojne agencije, ki so ustanovljene za pripravo in izvedbo razvojnih projektov s pomočjo sredstev, ki jih za razvoj namenjata Republika Slovenija in Evropska skupnost. Občina Kamnik je z ustanovitvijo Agencije za razvoj turizma in podjetništva formalno prenesla upravljanje turistične destinacije na Agencijo, katere glavni in prednostni cilj naj bi bil oblikovanje celovite turistične ponudbe občine Kamnik. Poleg glavnega cilja Agencije na področju turizma ta opravlja v skladu z aktom o ustanovitvi še druge naloge, ki so povezane tudi s podjetništvom. Med njimi so vzpostavitev turistično-poslovnega informacijskega centra, izvajanje marketinških dejavnosti za obe področji, sodelovanje in povezovanje z lokalnimi, regionalnimi in nacionalnimi subjekti s področja malega gospodarstva in turizma, priprava razvojnih projektov v skladu z zahtevami Evropske skupnosti, sodelovanje s turističnimi društvi, poslovnimi združenji in regionalnimi razvojnimi agencijami in izvajanje aktivnosti v zvezi z izobraževanjem na obeh področjih.

Ustanavljanje in delovanje turističnih društev se je po skoraj desetletnem mrtvilu ponovno uveljavilo leta 2004, ko je bilo ustanovljeno turistično društvo (TD) Kamn'k. Veliko bolj aktivni so bili turistični delavci v Tuhinjski dolini, ki so ustanovili že štiri TD kot dopolnitev turistične ponudbe Term Snovik. Eno TD pa deluje v Volčjem Potoku v bližini Arboretuma in golfišča.

Pri navajanju organizacij, ki tudi nastopajo v vlogi upravljanja trenutne dejavnosti turizma v Kamniku, ne smemo pozabiti nekaterih regionalnih razvojnih agencij s sedeži izven občine. Te agencije so ustanovljene, da bi pripravljale in izvajale programe razvoja občin ustanoviteljic. Zaradi možnosti črpanja finančnih sredstev iz državnih in evropskih razvojnih skladov so svojo dejavnost razširile na različna interesna območja tudi izven svojih občin. Nekatere od teh je z enakim namenom ustanovilo več občin. Tovrstni javni agenciji sta: Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije in Razvojni center Litija. Lokalne turistične in razvojne agencije občin Kamnik, Škofja Loka in Kranj želijo oblikovati deželo doživetij, imenovano Carniola.

Posebno mesto v upravljanju destinacije bo vsekakor imel zaenkrat še zasnovan regijski park Kamniško-Savinjske Alpe. Park je zasnovan z namenom, da bi ščitil naravno okolje gorskega dela občin Jezersko, Preddvor, Luče, Solčava in Kamnik. V prihodnosti naj bi Park v

sodelovanju z nevladnimi okoljevarstvenimi organizacijami (CIPRA in druge) pripravil dolgoročen program trajnostnega razvoja območja Parka. Nekatere aktivnosti že potekajo, zato smo predvideni park tudi uvrstili med upravljavce destinacije.

### **Kulturne in zgodovinske ter socialne, zdravstvene in vzgojne organizacije**

Kulturne in zgodovinske organizacije nastopajo vsaka s svojo dejavnostjo povsem samostojno razen v nekaterih osamljenih primerih. Niso pa vključene v celovito turistično ponudbo. Socialne, zdravstvene in vzgojne organizacije so trenutno namenjene le lokalnim prebivalcem. V sodobnem destinacijskem konceptu pomenijo kulturne in zgodovinske organizacije pomemben element pri oblikovanju turistične ponudbe v turistični destinaciji. Socialne, zdravstvene in vzgojne organizacije pa so pomembne spremljevalne dejavnosti, zato smo jih v analizi tudi predstavili.

Glede na vpliv in aktivnost v kulturni dejavnosti v Kamniku smo želeli izpostaviti naslednje organizacije: Javni sklad RS za kulturne dejavnosti-območna izpostava Kamnik, ki skrbi za funkcioniranje ljubiteljske kulturne dejavnosti v občini, med katerimi so tudi vsa kulturna društva, Dom kulture Kamnik, ki ga upravlja Kulturno društvo Priden možic, Glasbena šola Kamnik s tradicijo in kvaliteto ter Matična knjižnica Kamnik, ki je poleg svoje osnovne dejavnosti zelo aktivna še na področju predstavitve literature in organizacije kulturnih dogodkov, povezanih s besedno umetnostjo.

Zaradi bogate dediščine ljudske in akademske upodablajoče umetnosti so v Kamniku poleg razstavnih prostorov v javnih kulturnih zavodih še tri specializirane prodajno-razstavne galerije. Galerija Miha Maleša se nahaja v prostorih Medobčinskega muzeja Kamnik, galeriji Peroz in Majolka pa sta v zasebni lasti.

Medobčinski muzej Kamnik je edini javni zavod, ki skrbi za varovanje, hranjenje in predstavljanje premične kulturne dediščine na območju sedmih občin (Kamnik, Domžale, Mengeš, Trzin, Lukovica, Komenda in Moravče). Izredno dragocena in pomembna za Kamnik je zasebna muzejska zbirka družine Sadnikar. Ohranjeni in spremenjeni v muzej sta še Budnarjeva hiša v Palovčah, ki jo upravlja TD Kamn'k, in Preskarjeva bajta na Veliki planini. V Motniku, na skrajnem vzhodu občine Kamnik, je TD Motnik uredilo muzej pritlikavega nosoroga, katerega kosti so našli v rudniku leta 1910.

Med mnogimi cerkvami smo izbrali najpomembnejše za razvoj turizma. To so že omenjena kapelica na Malem gradu, cerkev Sv. Primoža in Felicijana nad Kamnikom, kapela Marije Snežne na Veliki planini, cerkev Sv. Ane v Tunjicah z dvema zvonikoma in cerkev Marije Brezmadežne na Šutni z ločenim zvonikom.

Kulturne, zgodovinske ter socialne, zdravstvene in vzgojne organizacije, ki smo jih predstavili, smo povzeli po podatkih Agencije za razvoj turizma in podjetništva v Kamniku.

### **3.2. Turistična infra- in suprastruktura**

Razdelitev je povzeta po Ogorelcu (2001, 37), le da je pri suprastrukturi dodana posebna postavka, namreč tkim. **neizkoriščeni** turistični objekti (hotel, dom, dvorec) in privatne počitniške hiše (tkim. vikendi, prej turistični objekti). Objekti, ki smo jih opredelili v novi postavki (neizkoriščeni), predstavljajo velik del prenočitvenih kapacitet na Veliki planini.

Nekateri prav tako neizkoriščeni objekti se nahajajo tudi v Kamniku in bližnji okolici. Neizkoriščene kapacitete teh objektov so zanimive za razvoj turizma, predvsem zaradi možnosti takojšnje vključitve le-teh v ponudbo.

## **Turistična infrastruktura**

**A. Dodatna splošna infrastruktura** (turistično pogojena infrastruktura – to je infrastruktura za komunalno dejavnost, ki presega potrebe domačega prebivalstva).

### Dostop do Kamnika z južne in zahodne strani (Ljubljana in Kranj - letališče):

- regionalni cesti iz smeri Ljubljane oziroma Kranja zadoščata potrebam;
- oskrba z elektriko je v skladu s potrebami;
- oskrba z vodo je dobra;
- na celotnem območju je zgrajena kanalizacija.

### Dolina Kamniške Bistrice:

- regionalna cesta iz Kamnika zadošča trenutnim potrebam oz. frekvenci vozil;
- oskrba z elektriko je zadovoljiva;
- oskrba z vodo je odlična, saj je kvalitetne vode dovolj;
- kanalizacije ni.

### Visokogorje Kamniških Alp:

- do Kamniškega in Kokrškega sedla sta zgrajeni tovorni žičnici;
- cest, razen do spodnjih postaj žičnic, ni;
- vsi domovi pridobivajo elektriko s sončnimi celicami in električnimi agregati;
- voda je kapnica;
- kanalizacije ni.

### Planota Velika planina:

- cest ni, razen kolovozov, ki pa so nastali zaradi vožnje do objektov, čeprav je ta prepovedana;
- z elektriko se oskrbujejo vsi planinski domovi in polovica koč in »bajt«;
- voda je samo deževnica ali posebej dostavljena v cisternah;
- kanalizacije ni.

### Tuhinjska dolina (dostop z vzhodne strani):

- regionalna cesta skozi Tuhinjsko dolino je z izgradnjo avtoceste Ljubljana-Maribor razbremenjena in zadošča potrebam. Lokalne ceste do in med vasmi pa trenutno zadoščajo le prevozu prebivalcev. Ob povečanju prometa turistov bodo nastale težave, ki so že prisotne pri dostopu do Term Snovik;
- oskrba z elektriko je zadovoljiva;
- vodovodi so večinoma vaški. V tem trenutku Občina Kamnik poskuša prevzeti upravljanje in posledično obnavljanje vodovodne infrastrukture;
- kanalizacije, razen v nekaterih vaseh z lokalnimi čistilnimi napravami, ni.

### Osrednji del mesta Kamnik (mestno jedro):

- ceste in ulice so potrebne temeljite obnove;
- oskrba z elektriko je dobra;
- vodovod je obnoven;
- kanalizacija je zgrajena.

**B. Turistična infrastruktura** (v ožjem pomenu)

### Južni in zahodne del občine (smer proti Ljubljani in Kranju-letališče):

- na tem območju ni posebej zgrajene infrastrukture razen, okolice Arboretuma in golfišča v Volčjem Potoku, ki obsega pretežno peš- in kolesarske steze ter nekatera igrala in jahalni poligon v sklopu Arboretuma;

- v vaseh na jugu in zahodu občine je nekaj kulturnih domov in športnih igrišč. Reka Kamniška Bistrica je ribolovno območje. Pozimi smučarski klub uredi na Mengeškem polju proge za tek na smučeh.

#### Dolina Kamniške Bistrice:

- tu ni zgrajene posebne infrastrukture, razen tega, kar je dala narava in planinskih poti.

#### Visokogorje Kamniških Alp:

- do vseh treh domov vodijo markirane in oskrbovane planinske poti.

#### Planota Velika planina:

- predel Velike planine je smučišče, zato je zgrajena nihalka in na Planini dvosedežnica ter nekaj vlečnic, ki več let niso obratovale (sedaj jih zopet usposablja). Nihalka in dvosedežnica sta namenjeni prevozu ljudi skozi celo leto;
- poleg že obstoječih planinskih in pohodniških poti so v zadnjem času dodatno označene še nekatere kolesarske poti.

#### Tuhinjska dolina (dostop z vzhodne strani):

- termalni kompleks v Termah Snovik je edini zgrajen turistični objekt v dolini. Ostale turistične infrastrukture, razen nekaj začrtanih peš- in kolesarskih stez ter planinskih poti na Menini planini, ni. Možen je ribolov v nekaterih rečicah in reki Nevljici.

#### Osrednji del mesta Kamnik (mestno jedro):

- v osrednjem delu mesta Kamnik ni posebej zgrajene turistične infrastrukture. Obstaja pa vrsta objektov, ki jih lahko uvrstimo v skupino turistične infrastrukture in že opravljajo to funkcijo, vendar le za lokalno prebivalstvo. To je kulturni dom, bazen v ZUIM, kegljišče, letno kopališče s športnimi igrišči Pod skalco, pešpot na Stari grad, trim steza idr.

## **Turistična suprastruktura**

### **A. Objekti za bivanje**

#### Južni in zahodni del občine (smer proti Ljubljani in Kranju-letališče):

- apartma Arboretum v sklopu golf kluba;
- apartma Planika na Duplici;
- prenočišča Mini bar v Volčjem Potoku.

#### Dolina Kamniške Bistrice:

- planinski dom v Kamniški Bistrici, planinski dom in športni turizem Kraljev hrib;
- sobe oddajata gostišči Pri Gamsu in Pri Planinskem orlu.

#### Visokogorje Kamniških Alp:

- planinski domovi na Kamniškem in Kokrškem sedlu ter na Korošici.

#### Planota Velika planina:

- Stalno sta odprta domova Jarški dom na Mali planini in Zeleni rob na Veliki planini. Ostali domovi (Domžalski dom na Veliki planini, Črnuški dom na Mali planini, Železničarski dom na planini Kisovec) so odprti samo poleti in pozimi med vikendi;
- od preko 100 počitniških in pastirskih koč jih javno oddajajo okoli 10, nekaj jih imajo v lasti podjetja, nekaj pa je zasebnih (pastirske kočje so v zasebni lasti z možnostjo zimskega najema).



#### Tuhinjska dolina (dostop z vzhodne strani):

- apartmajsko naselje v Termah Snovik je s 371 ležišči največji kompleks v občini;
- v bližini Term Snovik so še Apartmaji Jesenuc, Apartmaji Jelka in počitniška hiša Leber;
- sobe Olga Kern;
- nekaj ležišč je v planinskih domovih na Menini planini.

#### Osrednji del mesta Kamnik (mestno jedro):

- počitniški kompleks Pod skalco, v katerem se nahajata manjši avtokamp in mladinski hotel z dvajsetimi ležišči;
- v strogem centru mesta stojijo penzion Špenko in prenočišča Kamrica, prenočišča Lanišek in sobe Pri Cesarju;
- izven centra mesta v smeri vasi Tunjice se nahaja apartma Kotnik.

### **B. Objekti za prehranjevanje**

#### Južni in zahodni del občine (smer proti Ljubljani in Kranju-letališče):

- na južnem delu občine so novejša, strnjena blokovska naselja Zaprice, Bakovnik in Duplica ter dve večji vasi, Šmarca in Volčji Potok. V bližini blokovskih naselij prevladujejo picerije, špageterije in obrati hitre prehrane. V naselju Bakovnik je tudi ena boljših kitajskih restavracij v Sloveniji (Hong Kong). V Šmarci in Volčjem Potoku je nekaj dobrih domačih gostiln, kvalitetna picerija in vrhunska restavracija v golf klubu Arboretum;
- na zahodnem delu občine v vaseh Podgorje, Križ in Moste je tudi nekaj zelo dobrih domačih gostiln, med katerim po kvaliteti izstopa gostilna Čubr, ter dve piceriji.

#### Dolina Kamniške Bistrice:

- pri izviru Kamniške Bistrice stoji planinski dom in v njegovi bližini je okrepčevalnica Pri Jur'ju, ki ima urejen center za piknik;
- pri spodnji postaji nihalke sta okrepčevalnica Pri žičnici in planinski dom Kraljev hrib;
- zaradi dolge lovske tradicije v dolini sta v naseljih Stahovica in Stranje ostali dve vrhunski gostilni z divjačino (pri Gamsu in pri Planinskem orlu).

#### Planota Velika planina:

- prehrana je možna v vseh planinskih domovih, razen pozimi, ko jih je večina zaprtih. Stalno je odprt le Jarški dom na Mali planini.

#### Visokogorje Kamniških Alp:

- planinski domovi na Kamniškem in Kokrškem sedlu ter na Korošici.

#### Tuhinjska dolina (dostop z vzhodne strani):

- Terme Snovik se ponašajo s kvalitetno restavracijo;
- v bližini Term Snovik je nekaj novo odprtih in nekaj obnovljenih gostiln in ena picerija;
- ostali prehrabeni objekti v celotni Tuhinjski dolini so predvsem domače gostilne, od katerih je nekaj zelo kvalitetnih;
- poleti je možna prehrana tudi v nekaj planinskih domovih na Menini planini.

#### Osrednji del mesta Kamnik (mestno jedro):

- med prehrabnimi objekti v mestu prevladujejo tri glavne vrste le-teh: kavarne in slaščičarne ter okrepčevalnice. Kavarne in slaščičarne so del splošne ponudbe mestnega jedra in so dobro obiskane. Stare mestne gostilne in hotelske restavracije pa so ponudbo preusmerile ali prenehale z obratovanjem

zaradi majhnega povpraševanja. Tako je poleg nekaj gostiln, ki životarijo, nastalo še nekaj okrepčevalnic s specializirano ponudbo.

Splošne ocena analize, ki smo jo opravili, nam je pokazala, da imata Kamnik in njegova okolica tradicijo v kvalitetni pripravi in ponudbi predvsem domače hrane. Nekateri prehrambeni lokali dokazujejo tudi, da je možno v Kamniku ponuditi jedi sodobne kuhinje. Zaradi majhnega števila turistov, ki povprašujejo po hrani, predstavlja vlaganje dela in denarja posameznikov v razvoj gostinstva v občini zelo tvegano početje.

Ogorelčevo (2001, 37) delitev smo zaradi specifike ponudbe razširili z dodatno kategorijo turističnih objektov, saj predstavljajo neizkoriščeni turistični objekti znaten delež v celotni ponudbi destinacije.

### **C. Neizkoriščeni turistični objekti**

#### Dolina Kamniške Bistrice in planota Velika planina:

- V to kategorijo spadajo v dolini Kamniške Bistrice bivši Titov dvorec in lovska koča Lep kamen. Na Planini je turistično neizkoriščenih okoli 100 planinskih koč, ki so v zasebni lasti ali še vedno del počitniških kapacitet podjetij, bajte pa so v lasti pastirjev. Prav tako je že nekaj let zaprt hotel Šimnovec, ki je bil središče dogajanja na Planini. Ta kategorija objektov se zdi zelo pomembna za razvoj turizma na planoti, saj bi gradnja dodatnih objektov, ki bi nadomestili obstoječe kapacitete, pomenila prevelik negativen vpliv na okolje in prostor.

#### Osrednji del mesta Kamnik (mestno jedro):

- hotel Malograjski dvor se prenavlja po skoraj dvajsetih letih;
- večina gostišč v mestu ima sobe, vendar jih ne oddajajo. Nekatera gostišča so spremenila dejavnost, kot smo že zapisali, zato ne oddajajo sob;
- Zavod za usposabljanje invalidne mladine (ZUIM) je v poletnih počitnicah nudil možnost letovanja šolam ali Zvezi prijateljev mladine;
- dom na Starem gradu ne oddaja več sob zaradi dotrajanosti bivalnega dela;
- hotel in restavracija Planinka. Hotel je preurejen v poslovno-stanovanjsko stavbo, restavracija pa je že desetletje zaprta.

Obstoječe stanje turistične infra- in suprastrukture v Kamniku in njegovi okolici bi lahko na splošno kratko ocenili takole: »Zelo staro in brez idej.« To pomeni, da je večina delujoče infra- in suprastrukture iz časov zadnjega obdobja razcveta kamniškega turizma, ki je trajal od 1960 do 1985. V zadnjih dvajsetih letih se, razen Term Snovik, ni zgradilo ničesar, kar bi lahko uvrstili v turistično infra- ali suprastrukturo. Še več, pomemben del objektov na Veliki planini (žičnice in smučišče ter hotel Šimnovec) propada.

Analiza, ki smo jo opravili, je pokazala, da sta turistična infrastruktura in neizkoriščeni turistični objekti kot del turistične suprastrukture, pomembna dejavnika v razvoju turizma v Kamniku. S pravilnim pristopom k potrebni izgradnji in ponovnem vključevanju obstoječih kapacitet v turistično ponudbo destinacije bi bila takšna ponudba ključna primerjalna prednost destinacije na trgu.

### **3.3. Obstoječe skupine turističnih storitev kot del trenutne integralne turistične storitve (ITS)**

Že v uvodu poglavja smo zapisali dejstvo, da se v Kamniku in okolici oblikovanje turistične ponudbe izvaja na elementarnem nivoju, ki je definiran in opisan v točki 2.2.. ITS smo opredelili kot celovito in celostno turistično ponudbo v turistični destinaciji. V nadaljevanju želimo predstaviti oblikovanje turistične destinacije »Kamnik«, zato bomo vse obstoječe turistične storitve predstavili z vidika ITS. Ne glede na razpršenost lahko obstoječo turistično ponudbo z vidika ponudnikov pa tudi po vsebini obravnavamo kot ITS v Kamniku in njegovi okolici.

Turistično ponudbo v Kamniku in okolici smo analizirali v treh segmentih. Prvi je časovni segment ponudbe, ki smo jo razdelili na stalno, sezonsko in enkratno. Drugi segment je prostorski, kjer smo predstavili turistično ponudbo po zaključenih prostorskih enotah. V tretjem segmentu pa smo proučili posamezne turistične izdelke in njihove kombinacije ter poskušali ugotoviti, ali ima celotna turistična ponudba v Kamniku in okolici tudi vsebinsko obliko ITS in ne zgolj seštevka posameznih storitev.

#### **Analiza časovnega segmenta turistične ponudbe**

Turistično ponudbo, ki smo jo opredelili kot časovni segment, smo nadalje razvrstili glede na to, koliko časa (v letu) je turistična storitev na voljo turistom.

V kategorijo stalne ponudbe smo uvrstili:

- pokrita termalna riviera in apartmajsko naselje v Termah Snovik,
- vodeni ogledi starega mestnega jedra in večine javnih muzejev in galerij ter Budnarjeve muzejske hiše,
- Naravni zdravilni gaj Tunjice,
- ponudba prenočišč v mladinskem hotelu Pod skalco, večina zasebnih prenočišč in nekatere kočice na Veliki planini,
- domača hrana v gostilnah in hrana v ostalih prehrabnih objektih,
- celo leto je mogoč ogled nekaterih zgodovinskih in kulturnih ustanov, ki niso v lasti ali upravljanju Občine ali Agencije,
- sprehodi po znanih pešpoteh v nižinskem delu občine in nekaterih vzpetinah so mogoči celo leto (na Stari grad, k Svetemu Primožu).

Druge stalne turistične ponudbe v Kamniku in okolici ni, razen splošne ponudbe blaga in storitev, ki pa je namenjena predvsem lokalnemu prebivalstvu.

Sezonska ponudba je razdeljena pretežno na poletno in zimsko. Manjša ponudba jeseni in spomladi, se pojavlja na podeželju. Gre za oživljanje spomina na tradicionalna kmečka opravila, predvsem v Tuhinjski dolini. To dejavnost omogočajo Terme Snovik v dopolnilni ponudbi.

Poletna ali zimsko in druga sezonska ponudba:

- zunanji bazeni v Termah Snovik,
- letno kopališče v Kamniku,
- poletna ponudba avtokampa Resnik, športna igrišča v kompleksu Pod skalco,

- poletno planinarjenje in ogled gorskega pašništva ter bivanje na Veliki planini,
- pohodništvo po Kamniških Alpah (zaradi različnih pogojev sta sezoni ločeni),
- zimska sezona s smučanjem in bivanjem na Veliki planini,
- Arboretum Volčji Potok je odprt in urejen za javnost spomladi, poleti in jeseni,
- Golf arboretum,
- Kulturni dom Kamnik izvaja svojo dejavnost skozi šolsko leto.

Kot enkratno ponudbo smo uvrstili posamezne prireditve in dogodke, ki se izvajajo krajši čas (približno 1–7 dni) in le enkrat v daljšem časovnem obdobju. Nekatere od naštetih prireditev so že tradicionalne in privabljajo veliko število, predvsem domačih obiskovalcev. To so:

- Dnevi narodnih noš v začetku septembra,
- Srednjeveški dnevi v začetki junija,
- veliko prvomajsko praznovanje v Kamniški Bistrici,
- enodnevne ali vikend prireditve v organizaciji Term Snovik, ki temeljijo na temah s podeželja in zdravega življenja,
- nekatere tradicionalne športne prireditve, kot so odprto prvenstvo Kamnika v lokostrelstvu, Kamniški triatlon, Gorski tek na Grintovec in še nekatere druge športne prireditve,
- Arboretum Volčji Potok prireja nekatere razstave. Najbolj znan je spomladanski vrtnarski sejem z razstavo tulipanov,
- druge prireditve kulturne in družabne vsebine.

Časovni vidik trenutne turistične ponudbe smo predstavili z vidika trajanja ponudbe in ne z vidika možnih oblik uporabe, kot so eno- ali večdnevno bivanje v destinaciji. Takšno predstavitev smo izbrali, saj smo le tako lahko prikazali, koliko časa je v Kamniku z okolico neka turistična storitev na voljo turistom. Poleg časovne predstavitve se je izoblikovala tudi vsebinska predstavitev ponudbe, ki je pokazala, kaj je na voljo turistom.

### **Analiza prostorskega segmenta turistične ponudbe**

V prostorskem segmentu smo opravili analizo Kamnika in njegove okolice po prostorskih enotah, ki tvorijo zaokroženo vsebinsko celoto turistične ponudbe. Dve geografski območji sta se pri analizi pokazali kot nosilca turistične dejavnosti v Kamniku in njegovi okolici. Prvo območje je osrednji del Tuhinjske doline oziroma Terme Snovik, ki se razvija v prepoznavno in kvalitetno turistično območje. Drugo pa je za Slovenijo edinstveno območje sredogorja na planoti Velika planina, ki pa na žalost životari in čaka na nov zagon. Ostala območja, ki smo jih opredelili, privabljajo manj turistov, ali pa so privlačna samo v času večjih prireditev. To so staro mestno jedro z zgodovinsko-kulturnimi ustanovami in spomeniki, visokogorje Kamniških Alp z dolino Kamniške Bistrice in območje Arboretuma Volčji Potok.

### **Primerjava obstoječe turistične ponudbe kot celote z ITS oziroma celovite turistične ponudbe pri destinacijskem konceptu.**

V nasprotju s sodobnim destinacijskim konceptom oblikovanja turistične ponudbe, ki je po našem mnenju najprimernejši za območje Kamnika z okolico, trenutna turistična ponudba temelji na posameznih turističnih storitvah ali združevanju nekaterih turističnih storitev. Takšno stanje povzroča razpršeno ponudbo, ki je nepovezana in se med seboj tudi ne dopolnjuje. Rezultati analize trenutne turistične ponudbe v Kamniku in okolici so nakazali, zakaj se je razvoj turizma ustavil na tej stopnji. Glavni vzrok je neenotnost deležnikov, ki spadajo v turistično gospodarstvo in tistih, ki so zadolženi za upravljanje destinacije ter lokalne skupnosti (Občina). Predvsem lokalna uprava se še ni opredelila do strateških

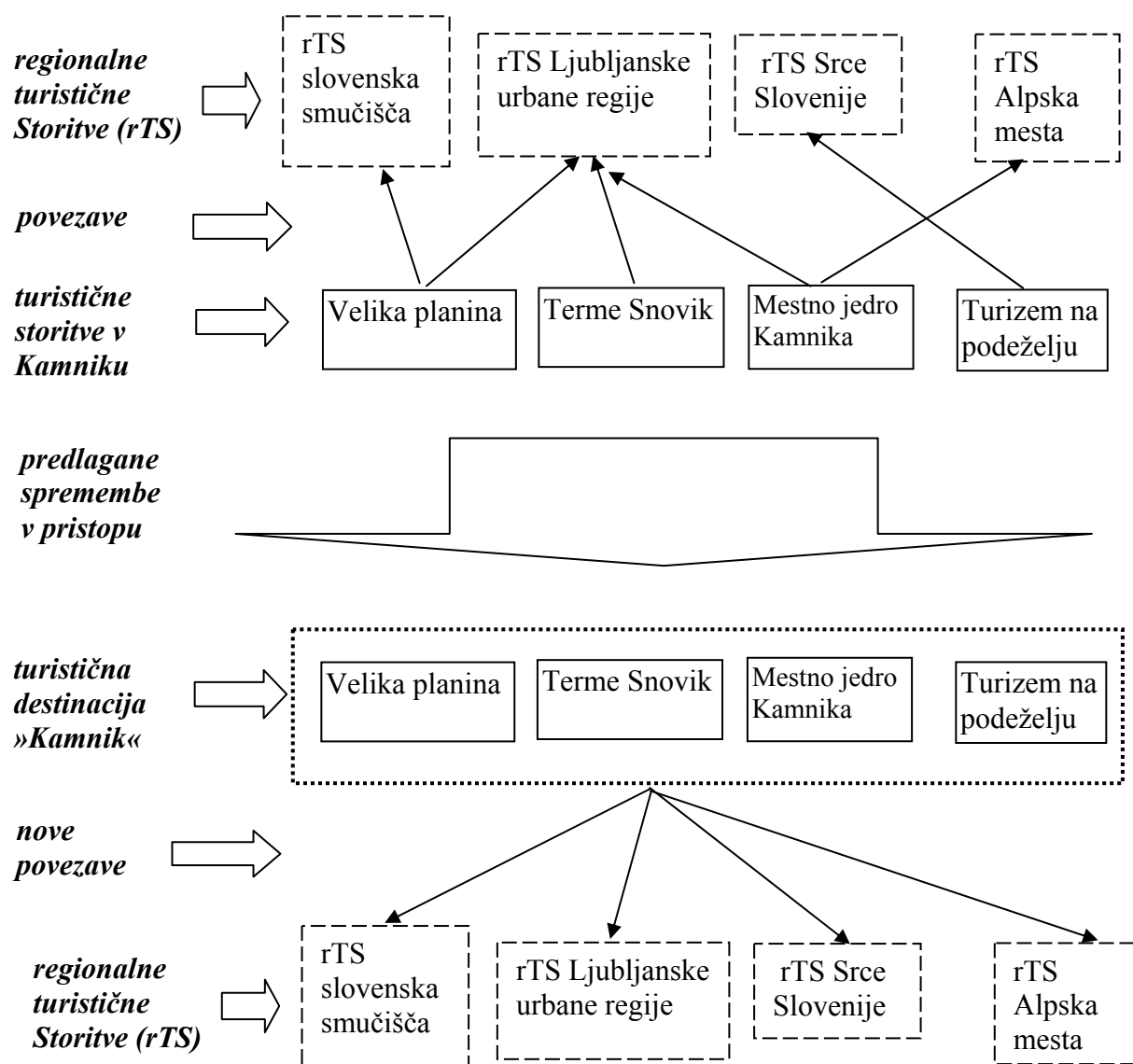
razvojnih smernic območja. To pomeni, da morajo vodilni turistični ponudniki poleg kvalitetnega izvajanja svojih storitev in lastne promocije izvajati tudi promocijo širšega okolja. Pozitivni premik v pristopu k razvoju turizma je v zadnjem obdobju naredilo podjetje Terme Snovik, ki se je začelo povezovati z ostalimi ponudniki (Velika planina), turističnimi društvi v Tuhinjski dolini in nekaterimi prehrabnenimi lokali. Tako podjetje že pritiska na lokalno skupnost v pozitivnem smislu, da bi s svojimi odločitvami poskrbela za pospešen razvoj turizma v občini.

#### 4. PREDLOG INTEGRALNE TURISTIČNE STORITVE (ITS) V KAMNIKU Z OKOLICO

Predlog ITS, ki smo ga oblikovali v DN, temelji na pričakovani in potrebni spremembi pristopa k razvoju turizma v Kamniku in njegovi okolici. Z obstoječim načinom dela, predvsem javnega sektorja, ki po našem mnenju nima interesa za oblikovanje programa trajnostnega razvoja občine, ni mogoče povezati vseh deležnikov in jih usmeriti v razvoj turizma.

Na Sliki 2 smo prikazali alternativni pristop k razvoju turizma na območju Kamnika z okolico. Slika prikazuje, kako bi spremenili posamično povezovanje turističnih ponudnikov v oblikovanje celovite ponudbe turistične destinacije in šele nato vključevanje celotne destinacije v regionalno in nacionalno turistično ponudbo.

Slika 2: Potrebno preoblikovanje posamične turistične ponudbe v destinacijski koncept z ITS.



(Opomba: Slika ne vsebuje vse turistične ponudbe, ker smo želeli prikazati spremembe v pristopu k razvoju turizma v Kamniku in njegovi okolici.)

### **Turistična destinacija »Kamnik«**

Temeljno vprašanje, ki se je postavilo pri pripravi DN, je bilo: Kakšen pristop uporabiti za pripravo predloga ITS in oblikovanje turistične destinacije »Kamnik«? Naš predlog smo definirali z vidika razvoja in oblikovanja nove turistične destinacije. Prepričani smo namreč, da je predlagani način najboljši, saj omogoča celovit pregled nad vsemi viri, ki so na voljo ter omogoča oblikovanje vizije in poslanstva, ki sta v skladu z interesi vseh deležnikov.

Geografsko območje turistične destinacije »Kamnik« bi obsegalo ozemlje bivše občine Kamnik (sedanji občini Kamnik in Komenda) in nekatere manjše dele ostalih občin kot del nekaterih turističnih storitev.

Osnovna značilnost, na kateri bi temeljila vsebina ponudbe in s tem prepoznavnost destinacije, bi bila sestavljena iz treh glavnih segmentov:

1. možnost večdnevnega bivanja turistov vseh starostnih skupin, ki povprašujejo po naravi, kulturno-zgodovinskih in športno-rekreacijskih vsebinah ter po aktivnem ohranjanju zdravja.
2. Enodnevni obiski (domačih in tujih turistov) narave, kulturno zgodovinskih in športno-rekreacijskih vsebin ter aktivno ohranjanje zdravja.
3. Destinacija kot ena izmed postaj za nekajdnevni obisk na popotovanju individualnih turistov, parov (družin) ali manjših skupin po Evropi.

Destinacija ni primerna za množični turizem, za »mesto mladih« po vzoru »grških maturantskih otokov«, za igralniški turizem.

Vse tematske sklope pa bi morali združiti v enotno znamko destinacije, ki bi predstavljala in poudarjala vsebino in kakovost ponudbe.

Primer predloga sloganov oziroma kratkih opisov podobe destinacije, s katerim bi lahko ustvarjali prepoznavnost destinacije.

<p>»KAMNIK – aktivni oddih ohranja zdravje.» »KAMNIK – zgodovina in kultura širita obzorje.«</p>
--

### **Tržno pozicioniranje turistične destinacije »Kamnik«**

- a. Ponudbo Kamnika z okolico enoznačno opredeljujejo:
  - Kamniško-Savinjske Alpe,
  - Velika planina,
  - Tuhinjska dolina z Menino planino,
  - staro mestno jedro.
- b. Ponudba Kamnika, ki se odločilno razlikuje od konkurence:
  - mesto ima 780 letno zgodovino,
  - udoben dostop,

- edinstvena kombinacija ponudbe aktivnega oddiha, ohranjanja zdravja in zgodovinsko-kulturnih znamenitosti,
- izredna lokacija in pokrajina z visokogorjem, gorsko planoto in ravnino,
- edinstvena ponudba termalnega kopališča, zdravnega gaja in gorske klime.

c. Gost s ponudbo Kamnika pridobi:

- trenutek oddiha, sproščenosti in dobrega počutja,
- investicijo v zdravje,
- možnost rekreacije in gibanja v zdravem in gorskem okolju,
- občutek umirjenosti in intenzivno in čutno nabiranje moči v času bivanja,
- vpogled v bogato in dolgo zgodovino mesta,
- možnost uživanja v kulturnih prireditvah in ogledu umetnin,
- možnost pridobivanja novih znanj na področju športa in rekreacije, zgodovine, kulture in umestnosti in zdravega življenja.

#### **4.1. Vizija in poslanstvo ter ključne ciljne skupine gostov**

Oblikovanje vizije, poslanstva in ključnih ciljnih skupin gostov so, gledano v celoti, začetne in ključne naloge pri oblikovanju turistične destinacije. Ni dovolj le strinjanje deležnikov glede zamisli o zelenem stanju destinacije in njenem poslanstvu, temveč trdno prepričanju v pravilnosti odločitve in pripravljenosti, da se takšne naloge tudi izvedejo.

##### **Vizija**

Občina Kamnik do leta 2019 postane splošno prepoznavna turistična destinacija s preprostim nazivom »Kamnik« in specifično ponudbo. Ponudba bo temeljila na vsebinah, ki se bodo odločilno razlikovale od konkurence.

##### **Poslanstvo**

Poslanstvo turistične destinacije »Kamnik« bo usmerjeno na tri glavne segmente delovanja: prvi bo omogočal popolno zadovoljevanje potreb obiskovalcev oziroma turistov v destinaciji. Drugi segment bo pripravljala takšne turistične storitve v okviru ITS, da bo zagotovljen trajnostni razvoj vseh področij družbe s poudarkom na varovanju okolja. Tretji segment poslanstva bo zajemal lokalno prebivalstvo, ki bo z naklonjenostjo in pozitivnim odnosom do turizma, prijaznostjo do turistov ter stalnim izobraževanjem zagotavljal trajnostni razvoj občine, nenehen lasten razvoj, dolgoročno možnost zaposlovanja v turističnem sektorju.

##### **Predvidene ciljne skupine turistov**

Pri izbiranju oziroma določanju najprimernejših ciljnih skupin turistov za turistično destinacijo »Kamnik«, smo glede na vse potenciale turistične destinacije, vizijo in poslanstvo destinacije ter predvidene elemente ITS za določanje ciljnih skupin turistov najprej upoštevali razdelitev na psihološke determinante povpraševanja v turizmu (Kotler, Bowen, Makens, 2003, 729). Z vidika psiholoških determinant zadovoljevanja potreb turistov so v Kamniku in njegovi okolici po našem mnenju najprimernejše naslednje: izobraževanje, sprostitev, beg pred vsakdanom in odkrivanje samega sebe.

V viziji in poslanstvu smo opredelili vsebino turistične ponudbe, ki ne bo usmerjena na posamezne starostne skupine gostov, ampak bo temeljila na zadovoljevanju specifičnih potreb turistov, na katere bo destinacija usmerila svoj marketinški splet. Splošna lastnost turista, ki



ga bo privabljala turistična destinacija »Kamnik«, bo **aktivnost** in **zvedavost**, visoka **okoljevarstvena zavest** in **splošna izobraženost**. V sistemu VALS<sup>5</sup> predlagane lastnosti turista pripadajo predvsem naslednjim skupinam: konformisti, »Thinkers, Achievers, Experiencers, Believers«. Za vsako od vsebinskih posebnosti ponudbe je potrebno definirati še predvidene lastnosti in potrebe ciljnih skupin turistov. Na podlagi opisanih, zelenih, splošnih in posebnih lastnosti gostov, predvidene turistične ponudbe v obliki ITS, njune preslikave v to, kakšne potrebe lahko destinacija zadovoljuje in z opazovanjem turistov v ostalih podobnih destinacijah, smo definirali naslednje ciljne skupine turistov.

- **Aktivni** - njihov osnovni motiv na počitnicah je gibanje. Poleg gibanja povprašujejo še po sprostitvi in dobri hrani in občasno po kulturno-zgodovinskih ali ostalih znamenitostih. Mlajši aktivni turisti povprašujejo še po zabavi. Ta ciljna skupina bo izkoristila vse tri časovne oblike ponudbe destinacije (enodnevno, nekajdnevno, prehodno in večdnevno).
- **Zvedavi** – motivi radovednih turistov se izražajo v želji po novih spoznanjih s kulturno-socialno-zgodovinskega vidika. Tak način obiska destinacije je pogosto pogojen z begom pred vsakdanom in odkrivanjem samega sebe. Za destinacijo bodo zanimivi predvsem samoiniciativni in pretežno individualni gostje, ki bodo dopust preživeli v destinaciji, ali pa bodo izbrali destinacijo kot eno izmed postaj na popotovanju v času dopusta. Raznolika ponudba bo kot nalašč za to ciljno skupino, saj lahko zadovolji turista z športno-rekreacijskimi, zgodovinsko-kulturnimi, naravno-zdravstvenimi in tudi alternativno-zdravstvenimi vsebinami.
- **Okoljevarstvena zavest** in **splošna izobraženost** sta lastnosti turistov v predvidenih ciljnih skupinah, ki ne bosta določali vrste ponudbe, ampak intenzivnost in različice ponudbe za zgoraj omenjene aktivne in radovedne goste. Na tak način bo možno izvajati tudi stalen nadzor nad tako imenovano »kvaliteto turistov«, da bo dosežena optimalna harmonija destinacije in gosta.

Pomemben delež pri obisku destinacije bodo imeli enodnevni gosti obojih lastnosti, aktivni in radovedni, domači, individualni in skupinski izletniki (šolarji, upokoјenci in drugi) ter tuji turisti.

V ciljne skupine gostov smo uvrstili še specializirane turiste, ki bodo imeli dvojno vlogo. To so priznani ustvarjalci s področja umetnosti in kulture, strokovnjaki s področja zgodovine, etnologije in ostalih področij, ki so vsebinsko blizu ponudbi destinacije, priznani športniki in športne ekipe, pa tudi priznani pripravljavci kulinaričnih specialitet.

S predlaganimi skupinami ciljnih gostov in predlagani ITS smo se zavestno oddaljili od množičnega turizma, ki je ozko usmerjen v povpraševanju in izkoriščanju ponudbe. Še več, okolje in naravni ter obstoječi umetno zgrajeni viri in možnost gradnje dodatne turistične infrastrukture so nam omogočili, da se pri predlogu ciljnih skupin usmerimo k zahtevnejšim gostom in nekaterim posebnim ciljnim skupinam turistov. Takšna usmeritev je zahtevna in zaznava poleg priložnosti, ki jih nudi ponudnikom in uporabnikom ITS, tudi večja tveganja pri morebitnem nezadovoljstvu gostov in negativnem vplivu na okolje.

#### 4.2. SWOT analiza

Če želi turistična destinacija ponuditi na trg ITS, ki bo omogočala doseganje koristi destinaciji, turistom in okolju v smislu trajnostnega razvoja mora analizirati svoje notranje in

zunanje okolje. V notranjem okolju je potrebno definirati svoje prednosti in slabosti, v zunanjem pa priložnosti in nevarnosti. Najbolj uspešno turistična destinacija definira zgoraj omenjene elemente, če svoje poslanstvo poveže z rezultati SWOT analize (prirejeno po Lebe, 2003, 17).

**Tabela 1:** Rezultati analize turističnega sektorja in možnosti za razvoj turizma v občini Kamnik in njegovi okolici v obliki SWOT analize.

<p><b><u>Prednosti</u></b> (Strengths):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ohranjeno naravno okolje,</li> <li>- čista pitna voda, čist zrak,</li> <li>- atraktivno, zdravo in zdravilno okolje,</li> <li>- naravne in kulturno zgodovinske znamenitosti,</li> <li>- ugodna geografska in prometna lega;</li> <li>- raznolikost ponudbe na relativno majhnem prostoru,</li> <li>- bogata športna tradicija, rekreativna in pohodniška tradicija,</li> <li>- bogata kulturna in umetniška tradicija, predvsem likovna,</li> <li>- dodatna zaščita okolja z ustanovitvijo regijskega parka KSA<sup>4</sup>.</li> </ul>	<p><b><u>Slabosti</u></b> (Weaknesses):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ni vizije o turizmu kot nosilni panogi razvoja občine,</li> <li>- veliko slabo izkoriščenih potencialov ,</li> <li>- nepovezanost turistične ponudbe v Kamniku in njegovi okolici,</li> <li>- nezadovoljiva izkoriščenost naravnih, zgodovinskih in kulturnih potencialov v turistični ponudbi,</li> <li>- nerazumevanje lokalne skupnosti za razvoj turizma,</li> <li>- nejasen odnos lokalnega prebivalstva do razvoja turizma v občini,</li> <li>- individualna ponudba ne dosega vsebinskih in kakovostnih meril destinacije,</li> <li>- zaviranje trajnostnega razvoja turizma s kadrovske politiko v agenciji, ki je ustanovljena samo zaradi obstoja.</li> </ul>
<p><b><u>Priložnosti</u></b> (Opportunities):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vključevanje turistične ponudbe destinacije »Kamnik« v ponudbo drugih turističnih destinacij,</li> <li>- vključevanje specifične ponudbe destinacije v nacionalno turistično ponudbo kot eno izmed posebnosti Slovenije (Velika planina),</li> <li>- možnost oblikovanja ponudbe v okolju, ki po vsebini nima konkurence (počitniško in planšarsko naselje na Veliki planini),</li> <li>- 780 let zgodovine mesta Kamnik s starim mestnim jedrom, ki je zelo redek zgodovinski in kulturni vir,</li> <li>- vključevanje turistične ponudbe v učni program izobraževalnih ustanov OŠ, srednjih šol in fakultet),</li> <li>- celoletna ponudba turističnih storitev;</li> <li>- pridobivanje sredstev iz evropskih strukturnih skladov za trajnostni razvoj</li> </ul>	<p><b><u>Nevarnosti</u></b> (Threats):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nepovezanost lokalne turistične ponudbe z ostalo ponudbo širše okolice in države,</li> <li>- opredelitev za neprimerne ciljne skupine turistov,</li> <li>- preveč intenziven marketing in s tem morebitna prenasičenost destinacije s turisti,</li> <li>- občina je slabo vključena v regionalne in nacionalne turistične projekte in programe.</li> </ul>

turizma in občine.	
--------------------	--

SWOT analiza je pokazala glavna odstopanja od vizije in poslanstva, ki smo ga oblikovali za turistično destinacijo »Kamnik« in nakazala glavne prednosti in priložnosti, ki jih ima bodoča destinacija pri zavzemanju svoje pozicije na trgu. Prav tako je analiza pokazala slabosti in nevarnosti, ki jih je v destinaciji potrebno odpraviti ter biti nanje pozoren, da ne bi negativno vplivale na razvoj turistične destinacije v načrtani smeri.

### 4.3. Predlagane osnovne skupine turističnih storitev

Na podlagi obstoječe turistične ponudbe, ki smo jo analizirali glede na trajanje in prostor ter ugotovljene in predlagane osnovne ciljne skupine gostov, smo oblikovali predlog osnovnih skupin turističnih storitev, ki bodo sestavni del ITS. To so: **1. šport in rekreacija, 2. kultura s poudarkom na umetnosti in zgodovini, 3. naložba v zdravje, 4. narava ter 5. kulinarika.**

#### Šport in rekreacija

Turistično storitev te skupine smo razdelili na dve podskupini: vrhunski šport ter šport in rekreacija. Ponudba na področju vrhunškega šport bi temeljila na privabljanju domačih in tujih vrhunskih športnikov in ekip na treninge ali priprave. V okviru področja vrhunski šport je predvidena tudi organizacija športnih tekmovanj predvsem v individualnih športnih (gorski tek, gorsko kolesarstvo, lokostrelstvo, idr.). Področje športa in rekreacije bo ponudilo turistom enake vsebine kot pri vrhunskem športu. V to področje smo umestili tudi zimske športe, pohodništvo, alpinizem, tek, idr.). Del te turistične storitve bi bil tudi golf z enim izmed lepših igrišč v Volčjem potoku, vendar le kot ponudba redko zastopane ciljne skupine. Osnovni cilj oblikovanja turistične storitve »šport in rekreacija« je poleg privabljanja turistov, ki povprašujejo po destinaciji takšne vsebine, tudi dvig zavesti prebivalstva o pomenu športa in rekreacije za zdrav način življenja.

#### Kultura, umetnost in zgodovina

Predvideli smo dve podskupini. Prva je namenjena predvsem oblikovanju ponudbe, ki predstavi bogato zgodovino mesta in zgodovinski razvoj na območju destinacije. V to podskupino smo uvrstili izdelke ali dogodke s področja stavbarstva, arhitekture, glasbe, slikarstva, ljudske umetnosti, etnologije idr. Drugo podskupino pa smo vsebinsko opredelili z geslom »Včeraj za jutri«. Predvideli smo prirejanje kulturnih in umetniških prireditvev in šol, tečajev in seminarjev. Vse to bi izvajali priznani umetniki in učitelji. Prireditve v sklopu druge podskupine bi bile namenjene tako poklicnim kot ljubiteljskim umetnikom in kulturnim delavcem.

#### Naložba v zdravje

Destinacija »Kamnik« ima tri zelo privlačne lokacije za oblikovanje turistične storitve »Naložba v zdravje«. Zato smo predvideli tudi tri podskupine. Prva je že uveljavljena ponudba Term Snovik. Druga podskupina je ponudba gorske klime. Ta podskupina je nova turistična storitev in jo je potrebno na novo oblikovati. Ideja je nastala pri opazovanju Rogle, kot edinega gorskega zdravilišča v Sloveniji. V občini Kamnik sta namreč dve planoti z enako

nadmorsko višino in podobno klimo. Obe planoti sta že v turistični ponudbi, vendar ne z gorsko in zdravilno klimo. Oblikovanje gorskega klimatskega zdravilišča je predvideno kot dolgoročni cilj saj je potrebno izvesti vse potrebne postopke. V začetku je možno ponudbo oblikovati le na osnovi gorske klime. V tretjo podskupino pa smo uvrstili energijsko intenzivno okolje zdravilnega gaja Tunjice.

V Kamniku se je zdraviliška dejavnost začela z odprtjem zdravilišča, kjer so zelo uspešno izvajali Kneippovo vodno metodo zdravljenja in preventivnega zdravljenja. Kot posebno in samostojno storitev v okviru skupine »Naložba v zdravje« smo jo predvideli tudi mi.

### **Narava**

Obravnave skupine »Narava« smo se lotili zelo previdno, skrbno in tudi z nekoliko zadržanosti. Naravno okolje v Kamniku in njegovi okolici je po našem prepričanju eden izmed ključnih elementov primerjalnih prednosti destinacije pri vseh prejšnjih skupinah. V samostojno skupino pa smo naravo uvrstili zaradi naravnih danosti in raznolikosti okolja, ki z nekaterimi načrtno oblikovanimi območji omogoča oblikovati več vrst turističnih storitev. Tudi tu moramo opozoriti na posebnost, ki je značilna za naravno okolje kot del turistične storitve in to je, da je naravna znamenitost lahko v sklopu turistične ponudbe le, dokler je neokrnjena. Zato smo v tej skupini kot samostojne turistične storitve predvideli le že uveljavljene in organizirane naravne znamenitosti. To so Arboretum Voljči potok, sredogorje z Veliko planino in Malo planino, dolino Kamniške Bistrice. Ostale naravne znamenitosti pa bodo morale biti obravnavane strokovno in ustrezno zavarovane pred prevelikim vplivom turizma. To so predvsem soteske rek, slapovi in nekatere še neobljudene nižje gore.

### **Kulinarika**

Za skupino »Kulinarika« smo predvideli le skupino s ponudbo lokalnih dobrot kot dopolnilno ponudbo k predhodnim skupinam turistične ponudbe, ki bo upoštevala bogato in dolgo zgodovino mesta. Vsekakor kulinarika zahteva strokoven in kvaliteten pristop k pripravi ustreznih receptov, saj je prehrana gostov ena izmed najbolj tveganih dejavnosti.

## **4.4. Predlog integralne turistične storitve (ITS)**

Turistični prospekt iz leta 1987, ki ga je izdala Turistična poslovna skupnost Kamnik, je takole predstavil turistično ponudbo mesta Kamnik z okolico:

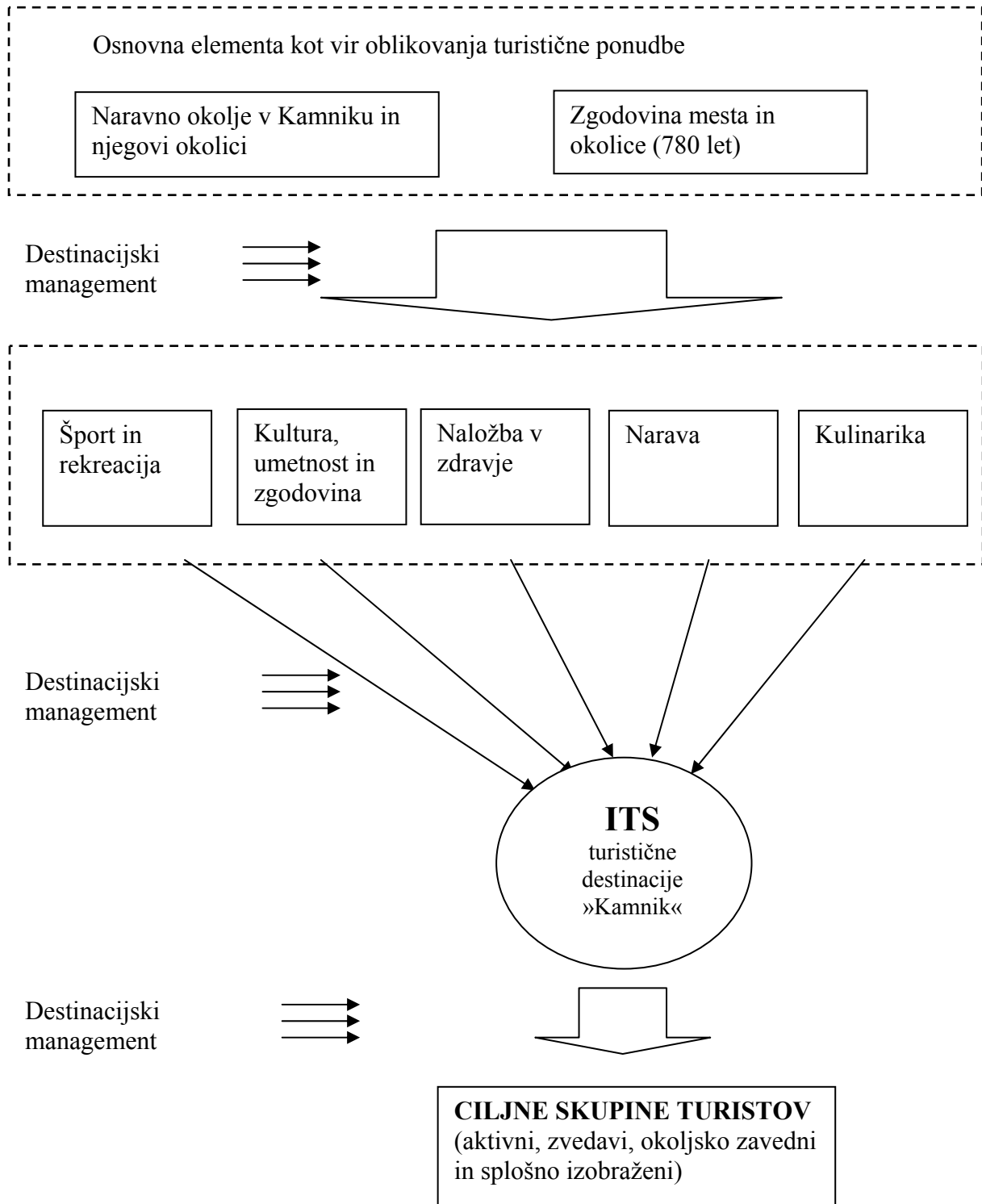
### ***Biser ob vznožju Kamniških planin***

- *Prosti čas »a la carte« za vse okuse*
- *Čar poletja in zime*
- *750 let zgodovine, kulture in umetnosti*
- *Gostoljubno, domače, prijetno*

Prepričani smo, da je ITS v turistični destinaciji »Kamnik« v svoji temeljni obliki in vsebini pravzaprav že določena. Osnovni okvir oblikovanja ITS določata specifično naravno okolje in dolga in pestra zgodovina mesta. Iz obeh temeljnih vsebinskih elementov, ki sta naravno okolje in zgodovina mesta, smo glede na posebnosti in ostale možnosti oziroma vire, nadalje razdelili na v prejšnjem poglavju opisane osnovne skupine turističnih storitev. Iz osnovnih skupin storitev pa nadalje z doslednim upoštevanjem vseh pragov tolerance (okolja, infrastrukture, turistov in prebivalcev) le kvaliteten destinacijski management (kot institucija)

z izvajanjem pravega destinacijskega managementa (kot funkcija) lahko oblikuje primerno ITS, ki bo vsebinsko določala turistično destinacijo. Predlagano vsebino za turistično destinacijo »Kamnik« lahko preprosto opišemo: Za telo, zdravje in duha – z naravo. Proces oblikovanja ITS v turistični destinaciji »Kamnik«, ki ga predlagamo, smo prikazali na sliki 3.

**Slika 3:** Proces oblikovanja ITS v turistični destinaciji »Kamnik«



## 5. SKLEP

V diplomski nalogi smo izpolnili vse cilje, ki smo si jih zadali. Zadani in tudi izpolnjeni cilji so bili:

- izbrali in opisali smo tiste osnovne pojme s področja turizma, katerih poznavanje je potrebno za razumevanje procesa oblikovanja turistične destinacije, ki je bil glavna tema DN,
- opisali smo trenutno turistično ponudbo v Kamniku in njegovi okolici na podlagi analize turističnega sektorja, turistične infra- in suprastrukture ter analize obstoječih skupin turistične ponudbe kot elementov ITS,
- predstavili vizijo, poslanstvo in ključne ciljne skupine gostov,
- analizirali in predstavili prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti pri oblikovanju ITS kot glavne vsebinske ponudbe bodoče destinacije »Kamnik«,
- oblikovali smo predlog osnovnih skupin turističnih storitev,
- predlagali vsebino ITS v na novo definirani turistični destinaciji »Kamnik«.

Tezo, ki smo jo postavili kot temo v DN, so rezultati analize možnosti oblikovanja turistične destinacije potrdili. V Kamniku in njegovi okolici so naravni in še nekateri drugi pogoji izrazito ugodni za razvoj turizma. Ti pogoji se kažejo v primernosti primarne turistične ponudbe in večkratnim poskusom oživitve turizma v občini. Razvoj turizma pa onemogočajo tako imenovani subjektivni faktorji, ki se kažejo predvsem v različnih interesih organizacij, katere bi morale aktivno sodelovati v procesu oblikovanja destinacije kot ključni deležniki (lokalna skupnost, država in interesne skupine na področju ohranjanja narave in upravljanja turizma).

Trenutno število nočitev in obisk turistov v občini Kamnik je enako kot okoli leta 1930 (približno 18.000), kar kaže na slabo razvit turistični sektor brez načrtov za prihodnost. Takšno stanje pa po drugi strani ponuja veliko priložnost, da se v Kamniku in njegovi okolici lahko pripravi program trajnostnega razvoja turizma kot nosilca razvoja celotna občine in njene okolice.

Razvoj turizma povzroča probleme v naravnem okolju, kar smo upoštevali pri določanju ciljnih skupin turistov in oblikovanju osnovnih skupin turističnih storitev. Večji del turističnih storitev v okviru ITS so bo »uporabljal« v naravi, zato bo moral sistem stalno spremljati vplive razvoja turizma na naravno okolje. Visoka raven ohranjenosti naravnega okolja je namreč ključnega pomena za predvideno smer razvoja občine. Zelo pomemben element oblikovanja integralne turistične storitve so predvidene skupine storitev, saj bodo dvigale tako kvaliteto doživljanja bivanja v destinaciji s strani turistov kot tudi kvaliteto življenja lokalnih prebivalcev.

Obstoječa turistična infra- in suprastruktura zaenkrat ustrezata zahtevam in predvidevamo, da bo tako tudi v srednjeročnem obdobju, če bodo v destinaciji »Kamnik« sledili našemu predlogu razvoja integralne turistične storitve v destinaciji »Kamnik«. Potrebno bo zagotoviti le dodatna prenočišča in kvalitetne prehrabene obrate ter nekaj dodatne prometne infrastrukture, kot so kolesarske in pešpoti.

Končni sklep, do katerega smo prišli med pripravo DN, je naslednji: **Kamnik in njegova okolica se v naslednjih letih lahko trajnostno razvijata le, v kolikor se vsi potencialni**

**deležniki odločijo za aktivno sodelovanje v razvoju turizma, ki bo nosilec gospodarstva v občini in to na način, kot smo ga predvideli v DN.**

## **POVZETEK**

Diplomska naloga obravnava oblikovanje turistične destinacije »Kamnik«. Razdeljena je na pet poglavij. V uvodu opredeljujemo problem, namen, cilje in osnovne trditve ter predpostavke in omejitve pri raziskavi in uporabljene raziskovalne metode.

V drugem poglavju smo predstavili osnovne pojme v turizmu, katerih poznavanje je pomembno za pripravo in obravnavo teme diplomske naloge. Večjo pozornost pri predstavitvi osnovnih pojmov smo namenili turistični destinaciji, integralni turistični storitvi (ITS) in oblikovanju ITS.

Tretje poglavje vsebuje analizo turistične ponudbe v Kamniku in njegovi okolici v treh delih. Opravili smo analizo turističnega sektorja v občini Kamnik, analizo turistične infra- in suprastrukture ter predstavili obstoječe skupine turističnih storitev kot del trenutne ITS.

V četrtem poglavju smo pripravili predlog ITS kot glavni vsebinski element oblikovanja turistične destinacije »Kamnik«. Predstavili smo ključne sestavine procesa oblikovanja turistične destinacije »Kamnik«, ki smo jih predstavili v posameznih točkah poglavja. Te točke so: vizija, poslanstvo in ključne ciljne skupine gostov, SWOT analiza, predlog osnovnih skupin turističnih storitev in nazadnje še predlog ITS kot osnovnega vsebinskega elementa turistične destinacije »Kamnik«.

V zadnjem poglavju smo predstavili najpomembnejše ugotovitve naše diplomske naloge.

## **KLJUČNE BESEDE**

Turizem, turistična destinacija, deležnik turistične destinacije, turistična infrastruktura, turistična suprastruktura, integralna turistična storitev (ITS), SWOT analiza, turistični sektor,



## **ABSTRACT**

This thesis deals with the shape of Kamnik as a tourist destination. It is divided into five chapters. The introduction presents the problem, intention, and goals of the thesis. Assertions, assumptions and limitations of this research and the research methods which were used are also presented here.

In the second chapter we present the basic elements of tourism which were important in the preparation and treatment of the theme of this thesis. We have paid a great deal of attention to tourist destination, integral tourist services (ITS) and the forming of ITS when basic notions were introduced.

The third chapter analyses the tourist offer in Kamnik and its surroundings in three parts. We have carried out the analysis of tourist sector in the municipality of Kamnik, as well as the analysis of tourist infrastructure and suprastructure and presented the existing groups of tourist services as part of current ITS.

In the fourth chapter we have prepared a proposal for ITS as the main element of forming of Kamnik as a tourist destination. We have presented the essential elements of the process of formation the tourist destination "Kamnik" which we have introduced in separate headings in the chapters. These are: vision, mission essential target groups of guests, SWOT analysis, the proposal of the tourist destination "Kamnik".

In the last chapter we have presented the most important findings of the thesis.

## **KEY WORDS**

Tourism, tourist destination, participant of the tourist destination, tourist infrastructure, tourist suprastructure, integral tourist service (ITS), SWOT analysis, tourist sector.

## SEZNAM LITERATURE IN VIROV

### a) Literatura

1. Andrejčič, Radovan in drugi. 1997. Management v turizmu. Kranj: Moderna organizacija.
2. Cvikl, Helena. 2003. Uvod v turizem (skripta). Portorož: Visoka šola za turizem.
3. Dobre, Ratko. 2004. Menadžment turistične destinacije (skripta). Šibenik: Visoka škola za turistični menadžment.
4. Hartl, Ann. 2002. Developing marketing strategies for tourism destinations in peripheral areas of Europe: the case of Bornholm, doctoral dissertation. Bournemouth: Bournemouth University.
5. Hudson, Simon. 2008. Tourism and Hospitality Marketing. Calgary. London: Sage Publications Ltd.
6. Krašna, Tadeja, 2007. Trženje (učno gradivo). Bled: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Bled.
7. Kotler, Philip; John Boven in James Makens. 2003. Marketing for Hospitality and Tourism(Third edition). NY: Prentice Hall.
8. Lebe, Sonja Sibila. 2003. Integralni turistični marketing in management (začasno študijsko gradivo za interno uporabo). Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta.
9. Majcenovič, Janez. 1991. Kamnik. Komenda: Lubadar d.o.o.
10. Ogorelc, Anton. 2001. Mednarodni turizem. Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta.
11. Ovsenik, Rok. 2008. Academica Turistica I: Perspektive in protislovja razvoja turističnega področja; model turističnega managementa na območju slovenskih Alp. Portorož: UP TURISTICA.
12. Planina, Janez in Mihalič Tanja. 2002. Ekonomika turizma. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. Sedmak, Gorazd. 2008. Academica Turistica I: Vloga avtentičnosti v trajnostnem razvoju turistične destinacije. Portorož: UP TURISTICA.
14. Yeoman, Ian. 2008. Tomorrow's tourists: scenarios & trends, 16. Oxford: Elsevier Inc.

### b) Viri

1. Delavnica Turizem in rekreacija v območjih Natura 2000, Črna na Koroškem. 2005. Turizem v naravovarstvenih območjih.
2. DELO FT, št. 54. 2007. Slovenija ne bo več ena turistična destinacija.
3. Občina Kamnik. 2006. Strategija razvoja turizma v občini Kamnik.
4. RS, Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem. 2005. Strategija razvoja turističnega proizvoda pohodništva v Sloveniji.
5. RS, Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem. 2004. Strategija razvoja turističnega proizvoda WELLNESS v Sloveniji.
6. Usposabljanje za pohodniške hotele, Kranjska Gora in Logarska dolina. 2007. POHODNIŠTVO.

### c) Internetni viri

1. Agencija Republike Slovenije za okolje. Podnebje kot zdravilni dejavnik[online]. 2003. Dostopno na:

- [[http://www.arso.gov.si/vreme/poroÅila%20in%20projekti/drÅlavna%20sluÅba/Podnebje\\_kot\\_zdravilni\\_dejavnik.pdf](http://www.arso.gov.si/vreme/poroÅila%20in%20projekti/drÅlavna%20sluÅba/Podnebje_kot_zdravilni_dejavnik.pdf)]. [Oktober 3, 2008].
2. Agencija Republike Slovenije za okolje[online]. 2003. Dostopno na: Klimatska zdraviliÅa in zdravilni uãinki klime. [<http://www.arso.gov.si/cd/klima1/Tisk/Podnebje.html>]. [September 30, 2008].
  3. Ekonomska fakulteta v Beogradu, grupa geografskih predmeta[online]. 2008. Dostopno na: [[georgije.ekof.bg.ac.yu/~geografija/images/stories/turizam/Turizam.ppt](http://georgije.ekof.bg.ac.yu/~geografija/images/stories/turizam/Turizam.ppt)]. [Oktober 14, 2008].
  4. FF Ljubljana, Oddelek za geografijo. Geografski prostor in turistiãna politika[online]. 2002. Dostopno na: [[http://www.ff.uni-lj.si/oddelki/geo/publikacije/dela/dela\\_18.html](http://www.ff.uni-lj.si/oddelki/geo/publikacije/dela/dela_18.html)]. [Oktober 07, 2008].
  5. History of the research of tourism[Online]. 2006. Dostopno na:[<http://www.economy-point.org/history-of-the-research-on-tourism/p1.htm>]. [Oktober 19, 2008].
  6. RS, Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem. 2006. Razvoj turistiãnih destinacij [online]. Dostopno na: [[http://www.mg.gov.si/si/delovna\\_podrocja/turizem/razvoj\\_turisticnih\\_destinacij/](http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/razvoj_turisticnih_destinacij/)]. [September 29, 2008].
  7. RS, Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem. Razvojni naãrt Slovenskega turizma 2007-2011[online]. 2006. Dostopno na: [[http://www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/doc/Razvojni\\_nacrt\\_slovenskega\\_turizma\\_2007-2011\\_01.pdf](http://www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/doc/Razvojni_nacrt_slovenskega_turizma_2007-2011_01.pdf)]. [September 26, 2008].
  8. Statistiãni urad RS, Statistiãni letopis[online]. 2007. Dostopno na:[[http://www.stat.si/letopis/2007/MP/25-07\\_slo.pdf](http://www.stat.si/letopis/2007/MP/25-07_slo.pdf)]. [Oktober 27, 2008].
  9. SRI Consulting Business Intelligence[online]. 2009. Dostopno na:[<http://www.sricbi.com/VALS/>]. [Junij 10, 2009].
  10. Texas A&M University[online]. 2008. Dostopno na: [[www.rpts.tamu.edu/Courses/202/Lectures/Intro%20to%20Tourism.ppt](http://www.rpts.tamu.edu/Courses/202/Lectures/Intro%20to%20Tourism.ppt)]. [Oktober 20, 2008].
  11. Tourism-review.com[online]. 2008. Dostopno na:[<http://www.tourism-review.com/magazine.php>]. [Oktober 16, 2008].
  12. Vgs - Bled. TrÅenje turistiãne destinacije[online]. 2004. Dostopno na: [www.vgs-bled.si/files/powerpoint/TGT-KranaT/TGT21\\_Destinacija.ppt](http://www.vgs-bled.si/files/powerpoint/TGT-KranaT/TGT21_Destinacija.ppt). [Oktober 07, 2008].
  13. ZRC-SAZU, InÅtitut za slovensko narodopisje. 2005. Velika planina[online]. Dostopno na: [<http://odmev.zrc-sazu.si/planina/>]. [September 30, 2008].
  14. OBãINA KAMNIK. Interno gradivo za seje obãinskega sveta za pripravo prostorskega naãrta[online]. 2007. Dostopno na: [[http://www.kamnik.si/vsebine/Obvestila/OPN\\_Kamnik\\_KRAJINA\\_predstavitev\\_maj\\_2007.pdf](http://www.kamnik.si/vsebine/Obvestila/OPN_Kamnik_KRAJINA_predstavitev_maj_2007.pdf)]. [Februar 22, 2008].