

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

MOŽNOSTI TRŽENJA LITERARNEGA LIKA V  
TURISTIČNE NAMENE

Barbara Ženko

Koper, 2009

Mentor: doc. dr. Doris Gomezelj Omerzel



## POVZETEK

Pivka ne spada med razvita turistična območja v Sloveniji, čeprav ima veliko sestavin, ki bi se v tem kraju lahko dobro tržile - bogata kulturna dediščina, čudovita narava ter bogastvo zgodb in pripovedk z Martinom Krpanom na čelu. Zanimanje za doživetja in prireditve, ki so organizirane na tak način, da obiskovalci spoznajo literarne junake, poslušajo njihove zgodbe in pravljice je v Sloveniji veliko, vendar je ponudba, žal, še vedno skopa. Zato bi morali v Pivki izkoristiti predvsem to prednost, da je bil Martin Krpan doma prav iz teh krajev, ter ponujati različne vrste storitev in doživetij, vezanih na našega junaka. Na ta način si lahko zagotovimo mesto med destinacijami, vrednimi obiska.

*Ključne besede:* turizem, trženje v turizmu, kulturna dediščina, Pivka, Martin Krpan

## SUMMARY

Although Pivka is not situated in the main tourist areas of Slovenia, it has many features to offer – a rich cultural heritage, beautiful natural scenery and a wealth of stories, with the tale of Martin Krpan the most prominent. In Slovenia, although there are quite a few experiences and events organised so that visitors can learn about literary heroes, and listen to their stories and fairy tales, they are not promoted well. Therefore, Pivka should take advantage of the fact that our local hero, Martin Krpan, lived here, and offer unique experiences relating to him. In this way we can entice visitors to take a detour to Pivka whilst visiting Slovenia's main tourist attractions.

*Key words:* tourism, marketing for tourism, cultural heritage, Pivka, Martin Krpan.

**UDK:** 338.48:339.13(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod</b>	<b>1</b>
1.1	Namen in cilji diplomske naloge	1
1.2	Metode dela	2
1.3	Struktura naloge	2
<b>2</b>	<b>Opredelitev turizma</b>	<b>3</b>
2.1	Definicija turizma	3
2.1.1	Kadrovski management v turistični dejavnosti	4
2.1.2	Posebnosti turističnih storitev	4
2.1.3	Turizem kot ekonomski in neekonomski pojav	5
2.2	Trženje v turizmu	5
2.2.1	Promocija turističnega produkta	6
2.2.2	Trženjski splet	7
2.3	Trajnostni razvoj turizma	9
<b>3</b>	<b>Predstavitev občine Pivka</b>	<b>11</b>
3.1	Naravna dediščina	11
3.1.1	Presihajoča jezera	11
3.1.2	Reka Pivka	12
3.1.3	Kraške jame	12
3.2	Kulturna dediščina	13
3.2.1	Šilentabor	13
3.2.2	Grad Kalc	13
3.2.3	Sakralna dediščina	14
3.2.4	Italijanske utrdbe na Primožu	15
3.2.5	Park vojaške zgodovine	15
3.3	Legende s Pivškega	15
3.3.1	Martin Krpan	16
3.3.2	Furmanstvo	18
3.3.3	Kontrabantarstvo	19
<b>4</b>	<b>Primeri trženja literarnih junakov doma in po svetu</b>	<b>21</b>
4.1	Trženje literarnih in pravljicnih junakov v Sloveniji	21
4.1.1	Kekčeva dežela	21
4.1.2	Dežela pravljic in domišljije	22
4.1.3	Po poteh Triglavskih pravljic	24
4.2	Trženje literarnih in pravljicnih junakov v tujini	25
4.2.1	V Heidijini deželi	25
4.2.2	Svet Astrid Lindgren	26
4.2.3	Zgodbe o Robinu Hoodu	28

<b>5</b>	<b>Trženje Martina Krpana v občini Pivka .....</b>	<b>33</b>
5.1	Krpanova doživetja na Pivškem.....	33
5.2	Turistična atrakcija – <i>V hiši Martina Krpana</i> .....	34
5.3	Namestitvene zmogljivosti.....	36
5.4	Krpanov festival .....	36
5.5	Intervju .....	38
5.5.1	Intervju s predsednikom in članico Turističnega društva Pivka .....	39
5.5.2	Intervju z županom občine Pivka .....	40
<b>6</b>	<b>Sklep.....</b>	<b>43</b>
	<b>Literatura in viri.....</b>	<b>45</b>
	<b>Priloge.....</b>	<b>47</b>

## **SLIKE**

Slika 2.1	Uradni znak EU za okolju prijazne turistične namestitvene obrate.....	10
Slika 3.1	Naslovna stran povesti Martin Krpan .....	16
Slika 3.2	Grb Občine Pivka .....	18





## 1 UVOD

Občina Pivka kljub vsem lepotam ter bogati kulturni in naravni dediščini, ne velja za razvito turistično območje. Skozi mesto se vsak dan, še posebej v poletnih mesecih pelje nešteto turistov, saj skozi Pivko vodi glavna cesta do Hrvaške. Vendar pa se ti turisti skozi kraj le peljejo in se ne ustavijo, saj konec koncev ne vedo, kaj naj bi v tem mestecu počeli. Zato je potrebno izkoristiti gnečo na cestah v poletnih mesecih v naš prid in poskrbeti za takšno turistično ponudbo, ki bo turista dovolj privlačila, da si bo vsaj kratek oddih ali postanek privoščil prav v Pivki. Po drugi strani pa bi morala biti ta storitev tako promovirana, da bi ljudi tudi iz ostalih koncev Slovenije naša ponudba privlačila dovolj močno, da se bodo odločili za obisk in prijeten izlet po Pivškem. V mislih pa nimam le ogleda naravnih in kulturnih znamenitosti, ampak predvsem promoviranje zgodb, ki so pomemben del naše zgodovine. Zgodbe turistični storitvi dodajajo vrednost in jih je treba vključiti v turistično ponudbo kraja.

V slovenski turistični ponudbi so novosti, kot so doživetja, zgodbe, kulturni in športni turizem, turizem dobrega počutja ali nakupovalni turizem nujno potrebne. S tem lahko privabimo nove turiste, družine, ljudi, ki jim zdrav način življenja veliko pomeni ter ostale, doživetij željne turiste, ki jih ne zanima le klasična turistična ponudba. Doživetja, vključena v turistično storitev pomenijo ponudbo, ki temelji na naravni in kulturni dediščini, ljudskih izročilih, zgodovinskih zanimivostih s poudarkom na trajnostnem razvoju, torej skrbi za čist zrak, vodo in okolje ter urejeno okolico.

V Strategiji trženja slovenskega turizma 2007-2011 je poudarjeno, da je bogata naravna in kulturna dediščina Slovenije pomemben del slovenske turistične ponudbe in njen najbolj razpoznavni element na tujih trgih, vendar še ni ustrezno vključena v turistično ponudbo. Številne tematske poti, parki, kulturni objekti in dogodki zaenkrat še niso povezani v integralne (celovite in doživlajske) turistične proizvode turističnih destinacij, zaradi tega je uspešnost njihovega trženja na turističnem trgu manj učinkovita (Ravnikar 2007, 7).

### 1.1 Namen in cilji diplomske naloge

Namen te diplomske naloge je predstaviti idejo o trženju literarnega junaka Martina Krpana v Občini Pivka. Občina Pivka je sama po sebi zelo bogata z naravno in kulturno dediščino, po zgodbi Frana Levstika pa naj bi bil od tod doma tudi Martin Krpan. V Pivki se lik Martina Krpana v zadnjih letih kar pogosto pojavlja; kot ime raznih objektov - npr. Krpanov dom, Krpanov stadion, raznih prireditev - npr. Krpanov pohod, lani pa tudi uspešno izveden Krpanov festival. Lik Martina Krpana z njegovo kobilico pa je upodobljen tudi v samem grbu Občine Pivka.

V diplomski nalogi bom predstavila še nekatere druge literarne junake iz slovenske in tuje literature, ki so postali predmet uspešnega trženja in povod za obisk destinacij,

kjer so ti junaki »živali«. Od tod bom črpala ideje in jih skušala uporabiti tudi v našem primeru. Posebno pozornost pa bom namenila že omenjeni prireditvi – Krpanov festival. Ta je bil prvič izveden lani meseca maja, trudili pa se bomo, da to postane vsakoletna, tradicionalna prireditev.

Cilj te diplomske naloge je zbrati uporabne ideje za boljši razvoj turizma na Pivškem. Ideje bom predstavila posameznikom s področja razvoja turizma in se pozanimala o možnosti realizacije le-teh, ter o njihovem mnenju. Prav tako je cilj zbrati čim več uporabnih idej za izvedbo festivala, da bo ta iz leta v leto bolj zanimiv in bo privabljal širšo množico ljudi.

## **1.2 Metode dela**

V teoretičnem delu diplomske naloge bom raziskovala strokovno literaturo različnih avtorjev s področja turizma ter trženja v turizmu – uporabila bom njihove ugotovitve za podkrepitev naše ideje. Uporabila bom tudi dostopne vire na spletu ter interne podatke Občine Pivka.

V raziskovalnem delu diplomske naloge bom uporabila kvalitativne metode, med katerimi je najpogostejša metoda intervju, katero bom tudi sama uporabila. Easterby Smith (2005, 113) povzema besede Burgessa, ki pravi, da je intervju priložnost za raziskovalca, da prodre globoko, da odkrije nove ključne točke, odpre nove razsežnosti nekega problema in si zagotovi jasna, natančna, vseobsežna spoznanja, zasnovana na osebni izkušnji. Večina intervjujev se odvija v neposrednem stiku med spraševalcem in intervjuvancem, poteka pa lahko zelo formalizirano in strukturirano ali pa nestrukturirano, kot sproščen pogovor. Sama sem se odločila za nestrukturirani pristop do intervjuvancev, ki bo potekal kot sproščen pogovor – sama bom predstavila svoje ideje ter o mnenju povprašala sodelujoče.

## **1.3 Struktura naloge**

Diplomsko delo je razdeljeno na šest poglavij. Uvodoma sem že predstavila namen in cilje diplomske naloge ter metode dela; temu sledi poglavje, kjer so predstavljene teoretske razlage pojma turizem, turistične storitve ter trženje v turizmu. V tretjem poglavju je na kratko predstavljena občina Pivka, njene naravne in kulturne znamenitosti ter pivški literarni junak Martin Krpan. Četrto poglavje je namenjeno predstavitvi nekaterih drugih primerov, kjer odlično tržijo literarne junake – primeri iz Slovenije pa tudi iz tujine. Sledi peto poglavje, kjer sprva podajam predloge o izboljšanju trženja literarnega junaka Martina Krpana v občini Pivka, nato pa predstavljam povzetek intervjujev s ključnimi osebami s področja turizma v Pivki. Šesto, zadnje poglavje je namenjeno sklepnim ugotovitvam, ki so plod celotnega diplomskega dela.

## **2 OPREDELITEV TURIZMA**

Turizem je interdisciplinarna dejavnost, ki zajema gostinstvo (restavracije), hotelirstvo, turistično posredovanje (agencije) in dopolnilne turistične dejavnosti (igralništvo, prireditve, rekreacija itd.). Multiplikativni učinki turistične dejavnosti so očitni tudi v drugih gospodarskih (promet, trgovina, kmetijstvo, živilska industrija ...) in negospodarskih (kultura, šport, znanost, izobraževanje ...) dejavnostih. Pri tem ne smemo pozabiti, da turizem trži tudi okolje v širšem smislu besede (naravno in kulturno dediščino, kulturno krajino, kvaliteto življenja prebivalstva, organiziranost države in družbe in njen odnos do gostov – turistov ...) (Tkalčič 1997, 15).

Turizem je izredno pomembna gospodarska panoga, ki predstavlja 10 % evropskega BDP in omogoča 20 milijonov delovnih mest. Pomembna gospodarska panoga pa je tudi za slovensko gospodarstvo, saj pomeni 7,7 % BDP in zagotavlja 55.000 delovnih mest. Ker je turizem izjemno odvisen od kakovosti okolja, kulturne raznolikosti, naklonjenosti ljudi turizmu ter varnosti in blagostanja v prostoru, kjer se odvija, je tudi soodgovoren za dobro oziroma slabo stanje vseh teh komponent (Tomin Vučkovič 2008, 4).

V Strategiji trženja slovenskega turizma 2007–2011 avtorji ugotavljajo, da je slovenski turizem v zadnjih letih v določenem zastoju z vidika rasti turističnega prometa in obsega kapacitet, da pa so pred njim veliki izzivi in priložnosti, ki se lahko realizirajo ob ustrezni valorizaciji slovenskih danosti in posebnosti, upoštevanju trendov v svetovnem turizmu ter aktivnem in pravilno zastavljenem udejstvovanju na mednarodnem turističnem trgu (Ravnikar 2007, 4).

### **2.1 Definicija turizma**

Izraz turizem se je verjetno razvil iz besede »turist« tako, da se je besedi turist dodalo pripono »izem« (tour-ism) in s tem besedi razširilo pomen. Besedo turizem se je več kot 150 let uporabljalo zgolj za opisovanje dejanj v zvezi s potovanjem. Šele kasneje je beseda dobila svoj pomen kot vodenje turistov. Besedo turist se prvič zasledi v Angliji okoli leta 1800 v Pegge: *Anecdotes of the English Language*. Izraz turizem se je prvič uporabil leta 1811 v Angliji, v časniku *Sporting Magazine*. Izraz turizem in turist sta imela v Angliji v tistem času posmehljiv prizvok. Klasičen primer turista je Anglež, svetovni popotnik v karirastih hlačah, ki vtika nos v vse kar ga ne briga, je malo čudnega obnašanja in ima polno denarnico v žepu. Šele ko je število posameznih potnikov postalo večje, je lahko nastala beseda turizem, da bi označila masovno potovanje posameznikov kot nov pojav (Mihalič 1998, 12-13).

Zorkova (1999, 18) navaja, da naj bi prvo definicijo turizma zapisala Hunzinger in Krapf okoli leta 1942. Turizem sta definirala kot celoto odnosov, pojavov, ki nastanejo

zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, če to ne povzroči stalne nastanitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo.

V Statističnem letopisu Republike Slovenije (2007, 25) pa je turizem definiran kot splet dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo v kraju zunaj svojega običajnega okolja, zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov, in sicer najmanj en dan (z najmanj eno prenočitvijo), vendar ne več kot eno leto brez prekinitve.

### ***2.1.1 Kadrovski management v turistični dejavnosti***

Pomemben dejavnik uspešnosti celotne turistične dejavnosti in njenih posameznih organizacij, so ustrezno usposobljeni in motivirani kadri.

Jereb (1997, 65) poudarja, da je odločilnega pomena za razvoj, uspešnost in učinkovitost turistično – gostinske dejavnosti ustrezen management, ki ga odlikujejo naslednje karakteristike:

- usmerjenost k gostu (guest orientation),
- storilnostna usmerjenost oz. usmerjenost k učinkovitosti (result orientation),
- hitro ukrepanje in reagiranje v izjemnih situacijah, kratkoročno reagiranje (alert reaction on the short term),
- dolgoročna strategija razvoja (developing the long term),
- učinkovito upravljanje človeških virov (human resource management) ter
- stalno prizadevanje za izboljšanje (striving for improvement).

Brezovec (2000, 127) pa ugotavlja, da je turist pri uporabi storitev izpostavljen vedenju zaposlenih; skupaj z zaposlenimi tako rekoč sooblikuje storitev. Zatorej je potrebno turista zadovoljiti že prvič. Turist nima možnosti »vrniti« ali zamenjati storitve, s katero ni bil zadovoljen. Turistične storitve ne more »odnesti domov«, odnese pa lahko svoje vtise, podobo in mnenje o prejeti storitvi. Negativno mnenje in nezadovoljstvo turisti pogosteje izražajo v svojem okolju, med prijatelji in sorodniki, kot pa v obliki pritožb turističnim ponudnikom.

### ***2.1.2 Posebnosti turističnih storitev***

Turistična storitev je v najširšem smislu vse, kar ponudimo turistom, da bi zadovoljili njihove potrebe in želje glede prevoza, prenočevanja, razvedrila, postrežbe jedi, rekreacije, animacije. Oblike in vsebine turističnih storitev so omejene le s sposobnostjo prepoznavanja potreb in želja turistov ter s kreativnostjo načrtovalcev in izvajalcev turističnih storitev (Brezovec 2000, 87).

Turistične storitve imajo poleg splošnih štirih značilnosti storitev (neotipljivost, heterogenost, minljivost in neločljivost), tudi svoje posebnosti:

- začasno lastništvo (turisti, ki kupijo turistično storitev, le-to dobijo v začasno last),

- usmerjenost k ponudbi, namesto k porabnikom (največkrat je turistična destinacija že podana, zato se šele po njenem ovrednotenju začnemo spraševati, komu jo lahko ponudimo),
- razpršen nadzor nad storitvijo (turistična storitev ponavadi zahteva sodelovanje različnih ponudnikov, to pa pomeni, da kakovost storitve ne nadzoruje vedno en ponudnik. Npr. zaradi slabe hrane v hotelu ali zaradi zamude letala, se turisti pritožijo nad organizatorjem potovanja),
- širina doživetja (priprave pred nakupom, trajanje s spomini in ocenami še dolgo po nakupu),
- visoka stopnja tveganja porabnikov (ker turist nima možnosti preizkusiti turistične storitve pred nakupom, tvega relativno velik delež svojih prihrankov)
- sanje in fantazije kot sestavni del storitve,
- odvisnost od okolja (turistične storitve so v veliki meri podvržene vplivom iz okolja, ki jih ponudnik ne more nadzorovati oz. predvideti. Ti vplivi so npr. teroristične akcije, naravne nesreče, vremenske nevšečnosti itd.) (Brezovec 2000, 45-46).

### **2.1.3 Turizem kot ekonomski in neekonomski pojav**

Vzroki in pogoji za razvoj turizma so tesno povezani z družbenimi in gospodarskimi spremembami življenja na svetu (več prostega časa, več denarja, nove potrebe). Ekonomski pomen in ekonomsko obravnavanje turizma sta posledica in hkrati razlog za njegov razvoj. Gonilna sila turističnega razvoja so vendarle človekove potrebe po spremembi okolja, potovanju, letovanju, oddihu, počitku, rekreaciji, obnovi življenjskih moči ipd. V te namene delujoče gospodarske dejavnosti zadovoljevanje tovrstnih potreb predvsem omogočajo in šele nato vzpodbujajo.

Turizem kot neekonomski pojav krepi predvsem zdravje ter telesno in duševno vzdržljivost ljudi, širi kulturno in splošno izobrazbeno raven prebivalstva, izboljšuje medčloveške odnose in vzpodbuja številne druge pozitivne lastnosti. Vse to ima povratni učinek na večjo storilnost, na zmanjšanje izostankov z dela, na večjo delovno vnemo ipd., in s tem na boljše ekonomske rezultate (Zorko 1999, 12-13).

## **2.2 Trženje v turizmu**

Devetak (1997, 31-32) pravi, da je bistvo teorije in prakse marketinga v turizmu v tem, da proučujemo potrebe oz. plačilno sposobno povpraševanje, na osnovi tega razvijamo in proizvajamo tiste proizvode in storitve, ki jih lahko zatem ponudimo ugotovljenemu interesentu (povpraševanju). V sklopu marketinških aktivnosti moramo pravočasno, kakovostno in konkurenčno oblikovati marketinški splet (izdelek – storitev, ceno, razpečavo, promocijo, ljudi – psihologijo, procesiranje in fizične dokaze). Tudi na proučevanje konkurence ne smemo pozabiti; potrebno je stalno spremljanje trga – od

ponudbe, povpraševanja, konkurence, tehnologije, plačilne sposobnosti posameznih trgov, trendov razvoja, do družbenih sprememb itd.

Številni teoretiki marketinga opredeljujejo definicije marketinga na več načinov. Bolj ali manj pa so si enotni v tem, da prav marketing kot ekonomski proces povezuje proizvodnjo in potrošnjo; številne poslovne dejavnosti pa prispevajo k temu, da izdelki in storitve prehajajo od proizvajalca do porabnika ob pravem času, na pravo mesto in po konkurenčni ceni. Da to dosežemo, so potrebne tržne raziskave, razvoj novih izdelkov in storitev s konkurenčnimi cenami, ustrezna razpečava in učinkovita promocija.

Proučevanje in raziskovanje turističnega trga je zlasti zanimivo, koristno in potrebno z naslednjih vidikov:

- Turistična ponudba – gre za raziskovanje zlasti geografskih območij in krajev, primernih za vse vrste turizma, vključno z njihovimi značilnostmi, infrastrukturo, oskrbovalnim sistemom, konkurenco, kulturo, tradicijo, športom, imageom itd.
- Turistično povpraševanje – tu raziskujemo predvsem turistične potrošniške motive (gibanje, utrujenost, kultura, religija), turistične potrebe (fiziološke, zdravstvene, rekreacijske, luksuzne ...), narodni in osebni dohodek, prosti čas turista, demografske procese, strukture procesov, tehnično opremljenost turističnih potrošnikov (prevozna sredstva, hobiji, kampiranje ...), mnenja, pripombe in nasvete turistov, ki so letovali v določenem kraju.
- Turistična potrošnja – osredotočimo se predvsem na raziskovanje količine in strukture turistične potrošnje po posameznih gospodarskih panogah in vrstah storitev (gostinske, prenočitvene, prevozniške, agencijske, izletniške in druge storitve), raziskovanje sezonskih nihanj agregatov turistične potrošnje (dnevne, tedenske, mesečne, sezonske variacije), raziskovanje turistične potrošnje glede na homogenost, heterogenost in koncentracijo, raziskovanje multiplikativnih učinkov in vplivov turistične potrošnje na ekonomski razvoj določenega kraja ali območja po panogah in znotraj panog (gostinstvo, prenočitve, trgovina, promet ...) ter raziskovanje vplivov turistične potrošnje na kulturno in politično preobrazbo določenega kraja ali območja (razvoj kulture, izgradnja parkov, rekreacijskih centrov ...) (Devetak 1997, 35-40).

### **2.2.1 Promocija turističnega produkta**

Osnovni namen tržnega komuniciranja je, da se potrošnik zave obstoja proizvoda in da se vzpodbudi njegovo povpraševanje. Zato tržno komuniciranje vključuje tudi informativno dejavnost kot nudenje informacij in celo svetovanje potencialnim kupcem preko distribucijskih mrež (Mihalič 2001, 80).

Zastavljeni cilji tržnega komuniciranja vplivajo na obliko sporočil. Pri oblikovanju sporočil je koristno upoštevati spoznanja o reakcijah ljudi na sporočila. Strokovnjaki so reakcije kupcev, s katerimi se po fazah približujejo nakupni odločitvi, razvrstili v modele reagiranja na sporočila. Med najbolj znanimi je model AIDA:

- pritegniti pozornost (*Attention*),
- vzpodbuditi zanimanje (*Interes*),
- vzpodbuditi željo po uporabi storitve (*Desire*) ter
- vzpodbuditi gosta k akciji (*Action*) (Brezovec 2000, 106).

### **2.2.2 Trženjski splet**

Pri obravnavi marketinških konceptov, nalog in pravil poslovanja, je posebnega pomena marketinški ali trženjski splet po obrazcu 4 x P. V teoriji in praksi marketinga se je uveljavila ta formula, ki jo na kratko imenujemo marketinški splet. To je kombinacija marketinških spremenljivk, ki jih podjetje mora kontrolirati, če naj doseže ustrezno prodajo na ciljnem trgu. V novejšem obdobju se je marketinški splet razširil z dodatnimi tremi prvini, tako da pri obravnavanju storitev govorimo o formuli 7 x P (Devetak 2007, 27).

V nadaljevanju so predstavljene spremenljivke trženjskega spleta 7 x P (Devetak 2007, 101-189):

#### *Izdelek oz. storitev (P – 1)*

Je vse, kar lahko ponudimo trgu in vzbudi pozornost, povpraševanje, nabavo, koriščenje. Vsekakor predstavljata izdelek in storitev integralni del poslovne in razvojne politike podjetja. Na osnovi opredeljenih ciljev podjetja, je naloga politike podjetja, da nenehno raziskuje in organizira, koordinira, uresničuje in preverja aktivnosti, ki so potrebne za zagotavljanje uspešne realizacije konkretnega programa in ekonomsko primerno oblikovane ponudbe.

#### *Cena (P – 2)*

Ceno oblikujemo na osnovi koristi določenega blaga ali storitve in predstavlja najstarejši tržni instrument. V ceni morajo biti zajeti vsi stroški, na osnovi katerih oblikujemo lastno in zatem prodajno ceno izdelka oz. storitve. V njej mora biti zajet tudi ustrezen dobiček.

#### *Tržne poti, logistika in distribucija (P – 3)*

Funkcija tržnih poti, distribucije (razpečave) in logistike je v tem, da organizira, vodi in koordinira gibanje izdelkov ter storitev od proizvajalcev do potrošnikov. Da to dosežemo, organiziramo ustrezne distribucijske kanale. Pri obravnavi distribucije

moramo ločiti kaj je tržna pot in kaj prevozna pot. Prevozna pot je cesta, železnica, ladijski prevoz ipd. Členi tržnih poti pa so informiranje, komuniciranje in pogajanja, naročanje, financiranje, prevzem tveganja na tržnih poteh, fizična posest, plačila preko bank in drugih finančnih institucij ter pravica do lastništva. Posebej moramo poznati in obvladati razpečavne poti za izdelke in posebej za storitve, ki so lahko take, da uporabnik pride k izvajalcu, izvajalec k uporabniku, lahko pa izvajanje poteka na daljavo, kot je to bančno poslovanje, rezervacije itd.

#### *Promocija (P – 4)*

V sklop promocije uvrščamo naloge, kot so zagotavljanje obstoja in izboljšanje ugleda organizacije, graditev zvestobe in podpore kupcev, sodelovanje donatorjev in sponzorjev, predstavitev informacij o tem, kaj podjetje ponuja, pritegnitev interesentov za proizvodni program ter spodbujanje za sodelovanje in naročila, popravek napačnih informacij oz. dopolnitev celovite informacije o organizaciji.

Komunikacijski ali promocijski splet sestavljajo:

- oglaševanje (celovito informiramo možne kupce o izdelkih oz. storitvah, ki jih ponujamo; oglaševanje zajema tiskane oglase in oglase na radiu, zunanjo in notranjo embalažo, brošure in knjižice, letake in zgibanke, avdiovizualne materiale in TV oglase, simbole in logotipe ipd.);
- pospeševanje prodaje (sem spadajo nagradni natečaji, tekmovanja, nagradne igre, sejmi in prodajne razstave, predstavitve novih izdelkov in storitev, javne prireditve ipd.);
- odnosi z javnostjo (predstavljajo vez med podjetjem in javnostjo; najpogostejše oblike so tiskovna poročila, letna poročila in letna srečanja, dobrodelna darila in dnevi odprtih vrat, sponzorstvo ter odnosi z okoljem in izdajanje internih glasil);
- osebna prodaja (proizvajalec oz. ponudnik najprej ponuja blago ali storitve preteklim, sedanjim ali bodočim kupcem, v primeru uspešne ponudbe pa sledi še uspešna prodaja; osebna prodaja zajema prodajne predstavitve, prodajna srečanja, spodbujevalne programe ter prodajne vzorce);
- direktni marketing (prodaja po pošti – reklame, prospekti, katalogi, telemarketing, ponudba s pomočjo avdiovizualnih sredstev).

#### *Udeleženci pri storitvah (P – 5)*

Nastopajo kot odjemalci na eni in kot izvajalci, na drugi strani. Pri izvajanju zelo zahtevnih storitev morajo biti izvajalci strokovno usposobljeni, poznati morajo vse značilnosti določene storitve, vključno z značilnostmi izdelkov, ki jih uporabljajo, kakor tudi z značilnostmi tehnoloških ali drugih procesov. Priporočljivo je, da organizacije



vlagajo dovolj pozornosti in sredstev v sprotno ter dopolnilno izobraževanje delavcev in strokovnjakov, angažiranih s storitvami.

#### *Izvajanje ali procesiranje (P – 6)*

Predstavlja bistvo storitve. Pri tem mora biti poskrbljeno za varnost, kakovost in ustrezno hitrost. Izvajalci storitev morajo v celoti obvladati stroko, tehnologijo, tehnološke postopke ter institucionalne oz. zakonske omejitve. Od strokovno usposobljenih kadrov je v veliki meri odvisen končni uspeh storitve.

#### *Fizični dokazi (P – 7)*

Predstavljajo vse, kar naročnik vidi, sliši ali občuti (npr. zgradbe, oprema, parkirišča, zelenice, garderobe, sanitarni prostori ipd.). fizični dokazi morajo imeti ustrezno kakovost, videz, konstrukcijo, barvo itd. Omenjene dokaze lahko imenujemo fizično okolje, ki nudi podporo pri izvajanju storitev, od ustreznega fizičnega okolja pa je odvisen uspeh storitve ter zadovoljstvo porabnikov in zaposlenih.

### **2.3 Trajnostni razvoj turizma**

V zadnjem času nas z vseh strani različni strokovnjaki opozarjajo na to, da je skrajni čas, da se začnemo zavedati resnosti problema o onesnaženosti okolja. Obnašati bi se morali bolj odgovorno ter vsi vsaj malo prispevati k ohranjanju narave, zraka in vode ter omejevati porabo energije. Vse večji pomen dodajamo besedici eko, tudi na področju turizma. Zavedati se moramo, da ob našem trošenju in onesnaževanju prihodnje generacije ne bodo mogle občudovati vseh naravnih in kulturnih danosti tega sveta. Prav je, da ob spodbujanju turizma v posameznih krajih, spodbujamo tudi kulturo in način obnašanja ter miselnost vseh turistov, ter tako poskrbimo za okolje in naravo, ki je v naših krajih še ohranjena.

Rožič (2003, 12) poudarja povezanost turizma z okoljem in ekonomijo: »Turizem temelji na privlačnosti okolja, kakovost okolja je osnova ekonomije v turizmu, in zato je tu soodvisnost turističnega razvoja, urejenega okolja in ekonomije. Ekonomsko je neutemeljeno razvijati tak koncept turizma, ki uničuje okolje. Ekološko in ekonomsko sprejemljivi turizem pomeni sonaravni, trajnostni in kakovostni turizem«.

O pomenu trajnostnega razvoja turizma je pisal tudi Klančnik (2008, 6-7), ki pravi, da verjetno ni gospodarskega sektorja, ki bi bil tako odvisen od (naravnega in družbenega) okolja, kot je turizem. Odnos je vzajemen, toda medtem, ko okolje predstavlja osnovo za turizem v vseh njegovih pojavnih oblikah, je učinek turizma kot gospodarske panoge, »brezdimne industrije« na okolje pogosto negativen. Turistični razvoj namreč predvideva velike posege v okolje, s čimer ogroža ravnotežje primarnih elementov narave – voda, biološke raznovrstnosti, zrak, energija itd.

»Zelene zime« v tradicionalnih smučarskih središčih, tudi v visokogorju, širjenje puščav, vroča in sušna poletja v celinskih okoljih in podobno, niso samo posledica vse bolj angažiranega črpanja nafte, širjenja industrij Kitajske in Indije, temveč tudi vse večjega števila hotelov, letal, porabe pitne vode, zraka in odpadkov, ki jih povzročijo mednarodna turistična gibanja.

Trajnostni razvoj turizma (sustainable development of tourism) je organizirana in pogosto koordinirana dejavnost vlad, lokalnih skupnosti, korporacij, srednjih in malih (družinskih) podjetij ter organizacij civilne iniciative, ki je usmerjena v varstvo okolja, lokalnih kultur in socialnega ravnotežja.

Med primere prostovoljnih okoljevarstvenih shem spadajo eko znamke, certifikacijske sheme, nagrade in priznanja, okoljski vodstveni sistemi, kodeksi (okoljevarstvenega) obnašanja ter zagotovila in izjave (deklaracije) podjetij. Okrasitev hotelskega objekta, letala, kampa itd. z eko znamko ali celo eko nagrado ima predvsem naslednje pozitivne posledice:

- dvig ugleda posamezne in skupne turistične ponudbe,
- okrepitev položaja na trgu,
- boljše vodenje tveganj (yield management),
- boljše vodenje človeških virov,
- pozitivni učinki na ostale, s turizmom povezane sektorje in
- nižanje proizvodnih stroškov.

**Slika 2.1** Uradni znak EU za okolju prijazne turistične namestitvene obrate<sup>1</sup>



Vir: Tomin Vučkovič 2008, 4.

<sup>1</sup> Med slovenskimi podjetji je za svoja prizadevanja na področju trajnostnega turizma evropsko znamko EU marjetica pridobilo le podjetje Terme Snovik.

### **3 PREDSTAVITEV OBČINE PIVKA**

Občina Pivka je nastala konec leta 1994, z razdelitvijo postojnske občine. Ime je dobila po naselju Pivka, ki je edino trško naselje v občini. Kraj je imel v svoji skoraj 700-letni zgodovini več imen. Prvotno ime Sancti Petri super Piucha, ki je hkrati najstarejša omemba kraja, je iz leta 1300, kasneje pa se pojavi tudi slovensko ime Šempeter na Pivki, in sicer v zgodovinskem zborniku iz leta 1855. Kraj je dobil sedanje ime Pivka po drugi svetovni vojni, obsega pa naselja Radohova vas, Hrastje, Vas pod cerkvijo, ki je hkrati najstarejše jedro Pivke, ter novejši del, ki je sam center Pivke.

Za pivško področje je značilna velika pestrost in ohranjena raznovrstnost rastlinskega in živalskega sveta ter kulturne dediščine. Domačinom se to zdi nekaj popolnoma vsakdanjega, toda ob obisku tujcev, ob njihovem občudovanju naše narave se šele zavemo, da so kraji, kjer živimo res nekaj posebnega. Naučiti se moramo, kako te privlačnosti izkoristiti za gospodarsko rast v regiji (Občina Pivka 2008).

#### **3.1 Naravna dediščina**

Pivška kotlina je pokrajina med Nanosom in Javorniki in je razdeljena na Zgornjo in Spodnjo Pivko. V celoti je dovolj zaokrožena kotlina Pivkega porečja z enotno geološko osnovo, kar daje tej zanimivi pokrajini lastno podobo. Kljub zaokroženosti pa je Pivka izrazito prehodna pokrajina, saj preko nje potekajo pomembne prometne poti. Skozi Postojnska vrata poteka pot proti Ljubljani, pri Razdrtem se povezuje s Senožecami in naprej s Koprom in Trstom, na jugozahodnem in južnem delu pa se preko Hrastja in Šembij prevesi v dolino reke Reke in naprej proti hrvaškemu primorju. Zgornjo Pivko omejujejo prostrani gozdovi Javornikov s Snežnikom, na zahodu in jugu pa se pobočje dviga do grebenov Tabora. Na drugo stran Tabora se pobočje strmo spušča. Tam leži dolina reke Reke in Brkini, pogled pa nam seže vse do Istre (Reisp 1985, 3-4).

##### **3.1.1 Presihajoča jezera**

Na območju občine Pivka je trinajst presihajočih jezer, med največjimi in najbolj znanimi pa sta Petelinjsko in Palško jezero. Pivška presihajoča jezera so vedno zanimiva in vredna obiska. V sušnem času se prikaže prostrano, s travnato preprogo prekrito dno, ob polni vodi oddajajo jezera neko skrivnostno lepoto, če pa pozimi zaledenijo, se ponuja naravnost čarobno zimsko razpoloženje. Prav zato je obisk presihajočih jezer vedno znova doživetje, saj obiskovalec ne ve točno kaj naj pričakuje.

Največje kraško jezero na Pivki je Palško jezero, katero leži severno od vasi Palčje, obkrožajo pa ga griči, ki služijo za pašnike in travnike. Kotanja, ki je dolga približno en kilometer in pol in široka pol kilometra se ob večjem deževju napolni z vodo, ki priteka iz vzhodnega dela jezera, iz kraških izvirov. Med njimi je največja t. i. Matijeva jama, iz

katere v močnem deževju bruha voda. V sušnem obdobju, ko voda usiha pa prav tako odteka v Matijevo jamo. Temu pojavu na kraških tleh pravimo estavela. Voda se v Palškem jezeru zadržuje približno tri mesece na leto, v preostalem obdobju je kotanja suha, travnik na dnu jezera pa v poletnih mesecih kmetje pokosijo.

Po velikosti Palškemu jezeru sledi Petelinjsko. Z barvanjem so dokazali povezavo med tema dvema jezeroma – voda se iz Palškega jezera zliva v Petelinjsko jezero. Petelinjsko jezero je dolgo približno en kilometer in široko pol kilometra, voda v njem pa se zadržuje največ časa in sicer okrog šest mesecev. Kotanjo Petelinjskega jezera z vseh strani obdajajo vzpetine, nad vsemi pa se najvišje dviga Sveta Trojica. Tudi dno Petelinjskega jezera kmetje še vedno kosijo, okrog jezera pa se pase govedo, ovce in konji.

### **3.1.2 Reka Pivka**

Reka Pivka je ponikalnica, ki ima na Pivškem kar sedem izvirov, od teh pa je stalen samo izvir Pivščica v Zagorju, kjer je obzidan kraški vodnjak z zajetjem za lokalni vodovod. Dno Pivške kotline ima majhen strmec, zato reka Pivka teče počasi. Reka ima le malo pritokov; z leve strani je največji Nanošca, ki izvira pod Nanosom in ima bolj stalno vodo kot Pivka, z desne strani pa se v reko Pivko stekajo vode iz obdobjnih bruhalnikov, kjer so tudi presihajoča jezera. V sušnem obdobju je struga reke Pivke med Zagorjem in Prestrankom suha, ob večjem deževju pa prestopa bregove in poplavlja. Reka Pivka je tudi oblikovala Postojnsko jamo. Iz Postojnske jame nadaljuje pot proti Planinski jami in nato preko Planinskega polja naprej proti Ljubljani. Reka ime Pivka izgubi, ko izstopi iz Planinske jame – sprva se imenuje Unica, kasneje pa Ljubljanica. Pivka je del reke s sedmerimi imeni (Občina Pivka 2008).

### **3.1.3 Kraške jame**

V Pivški kotlini se nahaja kar štirinajst kraških jam, vendar nobena ni urejena za turistične ogleda. Te jame v glavnem poznajo le jamarji in nekateri domačini, gre pa za izjemen pomen k ohranitvi podzemeljsko geomorfološke naravne dediščine.

Med jamami na Pivškem velja posebej omeniti Parsko golobino, ki se nahaja v neposredni bližini vasice Parje, približno 200 m nad desnim bregom reke Pivke. Izkopavanja ter raziskave, ki so v jami potekale, so pokazale sledi prazgodovinskih kultur iz stare kamene dobe, oz. iz zadnjega obdobja ledene dobe. Ledenodobni lovec je v jami našel zaščito pred ostrim vremenom, tu si je kuril ogenj, za seboj pa puščal rezila in nože, praskala, strgala, lobanje ter kosti jamskega medveda in drugih živali (Občina Pivka 2008).

Pod Sveto Trojico pa se nahaja Trnska jama – jama, v katero so se včasih zatekali pastirji pred slabim vremenom ima nešteto kapnikov, v njej pa je tudi podzemno jezero.

Vhod v jamo ni zavarovan, ga je pa težko najti, saj je skrit za košatim grmom, vendar pa prijazni domačini z veseljem pokažejo pot do jame vsakomur, ki ga to zanima.

### **3.2 Kulturna dediščina**

V najširšem pomenu besede je dediščina vse, kar se je v preteklosti zgodilo, kar smo doživeli, videli, postorili, zgradili ali oblikovali. Dediščina niso samo gradovi, cerkve, hiše in kozolci, so tudi slovenski jezik, dvojina, narečja, jezik manjšin, vera, glasba, šege in navade, likovno izrazje, znanje in ves duhovni svet, ki nas je ohranil prepoznavne v veliki družini evropskih narodov in narodnosti (Hazler 2001, 4).

#### **3.2.1 Šilentabor**

V vasi Tabor nad Zagorjem so še ohranjeni temelji in zidovi nekdanjega gradu Šilentabor, ki je bil pozidan leta 1471 kot protiturška utrdba domačinom in ljudem iz okoliških vasi. Pred Turki so se opozarjali tako, da so po vseh vaseh zvonili zvonovi, na vrhu Tabora pa so prižgali kresove. Po ljudskem izročilu naj bi grad razdejali puntarji, saj se je zadnja bitka vseslovenskega kmečkega upora leta 1635 odvijala prav na tem območju, vendar pa je, po zgodovinskih podatkih sodeč, leta 1700 grad močno poškodovala strela, dokončno pa so ga razdejali Francozi v napoleonskih vojnah 100 let kasneje.

Izročilo pravi, da je bil Šilentabor z obzidjem največji taborski kompleks na Slovenskem, v njem naj bi bilo kar 150 kašč, vanj pa so se zatekali kmetje s svojim premoženjem.

#### **3.2.2 Grad Kalc**

Ostanki gradu Kalc danes še vedno kažejo na to, kako pomemben in veličasten je bil grad v svojih časih. Grad stoji v bližini vasi Zagorje, zgrajen pa je bil v 17. stoletju. Med pomembnimi prebivalci gradu izstopata predvsem Franc Anton Steinberg ter Miroslav Vilhar, ki sta še danes pomemben del slovenske zgodovine.

Steinberg je bil prvi Pivčan in za Janezom Vajkardom Valvasorjem drugi domačin, ki so ga pritegnili kraški pojavi. Njegove raziskave so zajemale predvsem Cerknjsko jezero, ob katerem je preživel več let, med njegova pomembna dela pa spadata opis Cerknjskega jezera ter oljna slika zimskega ribolova na Cerknjskem jezeru, ki visi v Narodnem muzeju v Ljubljani (Reisp 1985, 6).

Drugi pomemben prebivalec gradu Kalc je bil znani pesnik, skladatelj in narodni buditelj Miroslav Vilhar. Od leta 1858 do 1861 je na Kalcu živel tudi Fran Levstik, ki je bil domači učitelj Vilharjevih otrok. Levstik je povest o Martinu Krpanu napisal in izdal preden je začel s službo na gradu Kalc, kljub temu pa je navdih za zgodbo zagotovo dobil v tem okolju, saj je Vilharja na gradu obiskoval še preden je začel s službovanjem,

s Kalca pa se odpira čudovit razgled na Sveto Trojico, od koder naj bi prihajal Martin Krpan.

Na Vilharjevo pobudo je 9. maja 1869 na Kalcu potekal slovenski tabor, ki je privabil približno 9000 ljudi. Dnevni red tabora je bil naslednji: Slovenci želijo biti zedinjeni v eno kronovino z enim deželnim zborom, želijo materin jezik v šolah in uradih, domače deželne zavarovalnice v Ljubljani, pogozdenje Krasa in glavarine za nevarne živali (Reisp 1985, 19-23). Občina Pivka si je ta pomemben datum izbrala za svoj občinski praznik.

Grad Kalc so po prvi svetovni vojni zapustili še zadnji prebivalci. Po tem je grad propadel, danes pa na tem mestu še vedno stoji stolp, vidni pa so tudi ostanki zidov ter drevored mogočnih stoletnih lip.

### **3.2.3 Sakralna dediščina**

Dragocena posebnost pivške kulturne dediščine so zagotovo kamniti križi, ki so večinoma postavljeni na križpotjih sredi vasi, tudi sredi polja, najdemo pa jih tudi na začetku oziroma koncu vasi. Najstarejši križ, z vklesano letnico 1629 stoji sredi Narina.

Med pomembnimi in turistično bolj zanimivimi cerkvami na pivškem, je gotovo cerkev Sv. Martina na Taboru nad Zagorjem. Cerkev je bila zgrajena v 15. stoletju in iz tega obdobja so ohranjene tudi stenske freske ter grobnica iz leta 1639.

Med opuščenimi in podrtimi cerkvami pa naj omenim tudi cerkev na Sveti Trojici. Hribu, visokemu 1123 metrov, so zaradi njegove oblike v preteklosti rekli kar Lonica, odkar pa so tam postavili romarsko cerkev, se hrib imenuje Sveta Trojica. Kdaj je bila cerkev zgrajena, ni znano, zagotovo pa je v 17. stoletju že stala, saj jo je omenjal Valvasor v svoji Slavi Vojvodine Kranjske. Cerkev je bila majhna in nizka, zidana z domačim kamnom iz kamnoloma pod Osojnico, kamenje pa so na vrh vozili z volovi.

Cerkvica zaradi svoje oddaljenosti ni bila redno vzdrževana, kljub temu pa je moral trnski mežnar vsako soboto prižigati sveče. Ker se je hoje v hrib naveličal, se je odločil, da bo s pomočjo prijateljev razkril streho iz lesenih skodel, da bi se cerkev prej podrla. Ker pa se cerkev ni vdala, so po nasvetu župnika cerkev požgali. To naj bi se zgodilo med leti 1785 in 1811. Po pripovedovanju ljudi, je vse tri doletela upravičena »božja kazen« - oba požigalca sta kasneje tudi sama umrla v požaru, župnik pa naj bi po premestitvi v Istro znorel.

Do nedavnega so bile na vrhu Sv. Trojice ohranjene le še ruševine, ki so pričale o tem, da je cerkvica tam res stala in v notranjosti teh ruševin se vsako leto odvija maša, katere se udeleži veliko število romarjev, od blizu in daleč. V zadnjih letih pa se je ustanovil tudi odbor za ponovno gradnjo cerkvice in nedavno so obzidje res zgradili (manjka le še streha). Sedaj je cerkvica na Lonici vidna tudi iz Pivke.

### **3.2.4 Italijanske utrdbe na Primožu**

Vzpetina na zahodnem delu Pivške kotline, 718 metrov visok hrib Primož ima kar 418 metrov urejenih rovov, ki povezujejo prostore v podzemlju. Po koncu 1. svetovne vojne je Kraljevina Italija po rapalski pogodbi zasedla naše kraje in začela ob meji s Kraljevino Jugoslavijo graditi obrambni sistem, ki je segal od Triglava do Reke. Zanimivo pri gradnjah utrdb na Pivškem je predvsem to, da so na približno isti črti gradili sistem utrdb že tretjič – najprej so bili to Kelti in Iliri, kasneje Rimljani in nazadnje še Italijani, ki so linijo utrjevali skoraj deset let. Utrdbe so gradili delavci, ki so jih Italijani vozili iz najbolj oddaljenih delov Italije, vozili pa so jih ponoči, da niso vedeli kje so.

Utrdba je imela podzemni sistem rovov, vodne rezervoarje, prezračevalne naprave s filtrskim sistemom, električni agregat in razsvetljavo, skladišče za hrano in orožje, bivalne prostore za vojake ter poseben sistem za sporazumevanje s sosednjimi utrdbami.

Ohranjeni bunkerji in rovi na Primožu so danes na ogled za turistične namene.

### **3.2.5 Park vojaške zgodovine**

Zaradi izjemno bogate vojaško – zgodovinske dediščine v Pivki, se je na območju starih italijanskih kasarn oblikoval Park vojaške zgodovine; gre za muzejsko in doživljajsko središče, namenjeno tako izobraževanju in raziskovanju, kot tudi izjemnim doživetjem.

Obiskovalci si v parku lahko ogledajo:

- tankovsko-artilerijsko zbirko (gre za najdragocenejše primerke težkega orožja, kot so tanki, oklepna vozila in topovi),
- razstavo »Enotni v zmagi«, ki prikazuje slovensko osamosvojitveno vojno iz leta 1991,
- razstavo »Tank je bunker in grobnica«, v kateri so predstavljene zgodbe tankistov s Pivškega med drugo svetovno vojno ter
- razstavo »Regio Carsica Militaris«, ki predstavlja večtisočletno vojaško in utrdbeno dediščino Pivške kotline.

### **3.3 Legende s Pivškega**

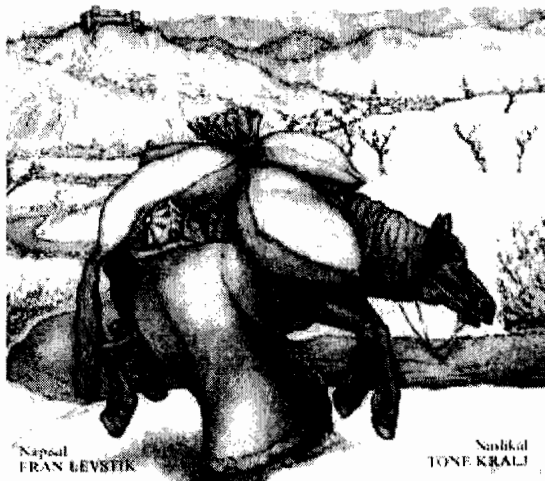
Stare zgodbe, pripovedke in legende so pomemben prispevek v našem otroštvu, junaki teh zgodb se nam usidrajo v srce in nam burijo domišljijo, zato bi jih lahko na enostaven način vključili v našo turistično ponudbo ter ji tako dodali vrednost. Slovenci pa se premalo zavedamo bogastva raznih pripovedk in s tem tudi dejstva, da se te zgodbe, predvsem v turizmu, najbolje prodajajo. Tudi Pivka je bogata z legendami in ustnimi izročili, ki so se prenašala iz roda v rod, vendar so že nekoliko izgubila svoj

pomen, brez ustreznega ukrepanja pa se prav lahko zgodi, da z izgubo naših babic in dedkov preidejo v pozabo.

### **3.3.1 Martin Krpan**

Kot smo že zgoraj omenili, je povest o Martinu Krpanu napisal Fran Levstik, ki je nekaj časa živel in služboval na gradu Kalc, kot domači učitelj Vilharjevih otrok. Že leta se porajajo polemike o tem, od kje naj bi bil doma Martin Krpan, zanj pa se poteguje kar nekaj krajev v Sloveniji, predvsem tisti, ki imajo v svoji okolici kraj z imenom Vrh ali Sveta Trojica. Krpan je postal priljubljen predvsem zaradi svoje izredne moči, pameti, zvitosti in poguma, ki ga je pokazal v boju z Brdavsom, ter ponosa, ki ga je kot pripadnik manjšinskega naroda izkazal na dunajskem dvorcu.

**Slika 3.1** Naslovna stran povesti Martin Krpan



Vir: Wikipedija 2008.

Zavedati se moramo, da je Martin Krpan književna, zato izmišljena oseba, njegovega rojstnega lista ne bomo nikoli našli, kljub temu pa to ne izključuje možnosti, da je Levstik s svojim opazovanjem ljudi in življenja na Pivškem, dobil zgled in vzor silnih mož, ki bi Krpanu posodili vsaj zunanjo podobo neustrašnega moža.

Fatur (1975, 165) je zapisal: »Resnici na ljubo je treba povedati, da je Martin Krpan izšel, preden je prišel Levstik za domačega učitelja na Kalc. Povest je izšla v Slovenskem glasniku julija 1858, njen avtor pa je prišel k Vilharju šele jeseni istega leta. To dejstvo seveda ne izključuje možnosti, da je bil Levstik na Pivškem in na Kalcu že kdaj prej, in da je le dobil motiv za tihotapca Krpana tu«. Dalje avtor navaja nekaj prepričljivih dokazov, ki podpirajo tezo o tem, da je Martin Krpan doma s Pivškega: Pivčani so bili v starih časih znani tovarniki (tovorili in tihotapili so sol) na poti od Trsta pa v notranje avstrijske dežele; ena od starih poti s Pivke v Loško dolino je vodila prav pod 1123 m visoko Sv. Trojico; poleg razvalin cerkve Sv. Trojice so malo pod



vrhom še sledi vasice, ki je v urbarjih izpričana kot Vasišče in bi mogla biti Krpanov Vrh; v Prestranku je bila cesarska žrebčarna z obširnimi zemljišči proti Sv. Trojici, višje pa je kraj, ki so mu stari ljudje rekli Pri Cesarjevi hoji - tam naj bi nekoč njegovo veličanstvo, zdelano zaradi slabih poti počivalo in tam bi utegnilo kdaj srečati tudi Krpana; da je Levstik te kraje poznal že preden je prišel na Kalc za domačega učitelja pa priča še navedek v povesti sami: Ko se je Krpan poslavljal z Dunaja, je povedal cesarju, da je ni »take postrežbe, kakršna je v Razdrtem pri Klinčarju«. Razdrto je pa tudi tu, ob poti proti Trstu, pod Nanosom. Vse to je nemara le dovolj, da smemo reči – Martin Krpan je bil Pivčan.

Vasica, ki je že davno izumrla, njeni ostanki pa so še vidni in ji domačini še vedno rečemo Vasišče, naj bi bila Krpanov Vrh pri Sveti Trojici. O tej vasici kroži ustno izročilo, ki pojasni, kako je vasica izumrla. Neke zime so se prebivalci te vasi odpravili k polnočnici v Slavino. Pot so ubrali čez zamrznjeno Petelinjsko jezero, a se je led pod težo vaščanov udrl in vsi so utonili. Doma so ostali le stari ljudje in otroci, za katere bi bila nočna hoja po snegu preveč naporna. Ti ljudje so se morali naseliti po okoliških vaseh, vas pa je izumrla.

Med glavnimi borci za Krpanovo lastništvo smo seveda Pivčani, ki imamo za to tudi največ dokazov, zanj pa se borijo tudi občina Bloke ter dolenska in tržaška regija, kjer naj bi že stoletja (in še vedno) obstajal priimek Krpan. Vendar pa z navedbo iz same povesti, ki se glasi: »V Notranjem stoji vas, Vrh po imenu.« lahko že izločimo tako dolensko kot tudi tržaško regijo. Prav tako pa je pomemben stavek »Cesarost, ali več ne morete pametovati, kaj se je godilo predlansko zimo blizu Trsta?«, ki izloči še bloško občino, saj Bloke seveda niso »blizu Trsta«. Najmočnejše poti med avstrijskimi deželami in Jadranskim morjem, zlasti še tovorjenje soli, so tekli čez Pivko in ne čez Bloke.

V Slavenskem zborniku pa avtor navaja: »Martin Krpan ni naš ali vaš ali njihov – je vseslovenski!« in povzema besede Sergija Vilfana, ki pravi, da je v zgodovini kmečkega tovorjenja soli in kupčevanja z njo imel vsak posameznik vsaj nekaj potez Martina Krpana. S tem pa Martin Krpan ni le utelešenje slovenskega tovornika ali tihotapca, pač pa tudi predstavnik stoletnih osnov slovenske gospodarske zgodovine. Še več. Koder se je premikal tovornik s soljo, je povezoval kraje, v katerih je živela slovenska beseda in v politično razbitih pokrajinah je prav on prispeval k medsebojnemu spoznavanju in vsaj k zavesti jezikovne skupnosti (Fatur 2005, 302).

V članku Notranjsko-kraških novic, v prilogi Ekoregija, avtorica navaja prepričanja Darka Darovca, direktorja Znanstveno-raziskovalnega središča Koper Univerze na Primorskem, ki pravi, da »Krpan pooseblja slehernega in vse Slovence.« Darovec o Krpanu pravi, da lik ni pomemben le zaradi ponazoritve srednjeveškega in novoveškega trgovskega delovanja in izmenjavanja dobrin slovenskega prebivalstva med obalnim in zalednim območjem, temveč tudi v mitu, ki se je izoblikoval v nepremagljivem,

močnem in prebrisanem trgovcu – tihotapcu ter prekaljenem vojaku – slovenskem kmetu, ki z zmago nad zloglasnim Turkom Brdavsom pooseblja kar ves slovenski narod, zadnji branik krščanskih dežel pred Turki (Trček 2008, 2).

Vse to zanimanje in borba za Krpanovo lastništvo res priča, kako izzivalen in za Slovence še vedno živ je ta junak in kako trdno se je zasidral v zavest številnih slovenskih rodov. Začne se že pri otrocih, ko v obliki slikanice prebirajo zgodbo, kjer je zanimiva predvsem Krpanova moč, doživel je številne odrske upodobitve, kot blagovno znamko ga uporablja vrsta podjetij, prav tako se veliko zgradb in objektov ter različne športne dejavnosti imenujejo po tem junaku, preveden pa je tudi v angleščino, italijanščino, nemščino, madžarščino, ruščino, ....

Da je Krpan za Pivčane res pomemben lik priča tudi sam grb Občine Pivka, na katerem je upodobljen Martin Krpan z mesarico in kijem, ki jezdi na rdeči kobilici po zelenem griču.

**Slika 3.2** Grb Občine Pivka



Vir: Občina Pivka 2008.

### **3.3.2 Furmanstvo**

Furmanstvo je bilo na Slovenskem prisotno od 18. stoletja, pa vse dokler ni tega težaškega dela prevzela železnica. Furmani so prevažali najrazličnejše blago: vino, sol, sladkor, tkanine, premog, železo, pšenico, smodnik, sadje, med, suho meso, les, led, seno in še veliko drugih izdelkov in surovin (Trobič 2003, 86).

Furmanstvo je bilo tudi na Pivškem zelo razvito, po prvi svetovni vojni pa glavni vir dohodkov. V vasi Trnje je bilo takrat vsaj enajst furmanov, ki so si služili kruh s furanjem lesa v Trst in drugam. Večina jih je uporabljala konje, nekateri pa tudi vole. Furmanstvo je bilo izjemno težaško delo, saj so morali furmani v gozd že ob dveh ponoči, vračali pa so se pozno zvečer, ob tem pa vreme ni igralo nobene vloge, saj so furali tudi v močnih nalivih in snežnih metežih. Njihovo delo je bilo ročno – ročno so žagali, sekali, nalagali težke hlode na vozove, ob vsem tem pa so zelo skrbeli za svoje konje, saj so zadnji košček kruha, kljub lakoti in izčrpanosti, raje dali svojemu konju, kot pa bi ga sami pojedli. Na račun furmanstva je bilo včasih v Trnju kar sedem gostiln.

Gostilna je bila družabni prostor, kjer so se srečevali furmani in si pripovedovali svoja doživetja pri delu ter se radi postavljali s svojimi konji (kot se danes s svojimi avtomobili). Konji so pred gostilno potrpežljivo čakali svojega gospodarja, če pa je to le predolgo trajalo, so se sami odpravili domov (Ženko 2006, 34-35).

O furmanih obstaja veliko zanimivih zgodb, ki jih predvsem današnja mladina ne pozna in prav bi bilo te zgodbe združiti, širše predstaviti delo in življenje furmanov ter pripetljaje, s katerimi so se srečevali.

### **3.3.3 Kontrabantarstvo**

Bevčičeva (2008, 3) v svojem članku navaja misli Milana Trobiča, ki se je podrobneje ukvarjal s tihotapstvom in kontrabantarstvom. Trobič pravi, da obstaja razlika med tihotapci in kontrabanti, saj so bili tihotapci organizirani v skupine, bili so oboroženi ter se pri prehodu meje spopadali s finančnimi stražniki in graničarji. S kontrabantom, ki se je pojavil že v srednjem veku in je zelo stara označba za prenašanje blaga čez mejo ter izhaja iz italijanščine, pa so se ukvarjali posamezniki. V manjših količinah so prenašali različne dobrine čez mejo, jih zamenjali za drugo blago, ga prenesli nazaj in prodali. Ljudje so bili prisiljeni v kontrabant zaradi slabega socialnega položaja in zaradi možnosti plačevanja davkov.

Po Trobičevem je bil tudi Martin Krpan kontrabantar, nosil je sol od morja proti notranjosti, torej je ni tihotapil. To je imel za svojo dopolnilno obrt, saj ni bil kmet v klasičnem smislu, ampak se je ukvarjal s kmečko trgovino.



## **4 PRIMERI TRŽENJA LITERARNIH JUNAKOV DOMA IN PO SVETU**

Pomemben del v našem življenju predstavlja tudi kultura – na svetu obstaja nešteto knjig in zgodb, ogromno je literarnih junakov, ob katerih smo odraščali, se z njimi poenotili in v spominu nam ostanejo za vedno. Nekatere zgodbe so svetovno znane, druge samo v posameznih državah, od koder zgodba prihaja, dejstvo pa je, da so te zgodbe izredno zanimive, zato jih je treba unovčiti in jih na pravilen način predstaviti tudi širši javnosti. Današnjega turista je treba zadovoljiti tudi na ta način, da ga obogatimo z znanji iz zgodovine – s kulturo, običaji, z zgodbami, ki so se prenašale skozi stoletja itd.

V nadaljevanju bom predstavila nekaj primerov uspešnega trženja literarnih junakov tako doma, kot tudi v tujini. Ugotovili bomo, da se zgodbe odlično prodajajo in da so ljudje odprti za takšen način preživljanja prostega časa, iz vsega tega pa bomo dobili tudi nekaj predlogov za trženje našega Martina Krpana.

### **4.1 Trženje literarnih in pravljicnih junakov v Sloveniji**

V Sloveniji imamo veliko zgodb in junakov, ki pa jih na žalost ne znamo dovolj ceniti, da bi jih vključili v našo turistično ponudbo. Šele v zadnjih letih smo se začeli zavedati pomena zgodb na naše življenje – če ne bomo ukrepali zdaj, bodo številne zgodbe in običaji zašli v pozabo, kar pa bi bila velika škoda. Tako so se nekatere regije že opogumile ter za večjo privlačnost destinacije, za boljšo prepoznavnost in večanje števila turistov, v svojo ponudbo dodale tudi različna tematska doživetja ter predstavitve starih zgodb in običajev. V Sloveniji pa imamo tudi veliko literarnih junakov, ki so še posebej zanimivi za otroke, vendar tudi na tem področju ni pravilnega pristopa, saj je ponudba, kjer bi lahko spoznali literarne junake zelo skopa. Da se splača razmišljati v tej smeri, da se tudi literarni junaki dobro tržijo, sem se prepričala tudi sama, ko sem opravila kratko raziskavo na slovenskem trgu. Izbrala sem tri ponudbe – Kekčevo deželo, Deželo pravljic in domišljije ter Triglavске pravljice, ki jih bom v nadaljevanju predstavila.

#### **4.1.1 Kekčeva dežela**

V okviru turistične agencije Julijana turizem iz Kranjske Gore, si lahko med pestro ponudbo različnih doživetij izberemo tudi ogled Kekčeve dežele. Tako si lahko otroci, pa tudi odrasli ogledamo kako in kje je živel Kekec in njegovi prijatelji iz zgodb pisatelja Josipa Vandota o pastirčku Kekcu.

Po dogovoru z organizatorji doživetij, nas sredi Kranjske Gore pričaka »Bedanc Bus« ter odpelje novim dogodivščinam naproti, doživeti čudovito naravo v gozdovih pod Vršičem. Že na avtobusu je vzdušje enkratno – ob poslušanju Kekčeve pesmi, nam zgodbe o Kekcu na kratko predstavi prijazen vodnik. Pot do Kekčeve dežele je

skrivnost, zato morajo obiskovalci mižati, ubogati morajo prav vsi, ker poredne in neubogljive pričaka Bedanc. Ker se Bedanca najmlajši otroci zelo bojijo, program malce priredijo, in če so med obiskovalci tudi najmlajši, se Bedanc prikaže le od daleč. Tisti, ki poznajo zgodbo o Kekcu vedo, da se Bedanca da prestrašiti z oponašanjem sove, zato vsi otroci začnejo skovikati in Bedanc preplašen uide v gozd. Pot nadaljujemo po gozdu do prijetne majhne kočice, ki je last Brinclja, ki obiskovalce tudi pozdravi. Navdušeno predstavi svoj nov dvižni lesen most (dvižni zato, da Bedanc ne more do njegove kočice), nato pa nas skozi skrivnostni rov popelje do Kekčeve kočice, kjer zbrane pričakata Kekec in Mojca. Pot nadaljujemo prek čudovitih travnikov do tete Pehte, ki otrokom ponudi zdravilni čaj in »kruh s korajžo«, odraslim pa »kapljice za vriskanje«. Obiskovalci še malce poklepetajo s teto Pehto, Mojco in Kekcem in že je čas za slovo – zopet se odpravimo do »Bedanc Busa«, ki nas odpelje nazaj, na izhodiščno mesto.

V agenciji Julijana turizem vodene izlete po Kekčevi deželi pripravljajo od maja do oktobra, sam ogled pa traja približno dve uri. Gre za prijetno doživetje, kjer so liki iz zgodbe o Kekcu oblečeni v stara oblačila, kot v filmih, ki so bili posneti po tej zgodbi. Igralci so zelo prijazni in pristni, saj zgodbe pripovedujejo v narečju, ki je značilno za tamkajšnje območje, kar le še poveča čar celotnega doživetja.

Ogled Kekčeve dežele je možen po predhodnem dogovoru, saj so ogledi organizirani za skupine (vrtci, šole), kot posamezniki pa se lahko pridružimo kateri od teh skupin. Cena za obisk Kekčeve dežele je 12 evrov na osebo za individualen obisk in 10 evrov na osebo, če smo v skupini.

V agenciji so povedali, da je Kekčeva dežela v poletnih mesecih zelo obiskana, zato je rezervacija nujno potrebna, problem pa je odvisnost od vremena. Zaupali so mi tudi, da obiskovalci vedno odidejo dobre volje in navdušeni, še najbolj otroci v starosti od pet do sedem let, ki dobro poznajo zgodbice o Kekcu in imajo najbolj živo domišljijo. Prav tako so mnenja, da je Kekčeva dežela velika pridobitev in popestritev njihove turistične ponudbe, po kateri sprašujejo tudi tujci, ko vidijo slike v njihovi agenciji, vendar ker zgodbe ne poznajo, se za ogled ne odločijo. Sicer pa tudi nimajo pripravljenega vodenja v tujem jeziku in je ogled namenjen predvsem domačim obiskovalcem.

#### ***4.1.2 Dežela pravljic in domišljije***

V občini Podčetrtek pod Olimsko goro, lahko na sprehodu skozi gozd obiščemo Deželo pravljic in domišljije – Kočo pri čarovnici. V deželi lahko na zanimiv način spoznamo pravljicne like slovenske in tuje literature, kot so Kekec, Martin Krpan, Sneguljčica, Pika Nogavička, čarovnice in mnoge druge, pripravljajo pa tudi učno uro zgodovine in geografije.

Dežela je plod dolgoletnega dela gospoda Jožeta Brileja, upokojenega ravnatelja Osnovne šole Podčetrtek ter učitelja fizike in tehničnega pouka, ki se je aktivno

udejstvoval tudi v turističnih dejavnostih. V pogovoru z gospodom Milošem Marjanovičem, vnukom gospoda Brileja, sem spoznala, kako je deželica nastala.

Pred približno štiridesetimi leti je Jože sredi gozda pod Olimsko goro postavil majhno kočico, ki bi služila za prijeten oddih v osrčju neokrnjene narave. Tja je zahajal vsak prosti trenutek ter kočico in njeno okolico neprestano urejal in dopolnjeval z malenkostmi, kot so mlinci v bližnjem potočku, razne čarovnice in ostalo; idej je imel ogromno, njegovo tehnično znanje in veselje do ročnega dela pa mu je dopuščalo, da je vse naredil sam. V tistem času so bile Atomske toplice (danes Terme Olimia) zelo obiskane, njeni gosti pa so zahajali na sprehod tudi v bližnji gozd, kjer je stala Jožetova kočica. Z zanimanjem so si ogledovali kočico in njeno okolico, ki je delovala kot iz pravljice, in ker je bilo gostov vsak dan več, miru, ki si ga je Jože prvotno želel ni bilo več. Tako se mu je porodila nova ideja – še bolj razširiti in izpopolniti kočico, ki je kmalu postala »vasica« z različnimi pravljicnimi junaki ter se začela razvijati v Deželo pravljic in domišljije.

Jože se z deželo aktivno ukvarja še danes, vsak dan se mu rodi še kakšna nova ideja, pri uresničevanju le-teh pa mu pomaga celotna družina.

Dežela pravljic in domišljije je odprta vse vikende in praznike od marca do oktobra, za večje skupine pa kadarkoli po predhodnem dogovoru. Gospod Marjanovič pravi, da so z obiskom zelo zadovoljni, še posebej v lepem vremenu, obiščejo pa jih tako otroci, kot tudi odrasli, saj je dežela namenjena vsem in zna biti zanimiva tudi za odrasle, še posebej pa je priporočljiva za poučne šolske ekskurzije.

Dežela pravljic in domišljije je razdeljena na štiri tematske sklope:

- učna ura v naravi (mali muzej, kjer lahko spoznamo umetnine, ki jih je ustvarila narava),
- učna ura pravljic (obiskovalci se sprehodijo skozi gozd po označeni poti mimo koč, v kateri prebivajo junaki iz slovenskih in tujih pravljic),
- učna ura geografije (gospod Brilej poudarja, da ima tisti, ki potuje, bistveno več od življenja in tudi sam je ogromno prepotoval; v galeriji lahko vidimo spominke iz njegovih potepanj po Evropi, Aziji, Afriki in Ameriki, kot so zbirke kamnov iz Triglava, Niagarskih slapov, Keopsove piramide, originalne spominke iz različnih koncev sveta, zbirko lutk v narodnih nošah ...),
- učna ura zgodovine – »Kako so živeli in kaj so delali pred stotimi leti« (tu si obiskovalci lahko ogledajo družino Korenčkovi, ki so živeli pod Olimsko goro pred več kot stotimi leti – v naravi lahko vidimo družino, ki predstavlja dela, ki so jih morali opraviti, kot je pranje perila v potoku, nabiranje suhljadi, nošenje vode v vedrih na glavi, klepanje kose; v koči, ki je opremljena kot pred stotimi leti pa spoznamo, kako je družina preživljala dolge večere, ko še niso imeli

televizije – za mizo so zbrani otroci in sosed, ki igra na citre, v kotu prede in poje babica, v drugem kotu pa v zibelki pri peči joče najmlajši otrok).

Dežela je dostopna za vsakogar, saj prispevek za ogled znaša le en evro, poskrbeli pa so tudi za tiste, ki po koncu obiska, radi odnesejo kak spominček domov. Tudi spominki so v stilu dežele, saj je vsak izdelek ročno delo in zato vsak zase unikat, le-te pa izdelujejo izključno člani Jožetove družine. Izbiramo lahko med svinčniki z glavicami čarovnice, Kekca, Mojce, Pike Nogavičke ali Rdeče Kapice, med kuhalicami, ki skoraj same kuhajo – potrebne so le čarobne besede, med različnimi glinenimi in lesenimi obeski, svečkami v obliki čarovnice iz čebeljega voska, na voljo je tudi čarobni srček, narejen iz žice, kjer moraš ključek in srček ločiti s pomočjo logike in ne na silo ter mnoge druge, izredno zanimive in domiselne izdelke.

#### ***4.1.3 Po poteh Triglavskih pravljic***

V gorenjski vasi Dovje pri Mojstrani krajevna skupnost v okviru programa celostnega razvoja podeželja in obnove vasi organizira tudi tematsko vodeno doživetje Po poteh Triglavskih pravljic. Osnova za ta del programa je povzeta iz treh knjig domačega pisatelja Mirka Kunčiča Triglavske pravljice, ki jih je pred 2. svetovno vojno pisal na eni izmed tamkajšnjih kmetij. V teh knjigah so predstavljene zgodbe o pastirjih, o ljudeh na vasi v dolini, o velikanih in številnih drugih bajeslovnih bitjih.

Pot Triglavskih pravljic, ki je bila prvič predstavljena poleti leta 2003, je zanimivo in poučno doživetje, namenjeno tako otrokom, družinam, dijakom in študentom, kot tudi odraslim posameznikom in organiziranim skupinam. Na vodeni poti po čudoviti naravi pod Triglavom, ki traja približno 2 uri, obiskovalci na sedmih lokacijah spoznajo sedem Triglavskih pravljic, ki so vezane na določen prostor in dogodek. Na vsaki lokaciji so postavljene obvestilne table s kratko predstavitvijo kraja ter povzetkom pravljice ali likov iz nje. Med potjo se obiskovalcem pridružijo tudi glavni junaki iz pravljic ter z njimi pokramljajo in predstavijo svojo zgodbico, za konec pa Pr' Katr na Dovjem čaka tudi pogostitev z domačimi dobrotami (Razvojna zadruga Dovje 2008).

Triglavske pravljice so za vse organizirane le v poletnih mesecih (julij, avgust) in sicer vsako soboto dopoldne, za organizirane skupine pa kadarkoli po predhodnem dogovoru. Cena tega prijetnega izleta znaša 10 evrov na osebo (nudijo tudi 10 % popusta za organizirane skupine in 20 % popusta za družine), vključuje pa vodenje po terenu s predstavitvijo pravljic ter domačo malico.



## 4.2 Trženje literarnih in pravljicnih junakov v tujini

V tujini, kjer je turizem bolj razvita gospodarska dejavnost, so že zdavnaj ugotovili, da so zgodbe izredno zanimive za domače in tuje goste, potrebno jih je le na pravilen način predstaviti. V različnih državah najdemo nešteto literarnih junakov, ki so že več let prava turistična atrakcija. Težko se je bilo odločiti med vso ponudbo, ki obstaja na tujem trgu, vendar sem se odločila za tri, ki so bile najbolj primerne za analizo v tej diplomski nalogi, saj lahko najdemo kar nekaj skupnih točk za primerjavo z našim Martinom Krpanom.

Najprej bom predstavila švicarsko junakinjo Heidi ter deželo v kateri prebiva – *Heidiland*. Nadaljevala bom z opisom švedskega parka – Svet Astrid Lindgren (*Astrid Lindgrens World*), kjer lahko spoznamo Piko Nogavičko in ostale junake iz pravljic pisateljice Astrid Lindgren, sledi pa še podrobnejši opis angleškega junaka, razbojnika Robina Hooda, katerega pravljicni svet sem imela priložnost tudi sama obiskati.

### 4.2.1 V Heidijini deželi

Švica je urejena in privlačna država v srednji Evropi, ki se ponaša s čudovito naravo, z neštetimi jezeri in gorami, kjer si lahko privoščimo prijeten oddih v vsakem letnem času. Turizem v Švici je zelo razvit, v njenem vzhodnem delu, v mestecu Bad Ragaz in okolici pa so izkoristili tudi svetovno znano zgodbo o Heidi, ki je prebivala v tamkajšnjem hribovju ter vsa okoliš poimenovali Heidijina dežela - *Heidiland*.

V okviru tamkajšnje turistične ponudbe lahko izbiramo med različnimi pohodniškimi in kolesarskimi potmi, ki so primerne tudi za družine z otroki, v celotnem okolišu je veliko jezer, kjer se lahko preizkusimo v jadraniu, plavanju in ribarjenju, na voljo pa so tudi druge vodne dejavnosti.

Ime *Heidi* se med različnimi ponodbami mnogokrat pojavi. Kot primer lahko izpostavimo celodnevno potepanje z javnim prevozom (ki je v Švici zelo dobro urejen), kjer lahko na samem začetku kupimo malico (*Heidi Box Lunch*) ter se z vlakcem (*Heidi Shuttle*) podamo raziskovat vse pomembne Heidijine kotičke. Na voljo je ogled mesteca in muzeja Johanne Spyri – pisateljice, ki je napisala zgodbo o Heidi, nekje nas počaka in pozdravi tudi sama Heidi, ki pripoveduje zgodbice in svoje dogodivščine, odpravimo se lahko tudi na potep po bližnjih vasicah in gozdovih itd. Ker potujemo z javnim prevozom, lahko sami odločamo o tem, kaj bomo obiskali in kaj ne.

V Heidijini deželi pa je tudi za namestitev dobro poskrbljeno. Na voljo imamo ponudbe za vsak žep – od hotelov s petimi zvezdicami pa vse do raznih hostlov. Še posebej zanimiva ponudba nočitev je t. i. *Graubundens New Sleep*, kjer imajo na voljo 250 ležišč, namenjena pa je vsem, ki bi radi okusili kmečki način življenja, saj imamo možnost spati natanko tako, kot je nekoč Heidi – na svežem, dišečem senu.

Tudi v vasici Oberfols, ki je bila navdih Johanni Spyri za izmišljeno vasico *Dorfli*, ki se pojavlja v zgodbi, so se lepo znašli in vas izkoristili v turistične namene ter jo poimenovali *Heidi Village* (Heididorf 2001). Iz te vasice vodi pot (*Heidi Path*) skozi gozd na bližnji hrib, kjer obiskovalce v svoji koči obdani s pašniki pozdravi stric Alp (*Uncle Alp* – Heidijin dedek). Pot, ki traja približno uro in pol nas vodi skozi čudovit gozd, obdan z mnogimi potočki in slapovi, s čudovitim razgledom po dolini, ob poti pa je postavljenih 12 znakov, vsak z drugim citatom iz zgodbe ter razlago, kje trenutno se pohodnik nahaja. Vsi citati in razlage so v več jezikih.

Na samem vrhu stoji 200 let stara pastirska koča, v njej pa živi Luis Karner Alphoi, švicarsko – italijanski upokojenec, ki je dobil službo igrati Heidijinega dedka. Luis govori več jezikov, kadi pipo, s svojo belo brado pa je res primeren za igranje te vloge. Večino svojega časa preživi okrog koče, kjer vsako leto sprejme in pozdravi tisoče obiskovalcev z vsega sveta, še največ pa naj bi bilo Japoncev. Kadar pa Luis ne igra vloge Heidijinega dedka, mora poskrbeti za čredo krav na pašnikih okoli koče, njegovo delo pa je tudi rezbarjenje. Stric Alp svojim obiskovalcem postreže pijačo v lončenih vrčih, pijačo pa pripravi sam - iz rožic, ki jih nabere na travnikih.

Kot sam rad pove, je za prebivalce Švice zgodba o Heidi »sveta zgodba«, je zgodba o svobodi, dobroti in zaupanju in tudi narodna zgodba, ki predstavlja tradicionalno švicarsko gorsko življenje.

#### 4.2.2 *Svet Astrid Lindgren*

V švedskem mestecu Vimmerby, kjer je nekoč prebivala pisateljica Astrid Lindgren, so ustanovili poseben tematski park in ga poimenovali *Astrid Lindgren's World*. Tu lahko na zanimiv način spoznamo večino zgodb švedske pisateljice, ki so očarale tako otroke, kot tudi odrasle. Junaki iz zgodb se poleg igranja svoje vloge vseskozi igrajo in zabavajo z otroki, prijetno vzdušje pa popestrijo tudi živali – konji, prašički, kokoši, ovce itd., otroška igrišča ter koticiki, kjer si lahko družina pripravi tudi piknik.

Svet Astrid Lindgren je neodvisno podjetje z omejeno odgovornostjo, ki je v stoddotni lasti občine Vimmerby. Gre za pravljичni park, ki pravzaprav spominja na vasico, saj je v njem zgrajenih kar veliko prijetno opremljenih hišic, vsaka ulica pa je tematsko urejena, glede na zgodbe iz pravljic. Tako se lahko sprehajamo po vasici ter spoznavamo različne pravljичne like, kot so (*Astrid Lindgrens World* 2008):

- Pika Nogavička, ki sama živi v veliki rumeni hiši, imenovani *Villa Villekula*. Vrata njene hiše so vedno odprta in tako si lahko vsi ogledajo, kako Pika živi, sama pa uganja vragolije in tako zabava občinstvo.

- Emil – živi na kmetiji, v majhni rdeči hišici z mamo, očetom ter varuško Ido, poleg njih pa so tudi služkinja Lina ter poljedelski delavec Alfred in prašiček Piglet, ki sta Emilova najboljša prijatelja.
- Otroci iz hrupne vasi – gre za zelo majhno vasico *Bullerbyn* s samo tremi kmetijami, v katerih živi sedem otrok. Hiške so miniaturne in postavljene ena poleg druge, namenjene so izključno otrokom, da se lahko igrajo in so hrupni kolikor želijo.
- Ronja, razbojniška hči – Ronja živi pravo razbojniško življenje, v čisto pravem gradu z očetom in mamo ter z ostalimi razbojniki iz očetove tolpe, spoprijatelji pa se tudi z dečkom Birkom iz sosednje, sovražne tolpe.
- Erazem in potepuh – sprehajata se po parku in lahko se pojavita kjerkoli in kadarkoli, še najraje pa se zadržujeta na Erazmovem skednju, kjer se jima otroci lahko pridružijo pri igranju na senu.
- Simon – je zelo majhen deček in vse okoli njega je zelo veliko, npr. že majhen mesni cmoček je zanj kot velika žoga, plezanje na stol je tako, kot bi plezal na streho. Da bi si ta občutek, kako je biti majhen kot škrat, otroci lažje predstavljali, so v parku zgradili veliko hišo, z ogromnimi vrati, omarami, mizami in stoli, že mišja luknja je tako velika, da gredo otroci lahko z dvignjeno glavo skozi.
- Majceno mestece (*The tiny, tiny town*) – gre za mestece Vimmerby v miniaturni obliki, kjer je veliko hišic, razporejenih v ulice – kot se za mesto spodobi, hišice pa so le malce višje od človeka, torej se otroci v tem mestecu počutijo izredno velike. V tem mestecu se vedno veliko dogaja, odprta pa je tudi trgovina s sladkarijami, kjer je Pika Nogavička kupila 18 kg slaščic, še vedno pa imajo velike zaloge lizik in bombonov.

V parku lahko spoznamo še veliko drugih zgodb, vedno se nekaj dogaja, v njem pa je prostor tudi za gledališče, kjer vsak dan potekajo gledališke predstave, kjer se pleše in poje, vse seveda na temo iz zgodb Astrid Lindgren. Med predstavo, ki je vsak dan deležna velikega števila gledalcev, igralci tudi zapustijo oder in se pridružijo občinstvu ter z njimi uganjajo vragolije, to pa predstavlja otrokom izjemno doživetje.

Za to, da se v parku toliko dogaja, je potrebno imeti tudi ljudi – v tem parku nastopa okrog 60 igralcev, preoblečenih v like iz zgodb Astrid Lindgren. Igralci prihajajo iz cele države – nekaj jih je profesionalnih igralcev, drugi pa so študentje akademij ali pa člani različnih gledaliških društev. Ko pa potrebujejo najmlajše, k sodelovanju povabijo okoliške otroke, ki se z veseljem pridružijo igri.

Park je odprt od meseca maja pa do konca avgusta, cene pa so odvisne od tega, za kateri mesec se odločimo obiskati park:

- predsezona (16. maj – 5. junij) – v parku je le 15 igralcev, ni veliko obiskovalcev, torej ni dolgih vrst in si lažje ogledamo celoten park. Vstopnina za otroke znaša 13 evrov, za odrasle 16 evrov ter za družine (2 odrasla in trije otroci) 52 evrov;
- glavna sezona (6. junij – 30. avgust) – v parku je vseh 60 igralcev pa tudi obiskovalcev je veliko več, to pa pomeni tudi gnečo v parku ter možne daljše vrste za čakanje. Vstopnina za otroke znaša 17 evrov, za odrasle 29 evrov ter za družine 85 evrov.

V parku pa so domiselno poskrbeli tudi za obiskovalce, ki so se pripeljali od daleč in za tiste, ki bi radi vsaj dva dni preživeli in uživali v pravljичnem svetu. V neposredni bližini gozda in le 250 metrov od vhoda v park so zgradili počitniško vasico, kjer so postavljene majhne prikupne lesene hišice in še manjše kočice, prostor pa je tudi za kempiranje.

Hišice (*chalets*) merijo le 16 kvadratnih metrov, v vsaki pa je po 5 postelj, tuš in WC, majhna kuhinja s štedilnikom in hladilnikom, ponujajo pa tudi možnost izposoje brisač in posteljnine. Cena se zopet razlikuje, glede na čas obiska, za eno nočitev ter dva dneva vstopnine v park pa se giblje od 160 do 276 evrov na družino.

Majhne kočice (*camping cottages*) pa merijo le 11 kvadratnih metrov, v vsaki sta dva pograda, majhna kuhinja z grelnikom in hladilnikom, vendar brez tekoče vode. V bližini je večja zgradba, kjer je vse, kar potrebujemo – tuš, WC, prostor in oprema za pripravo hrane ter umivanje posode. Cene za nočitev v teh kočah ter dva dni vstopnine v park pa se gibljejo od 111 do 207 evrov na družino.

Park je večino časa zelo dobro obiskan, prav tako so dobro zasedene namestitvene zmogljivosti, še posebej v vrhuncu sezone, ko je rezervacija nujno potrebna.

#### **4.2.3 Zgodbe o Robinu Hoodu**

V angleškem mestecu Nottingham, kjer je pred mnogimi leti v tamkajšnjem gozdu prebival znameniti Robin Hood, so v samem središču postavili turistično atrakcijo, imenovano *The Tales of Robin Hood*. Gre za zgradbo, katero notranjost so opremili na tak način, da se s posebnim, unikatnim prevozom – kot nekakšno sedežnico popeljemo po srednjeveškem Nottinghamu, vidimo razne figurice, v ozadju pa slišimo zgodbo o legendarnem razbojniku. Doživetje srednjeveškega Nottinghama lahko na enkrat obiše majhna skupina turistov, poskrbeli pa so tudi za tujce, saj lahko program vodijo v šestih svetovnih jezikih. Potovanje nazaj v preteklost je oblikovano na tak način, da čas, ko je Robin Hood kradel bogatim in dajal revnim, istočasno vidimo, slišimo, občutimo in celo vonjamo, saj so uporabljeni posebni zvočni ter vizualni efekti.

Ta turistična atrakcija stoji v neposredni bližini Nottinghamskega gradu in ostalih zgodovinskih znamenitosti, katerih v Nottinghamu ne manjka. Mestece je lepo urejeno

in ponuja veliko možnosti za prijetna potepanja – večino na temo Robina Hooda. Veliko je pohodniških in kolesarskih poti, ponujajo pa tudi razne izlete, kot npr. *In search of a legend* ali pa *Follow in the footsteps of Robin Hood*, kjer si lahko ogledamo vse pomembne točke, ki so kakorkoli povezane z zgodbami o Robinu Hoodu.

Najpopularnejša atrakcija v mestu pa je prav *The Tales of Robin Hood*. V njihovo osnovno ponudbo je vključena vožnja po srednjeveškem mestecu ob poslušanju zgodb, razstava in film, ki prikazuje srednjeveško življenje ter kino predstava o Robinu Hoodu, vse skupaj pa traja približno uro in pol.

Za vse tiste, ki jih zanima orožje, je na voljo tudi razstava srednjeveškega orožja, kot so sablje, sekire, kiji ter čelade in oklepi. Vsak lahko preizkusi težo tega orožja ter oblečen v ščit, s čelado na glavi in s težko sabljo v roki lahko spozna, koliko moči je bilo potrebne za boje, ki so se nekoč odvijali.

Cena za obisk te atrakcije znaša 8 evrov za otroke, 9,5 evrov za študente ter 11 evrov za odrasle.

Ko gremo proti izhodu iz zgradbe, nas pot popelje še skozi veliko dvorano, ki je opremljena kot srednjeveška restavracija, kjer si lahko privoščimo kakšen prigrizek in pijačo. Še preden pa dokončno zapustimo zgradbo, je obvezen postanek tudi v trgovinici s spominki, kjer bo vsak navdušenec Robina Hooda zagotovo našel nekaj primernege zase. Na izbiro imamo kvalitetno izdelane in prikupne kratke majčke z motivom Robina Hooda, knjige ter trakce za označevanje strani v knjigi, podstavke za kozarce, okrasne krožnike in skodelice, kovinske figurice, plišaste medvedke, oblečene v Robina Hooda, opremo Robina Hooda, ki vključuje čepico, tuniko in pajkice, razglednice, svinčnike, obeske za ključke, magnete ter ostalo. Izberemo lahko tudi nekaj spominkov o samem mestecu Nottingham, med drugim tudi izvirno darilo – piškotke, v lični darilni embalaži, na kateri piše: *A gift from Nottingham ~ Delicious hand – baked traditional cookies*.

Svojo ponudbo pa so še dodatno razširili in izkoristili velike prostore, ki jih imajo na razpolago. Tako v njihovi pestri izbiri doživetij najdemo tudi različne pakete, kot so (The Tales of Robin Hood 2008):

- Praznovanje rojstnega dne za najmlajše, kjer lahko v družbi svojih prijateljev preživijo nepozaben dan kot razbojniki. Paket vključuje vabila na zabavo rojstnega dne, v družbi Robina Hooda, turo po srednjeveškem Nottinghamu, zabavo ob hrani in pijači ter druženje z liki iz zgodbe o Robinu Hoodu. Da je celoten dogodek res nekaj posebnega, se tudi otroci preoblečejo v kostume ter se z Robinom Hoodom zabavajo ob različnih igrah, lahko se pa tudi pomerijo v tekmovanju s srednjeveškim orožjem. Cena paketa je 12 evrov na vsakega otroka, spremljati pa jih morata vsaj dva odrasla, vendar brezplačno.

- Srednjeveška pojedina – v že omenjeni restavraciji se mnogo več dogaja ob večerih med vikendi, kjer se v soju bakel pridružimo Robinu Hoodu in prikupni Marian ter dvornemu norčku ob srednjeveški pojedini. Hrano in pijačo strežejo dekleta, oblečena v srednjeveška oblačila, večer pa popestrijo srednjeveški potujoči pevci. Dogajanje je na sporedu vsak petek in soboto zvečer, ponujajo pa tudi možnost rezervacij za zaključene družbe. Tudi pri tej obliki zabave so poskrbeli za pravo vzdušje in tako se lahko vsak preobleče v srednjeveške kostume (na voljo imajo preko 400 srednjeveških kostumov vseh velikosti), vendar z doplačilom 12 evrov na osebo. Cena paketa je 48 evrov na osebo, vključuje pa štiri različne jedi, neomejeno količino angleškega piva ali steklenico belega oziroma rdečega vina ter zabavo ob živi glasbi.
- Možnost najema dvorane za posebne priložnosti, kot so poročno slavje, praznovanje raznih obletnic, službene zabave ali kakršnokoli praznovanje, v malce drugačnem, srednjeveškem stilu. V veliki dvorani je prostora za 60 do 120 oseb, praznovanja pa so možna po predhodni rezervaciji, tako med tednom kot tudi med vikendi. Cena paketa je 48 evrov na osebo, vključuje pa najem dvorane, večerno zabavo ter srednjeveško pojedino. Tudi tu je na izbiro izposoja kostumov.
- Izobraževanje na zabaven način – učencem in dijakom v sklopu nacionalnega učnega načrta ponujajo dragocen pripomoček k ustvarjanju izobraževalnih projektov. Zunaj učilnice se lahko na prijeten način ob poslušanju zgodb naučijo vsa pomembna dejstva o zgodovini, predvsem iz srednjega veka, o lokostrelstvu ter ostalih zanimivosti.

Ker sem imela tudi sama možnost obiskati *The Tales of Robin Hood*, lahko rečem, da gre res za izjemno in zanimivo doživetje, ob obisku pa sem izvedela še druge podrobnosti o tem, kako je sama zgradba nastala. Naj navedem nekaj zanimivosti:

- neverjetna iluzija, ki jo lahko vidimo, vohamo, slišimo in občutimo je produkt domiselne ekipe zgodovinarjev, umetnikov in drugih mojstrov, ob sodelovanju nekaterih gradbenih podjetij,
- želja je bila, da bi obiskovalcem ponudili nekaj avanturističnega in zabavnega, rešitev pa so našli v vožnji, kjer bi ob kroženju po srednjeveškem Nottinghamu poslušali pravljice,
- potrebno je bilo poskrbeti za dovolj angleškega hrasta, da so lahko zgradili hišo, uporabili so 137 ton betona, 22 kilometrov električnega kabla, 250.000 iz blaga narejenih drevesnih listov, ki jih je bilo treba ročno pobarvati ter 64 gramofonov,
- znameniti hrast (*The Major Oak*) iz gozda Sherwood najdemo tudi v zgradbi, narejen pa je iz kovine ter približno ene tone mavca,

- obok velike dvorane je nastal iz kamnov porušene cerkve iz mesteca Leicester; vsak kamen je bil ročno postavljen v stilu srednjega veka,
- *The Tales of Robin Hood* je trajna razstava o junaku razbojnikov; njeno ustvarjanje je vodila skupina strokovnjakov, na čelu z Jamesom Holtom, upokojenim profesorjem srednjeveške zgodovine na Univerzi v Cambridgu ter z dr. Philipom Dixonom, vodjo arheološkega oddelka na Univerzi v Nottinghamu,
- rekonstrukcija temelji na arheoloških dokazih ter srednjeveških ponazoritvah,
- celotna razstava oziroma doživetje pa temelji na petih od šestih preživelih srednjeveških zgodb o Robinu Hoodu.





## 5 TRŽENJE MARTINA KRPA NA V OBČINI PIVKA

Pivčani s ponosom potrjujejo dejstva, da je Martin Krpan s svojo kobilico živel v naših krajih, vendar pa se premalo zavedamo njegove dejanske vrednosti. Gre namreč za znano zgodbo, ki jo pozna sleherni Slovenec, pa vendar, če bi le-ta hotel o njem izvedeti kaj več, se na zabaven način še kaj naučiti, mogoče ga predstaviti svojim otrokom, itd. mu na žalost nimamo veliko ponuditi.

V članku Notranjsko-kraških novic (Z nesnovno dediščino do identitete in kontinuitete 2008) pravijo, da nesnovna kulturna dediščina v ljudeh razvija občutek identitete in kontinuitete, kar podpira tudi spoštovanje kulturne raznovrstnosti in človeške ustvarjalnosti. Takšne dediščine je v Notranjsko-kraški regiji veliko, med najbolj znanimi pa so Martin Krpan, kontrabantarstvo, furmanstvo in slivniške čarovnice. Nesnovno dediščino, posredovano iz roda v rod, stalno poustvarjajo skupnosti ali skupine kot odgovor na okolje, na njihov vzajemni odnos z naravo in preteklostjo. Za njen obstoj je bistvenega pomena, da jo ljudje poustvarjajo, jo posredujejo iz roda v rod in ustrezno dokumentirajo, saj s smrtjo posameznika kot ustvarjalca, posredovalca in izvajalca umre vse njegovo znanje.

Ker pa si takega izida ne želimo, bomo poskušali ljudske zgodbe, ki so značilne za Pivško območje zbrati in jih vključiti v turistično ponudbo ter tako poskrbeti, da ne zamrejo. V tem poglavju pa se bomo posvetili tudi in predvsem vprašanju *Kako in na kakšen način lahko Martina Krpana vključimo v turistično ponudbo?* ter poskušali najti nekaj primernih odgovorov nanj, oziroma, kot pravi Holloway (1992, 62), poiskati in ponuditi pravi produkt ali storitev je najpomembnejša naloga marketinga. Če ne ponujamo tistega, kar je na trgu iskano, niti ugodna cena niti ugodni nakupni pogoji ali sijajna promocija niso dovolj, da bi pritegnili stranke k nakupu in zelo malo je podjetij, ki bi imele storitve ali produkte samo za enkratno prodajo.

### 5.1 Krpanova doživetja na Pivškem

V poletnih mesecih bi lahko v turistično ponudbo vključili organizirani izlet po okolici Pivke, vključno s presihajočimi jezери ter pohodom na Sv. Trojico. Na tem izletu pa bi se popotniki ustavili tudi pri samem Martinu Krpanu, kjer bi slišali njegovo zgodbo, ob tem pa se tudi okrepčali.

Za sam potek uresničitve tovrstne turistične ponudbe bom v nadaljevanju skušala predstaviti nekaj idej in predlogov.

V bližini Petelinjskega jezera bi postavili majhno leseno kočico, ki bi predstavljala domačo hišo Martina Krpana, pred kočico pa bi postavili nekaj lesenih miz in klopi, kjer bi obiskovalci lahko malo posedeli. Obiskovalce bi pozdravil Martin Krpan s svojo kobilico ter jim pripovedoval o življenju na Pivškem (tudi zgodbe o furmanih in kontrabantarjih). Ker bi šlo v tem primeru za organizirane skupine – lahko so to učenci

osnovnih šol, skupine upokojencev, podjetja, ki želijo svoje zaposlene malce razvedriti, planinska društva ipd., bi bilo potrebno poskrbeti tudi za malico. Pripravili bi jim nekaj domače hrane ter čaj, pojedli pa bi pri Martinu Krpanu doma, torej pred hišo, kar bi bilo še posebej zanimivo in privlačno. Popotniki bi nato nadaljevali pot čez presihajoče jezero na Sv. Trojico ter po drugi strani nazaj v dolino, še čez drugo presihajoče jezero. Pot bo še bolj zanimiva zato, ker jim je Krpan že povedal o pripetljajih, ki so se dogajali včasih na tej poti, tudi znane zgodbe o cerkvi na Sv. Trojici, kako in zakaj je izginila vasica Vasišče ...

K sodelovanju bi lahko povabili tudi otroke iz osnovne šole – člane dramskega krožka, člane turističnega društva in tudi vsakega zainteresiranega posameznika; ob njihovi pomoči bi lahko organizirali skupino, ki bi predstavila celotno zgodbo o Martinu Krpanu. Da bi bilo to doživetje res pristno, bi moral biti vsak izmed nastopajočih oblečen v oblačila, tako, kot so se nekoč oblačili kmetje.

Ob vsako turistično ponudbo spadajo seveda tudi spominki. Nujno potrebni so različni spominki in figurice z likom Martina Krpana (pa tudi kratke majčke, mečarice, razglednice, lahko tudi skodelice in razni domači izdelki – napitki, med, domači piškoti, vse z motivom oziroma imenom Martina Krpana). Tako bi lahko del koče uredili kot prodajalno spominkov, kjer bi si obiskovalci pogledali ponudbo ter kakšno malenkost tudi kupili.

Ta pot bi bila lahko ob pravi organizaciji izredno zanimiva in poučna pa tudi prijetno doživetje za vsakega posameznika in vso družino. Zbirno mesto bi moralo biti v Pivki, nato pa bi jih z džipi ali z lojtrniki odpeljali do Krpanove hiše, od koder bi pot nadaljevali peš, nato pa jih prišli ob koncu poti na drugi strani zopet iskat in jih pripeljali nazaj na zbirno mesto. Šlo bi za celodnevno rekreacijski izlet, ponudbo pa bi lahko tudi prilagodili, npr. za upokojence, ki pohoda na Sv. Trojico ne bi več zmogli ali pa za najmlajše, otroke iz vrtca – ponudili bi možnost obiskati Martina Krpana, poslušati njegove prigode, se okrepčati, nato pa si obiskovalci sami načrtajo dan, lahko z izletom po Pivški kotlini, lahko se pa vrnejo domov.

Posebno pozornost bi bilo treba nameniti promociji te turistične storitve. Predvsem bi bilo nujno sodelovanje s šolami iz vse Slovenije, ki bi svoje učence popeljali na šolski izlet prav v Pivko – ta izlet bi bil koristen in poučen, športno in kulturno obarvan ter zanimivo doživetje za učence ali dijake, ki bi se na zabaven način tudi veliko naučili.

## **5.2 Turistična znamenitost – V hiši Martina Krpana**

Da bi lik literarnega junaka res dobro unovčili in iz njega poskušali iztržiti kar največ, bi bilo potrebno izvesti tudi malce večji projekt, ki pa bi bil za turistično društvo prevelik zalogaj. Zato bi nujno potrebovali pomoč Občine Pivka, sponzorjev, morda investitorjev ter pomoč na državni ravni. V tem primeru gre za več kot le trženje turizma v nekem kraju, gre za edinstveno turistično atrakcijo, saj česa podobnega

trenutno v Sloveniji še ni, ob uspešni promociji pa verjamem, da bi pridobili tudi veliko tujih gostov. Ker pa naj bi država spodbujala takšen razvoj turizma v Sloveniji, bi nam njihova pomoč prišla zelo prav.

V nadaljevanju bom predstavila idejo o ureditvi posebne zgradbe, kjer bi obiskovalci lahko na poseben način doživeli zgodbo o Martinu Krpanu.

Za takšno atrakcijo, ki jo imam v mislih, bi potrebovali celo zgradbo, v njej pa bi bilo potrebno urediti vse prostore na tak način, da bi se občutilo pridih tistega časa, v katerem je živel Martin Krpan. S posebnimi lesenimi figuricami v podobi vseh likov iz zgodbe (Martin Krpan in njegova kobilica, mejači, cesar Janez in kočijaži, Brdavs pa tudi cesarjeva žena, vojaki itd.) bi to zgodbo v celoti predstavili. Vsak prostor bi bil urejen in prirejen različnim poglavjem v knjigi, obiskovalci pa bi se sprehodili iz enega prostora v drugega in tako naprej do konca. Tako bi lahko v enem prostoru prikazali kako Krpan tovari sol, nanj pa boječe prežijo mejači, v drugem prostoru bi bilo prikazano srečanje s cesarjem, kjer Krpan dvigne svojo kobilico, da se umakne cesarjevi kočiji, v naslednjem prostoru Krpan poseka cesaričino lipo in iz nje izdelava svoj kij, v drugem prostoru pa bi bil prikazan boj med Krpanom in Brdavsom. Prostor bi morali imeti posebno osvetlitev, v ozadju pa bi lahko slišali zgodbo in pripetljaje Martina Krpana ter posebne zvočne efekte, odvisno od tega, v katerem prostoru se nahajamo. Zgodba bi bila posneta in bi jo ob vsakem obisku le predvajali, vendar, če hočemo le najboljše, bi morala biti povedana iz ust profesionalcev. Ker bi v tem primeru ciljali tudi na tuje turiste, bi morali poskrbeti tudi za večjezično predvajanje zgodbe.

Iz teh prostorov, kjer bi se odvijala zgodba, bi obiskovalci vstopili v posebno dvorano, ki bi bila urejena kot razstava, kjer bi bilo prikazano vse, kar je bilo napisanega o tej povesti, predstavljene bi bile raziskave in dokazi, ki pričajo o tem, da je Martin Krpan doma iz Pivških krajev, predstavljena bi bila dela in življenje pisatelja Frana Levstika ter ostali zapisi o življenju v teh krajih v času Krpana. Prav tako bi morali poseben prostor urediti za prodajo vseh vrst spominkov na temo Martina Krpana in Pivke z okolico, poskrbeti pa bi morali tudi za gostinsko ponudbo.

Tudi zunanost zgradbe bi lahko atraktivno uredili, pred njo pa postavili otroško igrišče, kjer bi se otroci lahko igrali z raznimi lesenimi kobilicami, priredili bi lahko igrice, kjer bi tovorili sol, se spretno izogibali mejačem, se bojevali z Brdavsom, itd. V poletnih mesecih bi lahko organizirali tudi gledališče na prostem, kjer bi se predstavile gledališke skupine iz vse Slovenije, občinstvo pa bi lahko zabavali tudi drugi igralci – zabavljači. Poskrbeli bi tudi za glasbene in plesne popoldneve, kjer bi se otroci ob spremstvu učiteljev zabavali, plesali in doživeli nepozaben dan na Pivškem.

Ker je prostor za izgradnjo takšne vrste atrakcije težko najti, bi sama predlagala tudi lokacijo in sicer staro osnovno šolo nad vasjo Trnje. Gre za propadajočo zgradbo, ki je pod spomeniškim varstvom in se je ne sme porušiti, torej je edina možnost, da se jo preuredi v namembne prostore. Zgradba je sicer zelo lepa, vendar v slabem stanju, če pa

je ne bomo prav kmalu obnovili, se bo gotovo sama porušila – to pa bi bila škoda. Zgradba stoji na izjemni lokaciji nad Trnjem, torej je odmaknjena od vasi, od tam pa je tudi prekrasen razgled po Pivški dolini. Okrog zgradbe je tudi veliko prostora, tako da bi bilo tudi za parkirišče poskrbljeno.

### **5.3 Namestitvene zmogljivosti**

Ker je turizem na Pivškem bolj slabo razvit, je temu primerna tudi ponudba namestitvenih zmogljivosti – turistom nočitve ponuja le nekaj turističnih kmetij. Ker pa je naš namen razviti takšno ponudbo, ki bi privabljala turiste v Pivko, je potrebno poskrbeti tudi za njihovo namestitev. Veliko boljše in atraktivnejše, od gradnje samega hotela, bi bila graditev majhne vasi, ki bi jo lahko poimenovali Krpanova vasica. V njej bi zgradili majhne lesene kočice, katere bi bile lično opremljene, poskrbeli pa bi tudi za zunanost le-teh (zelenice in veliko cvetja). Prostora bi bilo dovolj za veččlansko družino, saj bi bile kočice lahko opremljene z dvema ali več pogradi, majhno kuhinjo ter z mizico in stoli. V središču te vasice bi lahko stala malce večja zgradba, ki bi služila kot recepcija, v njej pa bi bili tudi prostori za pripravo hrane (štedilnik, umivalnik za pomivanje posode ...), tuš in stranišča. Šlo bi za res majhno vasico, saj bi lahko postavili le nekaj takih kočic, prostor pa bi moral biti tudi za kampiranje – za šotore in kamp prikolice. V poletnih mesecih se namreč skozi Pivko pelje veliko število kamp prikolic, ki se nimajo kje ustaviti za počitek in se zato parkirajo po okoliških parkiriščih, najraje so to parkirišča pred trgovskimi centri in prav tam tudi prenočijo. S prostorom za kampiranje v Krpanovi vasici pa bi se temu lahko uspešno izognili.

V tej vasici bi lahko postavili tudi manjšo kmetijo s konji, kravami, kokošmi, ovcami, ipd., pred to kmetijo pa bi bila tudi njiva, na kateri bi pridelovali poljske pridelke. Tako bi se lahko turisti vključili v življenje na kmetiji, pomagali bi obdelovati njivo, skrbeti za živali, možnost pa bi imeli tudi prespati na seniku. To bi bila izredno zanimiva ponudba predvsem za ljudi, ki prihajajo iz mest in so navajeni le mestnega življenja, ob tem mestnem vrvežu in stresnem življenju pa bi se lepo prilegel vikend na podeželju.

Predvsem je pomembna zasnova te vasice, ki bi se morala graditi izključno z zahtevami trajnostnega razvoja turizma, torej tu lahko govorimo tudi o eko vasici.

### **5.4 Krpanov festival**

Lansko leto meseca maja, natančneje od 8. do 11. maja 2008, takrat občina Pivka praznuje občinski praznik, je bil prvič izveden Krpanov festival. Festival je bil posvečen okrogli obletnici izida povesti o Martinu Krpanu, saj je od takrat minilo že 150 let. Festival je bil tako kulturno, kot tudi športno obarvan, začelo pa se je v četrtek, ko je v Krpanovem domu potekal Simpozij ob 150-letnici Martina Krpana. S svojimi prispevki na temo Martina Krpana so nastopili različni strokovnjaki, kot so dr. Darko Darovec

(Martin Krpan med mitom in realnostjo), dr. Milan Trobič (Martin Krpan – tihotapec ali kontrabantar) in pisatelj Silvo Fatur (Martin Krpan in Sv. Trojica).

Nadaljevanje je sledilo v soboto, ko se je s startom pred Parkom vojaške zgodovine začel 2. Krpanov pohod. Trasa je speljana mimo nekdanjega vojaškega poligona do italijanske podzemne utrdbe na Primožu, katero si je mogoče tudi ogledati. Pot je vodila naprej čez Šilentabor, kjer so bili pohodniki deležni toplega čaja, nato pa spust proti Zagorju, kjer so si lahko ogledali maketo pivške kotline. Od tam je sledil še zadnji vzpon do vasi Juršče, kjer se je odvijal kulturno – razvedrilni program, pohodniki pa so se lahko tudi okrepčali. Po zaključku programa so imeli pohodniki izbiro – tisti bolj vzdržljivi so lahko pot mimo presihajočih jezer do Pivke prehodili, na ostale pa je čakal avtobus, ki je vozil nazaj na štartno mesto.

Krpanov pohod je bil organiziran že drugo leto zapored, pot pa je speljana po delu Velike Krpanove poti, katera zajema tri občine – začne se v Pivki, nadaljuje pa skozi gozd mimo Cerknice in Cerkniškega jezera, vse do Postojne.

Za otroke pa je bilo organizirano Krpanovo popoldne v Šmihelski dolini, kjer so potekale ustvarjalne delavnice in igre.

Vrhunec pa je festival dosegel v nedeljo, praznovali smo namreč Krpanov rojstni dan. Na železniški postaji so lahko obiskovalci pozdravili Martina Krpana, ki se je s svojo kobilico vrnil iz Dunaja. V njegovo čast mu je zaigrala Postojnska godba 1808, nato pa se je povorka preselila pred Krpanov dom, kjer je bilo glavno dogajanje. Postavljena je bila kmečka tržnica, na kateri so se predstavili domači pridelovalci medu, vina, sira, jabolk, žganjekuhe, ipd., za zabavni program pa je poskrbel ansambel Erazem. V Krpanovem domu je potekala gledališka predstava, monoigra Martin Krpan v izvedbi Jureta Seška, po predstavi pa je sledil še razrez torte velikanke ter nadaljevanje zabave z živo glasbo.

Program je bil res bogato obarvan, ker pa je cilj vseh organizatorjev festival pripraviti vsako leto, je potrebno zbirati in izbrati še veliko idej, ki bi popestrile program, saj bi bilo dobro, če bi se vsako leto dogajalo nekaj novega. Na ta način bo festival udeležencem in obiskovalcem predstavljal zanimivo doživetje, ljudje bodo zadovoljni in se mogoče naslednje leto še vrnil.

V ta namen v nadaljevanju predstavljam nekaj svojih predlogov za popestritev festivala v letošnjem letu:

- Letos bi lahko poleg Krpanovega pohoda organizirali tudi kolesarjenje (v zadnjih letih se je veliko ljudi začelo ukvarjati s kolesarjenjem, Krpanova pot pa je še posebej primerna za kolesarje; če bi tudi kolesarjem ponudili možnost sodelovanja, bi se tako na startu lahko zbralo veliko več ljudi).
- V pripravi zabavnega programa bi lahko sodelovali tudi otroci osnovnih šol – predlagali bi jim, da pripravijo nekaj na temo Martina Krpana (lahko so to

različne gledališke igre, plesna predstava, lahko sestavijo pesmice, itd.) in to predstavijo na festivalu.

- Tudi letos bi morala biti obvezna kmečka tržnica, vendar s to razliko, da bi se udeležence oziroma prodajalce spodbujalo, da se oblečejo v stara oblačila, ki predstavljajo čas, v katerem je živel Martin Krpan. Prav tako bi morali biti oblečeni tudi ponudniki gostinskih storitev ter ostali organizatorji; na ta način bi bila prireditev bolj pristna in prijetna.
- Organizirati je potrebno tudi različne igre, tako za otroke, kot tudi za odrasle (npr. tekmovanje v tihotapljenju soli, bojevanje med Krpanom in Brdavsom, izdelovanje Krpanovega kija).
- Tudi letos bi morale potekati ustvarjalne delavnice za otroke – postavili bi lahko srednje velik šotor, ki bi bil namenjen najmlajšim. V njem bi lahko otroci ustvarjali ter predstavili svoje izdelke, hkrati pa bi lahko tam potekale ure pravljič, kjer bi se lahko odrasli preoblekli v različne like iz zgodb in pravljič ter tako zabavali otroke.
- Ker zadnji dan festivala poteka prek celega dneva je nujno treba poskrbeti tudi za obilico smeha. K sodelovanju bi lahko povabili enega izmed znanih slovenskih humoristov, ki bi se v dogajanje večkrat vključil in na ta način popestril program ter zabaval obiskovalce.
- Prav tako je pomembna izbira ansambla, ki bo občinstvo zabavala tako čez dan, kot tudi po zaključku programa.

Prav posebno pozornost pa bi morali nameniti promociji Krpanovega festivala. Z dobrim oglaševanjem si lahko priskrbimo obiskovalce od blizu in daleč, tudi iz sosednje Italije, saj so Italijani pogosti obiskovalci naših krajev ter navdušeni nad tovrstnimi dogodki. V ta namen bi lahko izkoristili pomoč Občine Pivka, ki je ena izmed organizatorjev Krpanovega festivala, saj, kakor pravi Hazler (2001, 10), je sodelovanje z občino bistvenega pomena, poteka pa naj na več ravneh. Najpomembnejše je prodiranje v javnost ob vsestranski občinski promociji, ki poteka prek javnih medijev, občinskih glasil, medmrežja in na druge načine. S tem se bistveno zmanjšajo stroški poslovanja društev in izboljšuje kakovost nastopanja na javnih prireditvah. Zlasti so pomembne sejemske prireditve na regijski in državni ravni, kjer društva in občine vzajemno predstavljajo svoje delo in zlasti kulturno dediščino, naravne vrednote, obrti, kulinariko, glasbeno in plesno izročilo ter drugo.

## **5.5 Intervju**

Svoje ideje in predloge sem želela predstaviti osebam, ki so v stalnem stiku z razvojem turizma v občini ter pridobiti njihovo mnenje o predlogih ter potrebne in manjkajoče informacije, ki jih potrebujem za dokončanje diplomske naloge in

oblikovanje ustreznega zaključka. Na povabilo k intervjuju sta se mi sprva odzvala predsednik in članica Turističnega društva Pivka, kasneje pa tudi župan Občine Pivka. Tako sem pripravila dva intervjuja, ki sta vsebovala podobna vprašanja, le potek je bil drugačen. V nadaljevanju predstavljam povzetek intervjujev ter mnenja in predloge, ki so jih podali intervjuvanci.

### **5.5.1 Intervju s predsednikom in članico Turističnega društva Pivka**

S predsednikom in članico turističnega društva smo se dogovorili za skupinski intervju, ta pa je potekal kot sproščen pogovor – sama sem jima predstavila svoje predloge in ju pozvala za njuno mnenje in komentar. Vprašanja in okvirni potek intervjuja sem sestavila predhodno in so priložena k tej diplomski nalogi, v nadaljevanju pa sledi povzetek prvega intervjuja.

Sogovornika idejo o Martinu Krpanu, kot možnosti za razvoj turizma v Pivki absolutno podpirata, saj se tudi sama v okviru turističnega društva trudita, da bi Martina Krpana na čim boljši način vključili v turistično ponudbo. Prav zato sta vesela novih idej in sta v pogovor rada pristala. Za idejo *Doživetja v Krpanovi deželi* sta se strinjala, da gre za dober predlog, ki bi verjetno privabil ljudi, posameznike in skupine iz različnih koncev Slovenije, kljub temu pa je izvedba takšnega projekta v občini velik problem. Gre namreč za to, da nimamo pravih ljudi, ki bi se bili sposobni vživeti v lik Martina Krpana ter pohodnikom in turistom predstaviti in odigrati njegovo zgodbo in ostale prigode furmanov in kontrabantarjev. V osnovni šoli žal ni zanimanja za sodelovanje, obstaja sicer turistični krožek, vendar se tam nič konkretnega ne odvija, prav tako pa ni zanimanja pri odraslih. Kot primer sta izpostavila izobraževanje za turistične vodnike, ki je potekalo nekaj let nazaj. Prijavilo se je nekaj posameznikov, ko pa je bil čas, da se turiste vodeno popelje po občini, žal niso uspeli dobiti nobenega vodnika. Drugi primer pa je prav lanski Krpanov festival, ko so organizatorji predlagali, da se Krpanovega pohoda udeleži tudi Martin Krpan s svojo kobilico ter pozdravi pohodnike. Občina je priskrbela kostum, gospod, ki naj bi predstavljal Martina Krpana pa je na svojem konjičku na prizorišče prijahal le za kratek čas in nato spet izginil – torej je bilo skoraj brez pomena. Ljudje bi hoteli vsaj delček predstave, da Krpan ogovori pohodnike ali kaj podobnega. Tukaj oba vidita res velik problem, ki pa ga je na nek način potrebno rešiti, vendar se v društvu zaenkrat na to temo še niso nič dogovarjali.

Na vprašanje o možnosti graditve majhne kočice v okolici Petelinjskega jezera pa mi nista znala odgovoriti, saj točno ne vesta kakšen je postopek, saj obe jezери spadata v *Naturo 2000*, torej v zaščiteno območje.

Glede spominkov na temo Martina Krpana pa sta podala tudi predlog in sicer pravita, da bi bilo dobro, da se vzpostavi blagovno znamko Martin Krpan, kjer bi se

lahko tržilo različne izdelke. Tako kot je že npr. med iz Krpanove dežele, bi lahko pripravili tudi žganje iz Krpanove dežele, brinjevec, razne čaje, sokove, marmelade ipd.

V nadaljevanju pogovora smo se dotaknili predvsem prenove stare šole v Trnju – prenova zgradbe za namene turizma ter sama turistična atrakcija. Tudi s to idejo se strinjata, da bi bila zelo atraktivna, tako za domače kot tudi tuje turiste. Tak projekt bi lahko prijavi na enega izmed razpisov, kjer so razpisana sredstva za turistični razvoj. Na tak način so obnovili in preuredili tudi stare vojašnice v Pivki, ki bi sicer skoraj zagotovo propadle, sedaj pa služijo za ogled in različna doživetja – to je sedaj Park vojaške zgodovine. Zgradba v Trnju je po njunem mnenju zelo primerna za tovrstno atrakcijo in nujno potrebna prenove, saj žalostno propada in je trenutno zelo nevaren objekt, saj se lahko v zelo kratkem času poruši.

Za konec smo se dotaknili še teme o Krpanovem festivalu. Organizatorji so bili kljub nekaterim težavam, s katerimi so se srečali pri sami pripravi na festival zadovoljni, saj je bilo veliko obiskovalcev, festival je bil zelo odmeven, ljudje pa so pokazali veliko navdušenja nad tovrstnim dogodkom in doživetjem. Tudi zato se oba sogovornika strinjata, da je nujno organizirati tak festival in podobne zadeve ter doživetja v zvezi z Martinom Krpanom, saj to ljudi zanima in privlači. Za letošnji festival se sicer niso še veliko pogovarjali, vendar pa sta si enotna v tem, da bodo poskušali na drugačen način pristopiti k celotni zadevi in bo s pravilno organizacijo dogodek potekal veliko bolj gladko.

### **5.5.2 Intervju z županom Občine Pivka**

Za mnenje o vseh predlogih, ki sem jih podala v tej diplomski nalogi pa sem vprašala tudi župana Občine Pivka, gospoda Roberta Smrdelja. Tudi ta intervju je potekal kot sproščen pogovor, vendar so vprašanja, ki sem jih postavila zahtevala bolj konkretne odgovore v zvezi z realizacijo podanih idej. Vprašanja drugega intervjuja so dodana tej diplomski nalogi kot priloga, povzetek intervjuja pa sledi v nadaljevanju.

Tudi župan idejo o trženju Martina Krpana v Pivki povsem podpira in pravi, da ideja o Krpanu, kot neki blagovni znamki, živi že kar nekaj časa, prvi poskus, da ga predstavimo širši javnosti in začetek uresničevanja te ideje pa je bil prav Krpanov festival.

Za lociranje Martina Krpana, da bi ga imeli vsak dan na tržni niši in ne le na raznih prireditvah pa je ideja o tej turistični atrakciji definitivno zelo zanimiva, potrebno pa jo je postaviti v takšno obliko, da bo tudi tržno koncipirana – postaviti v produkt, ki se ga bo dalo tržiti. Predlogi – Krpanova doživetja na Pivškem, turistična atrakcija – V hiši Martina Krpana ter Krpanova vasica, se mu zdijo v redu, vendar pravi, da bi bilo bolj smiselno to postaviti v neko celoto. Torej bi bilo boljše, če bi se postavila Krpanova vasica, in v tej vasici, kot osrednji del turistične ponudbe ta atrakcija, lahko tudi Krpanova domačija, kjer bi obiskovalce pozdravil sam Martin Krpan.



Čas, v katerem je živel Martin Krpan je težko ugotovljiv in se okrog te teme porajajo številne polemike, vendar je treba vsaj približno zadeti obdobje oz. čas, predvsem zaradi arhitekturne postavitve vasi in Krpanove domačije ter etnoloških zgodb, ki so se takrat odvijale (nekje 150-200 let nazaj). Gradnja te vasi ne bi mogla biti ravno ob Petelinjskem jezeru, saj postopek ni tako enostaven, razpršene gradnje pa v Sloveniji niso dovoljene, oz. bi do takega dovoljenja prišli po zelo dolgi in težki poti. Vendar pa obstajajo možne lokacije v bližini Petelinjskega jezera, torej v smeri proti jezeru, dovolj odmaknjeno od naselja, kar bo samo po sebi bolj atraktivno, saj v neposredni bližini tudi ni nobene večje turistične znamenitosti. Največja težava pri iskanju lokacije je lastništvo zemljišč – ker tu ne gre za javni interes, ampak za poslovno zadevo, je potrebno vzpostaviti nek kompromis z lastniki. Najbolj zanimive lokacije pa so v lastništvu agrarnih skupnosti, kjer je ponavadi več deset lastnikov in to je res večer problem – nekateri so v tujini, drugi so že umrli, spet tretji bi radi veliko iztržili ... Vendar, lokacije obstajajo, zato je iskanje prave res pomemben vidik takega projekta.

Ker gre v tem primeru za turistični projekt, se tu pojavi nova težava z infrastrukturo – z objekti, ki morajo nuditi natanko tisto, kar se da kot produkt unovčiti, to so gostinski obrat, prenočišča, mogoče predavalnice, itd. Projekt je tako velik, da pride v poštev samo nek večji investitor, ki bi bil pripravljen tudi nekaj tvegati. Kar se Občine tiče, je edino prav, da se naredi vse za ustrezno podlago in to je predvsem sprejetje prostorskih aktov; če je prostorski akt sprejet, so vse stvari bistveno enostavnejše in potem je to v rokah investitorjev. V tem času, ko smo sredi gospodarske krize, bo verjetno bolj težko najti investitorje, je pa po drugi strani to tudi izziv – če se stvari dovolj dobro in kvalitetno pripravijo, bo zanimanje s strani investitorjev bistveno večje. In kjer so pogoji za investiranje urejeni, tudi investitorji na take projekte potem ciljajo – bistveno težje je začeti od tam, kjer niti lastništvo še ni urejeno (samo za sprejetje prostorskih aktov je potrebno veliko časa, nekje dve do tri leta).

Naslednja nevarnost, ki jo navaja župan pa je to, da je zgodba o Martinu Krpanu slovenska zgodba in jo poznamo le Slovenci; nekih utvar, da bo mogoče nekoč tudi Krpan postal svetovna atrakcija, si res ne moremo delati. Vendar, če bo zgodba o Krpanovi vasi dovolj dobro pripravljena, se zna zgoditi, da bodo tudi tuji turisti pripravljene obiskati in doživeti nekaj atraktivnega – zgodbo Slovence izpred 150 let.

Torej, tu se pojavi izziv – katere dodatne produkte okrog Martina Krpana oblikovati, jih narediti tržno zanimive, da bo investitor imel več samozavesti za tak projekt. Tu bodo dobrodošle dobre ideje in ta je ena izmed njih. Zadeva je res izredno zanimiva tudi iz nacionalnega zornega kota, saj je Krpan slovenski simbol.



## 6 SKLEP

Današnji turisti drugače preživljamo dopust kot nekoč. Še nekaj let nazaj je bilo glavno le obisk neke destinacije, poležavanje na plaži in večino dopusta preživeti v prelepem hotelu, ob dobri hrani in pijači. Danes pa ne gre več za to – večina turistov hoče svoj prosti čas predvsem zelo dobro izkoristiti. Danes gre predvsem za raziskovanje različnih destinacij, za različna doživetja, adrenalin. Ni več toliko pomemben počitek, pomembno je čim več videti in doživeti, spoznati različne kraje in ljudi ter njihovo kulturo in običaje.

V Pivki bi novodobnemu turistu lahko marsikaj ponudili – z bogato kulturno dediščino, čudovito naravo ob skrivnostnih presihajočih jezerih, če pa v vse to vključimo tudi zgodbe in našega junaka Martina Krpana, lahko turisti doživijo v Pivki nepozaben dan ali vikend, mogoče tudi kakšen teden. Ker turizem na pivškem še ni razvit, je narava tako rekoč še vedno neokrnjena in čudovito ohranjena. In prav to je prednost naše regije – ponuditi turistu oddih in različna doživetja v neokrnjeni naravi. To je v današnjem svetu, ko se ljudje stresno preživljajo iz dneva v dan prava redkost in predvsem dobrodošlica. V zadnjih letih je v Pivki in njeni okolici opaziti porast tujih turistov – predvsem Italijanov, Nemcev, zadnje čase pa tudi Skandinavcev, ki odkrivajo našo naravo predvsem s pohodništvom in kolesarjenjem. Problem se pojavi takrat, ko bi radi izvedeli kaj več o naših krajih pa se nimajo na koga obrniti – računajo lahko le na pomoč prijaznih domačinov. Ti ljudje iščejo doživetja in zgrabili bi tisto, kar bi jim ponudili, že njihovo začudenje, ko jim poskušamo razložiti, zakaj poleti ni jezer (čeprav so označena na zemljevidu), jih vzpodbudi k raziskovanju naše skrivnostne narave.

Ob pisanju te diplomske naloge in ob raziskovanju različnih virov na spletu sem spoznala, da je izredno veliko zanimanja za obisk krajev, kjer so predstavljeni literarni junaki iz različnih znanih del. To zanimanje pa ni samo s strani otrok in staršev, temveč tudi drugih odraslih, posameznikov in skupin, ki radi doživijo nekaj drugačnega in nevsakdanjega. Tako bi ob pravilni organizaciji turističnih storitev, ob pravi promociji, predvsem pa, če rešimo problem z iskanjem pravih ljudi za izvedbo doživetij, lahko tudi v Pivko prihajalo mnogo več turistov. Vse to je seveda povezano tudi s številnimi prednostmi za sam kraj in njegovo prebivalstvo, saj bi se odpirala nova delovna mesta, nove možnosti za posameznike, ki bi lahko povečali in razširili obseg svoje ponudbe, povečalo bi se število nočitev ter gostov v gostinskih objektih, predvsem pa bi se povečala tudi sama prepoznavnost našega kraja.

Vesela pa sem predvsem dobrega odziva na moje predloge, tako s strani Turističnega društva Pivka, kot tudi župana Občine Pivka. Spoznala sem, da so pripravljene na to, da se našega junaka na boljši način umesti v turistično ponudbo kraja ter bodo pripravljene in veseli novih idej in predlogov, upoštevali pa naj bi tudi moje.



## LITERATURA IN VIRI

- Astrid Lindgrens World. 2008. *Welcome to Astrid Lindgrens World*. [Http://www.astridlindgridsworld.com/](http://www.astridlindgridsworld.com/) (26. 11. 2008).
- Bevčič, Alenka. 2008. Tihotapec ali kontrabantar? *Notranjsko-kraške novice, Ekoregija*, 9. maj, 3.
- Brezovec, Aleksandra. 2000. *Marketing v turizmu*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
- Devetak, Gabrijel. 1997. Marketing v turizmu. V *Management v turizmu*, ur. Jože Florjančič in Jože Jesenko, 31-62. Kranj: Moderna organizacija.
- Devetak, Gabrijel. 2007. *Marketing management*. Koper: Fakulteta za management.
- Easterby Smith, Mark, Richard Thorpe in Andy Love. 2005. *Raziskovanje v managementu*. Koper: Fakulteta za management.
- Fatur, Silvo (ur.). 1975. *Ljudje in kraji ob Pivki*. Postojna: Kulturna skupnost Postojna.
- Fatur, Silvo. 2005. Martin Krpan – Slavenski faran. V *Slavenski zbornik*, ur. Janko Boštjančič, 279-304. Vrhnika: Galerija 2.
- Hazler, Vito. 2001. *Dediščina, prireditve in turistična društva*. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije.
- Heididorf. 2001. *Heidi's Village*. [Http://www.heidi-swiss.ch/en/heididorf/index.html](http://www.heidi-swiss.ch/en/heididorf/index.html) (17. 11. 2008).
- Holloway, Christopher. 1992. *Marketing for tourism*. London: Pitman.
- Jereb, Janez. 1997. Kadrovski management v turistični dejavnosti. V *Management v turizmu*, ur. Jože Florjančič in Jože Jesenko, 65-85. Kranj: Moderna organizacija.
- Klančnik, Rok. 2008. Mnogo več kot le modni trend. *Turizem – revija za menedžment in trženje v turizmu*, maj/junij, 6-7.
- Mihalič, Tanja. 1998. *Vodnik po ekonomiki turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Mihalič, Tanja. 2001. *Uvod v trženje v turizmu*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Občina Pivka. 2008. *Znamenitosti Pivke in okolice*. [Http://www.pivka.si/podrocje.aspx?id=75](http://www.pivka.si/podrocje.aspx?id=75) (19. 11. 2008).
- Ravnikar, Darko. 2007. *Strategija trženja slovenskega turizma 2007–2011*. Ljubljana: STO.
- Razvojna zadruga Dovje. 2008. *Triglavske pravljice*. [Http://www.prkatrdovje.com/triglavske\\_pravljice.html](http://www.prkatrdovje.com/triglavske_pravljice.html) (23. 12. 2008).
- Reisp, Branko. 1985. *Grad Kalec. Kulturni in naravni spomeniki Slovenije*. Ljubljana: Kulturna skupnost Slovenije.
- Rožič, Marjan. 2003. Ekološke in ekonomske značilnosti turizma. V *Razvoj ekoturizma v Sloveniji: prispevki posvetovanja*. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije.
- Statistični urad Republike Slovenije. 2007. *Statistični letopis 2007*. [Http://www.stat.si/letopis/](http://www.stat.si/letopis/) (11. 11. 2008).
- The Tales of Robin Hood. 2008. *Medieval banquets*. [Http://www.robinhood.uk.com/banquets.htm](http://www.robinhood.uk.com/banquets.htm) (28. 10. 2008).
- Tkalčič, Marjan. 1997. Organiziranost turistične dejavnosti. V *Management v turizmu*, ur. Jože Florjančič in Jože Jesenko, 15-28. Kranj: Moderna organizacija.

*Literatura in viri*

- Tomin Vučkovič, Mateja. 2008. Prioritete v času slovenskega predsedovanja na področju turizma. *Turizem – revija za menedžment in trženje v turizmu*, maj/junij, 4-5.
- Trček, Petra. 2008. Krpan poseblja slehernega in vse Slovence. *Notranjsko-kraške novice, Ekoregija*, 9. maj, 2.
- Trobič, Milan. 2003. *Furmani po cesarskih cestah skozi postojnska vrata*. Logatec: Občina Logatec.
- Zorko, Daniela. 1999. *Uvod v turizem*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- Ženko, Erika. 2006. *Možnosti razvoja turizma v Pivki*. Diplomsko delo, Turistica – Visoka šola za turizem.
- Wikipedija. 2008. *Martin Krpan*. [Http://sl.wikipedia.org/wiki/Martin\\_Krpan\\_z\\_Vrha](http://sl.wikipedia.org/wiki/Martin_Krpan_z_Vrha) (13. 12. 2008).

## **PRILOGE**

Priloga 1 Intervju s predsednikom in članico Turističnega društva

Priloga 2 Intervju z županom Občine Pivka





### ***Intervju s predsednikom in članico turističnega društva***

V svoji diplomski nalogi želim predstaviti možnosti trženja Martina Krpana v občini Pivka. Res je, da se na tem področju že nekaj razvija, saj imamo Krpanov pohod ter Krpanov festival, vendar poskušam zbrati še druge predloge, da naredimo korak dlje. Potrebno je razviti idejo do te mere, da vsakdo, ki sliši ime Martin Krpan, takoj pomisli na Pivko in obratno. Zanima me vaše mnenje o tem – se vam zdi dobra ideja, da bolje izkoristimo danosti, ki jih imamo (glede na to, da je Martin Krpan znana slovenska zgodba in je živel prav v naših krajih)?

Naredila sem tudi kratko analizo podobnih primerov trženja literarnih junakov tako v Sloveniji, kot tudi v nekaterih drugih državah v Evropi ter spoznala, da se lahko zgodbe odlično tržijo. Podala bi nekaj predlogov, sama pa vas prosim, da izrazite svoje mnenje in mogoče še kakšno idejo.

Doživetja v Krpanovi deželi - Organizirati je treba skupino igralcev (lahko so to otroci iz osnovne šole – člani dramskega krožka, člani turističnega društva ali kdorkoli, ki je za to zainteresiran), ki bo ob organiziranem prihodu turistov le – te popeljala v kraj, kjer je živel Martin Krpan (to je lahko okolica presihajočih jezer); igralci z Martinom Krpanom in njegovo kobilico na čelu, bi odigrali zgodbo o Martinu Krpanu. Poleg tega bi lahko tudi pripovedovali zgodbe o furmanih in kontrabantarjih, saj so le – ti res živeli v naših krajih, zgodbe pa so izjemno zanimive in tudi poučne. Ker bi bil to izlet za organizirane skupine (lahko so to učenci iz različnih osnovnih šol v Sloveniji, pa tudi odrasli – različni izleti za upokoјence, podjetja, lahko tudi v okviru planinskih društev, v tem primeru lahko vključimo tudi pohod na Sveto Trojico), jim je treba ponuditi tudi malico. V bližini jezera bi lahko zgradili lično opremljeno leseno kočo, kjer se obiskovalcem ponudi čaj ter nekaj domače hrane.

Ali je to sploh možno – zgraditi kočo na tej lokaciji (okolica Petelinjskega jezera) ali imate mogoče kakšno boljšo idejo za lokacijo?

Poleg vsake turistične atrakcije spadajo tudi spominki. Nujno potrebni so različni spominki in figurice z likom Martina Krpana (pa tudi kratke majčke, mečarice, razglednice, lahko tudi skodelice in razni domači izdelki – napitki, med, domači piškoti, vse z motivom oziroma imenom Martina Krpana).

Turistična atrakcija – V hiši Martina Krpana - urediti bi bilo potrebno neko zgradbo, kjer bi lahko turisti obiskali Martina Krpana. V njej bi s pomočjo lesenih figuric oblikovali celo zgodbo. Obiskovalci bi se sprehodili skozi zgradbo, v ozadju pa bi poslušali zgodbo o Martinu Krpanu; s pomočjo teh figuric in s posebnimi zvočnimi efekti bi si obiskovalci lažje vse skupaj predstavljali – to bi bila posebna turistična atrakcija v Sloveniji (na podoben način v Angliji tržijo Robina Hooda).

Poseben prostor v tej zgradbi bi namenili razstavi – vse, kar je bilo napisano o Martinu Krpanu, raziskave in dokazi, ki kažejo, da je Martin Krpan res živel v teh krajih, o življenju

## *Priloga 1*

Frana Levstika, slike iz pivških krajev,... Seveda pa je tudi tukaj potrebno prodajati spominke, torej bi morala biti tudi prodajalna s spominki.

V mislih imam tudi lokacijo in sicer stara osnovna šola v Trnju – zgradba propada, je pa pod spomeniškim varstvom, in če ne bomo hitro ukrepali, se bo kmalu popolnoma porušila, kar bi bilo škoda, saj gre za zelo lepo zgradbo, ki bi jo lahko po vrhu vsega še dobro izkoristili v tržne namene. Zavedam se, da je za tak projekt potrebno ogromno vložka, zanima pa me, koliko lahko Občina Pivka prispeva v take namene (koliko sredstev je namenjenih za turistični razvoj), oz. ali se lahko prijavimo na kakšen razpis za sofinanciranje iz EU? Kaj pa sama zgradba? Ali je sploh možna prenova in ureditev le – te v turistične namene?

Imam pa tudi nekaj vprašanj v zvezi s Krpanovim festivalom. Kako ste zadovoljni s prvim festivalom? Trudili se bomo, da Krpanov festival postane tradicionalna prireditev, to pa pomeni, da je potrebno vsako leto pokazati nekaj novega, izpolniti pričakovanja obiskovalcev ter se truditi, da bo prireditev vsako leto bolj obiskana. Ste se že kaj dogovarjali o drugem Krpanovem festivalu? Kaj vse bo potrebno urediti? So priprave na prvi festival gladko potekale ali se je kje zalomilo in bo potrebno drugo leto to popraviti?

Tudi sama bom s svojo raziskavo pripravila nekaj predlogov za izvedbo drugega Krpanovega festivala in vam bom z veseljem posredovala svoje predloge. Za sedaj pa se vama zahvaljujem za sodelovanje in vajino mnenje.

### ***Intervju z županom Občine Pivka***

V svoji diplomski nalogi želim predstaviti možnosti trženja Martina Krpana v občini Pivka. Res je, da se na tem področju že nekaj razvija, saj imamo Krpanov pohod ter Krpanov festival, vendar poskušam zbrati še druge predloge, da naredimo korak dlje. Potrebno je razviti idejo do te mere, da vsakdo, ki sliši ime Martin Krpan, takoj pomisli na Pivko in obratno. Zanima me vaše mnenje o tem – se vam zdi dobra ideja, da boljše izkoristimo danosti, ki jih imamo (glede na to, da je Martin Krpan znana slovenska zgodba in je živel prav v naših krajih)?

Predvsem me zanima gradnja objekta (lesene kočje) v bližini Petelinjskega jezera, za namene obiskov turistov, kjer bi te turiste v sklopu doživetij v občini Pivka pozdravil tudi sam Martin Krpan.

Predlagala sem tudi izvedbo malce večjega projekta, v smislu turistične atrakcije *V hiši Martina Krpana*. Kakšne so možnosti prenove stare zgradbe (npr. stara šola v Trnju) in kakšno je zanimanje s strani Občine Pivka za tovrstne projekte?

Potrebno pa bi bilo poskrbeti tudi za namestitvene zmogljivosti – v mislih imam izgradnjo Krpanove vasice, kjer bi postavili nekaj manjših lesenih kočic, dovolj prostornih za štiri do pet ljudi, v tej vasici pa bi bila tudi možnost kampiranja (šotori in kamp prikolice). Zanimajo me vaši pogledi na celotno zadevo.

Hvala za vaš čas in podano mnenje, ki mi bo v veliko pomoč pri končanju moje diplomske naloge.

