

## Velika planina – zasnova inovativnega turističnega produkta ali, kako znanje, pridobljeno tekom študije, uspešno prenesemo v prakso

V Sloveniji sicer dobro poznana Velika planina se kot izjemna naravna in kulturna pokrajina v zaledju Ljubljanske urbane regije kljub prepoznavnosti med slovenskim prebivalstvom srednje in starejše generacije ni uspela trdneje umestiti na turistični zemljevid naše države. Naključni obiskovalci ob obisku Velike planine ne morejo doživeti in spoznati vsega, kar jim ta destinacija ponuja. Z zaokroženo in kakovostno turistično ponudbo bi lahko želeno dosegli in s tem pa privabili več domačih in tujih obiskovalcev. Veliki planini torej manjka celovita, a izvedljiva razvojna strategija. Od tod pobuda Zavoda za turizem in šport Kamnik ter družbe Velika planina d. o. o., da bi izvedli projekt in aktivnosti, ki bi po-

vezali sicer številne, vendar neuskklajene deležnike na Veliki planini, spodbudili oblikovanje skupne blagovne znamke in oblikovali drugačne, inovativne turistične produkte.

Projektna prijava z naslovom *Velika planina – zasnova inovativnega turističnega produkta* je bila v letu 2015 izbrana na razpisu Javnega sklada RS za razvoj kadrov in štipendiranje na razpisu Po kreativni poti do praktičnega znanja. Gre za sofinanciranje projektov za gospodarstvo, ki jih izvedejo študentje pod mentorstvom delovnega (strokovnjak iz gospodarstva) in pedagoškega mentorja (visokošolski učitelj). S tovrstnimi projekti, ki jih ob upoštevanju s konkretnih potreb gospodarstva prijavijo

*Slika 1: Pogoj za uspešno delo in dobre rezultate je tudi dobro počutje motivirane delovne skupine. Pri projektu je sodelovalo devet študentov s treh fakultet (foto: Nataša Njenjić).*



# VELIKA PLANINA

## Zasnova turističnega produkta

# Učno-doživljajska pot "Po stopinjah pastirjev"



Slika 2: Eden od pomembnih rezultatov našega dela je določitev lokacij, poučno-informativnih vsebin in aktivnosti ter potek celotne trase učno-doživljajske poti po Veliki planini .

pedagoški delavci, se želi spodbuditi prenos znanja, pridobljenega tekom študija, neposredno v gospodarstvo. Namen takih projektov je tudi razvijanje samostojnosti, samoiniciativnosti, inovativnosti in kreativnega razmišljanja študentov. Projekt je formalno potekal spomladi 2015, realizacija projektnih idej pa še vedno poteka.

V interdisciplinarni projektni skupini smo sodelovali študenti Oddelka za geografijo Filozofske fakultete Alen Červ, Rok Kastelic, Sara Košir, Polonca Lapanja in Ana Ponikvar, Ekonomske fakultete Nataša Njenjić, Suzana Novak in Bor Cerar Lampič ter študent Prave fakultete Andraž Dvornik. Strokovno pomoč so nam zagotavljali trije pedagoški mentorji ter dva delovna mentorja, predstavnik gospodarstvenih družb Velika planina d. o. o. in Zavoda za turizem in šport Kamnik.

Za okvirni cilj smo si postavili načelo, da mora Velika planina zaživeti in delovati kot enotna destinacija in pri tem koristiti svoje notranje potencialne. Glede na to, da smo sodelovali študentje različnih strok, smo imeli na problematiko različne poglede. Od velikopoteznih idej, kot so wellness storitve na Veliki planini, obnova propadajočega hotela Šimnovec in bolj številčna ponudba prenočišč smo se na koncu osredotočili predvsem na nadgradnjo in boljše povezanost že obstoječe turistične ponudbe. Pozorni smo bili na to, da so bili nove ideje trajnostne, skladne z okolico in sprejemljive za ljudi, ki delujejo na Veliki planini. Želeli smo oblikovati ideje, ki bi bile realne in izvedljive v razmeroma kratkem času, brez velikih finančnih vlož-

kov. Odločili smo se za tri produkte, ki bodo nosilci turističnega razvoja Velike planine:

- učna pot,
- center šolskih in obšolskih dejavnosti (v nadaljevanju CŠOD) ter
- prenova spletne strani.

Pred začetkom dela je bila Velika planina vsem v skupini nepoznana. Območje preučevanja smo najprej spoznavali s pregledom osnovne literature, še bolj pomembno pa je bilo terensko spoznavanje Velike planine in pogovori z različnimi deležniki (predstavniki pašnih skupnosti, planinskih domov, planinskega društva, društva Rigelj ...). Seznanili smo se tudi z omejitvami Zavoda za varstvo narave in Zavoda za varstvo kulturne dediščine. Na podlagi pridobljenih podatkov smo oblikovali idejne zasnove treh turističnih produktov.

### *Doživljajsko-učna pot Po stopinjah pastirjev na Veliki planini*

Zasnova učne poti se je izkazala kot najprimernejša oblika za povezovanje naravne in kulturne dediščine, ki jo ponuja Velika planina. S postavljenimi devetimi tablami v obliki skodel je na prvenstveno namenjena usmerjanju in informiranju obiskovalcev Velike planine. Poleg tega vsaka točka spodbuja spoznavanje okolice z uporabo različnih čutil (poslušanje zvoncev, igranje pastirske igre, opazovanje delovanja sončne ure...). Pri zasnovi trase poti smo bili pozorni na to, da je ta povezala večino deležnikov, ki imajo interes sodelovati pri oblikovanju zaokrožene turistične ponudbe na tej turistični destinaciji. Izdelali smo predlog poteka poti, lokacij informativnih tabel, dejavnosti na poti

in določili ciljne skupine. Pripravili in natisnili smo tudi osnutek zloženke, ki bi jo vsak obiskovalec prejel na izhodiščnih točkah izleta na Veliko planino.

### *Razvoj CŠOD na Veliki planini*

Naš drugi produkt je program CŠOD na Veliki planini, ob sodelovanju Domžalskega planinskega društva, ki ima v lasti Domžalski dom na Mali planini. Planinski dom ima veliko prostih kapacitet, ki bi jih bilo smiselno zapolniti. Na drugi strani Velika planina ponuja veliko možnosti za interdisciplinarno učenje, ki ga spodbujamo s postavitvijo učne poti. Dejstvo, da na širšem območju Kamniško-Savinjskih Alp CŠOD svojega doma še nima, nas je spodbudilo k temu, da bi lahko proste kapacitete v Domžalskem domu zapolnili z učenci, ki bi tja prihajali v šolo v naravi. Temelje za vpeljavo programa CŠOD na Veliki planini smo postavili s sestankom z direktorico CŠOD, podžupanom občine Kamnik, direktorjem Velike planine d. o. o. in predsednikom PD Domžale. Za odprtje doma CŠOD na Veliki planini je bil izkazan interes vseh deležnikov. Predlagana je bila postopna vpeljava programa na Veliko planino, kar bi najprej pomenilo izvajanje enodnevnih ekskurzij, pozneje pa bi ponudbo razširili na vikend program in izvajanje enotedenskih šol v naravi za osnovne šole.

### *Novi pristopi v trženju obstoječe ponudbe*

Tretji produkt obsega vzpostavitev spletne strani, ki bi na enem mestu zaobjela vso turistično ponudbo Velike planine kot enovite destinacije. Za to smo se določili, ker se turistični delavci trenutno pojavljajo na trgu



*Slika 3: Ena izmed že obstoječih turističnih ponudb na Veliki planini je Preskarjev muzej, v katerem je predstavljen tradicionalen način življenja pastirjev (foto: Andraž Dvornik).*

kot konkurenca, namesto da bi med seboj sodelovali, si s tem olajšali delo in turistu olajšali spoznavanje naravnih in kulturnih danosti. Za ta namen so potrebni enotna promocija, dodatno izobraževanje turističnih vodičev in še kakšni ukrepi. Spletna stran bi vsebovala tudi turistične pakete, ki bi poleg Velike planine vključevali še druge turistične znamenitosti občine Kamnik. Oblikovani bi bili za različne ciljne skupine, osredotočili smo se predvsem na upokojece, tujce in šolske skupine. S tem bi zapolnili čas obiskov med tednom ter spomladi in jeseni, ko je Velika planina sicer manj obiskana. Eden od pristopov k trženju Velike planine, zanimiv predvsem za mlade, je »Selfi akcija«, ki bo zasnovana kot nagradna igra. Fotografije samega sebe z Velike planine bi objavili na družabnih omrežjih, najatraktivnejše pa bi nagradili, na primer s kuponom za brezplačen obisk Term Snovik. S prisotnostjo na socialnih omrežjih in s tem

informiranjem mlajših generacij se Velike planine ne bo promoviralo samo kratkoročno, ampak tudi dolgoročno, s čimer bi se zagotovilo obisk prihodnjih generacij.

Več kot pol leta po formalnem koncu projekta lahko zaključimo, da je bil projekt uspešen. S tremi predstavljenimi produkti smo dosegli zastavljeni cilj, to je najti način za povezavo vseh deležnikov na Veliki planini in predstavitev tega območja navzven kot enotne destinacije. Vsi trije produkti so bili dobro sprejeti tako med deležniki kot odločevalci na lokalni ravni. Zavod za turizem in šport Kamnik jih je skupaj z občino Kamnik namreč predlagal kot enega od projektov, ki bodo v obdobju od leta 2014 do leta 2020 prek LAS Srce Slovenije financirani kot ukrepi za razvoj podeželja. Doslej je bil projekt predstavljen na javni predstavitvi v Kamniku, na sejmu Agra v Gornji Radgoni, na

kratko pa tudi na Nacionalni televiziji v oddaji Prava ideja (11. 2. 2016, medmrežje: <http://4d.rtvlo.si/arhiv/prava-ideja/174387586>). S projektom smo študenti dobili izkušnjo sodelovanja z gospodarskim sektorjem, upravo in javnostjo (podjetja, zavodi, občina, pašne skupnosti, društva). Vsaka organizacija ima drugačen način dela, različno poslanstvo in prav zato nam vsaka podobna izkušnja pomaga na naši poklicni poti. Koristno je bilo, da je bil projekt zastavljen interdisciplinarno, saj smo tako lahko problem osvetlili z različnih zornih kotov. Tovrstni projekti pa so tudi dobra promocija za fakultete in študijske smeri. Ob ustreznem angažiranju so lahko rezultati uspešnih projektov v javnosti ustrezno medijsko podprti, kar je odlična promocija za študij tudi širše.

**Sara Košir, Polonca Lapanja,  
Ana Ponikvar, študentke Oddelka za  
geografijo, FF, UL**