

Natalija Klemenčič

Ekonomska šola Murska Sobota, Višja strokovna šola, Slovenija
natklemencic@gmail.com

Čebelarski turizem – perspektivna možnost za čebelarje

Povzetek

V prispevku obravnavamo čebelarski turizem ali apiturizem kot dodano vrednost čebelarstvu. Čebelarski turizem ponuja turistu edinstveno in inovativno doživetje. Čebelarski turistični ponudnik, vsak na svoj način, v lokalnem in avtentičnem okolju, s svojo zgodbo, z aktivnim vključevanjem turistov, predstavi in prikaže svojo turistično ponudbo. V prispevku smo predstavili perspektivne možnosti za razvoj čebelarskega turizma. Posebej smo se osredotočili na področje prodaje medu in čebeljih pridelkov, gostinsko dejavnost kot dopolnitev ponudbe čebelarskega turizma ter izobraževanje obiskovalcev in čebelarske delavnice. Na podlagi proučevanja domačih in tujih virov ter raziskave čebelarskega turizma doma in v svetu navajamo predloge za razvoj čebelarskih produktov z dodano vrednostjo, razvoj dodatnih storitev in dejavnosti ter oblikovanje turističnega produkta. Majhni, unikatni ponudniki čebelarskega turizma nudijo obiskovalcu butično, unikatno in edinstveno doživetje, pri tem ponudijo turistu mirno in varno okolje, a hkrati raznolika doživetja, naravno okolje ter bogastvo kulturnih lepote.

Ključne besede: čebelarstvo, čebelarski turizem, apiturizem

Beekeeping tourism – favourable prospects for beekeeping

Abstract

This article deals with beekeeping tourism or apitourism as added value to beekeeping. Beekeeping tourism offers a unique and innovative experience. A provider of beekeeping tourism, each in its own way, presents and shows a tourist offer in a local and authentic environment, with a story and by actively including tourists. The article presents favourable prospects for beekeeping tourism development. It especially focuses on the field of selling honey and bee products, catering activity as an offer supplement to beekeeping tourism as well as education of visitors and beekeeping workshops. Based on the study of domestic and foreign sources and the research of beekeeping tourism at home and in the world we indicate proposals for bee products development with added value, development of additional services and activities as well as the design of a tourist product. Small, unique providers of beekeeping tourism offer a boutique and unique experience, whereby they offer a peaceful and safe environment but at the same time differentiated experiences, a natural environment and the wealth of cultural beauty.

Keywords: beekeeping, beekeeping tourism, apitourism

1 Uvod

Turizem postaja največja svetovna gospodarska dejavnost, saj je od potovanj odvisno vse več delovnih mest po svetu. Gibanja v svetu in v zahodni Evropi jasno kažejo, da narašča povpraševanje po zdravi in kakovostni lokalno pridelani hrani, ki je pridelana na okoljsko

vzdržen način. Prav tako narašča povpraševanje po počitnicah na podeželju, kjer lahko človek ponovno vzpostavi stik z naravo. V Sloveniji so naše kmetije večino majhne, kar je bila doslej slabost. Sedaj pa se to spreminja v pravo priložnost z usmerjanjem na lokalno in ekološko pridelavo hrane v povezavi s ponudbo individualnih turističnih nastanitvenih možnosti na podeželju. Pri turizmu na podeželju gre za dolgoročni globalni trend, vse bolj priljubljeno obliko preživljanja počitnic, ki ima številne pozitivne stranske učinke na lokalno okolje in njene prebivalce (Klemenčič in Feher, 2012, str. 802–805).

World Tourism Organisation (1994, str. 2; povzeto po Cvikl in Brezovec, 2006, str. 62) opredeljuje turizem kot »aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in z bivanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto, zaradi zabave, poslov in drugih motivov«. Z vidika celostne turistične ponudbe se oblikujejo turistični proizvodi. Turistični proizvod je osnovi del turistične ponudbe (Cvikl in Brezovec, 2006, str. 62). Turistične proizvode sestavljajo tako fizični proizvodi kot storitve in naravne ter kulturne dobrine. Turistični proizvod lahko opredelimo na tri načine (Mihalič, 2008, str. 153):

- z vidika proizvajalca: turistični proizvod z vidika proizvajalca označimo kot sklop vseh fizičnih proizvodov in storitev, ki jih proizvaja turistično gospodarstvo oziroma turistična podjetja in druge organizacije;
- z vidika prodajalca: turistični proizvod z vidika prodajalca so vse dobrine, ki jih turistično gospodarstvo ali turistična podjetja prodajajo;
- z vidika potrošnika: turistični proizvod je dobrina ali sklop dobrin, ki jih trošijo turisti, proizvajajo oziroma prodajajo pa jih turistična podjetja.

Turistični proizvodi so po obliki lahko parcialni ali integralni turistični proizvod. Z vidika prodajalca je parcialni ali delni turistični proizvod posamezna storitev ali skupek več storitev, ki jih proizvaja oziroma prodaja. Integralni ali celotni turistični proizvod pa je z vidika turista celotno doživetje od trenutka, ko zapusti kraj stalnega bivališča, do trenutka, ko se vanj vrne. Turistični proizvod, po katerem povprašujejo turisti, je po navadi integralni proizvod (Klemenčič in Feher, 2012, str. 802–805).

Slovenski čebelarji so bili prvi na svetu, ki so čebelarstvo začeli ponujati kot turistični produkt. Začetki za razvoj uspešnega čebelarstva sežejo že v čas Habsburške monarhije, ko je Slovenec Anton Janša postal prvi učitelj na čebelarski šoli na Dunaju. Bogatemu razvoju čebelarstva v Sloveniji pričajo številni čebelnjaki, kot kulturni spomeniki, panjske končnice kot edinstven primerek ljudske umetnosti in predani čebelarji, ki tradicijo in kulturo čebelarjenja ohranjajo in bogatijo. Po podatkih SURSA (<https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7414>) je v Sloveniji kar 5 čebelarjev na 1000 prebivalcev, zato po številu čebelarjev sodi Slovenija v sam vrh Evropske unije. Organiziranost čebelarjev v čebelarska društva, zvezo, sekcije in podobno je primer dobre prakse, ki ga želijo spoznati čebelarstva širom po svetu. Izjemen dosežek pri promociji čebelarstva, so čebelarji dosegli z uvedbo »Medenega zajtrka« v vrtcih in osnovnih šolah, z organiziranjem šolskih krožkov vzgajajo čebelarski podmladek, organizirajo prireditve, razstave, kongrese, čebelarske tabore in druge dogodke. V sklopu čebelarstva je najpomembnejša naravna dobrina zagotovo kranjska čebela (*Apis mellifera Carnica*), imenovana tudi kranjska sivka. Čebelarji so s tem zavedanjem pristopili in zaščitili kranjsko čebelo z Resolucijo o zaščiti kranjske čebele, prav tako so uspeli s svojimi prizadevanji, da je Generalna skupščina Organizacije združenih narodov (OZN) razglasila 20. maj za svetovni dan čebel. Slovenci smo čebelarski narod, zato ne preseneča dejstvo, da čebelarji v Sloveniji orjejo ledino na področju razvoja čebelarstva.

Čebelarji so se s turistično ponudbo začeli vključevati najprej intuitivno oziroma z namenom prodaje pridelanega medu in medenih izdelkov. S svojo prijaznostjo in gostoljubnostjo so prodaji medu velikokrat dodali še svojo zgodbo čebelarjenja. Kupca oziroma gosta so sprejeli v svoj dom in mu z veseljem pokazali vse, kar se je pokazati dalo. Podjetnejši čebelarji so si na svojem domu uredili prostor ali zgolj kotiček, v katerem so na ogled postavili med in ostale

čebelje pridelke; cvetni prah, propolis in druge. Vse z namenom večje prodaje. Tudi degustacije medu so počasi postajale del tega prodajnega procesa. Ko je kupec videl številne kozarce, napolnjene z raznoliko in mamljivo tekočino, ga je seveda zanimalo, kakšnega okusa je, kako se uporablja in podobno. Čebeljim pridelkom so sledili drugi izdelki iz medu; izdelava medenih pijač, slaščic in podobno.

Sčasoma so čebelarji začutili potrebo po ureditvi svojih čebelarstev za sprejem večjih skupin. Predvsem v turističnih krajih, kamor turisti prihajajo organizirano in za dlje časa (zdravilišča), so turistični organizatorji iskali možnosti v turistični program vključiti nekaj novega in zanimivega. Urejanje je vključevalo prostore za pogostitev, preureditev čebelnjakov na način, ki bo omogočal sprejem večjega števila obiskovalcev, ureditev dostopnih poti, parkirišč in podobno. Inovativni čebelarji so dopolnili svojo osnovno ponudbo še z zbirko čebelarskih orodij, nekateri so se odločili za razširitev svoje dejavnosti in dodali nastanitvene kapacitete in gostinsko ponudbo, spet drugi so čebelje pridelke povezali z medicinsko doktrino

Čebelarski turizem, imenovan tudi apiturizem je že stoletja prisoten na podeželju, kjer na čebelarskih kmetijah gostijo obiskovalce z namenom, da bi jim približali življenje čebel, njihovo prehranjevanje ter kako pridobivajo in uporabljajo čebelje proizvode (Jannoni-Sebastianini, 2017, str. 93).

Namen prispevka je predstaviti lastne poglede in predloge na razvoj in širjenje dejavnosti čebelarjenja, ki se posebej osredotočajo na čebelarski turizem. Cilji prispevka so predstaviti čebelarski turizem kot dodano vrednost čebelarstvu, analizirati možnosti za razvoj čebelarskega turizma pri nas ter podrobneje opredeliti aktivnosti potrebne za razvoj in razširitev ponudbe čebelarskih turističnih ponudnikov. Prispevek je zasnovan na proučevanju sekundarnih in primarnih virov podatkov.

2 Čebelarski turizem – dodana vrednost čebelarstvu

Ambrožič (2017, str. 302–303) daje pri terminološki opredelitvi čebelarskega turizma največji poudarek informiranju in seznanjanju udeležencev o pomenu čebel, pomenu za obstoj sveta in človeštva. Vsi kakovostno pridelani čebelji pridelki, če so vpeti v zgodbo turističnega produkta, se prodajo lažje in po višjih cenah. Po besedah Ambrožiča se »obiskovalec« popolnoma približa čebeli, čebelji družini, spozna vse njene skrivnosti in sposobnosti. Prav tako se nauči, kako prepoznati prave čebelje pridelke in predvsem, za kaj in kako se pravilno uporabljajo. V celotno zgodbo, ki jo predstavlja čebelar, mora vložiti primerno in urejeno infrastrukturo, poskrbeti mora za varnost obiskovalcev, pridobiti znanja o predstavljanju vsebin v tujem jeziku in v celotno zgodbo vložiti samega sebe. Z vsem naštetim pa pridejo tudi pozitivni finančni prihodki.

Svetovni čebelarski kongres Apimondia, leta 2003 v Ljubljani, je bil po mnenju Šivica (2017, str. 296) v razvoju čebelarskega turizma ključnega pomena. Organizacija tega dogodka z več kot 3000 čebelarjev iz celega sveta, predvsem pa doživetja teh udeležencev na čebelarstvih po Sloveniji je bila tako odmevna, da se je o tem govorilo in pisalo po vsem svetu. Od takrat naprej pa beležimo v Sloveniji porast organiziranih skupin, ki prihajajo v Slovenijo prav zaradi čebelarstva.

Čebelarska zveza Slovenije (v nadaljevanju ČZS) je zaznala razvojne možnosti na področju čebelarskega turizma ter začela z nadaljnjimi aktivnostmi. Že leta 2005 je organizirala Dan čebelarskega turizma, katerega namen je bil predstavitev dobrih praks, izmenjava izkušenj, predvsem pa informiranje in izobraževanje. Zaradi zavedanja pomena kakovosti (kakovostne sheme pridelave medu) je ČZS vpeljala tudi certificiranje ponudnikov čebelarskega turizma.

Certificiranje ponudnikov vključuje čebelarstva, muzeje, prodajalne in druge ponudnike, presoja pa se urejenost čebelarskega turističnega produkta, dostopnost do turističnega ponudnika, urejenost in sposobnost čebelarja, pestrost ponudbe, ličnosti produktov, izvedba storitev in podobno. Arih Korošec (2013, str. III–IV) navaja, »Slovenija je prva in za zdaj edina država, ki uvaja certificiranje ponudnikov apiturizma. Certifikati odličnosti zagotavljajo nadzor nad ponudbo in kakovostjo storitev ter spodbujajo konkurenčnost.«. Od leta 2013 do leta 2018 je certifikat odličnosti uspelo pridobiti 42 ponudnikov čebelarskega turizma v Sloveniji.

Tabela 1: Število certificiranih ponudnikov čebelarskega turizma
(<http://www.czs.si/content/E12>)

Leto	Število certificiranih ponudnikov čebelarskega turizma	Število članov Sekcije apiturizma pri ČZS
2013	20	13
2014	11	5
2016	4	3
2017	4	2
2018	3	1
Skupaj	42	24

»ApiRoutes je blagovna znamka, ki jo razvijata in tržita Čebelarska zveza Slovenije (CZS) in potovalna agencija Aritours. ApiRoutes so Čebelarska potovanja, čebelarske ekskurzije, treningi in programi za dobro počutje, ki navdihujejo, izobražujejo in bogatijo življenje ne samo čebelarskih društev in zvez, torej čebelarjev, za katere so bili tudi ustvarjeni, ampak vse bolj tudi splošne javnosti, saj na zelo privlačen in čuten način približujejo Slovenijo kot zeleno destinacijo in državo gostoljubnih ljudi, predvsem pa kot domovino odličnih čebelarjev z bogato apikulturo in stoletnimi čebelarskimi praksami in izkušnjami, ki uživajo spoštovanje in sloves po vsem svetu« (Arih Korošec 2013, str. III–IV). Api-potovanja, ekskurzije, treningi in well-being so programi ki obsegajo izmenjavo čebelarskih izkušenj, opazovanje čebelarjev pri delu seznanjanje z različnim metodami in sistemi čebelarjenja, vključujejo ogled čebelarskih muzejev in bogate palete arhitekturno tipičnih čebelnjakov, možnost nakupa čebelarske opreme, strokovna izobraževanja, posvete, delavnice in podobno. Govorimo o api-doživetjih, kot so apiterapija v tipičnem slovenskem čebelnjaku, masaža z medom, medena kopel in podobno (Arih Korošec, 2017, str. 305).

»S pojavom in razvojem čebelarskega turizma se oblikuje povsem nova dimenzija pojmovanja turizma, potovanj in počitnic ter pomembno – njihovih učinkov. Čebelarski turizem predstavlja ključni segment zelenega gospodarstva in s tem turistični proizvod, ki temelji na inovativnosti razlikovalni prednosti in visoki dodani vrednosti« (Arih Korošec, 2017, str. 304).

Čebelarski turizem ponuja turistu edinstveno in inovativno doživetje. Čebelarski turistični ponudnik, vsak na svoj način, v lokalnem in avtentičnem okolju, s svojo zgodbo, z aktivnim vključevanjem turistov, predstavi in prikaže svojo turistično ponudbo.

Razpet (2016, str. 7) meni, da je čebelarski turizem relativno nova oblika ponudbe turističnih proizvodov, inovativen pristop k trajnostnemu turizmu, ki se v Sloveniji hitro razvija.

»Čebelarski turizem je izjemno perspektivna turistična panoga, čaka pa nas še veliko dela. Pomembno je, da raznoliko turistično ponudbo povežemo z apiturizmi, prav tako pa je pomemben tudi skupen nastop ponudnikov čebelarskega turizma na trgu« (Magdič, 2016, str. 33–34).

Priznan slovenski teoretik in praktik Šivic je zapisal »Pojem čebelarski turizem jemljem zelo resno, saj v njem vidim veliko priložnost za prodajo pridelkov svojih čebel. Kadar me na domu

obišče večja organizirana skupina turistov, v eni uri prodam več medu, kakor bi ga v celem tednu na tržnici» (Šivic, 2008, str. 21–22).

Razvoj in širjenje dejavnosti čebelarjenja omogoča čebelarju in njegovi družini razvoj izdelkov z dodano vrednostjo, razvoj dodatnih storitev in nenazadnje oblikovanje čebelarskega turističnega produkta. To pa omogoča čebelarju veliko večjo prodajo čebeljih pridelkov, hkrati lahko čebelar na ta način proda še druge storitve, pri tem pa postaja čedalje bolj prepoznaven in uspešen.

3 Perspektivne možnosti za razvoj čebelarskega turizma

Kranjska čebela (*Apis mellifera car*), naša avtohtona čebela, je najpomembnejša soustvarjalka čebelarskega turizma. V turistično ponudbo so vključene v umetno izdelanem čebeljem bivališču. Obiskovalec čebelnjaka jo vidi, sliši in vonja, ob piku pa tudi začuti. Predvsem pri slednjem mora biti ponudnik izjemno pozoren in poskrbeti za varnost svojih obiskovalcev. Smiselno je, da ob prikazovanju, podajo čebelarji še informacije oziroma predstavitev o življenju čebel, pridobivanju medu in medenih proizvodih in podobno. Seveda je smiselno, da so te predstavitve čim bolj prilagojene obiskovalcu. Pri tem je potrebno biti pozoren na starost (na drugačen način bomo predstavili čebelo skupini otrok iz vrtca, kot pa učencem, študentom ali upokojujencem), motiv zaradi katerega so obiskovalci prišli (kolesar, ki se je ustavil, ker je videl tablo z napisom in prijetno okolje bo imel drugačen motiv, kot pa društvo žena, ki bo preživel pri čebelarju 3 ure in izvedlo še delavnico izdelovanja sveč), strokovnost (čebelarje iz sosednje Avstrije bo zagotovo zanima vsaka podrobnost, medtem ko bo študente veterine, zanimala na primer specifična tema: Bolezni čebel) in vrsto drugih dejavnikov. Pri celotni zadevi pa je najbolj priporočljivo, da čebelar ve, kdo so njegovi obiskovalci in kaj jih zanima, koliko jih bo prišlo, koliko časa imajo na razpolago, kaj želijo, da njihov obisk vključuje.

Nekateri čebelarji se ukvarjajo z gojenjem čebel tudi z namenom trgovanja. Kranjska čebela je v Sloveniji zaščitena na podlagi Zakona o živinoreji (Uradni list RS, št. 18/02, 110/02 – ZUreP-1, 110/02 – ZGO-1, 45/04 – ZdZPKG in 90/12 – ZdZPVHVVR; v nadaljnjem besedilu: Zakon o živinoreji), ki jo v 68. členu opredeljuje kot avtohtono pasmo, 70. člen pa določa njeno posebno varstvo. Vsi čebelarji skrbijo in spremljajo lastnosti čebeljih družin, v okviru rejskega programa izvajajo osnovno odbiro. Vzreja matic poteka organizirano v okviru odobrenih vzrejališč čebeljih matic ali v čebelarstvih za lastne potrebe. Za strokovno javnost so taka vzrejališča izjemnega pomena.

Za gojenje čebel se v današnjem času uporabljajo sodobni listovni panji, imenovani tudi AŽ – panji. Prav tako LR panj, Kirejev panj in drugi. Panji postavljeni drug ob drugem in v več vrstah so običajno umeščeni v leseni konstrukciji ali hišici imenovani čebelnjak. Čebelnjaki v Sloveniji so posebnost kulturne krajine, podobno kot kozolci. Zraven kulturne imajo še zgodovinsko in arhitekturno vrednost. Umetniško vrednost dodajo še poslikave na pročeljih panjev, imenovane panjske končnice. Ne glede na to, ali čebelar pri čebelarjenju uporablja skladovne panje ali nakladne panje je to sestavni del turistične ponudbe vsakega čebelarja. Pobočja posuta s stojišča nakladnih panjev pa bogatijo pokrajino in turistično ponudbo. Za nekatere obiskovalce bo dovolj, da si ogledajo čebelnjak in panje od zunaj, spet druge bo zanimalo, kaj se dogaja v notranjosti. Za obiskovalce bo čudovito doživetje, če bodo naredi čebelarsko obleko in klobuk ter bodo vključeni v čebelarska opravila. Od čebelarjevih zmožnosti (velikosti prostora in podobno), iznajdljivosti (stekleni panji) je odvisno, kaj vse bo vključil v svojo ponudbo. Pri tem pa velja vodilo, čebelar pri svojem delu izhaja iz potreb obiskovalcev.

3.1 Prodaja medu in čebeljih pridelkov

Med, ki so ga proizvedle čebele, se med seboj razlikuje po senzoričnih (barva, vonj, okus, aroma) in fizikalno-kemičnih lastnostih. Zato je še kako pomembno, da čebelar zna predstaviti in približati turistom različne vrste medu. Degustacije medu se lahko izvajajo na prostem v naravnem okolju ali prijetnih, lično urejenih prostorih, ob naravi prijaznem inventarju, prijetnem in blagodejnem vonju ter zvoku. Glede na to, da se potrošniki čedalje bolj zavedajo kakovosti hrane, spremljajo poreklo, berejo deklaracije in kupujejo kakovostno hrano, je to pomembna informacija in priložnost tudi za čebelarje. V Sloveniji imamo tri sheme kakovosti zaščite na evropskem nivoju: Slovenski med z zaščiteno geografsko označbo, Kočevski gozdni med z geografskim poreklom in Kraški med z geografskim poreklom. Na ta način čebelarji svojim kupcem zagotavljajo sledljivost, nadzorovano pridelavo in zagotovljeno kakovost (Magdič, 2018, str. 37-40). Čebelarji, ki pridobijo certifikat (SMGO) Slovenski med z geografsko označbo morajo dosegati kakovostne kriterije in značilnosti medu, upoštevati pogoje in načine pridelave, predelave in polnjenja, označevanja, trženja in izvajanja internega nadzora (<http://www.slovenski-med.si/certifikat-smgo.html>). Medu, ki je vključen v shemo kakovosti, se na ta način poveča dodana vrednost, čebelar pa poveča svojo konkurenčno prednost in to mora čebelar znati tudi vnovčiti. Kakovost medu na prodajni polici mora potrošniku biti vidna in prepoznavna z ustrezno embalažo; kozarec, prilepka, simboli kakovosti, logotipi in ostalimi označbami.

Obiskovalci, ki obišejo čebelarja, običajno vedno vzamejo s seboj kakšen čebelji proizvod. Za čebelarje je zato priporočljivo, da si uredijo tudi prodajne prostore. Ti prostori, prodajni kotički ali samo prodajne police morajo biti skrbno urejeni (čisti, lični, izdelki označeni). Na tem mestu čebelar ponudi vse kar ima možnost ponuditi, če bo pa razmišljal širše, se bo povezoval tudi z drugimi čebelarji in drugimi turističnimi ponudniki v lokalnem okolju. V kolikor čebelar pridobiva samo med, je na mestu, da se poveže s soslednjim čebelarjem, ki izdeluje tudi matični mleček ali propolis in ta izdelka ponudi na svoji polici. Morda ima čebelar v sosednji vasi čebelnjak za vdihovanje aerosola, takrat so na polici reklamni materiali s katerimi bo svojega obiskovalca informiral o dodatnem čebelarskem doživetju. Zakaj? Zato, ker v turizmu se turistični ponudniki morajo povezovati. Če bo čebelar obiskovalcu svojega čebelarstva ponudil vse kar ima in mu nato dal še več informacij o možnosti novih doživetij v njegovem okolju, se bo ta obiskovalec naslednjič vrnil. Preveril bo novo doživetje in se vrnil in kupil izdelek ali storitev s katero ga je navdušil on. Prodajne police čebelarjev je zato zraven medu smiselno opremiti še s cvetnim prahom, propolisom, matičnim mlečkom, in drugimi čebeljimi pridelki.

Da čebelji pridelki krepijo in ohranjajo zdravje, so vedeli že naši daljni predniki pred našim štetjem. Dr. Filip Terč (1844–1917), mariborski zdravnik in utemeljitelj apiterapije, je čebelarjem in nasploh ljudem dal veliko znanja na področju zdravljenja ljudi (tudi živali) z uporabo pridelkov iz panja. O pomenu njegovih znanstvenih dosežkov priča tudi mednarodni dan apiterapije - 30. marec, ki je rojstni dan dr. Terča. Z razvojem medicine je pomen medu in ostalih čebeljih pridelkov samo še pridobival. Področje apiterapije ureja danes posebna zakonodaja. Izvajalci apiterapije morajo pri svojem delu izpolnjevati zapisane standarde strokovnih znanj in spretnosti. Današnji čebelarji za zdravljenje uporabljajo že same čebelnjake. Blagodejni vonj in brenčanje čebel v čebelnjaku izkoriščajo tako, da so čebelnjak preuredili v prijetna počivališča (udobni počivalniki, ležišča) ali celo bivalne enote (sobe), kjer skozi posebne odprtine v prostor doteka aerosol iz panjev. Zvok Čebelarji imajo različne možnosti, na kakšen način bodo nadgradili svojo dejavnost, nekateri so svojo dejavnost nadgradili z dejavnostjo izvajanja masaž, spet drugi so si umisli savne (savnanje z medom), nekateri izvajajo terapije s čebeljimi piki in čebeljim voskom, spet tretji uporabljajo satje za sprostitvev. Unikaten primer je čebelarstvo Vogrinčič, ki je razvilo na temelju spoznanj in praks apiterapije posebno metodo APIT, ki s pomočjo APIT nalepke lajša različne bolečine ob udarcih, glavobolih, zobobolih in drugih bolečinah (

nalepke.html). Prav vsak čebelar lahko, zna in zmore čebelje produkte povezati z ljudsko medicino in to s pridom izkoristi pri prodaji svojih čebeljih produktov in turističnih storitev.

Med, vosek, cvetni prah in drugi čebelji pridelki se danes uporabljajo tudi za izdelovanje kozmetike; krem, mazil, šamponov, mil in podobno. V kolikor čebelar želi izdelovati kozmetične izdelke, ki vsebujejo čebelje pridelke, mora poskrbeti za kakovostno in varno izdelavo kozmetičnih izdelkov, prav tako pa mora izpolnjevati vse zakonske predpise in registracije. »Kdor koli, ki izdeluje kozmetične proizvode v Republiki Sloveniji, mora opraviti pisno priglasitev dejavnosti na Uradu RS za kemikalije (MZ, Urad RS za kemikalije, Ajdovščina 4, 1000 Ljubljana). Kozmetični izdelek je treba preko portala CPNP priglasiti tudi na Evropsko komisijo (EK). Pred dajanjem kozmetičnega izdelka na trg mora proizvajalec kozmetičnih izdelkov pridobiti dokumentacijo z informacijami o kozmetičnem izdelku ter opraviti mikrobiološke analize kozmetičnih izdelkov, če so potrebne« (Lilek, 2018). V kolikor se zdi čebelarju ta pot zahtevna, lahko svojo ponudbo izvede na preprostejši in zanj veliko bolj sprejemljiv način. Čebelje pridelke uporabljajo ljudje v domači kozmetiki, zato je smiselno, da zbere kakšne tovrstne recepte, ki jih pozna ali celo uporablja sam (Domači recepti za lepoto), ali pa so jih napisali in objavili drugi.

Predlagamo, da čebelar temo čebelji pridelki v kozmetiki smiselno umesti v svoji predstavitvi obiskovalcem. To bo dodana vrednost njegovega čebelarskega produkta. Na ta način bo povečal prodajo čebeljih proizvodov, zadovoljen obiskovalec pa se bo z veseljem vračal. V kolikor ima čebelar znanje, veščine in kompetence, lahko za svoje obiskovalce pripravi tudi delavnico, na kateri bodo udeleženci sami izdelali izdelek za nego telesa. Za obiskovalce bo to čudovito doživetje. Vrednost svojega produkta bo čebelar večal tudi s sodelovanjem z ostalimi turističnimi ponudniki v lokalnem okolju. Poveže se lahko z wellness centrom, masažnim studiom ali kozmetičarko in se dogovori za sodelovanje. Morda bo za sodelovanje pripravljena celo frizerka iz sosednje vasi, ki bo svoji stranki priporočala masko z medom čebelarja, da si bo obnovila poškodovane konice.

3.2 Gostinska dejavnost kot dopolnitev ponudbe čebelarskega turizma

Dejavnost gostinstvo vključuje gostinsko nastanitveno dejavnost in dejavnost strežbe jedi in pijač. Nekateri Slovenski čebelarji se poleg čebelarjenja ukvarjajo tudi z nastanitveno dejavnostjo, nekateri z dejavnostjo strežbe jedi in pijač, nekateri pa z nastanitvijo in strežbo jedi in pijač. V ponudbi čebelarskega turizma najdemo že različne ponudbe nastanitve; turistične kmetije, apartmaje, hiške, hostel in druge nastanitve. Za opravljanje nastanitvene dejavnosti mora izvajalec izpolnjevati ustrezne pogoje. Je pa res, da ta dejavnost običajno zahteva tudi večje finančne vložke. Pri izvajanju gostinske dejavnosti mora izvajalec izpolnjevati vrsto pogojev; od tehničnih pogojev, do sanitarno-zdravstvenih pogojev in drugih pogojev. Primerov gostinske dejavnosti strežbe jedi in pijač, v izvedbi čebelarjev in ponudbi čebelarskega turizma skoraj ni zaslediti. Seveda so ponekod lokalni gostinci, ki se primarno ukvarjajo s strežbo jedi in pijač tisti, ki iščejo lokalne dobavitelje, s tem pa tudi lokalne ponudnike medu in čebeljih pridelkov. Skorajda v vsakem gostinskem lokalnu lahko obiskovalec naroči čaj z medom. V gostinski ponudbi najdemo brezalkoholne in alkoholne pijače iz medu. Ponudba medenih pijač se je iz skromne ponudbe medice in medenega žganja precej obogatila; medeni liker, medeno pivo, peneča medica. Čebelar ima možnost, da svojo ponudbo nadgradi sam, ali pa se poveže z drugim čebelarjem oziroma ponudnikom (vinarjem, pivovarjem), ki to ponudbo ima. Na kakšen način se bo povezal, je odvisno od njega samega. Na svoje police lahko da le letak sosednje pivovarne, na polico lahko postavi tudi lično steklenico peneče medice, lahko pa se s sosedom, ki ima žganjekuho dogovori o medsebojnem sodelovanju. Čebelar bo pridelal med, sosed pa bo naredil medico. Pri tem bosta vzpostavila medsebojno sodelovanje, širila in bogatila turistično ponudbo, dodatne

vrednosti bo deležen seveda obiskovale, ki se bo kot zadovoljen gost ponovno vrnil. Tudi v ponudbi hrane, se gostinci čedalje bolj zavedajo in dajejo pomen lokalni, sveži, sezonski in kakovostno pridelani hrani. Nekateri gostinci so pri uporabi čebeljih pridelkov zelo inovativni, zato vzpodbuda vsem čebelarjem, da razmislijo o možnosti vzajemnega sodelovanja z bližnjim gostincem. Vsak čebelar bo zagotovo vesel, če bo gostinec od njega kupil med, ga uporabil pri izdelavi svojih jedi, zapisal ime čebelarja v jedilni list ali celo postavil na ogled in za prodajo čebelarjeve pridelke v svoji priznani gostilni. In ko go čebelar naslednjič gostil skupino obiskovalcev, ki bodo iskali lokacijo za kosilo, jih bo z največjim veseljem usmeril h gostincu, njegovemu poslovnemu partnerju.

Medonosne čebele potrebujejo za svoj obstoj primerne pašne vire. Cvetovi medovitih rastlin zelišč, začimb, dišavnic, tudi kmetijskih in okrasnih rastlin izločajo medicino in nektar, kar nabirajo čebele. Skrbno negovan in urejen vrt ali gredice teh rastlin so lahko čudovita dopolnitev ponudbe čebelarskega turizma. Čebelarju je vrt orodje, obiskovalcu pa še eno enkratno doživetje, saj vidi, sliši, vonja in občuti. Smiselno je, da so medovite rastline označene s tablami na katerih so zapisane morda še najpomembnejše informacije o rastlini.

Skozi tisočletja se je čebelarjenje močno spreminjalo in temu priča tudi bogata kulturna dediščina imenovana tudi čebelarska kulturna dediščina. Sem sodijo čebelnjaki, panjske končnice, AŽ-panji, sem sodijo tudi naši pomembni možje in njihova dela; Anton Janša, prvi čebelarki učitelj (dve knjigi v nemškem jeziku), Peter Pavel Glavar, največji in najbolj izobražen čebelar svoje dobe, Dr. Filip Terč, Peter Dajnko in Anton Žnideršič (»žnideršiči« ali AŽ panji), čebelarska oprema in orodja, ki so jih uporabljali nekoč; točilo za med, stiskalnica za vosek, model za izdelovanje satnic in vrsto drugih pripomočkov. V kolikor imajo čebelarji možnost (prostor), lahko svojo ponudbo dopolnijo z zbirko čebelarske kulturne dediščine. Začetek te zbirke je lahko panjska končnica, ki jo je čebelar dobil v dar, ali orodje, ki ga je podedoval od svojih prednikov. Sčasoma in z vztrajnostjo, zbiranjem in raziskovanjem se bo nabor teh predmetov zagotovo razširil. Vsi čebelarji niso naklonjeni muzejem in zbiranju eksponatov. Jih je pa velika večina pripravljena čebelarsko orodje, ki ga ne uporablja več podariti drugemu čebelarju, ki bo na ta način ohranjal kulturno dediščino čebelarjenja zanamcem. Zbirko je smiselno dopolniti tudi s fotografijami, literaturo ali posnetki. Na kakšen način bo čebelar to zbirko približal obiskovalcem je ponovno odvisno od njega samega, njegovih zmožnosti in sposobnosti. Pomembno je, da so predmeti urejeni in lično prikazani. Če bo predmetu dodana še napis, kaj predstavlja in kratek opis, bo imel obiskovalec celo možnost samostojnega ogleda.

Medičarstvo in lectarstvo je rokodelska obrt, ki na osnovi receptov, ki so se prenašali iz roda v rod, izdeluje medene izdelke. Izvrstne medene dobrote nastajajo ročno, na tradicionalen način in iz najkakovostnejših sestavin (kostanjev med, moka in drugih). Danes najbolj znano pecivo je lectovo srce, to je medenjaka v obliki srca, pripravljen iz posebnega lectovega testa, ki je premazan z barvnim sladkornim premazom in ročno okrašen z ornamentami, lahko tudi z ogledalcem in verzom. Pri svojih predstavitvah čebelarji vključijo tudi ponudbo domačih medenjakov. Ker pa so ti izdelki lahko tudi zanimiv in uporaben spominek, je prav, da na ponudbo teh medenih dobrot pogledamo širše. Predlagamo, da v kolikor ima čebelar možnost, naj tovrstne izdelke izdela in ponudi sam, če ne, naj se poveže s tistim, ki to ponuja v lokalnem okolju. Za obiskovalce je pravo doživetje, če izdelajo svoj medenjaka ali lectovo srce. Čebelar in medičar lahko pri oblikovanju čebelarske turistične ponudbe zelo produktivno sodelujeta. Vsak doprinese svoj delež in pri tem imajo vsi korist, čebelar s prodajo svojega medu in čebeljih pridelkov, medičar, s prodajo svojih storitev (izvedba delavnice in prodaja medenjakov), največje doživetje doživi seveda obiskovalec, ki svoje doživetje delil in širil med svoje prijatelje. Dober glas, ki se bo širil, bo obema soustvarjalcema čebelarskega turističnega doživetja pripeljal nove goste.

3.3 Izobraževanje

Čebelar svoje obiskovalce informira in jih izobražuje in pri tem ima čebelar veliko možnosti. Predstavitve lahko pripravi v svojem čebelarstvu (dan odprtih vrat, svetovni dan čebele) ali drugje (šole, podjetja, institucije). Za čebelarje je vsakršna predstavitev dobrodošla in hkrati pomeni promocijo lastnega in slovenskega čebelarstva. V kolikor so predstavitve podprte še s prodajo čebeljih pridelkov, mora čebelar to s pridom izkoristiti. Priložnost predstavitve in prodaje predstavljajo sejmi, tržnice in drugi dogodki. Čebelarske delavnice (izdelava medenjakov, sveč, poslikava panjskih končnic, izdelava in uporaba kozmetičnih izdelkov, sodelovanje pri čebelarskih opravilih in podobno) so največje doživetje za obiskovalce čebelarskega turizma, zato je priporočljivo, da čebelarji razmislijo o možnosti priprave in izvedbe kakšne izmed tovrstnih delavnic.

Že nekoč je veljalo, da je čebelarstvo poezija kmetijstva. Zato ne preseneča dejstvo, da se čebelarstvo čedalje bolj povezuje tudi z umetnostjo. Organizirajo se različni fotografski natečaji, likovni in literarni natečaji s čebelarskimi motivi ali drugimi tematsko povezanimi motivi, festival čebelarske pesmi in podobno. Vsa ta dela so nato obelodanjena v sklopu razstav in podobnih dogodkov. Predlagamo, da se ta ponudba kot delni turistični produkt vključi v ponudbo čebelarskega turizma.

Aktivna doživetja so za obiskovalca nepozabna in edinstvena izkušnja in čebelarji, ki pripravljajo čebelarsko turistično ponudbo za svoje obiskovalce, naj imajo to v mislih. Predlagamo, da svoje predstavitve nadgradijo z degustacijami in če imajo možnost tudi z delavnicami. Pri tem naj vključijo čim več človekovih čutil; vid, sluh, vonj, okus in druge. Na primer: ustni in slikovni predstavitvi medu in čebeljih pridelkov v kozmetične namene naj sledi še prikaz uporabe, tako imenovana demonstracija, v kolikor pa ima čebelar možnost, naj izvede delavnico, v kateri si bodo nek izdelek (medeni piling) izdelali obiskovalci sami. Na tak način lahko promovirajo naravne metode zdravljenja s pomočjo čebeljih pridelkov, ki ob pravilni uporabi lahko nadomestijo kompleksna zdravila. Ključnega pomena je, da pritegnejo pozornost redko uporabljeni čebelji pridelki, kot so propolis, matični mleček, cvetni prah in vosek. Prikaz raznovrstne uporabe čebeljih pridelkov v prehrani, medicini in kozmetiki je tudi promocija zdravega načina življenja in vrnitev k naravi (Woś, 2014, str. 68).

4 Zaključek

Na področju čebelarskega turizma je Slovenija vodilna država. S konkretnimi aktivnostmi, kot je organiziranost čebelarskih turističnih ponudnikov v sklopu Sekcije ponudnikov apiturizma pri Čebelarski zvezi Slovenije, z uvedbo certificiranja ponudnikov čebelarskega turizma, s skupno in načrtno promocijo čebelarskega turizma, orje ledino na področju čebelarskega turizma v svetu. Z zaščito avtohtone kranjske čebele se je Slovenija zavezala zelenemu in trajnostno naravnemu razvoju turizma. Majhni, unikatni ponudniki čebelarskega turizma nudijo obiskovalcu butično, unikatno in edinstveno doživetje, pri tem ponudijo turistu mirno in varno okolje, a hkrati raznolika doživetja, naravno okolje, bogastvo kulturnih lepot. Obiskovalec čebelarskega turizma lahko na tem nivoju doživi največjo osebno korist, osebno zadovoljstvo in veselje, to je izpolnitev samega sebe.

Čebelarji imajo pri razvoju svoje dejavnosti nešteto možnosti. Razvoj čebelarskega turizma, ki sledi Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma (2017–2021), daje čebelarjem možnost, da soustvarjajo ponudbo čebelarskega turizma v skladu s svojimi možnostmi in sposobnostmi, državo Slovenijo pa zasidrajo kot edinstveno čebelarsko turistično destinacijo.

5 Literatura in viri

1. Ambrožič, B. (2017). Pomen čebelarstva turizma. V P. Kozmus et al. (ur.), *Brez čebel ne bo življenja* (str. 302–303). Žirovnica: Beebooks.
2. Arih Korošec, T. (2013). Čebelarstvo turizem – priložnost za dodatni zaslužek. *Slovenski čebelar*, 115(11), III–IV.
3. Arih Korošec, T. (2017). Trenutni trendi na področju čebelarstva turizma. V P. Kozmus et al. (ur.), *Brez čebel ne bo življenja* (str. 304). Žirovnica: Beebooks.
4. Bajželj, M. (2018). *20. maj postal svetovni dan čebel na pobudo Slovenije*. Pridobljeno 18. 4. 2019 s spletne strani <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7414>.
5. *Certifikat SMGO*. Pridobljeno 20. 4. 2019 s spletne strani <http://www.slovenski-med.si/certifikat-smgo.html>.
6. Cviki, H. in Brezovec, T. (2006). *Uvod v turizem*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
7. Čebelarstvo Vogrinčič. *APIT*. Pridobljeno 23. 4. 2019 s spletne strani <http://www.apicebelarstvo.si/informirane-nalepke.html>.
8. Jannoni-Sebastianini, R. (2017). Apitourism: how tradition and innovation open new alleys for beekeeping. V B. Kaptan in E. Dayan (eds.), *45th Apimondia: international apicultural congress: abstract book: Istanbul, September 29th – October 4th 2017* (str. 93). Istanbul: Turkish Association Beekeepers.
9. Klemenčič, N. in Feher G. (2012). Razvoj turistične ponudbe v okviru trajnostnega razvoja podeželja v Občini Lendava. V M. Merkač Skok (ur.), *Znanje in poslovni izzivi globalizacije v letu 2012: zbornik referatov 4. mednarodne znanstvene konference, Celje, 15.–16. november 2012* (str. 801–808). Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
10. Lilek, N. (2018). *Izdelava in prodaja kozmetičnih izdelkov, ki vsebujejo čebelje pridelke*. Pridobljeno 23. 4. 2019 s spletne strani http://www.czs.si/objave_podrobno/9729.
11. Magdič, T. (2016). Dan čebelarstva turizma. *Slovenski čebelar*, 118(1), 33–34.
12. Magdič, T. (2018). Sheme kakovosti: priložnost za dvig prepoznavnosti in izboljšanje ekonomičnosti čebelarstva. V M. Zupančič in V. Avguštin (ur.), *Zbornik 41. dnevi čebelarstva, Celje, 17. 3. 2018* (str. 37–46). Lukovica: Čebelarska zveza Slovenije
13. Mihalič, T. (2008). *Turizem: ekonomski vidiki* (1. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
14. Razpet, M. (2016). *Analiza čebelarstva turizma v Sloveniji in močnosti razvoja produktov* (Diplomska naloga). Ljubljana: [M. Razpet].
15. Resolucija o zaščiti kranjske čebele. (2014). *Uradni list RS*, št. 18, str. 2040–2042.
16. Šivic, F. (2017). Začetki čebelarstva turizma v Sloveniji in svetu. V P. Kozmus et al. (ur.), *Brez čebel ne bo življenja* (str. 296–301). Žirovnica: Beebooks.
17. Šivic, F. (2008). Posvetovanje o čebelarstvu turizmu. *Slovenski čebelar*, 110(1), 21–22.

18. Woś, B. (2014). Api-tourism in Europe. *Journal of environmental and tourism analyses*, 2(1), 66–74.