

»Mladi za napredek Maribora 2013«
30. srečanje

RADVANSKA TRŽNICA

TURIZEM

INOVACIJSKI PREDLOG

0e q | k P 0 Š 0 S W Q E S Ü 0 V 0 P 0 A U 0 R U X 0 E Ž 0 S R 0 E Ž 0 Ü Š 0 E

T ^ } q | k Ü 0 0 P 0 E X 0 P 0 E Ü

¥ [| a U ¥ Š W Ö X S 0 A Ü Š 0 0 Ü ¥ S 0 A T 0 E Ü 0 U Ü

Maribor, februar 2013

KAZALO

1 UVOD.....	4
1.1 RADVANJE.....	4
1.2 PREDSTAVITEV IZBRANE TEME IN STRUKTURA NALOGE	5
1.3 OPREDELITEV VIROV, UPORABLJENIH V RAZISKAVI	6
1.4 UPORABLJENA METODOLOGIJA PRI IZDELAVI RAZISKOVALNE NALOGE	7
1.5 OPREDELITEV MOTIVOV ZA IZBIRO PREDLAGANE TEME	8
1.6 HIPOTEZE	8
2 USTVARJALNI DEL NALOGE.....	9
2.1 PREDSTAVITEV TRŽNICE	9
2.2 RAZISKAVA (OMEJITVE IN POTEK RAZISKAVE).....	9
2.3 IZDELKI, KI SE NA TRŽNICI PRODAJAJO	9
2.3.1 EKO IZDELKI IN ZDRAVA PREHRANA	9
2.3.2 PONUDBA NA TRŽNICI.....	10
2.4 INTERVJU	11
2.4.1 INTERVJU 1	11
2.4.2 INTERVJU 2	13
2.4.3 INTERVJU 3	13
2.5 OBISKANOST TRŽNICE	15
2.5.1 RADIO	15
2.5.2 PLAKATI	15
2.5.3 ZLOŽENKA.....	16
2.5.4 ZEMLJEVID.....	16
2.5.5 TABLA	16
2.6 DOGAJANJE NA TRŽNICI	16
2.6.1 OSNOVNA ŠOLA.....	17
2.6.2 TEMATSKE DELAVNICE IN DELAVNICE ZA OTROKE	17

2.7 TEMATSKE DELAVNICE IN DELAVNICE ZA OTROKE	17
2.7.1 PUST	17
2.7.2 STOJNICA NAŠE ŠOLE	17
2.7.3 BOŽIČ IN NOVO LETO	18
2.7.4 IZREZOVANJE BUČ	18
2.7.5 VALENTINOVO	18
2.7.6 JESENSKA PRAZNOVANJA (KOSTANJEV PIKNIK)	18
2.7.7 MARTINOVANJE	18
2.7.8 NAŠE ŽIVALI	18
2.7.9 KNJIŽNI SEJEM IN DOBRODELNOST	18
2.7.10 HUMANITARNE AKCIJE, ZBIRANJE PRISPEVKOV IN POPUSTI	18
2.8 TRADICIONALNA HRANA	19
2.8.1 BABIČINA STOJNICA	19
2.8.2 GOSTILNE V RADVANJU	20
2.9 ANKETA	22
3 UMEŠTITEV IDEJE V SEDANJI PROSTOR IN ČAS	28
4 SKLEPNI DEL	29
5 VIRI IN LITERATURA	30
6 PRILOGE	31
6.1 ANKETNI VPRAŠALNIK	31
6.1 POVZETEK V ANGLEŠČINI IN SLOVENŠČINI	32
6.2.1 POVZETEK IN KLJUČNE BESEDE	32
6.2.2 POVZETEK V ANGLEŠČINI	32

1 UVOD

V varnem zavetju neokrnjenega Pohorja leži prečudovito Radvanje, naš domači kraj; sredi Radvanja pa lep, a prazen trg s stojnicami, ki ne obratujejo. Toda vsako soboto tržnica oživi. Tam se zberejo prijateljski krajanji, ki tržnico spremenijo v topel, prijazen kraj in svoje izdelke ponujajo cel dopoldan. Kako to ne bi pritegnilo domačinov! Večina jih cilja na izdelke visoke kakovosti. Na tržnici so pa povrh vsega izdelki še iz domače proizvodnje! Vzdušje na tržnici je prav nalezljivo dobro, kot da bi se vsako soboto znova prerodila. Sreča kar odseva z obrazov prodajalcev, vse do nasmejanih kupcev. Vse to sem s prijateljicama na lastne oči videla tudi sama. Navdušilo nas je prav vse na tržnici, kjer so proizvodi naravni in domači. Nismo se mogle upreti in kupile smo kar precej stvari. Odločile smo se, da bomo tržnico in naš kraj Radvanje raziskale še bolj, zato smo tudi pripravile to turistično raziskovalno nalogo. Vemo, da bi se v Radvanju in na Radvanjski tržnici dalo narediti še več in upamo, da bomo s turistično raziskovalno nalogo in nekaterimi predlogi popestrile radvanjsko vzdušje. Pri pripravi inovacijskega predloga smo raziskovale teren, anketirale ljudi, odkrivala, kaj želijo izboljšati, tudi same pa smo predlagale nekaj sprememb.



Slika 1: Tržnica v Radvanju (fotografirala Alja Grlica, september 2012)

1.1 RADVANJE

Radvanje je mestna četrt Maribora. Je kraj s približno 8 tisoč prebivalci. Večina le-teh je zaposlenih v mestu, nekaj pa se jih ukvarja z obrtjo in kmetijstvom. Do druge svetovne vojne je bilo Radvanje samostojna občina, ki je segala vse od Nove vasi do vznožja Pohorja, sedaj pa je znano kot ena izmed mestnih četrti Maribora. Kljub temu pa s svojimi znamenitostmi pritegne veliko turistov. Nekatere izmed teh so: Radvanjski grad, Vzpenjača, Betnavski grad, Villa Rustica ... Seveda pa ne smemo pozabiti na vsakoletno smučarsko tekmovanje Zlata Lisica. Pred turisti se lahko pohvalimo z našo Radvanjsko tržnico, na kateri se prodajajo sveži, naravno pridelani izdelki. Tržnica vsak teden privabi turiste, saj je pomemben del Radvanja, a menimo, da jih privabi premalo. Zato bi rade popestrile dogajanje na tržnici z organiziranjem različnih nastopov, večjim oglaševanjem ...



Slika 2: Radvanje (<http://tonetoplakphotography.blogspot.com/2011/03/pohod-na-pohorje-spodnje-radvanje.html>, 21. 9. 2012, ob 13.53)

1.2 PREDSTAVITEV IZBRANE TEME IN STRUKTURA NALOGE

V letošnjem inovacijskem predlogu smo raziskovale radvanjsko tržnico, saj ima zanimivo lego v središču Radvanja in ima velik potencial, vendar ni dovolj znana. Zato smo se odločile raziskati tržnico in jo v turistični raziskovalni nalogi predstaviti širši množici ter oblikovati načrt, kako bi radvanjska tržnica postala bolj obiskana in oglaševana. Mnenje ljudi nam je v veliko oporo, saj računamo, da bomo prav od njih dobile glavno podporo in potrditev, da razmišljamo in delamo v pravi smeri.

Inovacijski predlog sestavlja opis Radvanja, tržnice in ponudbe na njej ter naše predloge. Vključile smo nekaj specialitet najbolj znanih restavracij in gostiln, naše predloge, kako bi tržnica lahko postala bolj zanimiva, intervjuje z osebami, ki so povezane s tržnico in anketo, ki smo jo izvedle med prebivalci Radvanja. Raziskovale smo, kakšna tržnica je Radvanjska tržnica, kako jo oglašujejo, kakšen je obisk ter ali ima tržnica dostop za invalide. Pozanimale smo se tudi, kaj obiskovalci in prodajalci menijo o oglaševanju tržnice, kaj o ponudbi ... Izvedele smo, da je tržnica po mnenju Radvanjčanov premalo oglaševana, zato smo izdelale zloženko, s katero smo želele ljudem podati osnovne informacije o tržnici in zagotoviti večji obisk. Z učenci naše šole smo se dogovorile, da bi lahko organizirali različne nastope na tržnici, pozanimale smo se tudi, če bi na šoli lahko potekal krožek, pri katerem bi učenci vsak teden obiskali tržnico, kjer bi ljudem podajali osnovne informacije o njej ter pomagali invalidom, slepim ... Lokalno radijsko postajo smo prosile, če bi lahko na radiu vrteli oglas, ki bi povečal obisk Radvanjske tržnice. Prodajalce smo vprašale, če bi bili pripravljeni narediti stojnico bolj primerno tujcem ter ljudem s posebnimi potrebami, saj bi tako zagotovili večji obisk. Ugotovile smo, da so vsi prodajalci in obiskovalci zelo zainteresirani za spremembe, zato smo se odločile izboljšati našo tržnico.



Slika 3: Radvanjska tržnica (fotografirala Kristina Sajovic, september 2012)

1.3 OPREDELITEV VIROV, UPORABLJENIH V RAZISKAVI

Temelj našega raziskovanja predstavlja metoda anketiranja ljudi na tržnici. Podatke smo iskale tudi v knjigah, spraševale ljudi, iskale po internetu in revijah. Delale smo večinoma na terenu, kjer smo fotografirale okolico ter teren, anketirale, raziskovale in nato vse ustrezno obdelale. Cilj naše turistične raziskovalne naloge je povečati obisk tržnice, predstaviti tržnico širši množici s primernim oglaševanjem ter jo narediti primerno za širši krog ljudi. Tudi same smo želele prispevati k oglaševanju, zato smo se najprej pri prodajalcih in obiskovalcih tržnice pozanimale, kakšno je oglaševanje, kako so bili oni seznanjeni s tržnico, kaj menijo o oglaševanju ... Ker smo ugotovile, da tržnica ni dobro oglaševana (v Radvanju ni tabel, ki bi oglaševale tržnico, ni prospektov ...) smo same naredile zloženko, ki oglašuje tržnico in obiskovalce seznanja z informacijami o njej. Zanimalo nas je, kakšne izdelke na tržnici prodajajo, zato smo opravile nekaj intervjujev. Izvedle smo tudi anketo, v kateri so anketiranci predvsem povedali, kaj kupujejo na tržnici, kako pogosto jo obiskujejo, ali bi jim bilo všeč, če bi tržnica potekala večkrat na teden ... Ker je naš cilj narediti tržnico primernejšo za večji krog ljudi, smo ugotovljale tudi, ali ima tržnica urejen dostop za invalide, če so na tržnici table za slepe ...



Slika 4: Radvanjski trg in tržnica (fotografirala Kristina Sajovic, oktober 2012)

1.4 UPORABLJENA METODOLOGIJA PRI IZDELAVI INOVACIJSKEGA PREDLOGA

Pri izdelavi naloge smo uporabljale različne metode dela:

- anketo,
- delo na terenu (fotografiranje, preučevanje, anketiranje),
- pisni viri (splet, literatura).

Ob ustvarjanju inovacijskega predloga smo se večinoma posluževale metode anketiranja, poleg tega pa smo tudi fotografirale proučevani teren, se pogovarjale z ljudmi in jih intervjuvale ter uporabljale nekatere pisne vire. Pozanimale smo se, kaj je ljudem všeč in kaj bi želeli spremeniti, dodati. Intervjuvale smo obiskovalce, da bi videle, kaj si oni želijo izboljšati na tržnici. Ogledale smo si tržnico in ugotovljale, če ima urejen dostop za invalide, skušale smo ugotoviti, če bi na tržnici lahko postavili table za slepe, pozanimale smo se, če bi si prodajalci vzeli čas in prodajali dvakrat tedensko, če bi bilo to možno. Raziskovale smo tudi, kako je tržnica oglaševana in kako bi me lahko pripomogle k temu. Izdelale smo načrt, kako bi oglaševale tržnico in prosile učence naše šole, da naredijo plakate, ki bi služili kot oglasi. Dogovorile smo se tudi za postavitve Ludvikove stojnice, na kateri bi prodajale izdelke učencev.



Slika 5: Tržnica (fotografirala Kristina Sajovic, september 2012)

1.5 OPREDELITEV MOTIVOV ZA IZBIRO PREDLAGANE TEME

Motivi za izbiro teme so:

- povečati število obiskovalcev na tržnici;
- organizirati prireditve na tržnici, da bi bila bolj zanimiva;
- spodbuditi oglaševanje tržnice;
- zagotoviti dostop ter možnost nakupovanja invalidom ter slepim;
- povečati obseg tržnice;
- se povezati s strankami in po njihovih željah oblikovati tržnico.

1.6 HIPOTEZE

Hipoteza 1: Radvanjska tržnica je premalo oglaševana.

Hipoteza 2: Domačini tržnice ne poznajo dovolj dobro.

Hipoteza 3: Obiskovalci ne obiščejo tržnice, ker se tu ne odvija družabno dogajanje.

Hipoteza 4: Domačini si želijo, da bi bila tržnica večja in atraktivnejša.



Slika 6: Radvanjski trg (fotografirala Kristina Sajovic, oktober 2012)

2 USTVARJALNI DEL INOVACIJSKEGA PREDLOGA

2.1 PREDSTAVITEV TRŽNICE

Radvanjska tržnica je tržnica, ki se odvija na Radvanjskem trgu enkrat tedensko, vsako soboto. Na tržnici je 12 stojnic, na katerih prodajalci prodajajo izključno BIO izdelke. Tržnica je dokaj dobro obiskana, čeprav si prodajalci želijo, da bi bilo obiska več. Obisk je posledica dejstva, da tržnica ni oglaševana. Obiskujejo jo predvsem prebivalci Radvanja, nekateri kupujejo le na tržnici, drugi pa tu kupujejo le občasno. Tržnico organizira Turistično društvo Radvanje.

2.2 RAZISKAVA (OMEJITVE IN POTEK RAZISKAVE)

Raziskovalno nalogo smo opravile s pomočjo anketiranja in intervjuvanja. Z navedenima metodama smo se pozanimale o podatkih o tržnici in povprašale ljudi, kako bi tržnico spremenili ter jo izboljšali. Pozanimale smo se tudi o njihovih željah in predlogih. Intervjuvale smo ljudi, ki so povezani s tržnico ter se pozanimale o oglaševanju in obisku tržnice.

2.3 IZDELKI, KI SE NA TRŽNICI PRODAJAJO

2.3.1 EKO IZDELKI IN ZDRAVA PREHRANA

EKO izdelki oz. ekološki izdelki so pridelki, ki so pridelani in predelani na čim bolj naraven način, zato imajo višjo prehransko vrednost. So brez dodatkov kemičnih sestavin.

V vsakdanjem življenju skoraj ni več izdelka, ki ne bi imel oznake EKO. Zato moramo biti pri nakupu EKO izdelka še posebej previdni, saj ni nujno, da je izdelek z oznako EKO ekološkega izvora. Najbolj zanesljivo kupovanje EKO izdelkov je na tržnici. Tudi na Radvanjski tržnici prodajajo EKO izdelke.

Tržnice vsebujejo veliko zdrave hrane. Res je, da so cene malo višje, so pa izdelki zato veliko kvalitetnejši kot v trgovini.

Vsak dan naj bi jedli žita, žitne izdelke, sadje in zelenjavo, mlečne izdelke, semena, stročnice, oreščke, namesto sončničnega pa naj bi uporabljali oljčno olje. Nekajkrat ne teden naj bi si privoščili perutnino, ribe, jajca in slaščice. Goveje, ovčje in svinjsko meso pa naj bi si privoščili le nekajkrat na mesec. Ampak tako se prehranjuje zelo malo ljudi.

Veliko ljudi hodi v restavracije s tako rečeno "fastfood" oz. hitro hrano. Ta hrana pa ni zdrava, saj vsebuje preveč maščob in ogljikovih hidratov.

Če se želimo pravilno, zdravo prehranjevati, je najbolje, da se odpravimo po nakupih nekam, kjer smo lahko prepričani, da je hrana zdrava in pridelana doma in ne v tovarni. Ko smo začele raziskovati tržnico, nas je skrbelo, da hrana na njej ni EKO, da ni domačega izvora, a smo kmalu ugotovile, da lahko prodajalcem na Radvanjski tržnici zaupamo. Zato smo prepričane, da bi se lahko vsi ljudje po nakupe odpravili na Radvanjsko tržnico.



Slika 7: EKO pridelki na stojnici (fotografirala Kristina Sajovic, oktober 2012)

2.3.2 PONUDBA NA TRŽNICI

Na tržnici prodajajo različna živila. Glede na to, kaj se na njih prodaja, je tržnica razdeljena na več stojnic. Mesna stojnica ponuja klobase, pečenice, zrezke ... Prodajalci, ki prodajajo predvsem sadje in zelenjavo, ponujajo fižol, solato, paradižnik, krompir, brokoli, grozdje, jabolka, buče, korenje, cvetačo ... Na stojnicah lahko najdemo tudi jajca, sir, med, krušne izdelke, pecivo, zelišča, gobe, kis, olje, razne sokove ... Vsi izdelki so ekološko pridelani in ponavadi vzgojeni na prodajalčevi kmetiji ali vrtu, zato se skozi leto vrste in količina prodajanih živil spreminjajo.

Na tržnici ponujajo:

Milka Koren: ekološko pridelana zelenjava, semena in sadike zelenjadnic, zdravilnih zelišč in dišavnic.

Borut Cerkvanič: posušena zelišča, čaji, sokovi, kis, olja, tinkture.

Zelena direktiva: izdelki industrijske konoplje (olje, moka, semena, pogače).

Katica Vindiš: sezonska zelenjava in sadje, sadike.

Marija Šlegl in Gregor Žugman: domača sezonska zelenjava in sadje, kislata repa in zelje, domači kruh.

Tomaž Cimerman: salame, zaseka, ocvirki, kruh, domača sezonska zelenjava, bučno olje, domača moka.

Franc Kropf: testenine, jajca, sezonska zelenjava in sadje.

Otilija Vertič: sezonska zelenjava, fižol, orehi, lešniki, semena stročnic.

Čebelarstvo Šauperl: med, matični mleček, cvetni prah, medeni liker, peneča medica, sveče iz čebeljega voska, propolis, osebna in poslovna darila.

David Repič: jajca, rezanci, domača sezonska zelenjava in sadje, bučno olje, kis, sokovi, vložena zelenjava.

Klavdija Began: kruh, pekovski izdelki, slašičarsko pecivo.

Vesna Knuplež: sezonska zelenjava in sadje, gibanice, drobno pecivo, kis, vložena zelenjava in sadje, sadni sokovi.



Slika 8: Stojnica (fotografirala Kristina Sajovic oktober 2012)

2.4 INTERVJU

2.4.1 INTERVJU 1

Odločile smo se, da bomo naredile intervju z eno od prodajalk na Radvanjski tržnici. Gospa, ki smo jo intervjuvale, je naša šolska kuharica in že vrsto let prodaja svoje domače pridelke na Radvanjski tržnici.

- Kaj prodajate na tržnici?
 - Prodajam predvsem sadje in zelenjavo, poleg tega pa še meso, pecivo, različne pijače ...

- Katerih živil največ prodate?
 - Največ prodam zelenjave in peciva.

- Imate stalne stranke?
 - Da.

- Koliko ljudi na dan povprečno obiše vašo stojnico?
 - Okrog 50.

- Kakšne so vaše cene?
 - Moje cene so zelo različne, izdelki stanejo od 1 do 10 evrov, vendar so moje cene nižje od cen drugih prodajalcev.

- Glede na kaj oblikujete svoje cene?
 - Svoje cene oblikujem glede na količino izdelka, ki ga prodajam, in povpraševanje.

- Ste zadovoljni s prodajo?
- Da.

- Kaj ljudje najbolj iščejo in katere izdelke najraje kupujejo? Jim je cena bolj pomembna kot kvaliteta?
- Najbolj iskana je zelenjava, vendar večini kupcev na tržnici cena ni bolj pomembna od kvalitete.

- Ali je tržnica dobro obiskana?
- Da.

- Kakšnega izvora so živila, ki jih prodajate?
- Vsa živila so ekološkega izvora, pridelana/narejena so doma.

- Če bi tržnica potekala dvakrat tedensko, bi prodajali dvakrat tedensko?
- Da, bi.

- Zakaj ljudje kupujejo na tržnici?
- Ker vedo, da se lahko zanesejo na prodajalce, ker so živila pridelana doma in ker so vsa živila eko.

- Ali poznate kakšno staro jed, ki se je kuhala prej, zdaj pa je mladi ne poznamo več?
- Da, npr. einmocht, kelj, einpren, eintopf ...

- Nam lahko razložite, kaj je to ? Kakšne jedi so to?
- To so stare jedi, ki smo jih jedli včasih. Eintopf, einmocht in einprein so vrste juh, kelj pa je ohrovt s krompirjem.

- Ste doma jedli kaj takšnega?
- Da, smo.

- Lahko vsak prodaja na tržnici?
- Da, lahko, po dogovoru s turističnim društvom Radvanje.

- Se vam zdi tržnica dobro oglaševana?
- Ne, zdi se mi, da je tržnica slabo oglaševana in želim si, da bi bila bolje.

- Zahvaljujemo se gospe Knuplež za sodelovanje!

2.4.2 INTERVJU 2

Opravile smo tudi naključni intervju z eno izmed obiskovalk tržnice. Gospa Irena Klopčič nam je prijazno pomagala.

- Kako pogosto obiskujete tržnico?
- Trikrat mesečno.

- Zakaj kupujete prav na tej tržnici?
 - Ker vem, kakšnega izvora so izdelki in želim kupovati izdelke, ki so domačega izvora.

- Ali kupujete pri stalnih prodajalcih?
 - Večinoma da.

- Ali se vam zdi tržnica dobro organizirana?
 - Da, vendar se mi zdi, da bi lahko potekala večkrat.

- Ali bi kaj spremenili, dodali?
 - Želim si, da bi bila ponudba na tržnici večja.

- Kakšne se vam zdijo cene?
 - V redu, niso previsoke in čeprav so višje kot v trgovinah, sem zaradi kakovosti izdelkov pripravljena plačati tudi višjo ceno.

- Če bi tržnica potekala dvakrat tedensko, bi jo obiskovali dvakrat tedensko?
 - Menim, da bi jo obiskovala, vendar najverjetneje ne redno.

- Se vam zdi tržnica dobro oglaševana?
 - Ne, zdi se mi premalo oglaševana.

- Če bi na tržnici organizirali nastope in delavnice, bi vam to bilo všeč? Bi tržnico raje obiskovali?
 - Da, menim, da bi organiziranje takšnih nastopov povečalo obisk tržnice in bi privabilo ljudi.

Zahvaljujemo se gospe Klopčič za sodelovanje!

2.4.3 INTERVJU 3

Odločile smo se narediti intervju s tajnico Turističnega društva Radvanje, gospo Minko Godec.

- Kdaj ste začeli organizirati tržnico in kdo jo organizira?
 - Tržnico v Radvanju smo prvič organizirali spomladi leta 2010, uradna otvoritev je bila 10. maja 2010. Organizira jo Turistično društvo Radvanje.

- Kako ste tržnico oglaševali na začetku?
 - Na začetku smo vse krajanje Radvanja o delovanju tržnice obvestili z letakom, ki ga je prejelo vsako gospodinjstvo. Sedaj se poslužujemo oglaševanja s pomočjo zloženke, spletne strani, Radvanjskih novic, facebook-a, tržnice same. Najbolj učinkovita reklama pa je seveda beseda krajanov, ki tržnice ne obiskujejo le zaradi nakupa ponujenih izdelkov, temveč tudi zaradi srečanja s sokrajanji.

- Ali lahko na tržnici prodaja vsak? Če da, kako lahko začne? Obstaja za prodajo na tržnici posebno dovoljenje?
 - Za prodajo na tržnici ima vsak prodajalec sklenjeno pogodbo s Turističnim društvom Radvanje. S podpisano pogodbo jamči za upoštevanje sprejetega tržnega reda. Vsak, ki bi

želel na tržnici prodajati, mora stopiti v stik z društvom in prodaja lahko le po dogovoru in sklenjeni pogodbi.

- Potrebujemo prodajalci za prodajo kakšno potrdilo o izvoru izdelkov, ki jih prodajajo?
- Prodajalci imajo za svoje delovanje in prodajo dokumentacijo, ki ustreza zakonskim merilom. Društvo ima kopije njihovih dovoljenj priložene k podpisanim pogodbam.

- Ali je tržnica že polna, ali bi na njej lahko prodajalo še več ljudi?
- Turistično društvo Radvanje je samo poskrbelo za izdelavo in seveda za stroške izdelave stojnic. Ta zalogaj je bil za nas kar velik in zato imamo na voljo do sedaj le deset stalnih prodajnih mest na stojnicah. Trenutno na tržnici prodajajo tudi trije prodajalci, ki prodajajo na mizah. Veliko je povpraševanja po dodatnih prodajnih mestih, vendar jim do izdelave dodatnih stojnic žal ne moremo ugoditi. Izdelavo novih dodatnih stojnic imamo v načrtu za letošnje leto, seveda če bomo zmogli ta strošek, saj se recesija pozna tudi pri nas.

- Ali tržnico danes še oglašujete?
- Tržnico oglašujemo pri vseh naših aktivnostih. Izdelan imamo tudi reklamni pano, ki je na prostoru tržnice. Delovanje je predstavljeno tudi na naši spletni strani.

- Je obisk tržnice velik? Ali bi si želeli, da bi bil večji?
- Obisk tržnice je zaenkrat po besedah prodajalcev zadovoljiv. Obisk je odvisen od vremena, potreb in seveda ponudbe. V času poletja, ko so vrtovi polni lastne zelenjave, potreba po sezonski zelenjavi in sadju upade. Na tržnici pa je ponudba zelo raznolika, od sezonskega sadja, zelenjave, do suho mesnih in pekovskih izdelkov. Zaradi pestre ponudbe je tudi obisk več ali manj enakomerno razporejen. Krajanje so tržnico zelo dobro sprejeli in je kraj, kjer se srečujejo ne glede na to, ali kaj potrebujejo ali ne. In to je bil tudi v osnovi namen organiziranja tržnice v Radvanju. Mislim, da smo z dobrim delom dosegli naš cilj. Seveda pa to ne bi bilo mogoče brez posameznikov, ki za tržnico skrbijo. Do nedavnega je zanjo skrbel ga. Karmen Valenti, sedaj ga. Ljubica Ferlinc. Na tržnici prodajata tudi ga. Koren in g. Cerkvencič, ki sta polna znanja o izdelkih in to prenašata tudi na kupce, ki k njima zelo radi zahajajo po nasvete. Največ doprinesejo seveda prodajalci s svojo dobro ponudbo, prijaznostjo in kakovostjo izdelkov, ki so pridelani doma, torej domači. Ne smemo pa pozabiti tudi na tiste člane društva, ki poskrbijo za sam prostor in njegovo urejenost. Ob tej priložnosti bi želela reči vsem tem hvala.

- Se na tržnici skozi leto odvijajo kakšne prireditve, na primer tematske delavnice, nastopi otrok? Če da, menite, da to vpliva na obisk tržnice? Če ne, menite, da bi z organiziranjem prireditev na tržnici lahko povečali obisk?
- V preteklem obdobju je bilo kar nekaj takšnih dejavnosti in jih načrtujemo tudi v bodoče. Zavedati pa se moramo, da je vsako delovanje odvisno od prostovoljnega dela članov in drugih podpornikov društva. Navsezadnje so tu stanovalci, ki jim s svojimi dejavnostmi kratimo mirno bivanje v našem kraju. Vse dodatne aktivnosti absolutno vplivajo na boljšo obiskanost tržnice, hkrati pa seveda zahtevajo delovanje v skladu z zakonom določenimi predpisi. Samo društvo na trgu skozi vse leto organizira veliko dejavnosti in tudi s tem povečuje obisk in prepoznavnost tržnice v Radvanju in širši okolici.

Zahvaljujemo se gospe Godec za sodelovanje.



Slika 9: Plakat Turističnega društva Radvanje (fotografirala Kristina Sajovic, oktober 2012)

2.5 OBISKANOST TRŽNICE

Radvanjska tržnica poteka enkrat tedensko, vsako soboto. Na njej prodajalci skozi celo leto prodajajo eko živila. Tržnico obiskujejo predvsem starejši, veliko je obiskovalcev starih ob 35-60 let, malo pa je mlajših od 35 let. Čeprav obiskovalcev ni malo in so prodajalci dokaj zadovoljni s tedenskim zaslužkom, se nam zdi, da v okolici tržnice živi še veliko ljudi, ki bi Radvanjsko tržnico obiskali, če bi vedeli zanjo. Pripravile smo nekaj predlogov, s katerimi bi lahko povečali obisk.

2.5.1 RADIO

Menimo, da bi z oglasom na radiu pripomogli k prepoznavnosti tržnice. Tudi same smo poklicale na Radio City, ki ga v Mariboru poslušajo veliko ljudi, in povprašale o stroških in učinkih reklame na radiu. Ugotovile smo, da bi z zbiranjem sredstev za reklamo na tržnici lahko plačali reklamo in pripomogli k prepoznavnosti tržnice.

2.5.2 PLAKATI

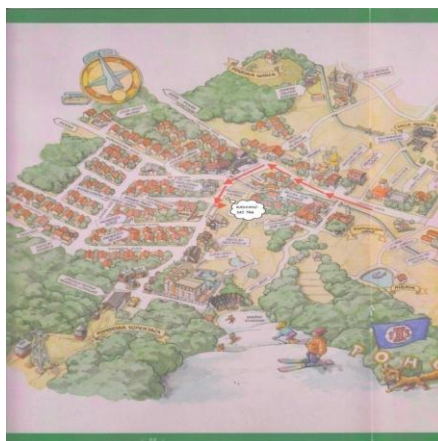
Metoda oglaševanja s plakati je cenejša, a vseeno mislimo, da bi bila učinkovita. Učenci naše šole so pripravljene narediti plakate o Radvanjski tržnici in jih izobesiti po naši šoli. Te plakate bi lahko obesili tudi v Radvanjskem vrtcu in Radvanju. Tako bi starše, otroke in Radvanjčane opozorili na tržnico.

2.5.3 ZLOŽENKA

V okviru turistične raziskovalne naloge smo naredile zloženko. Le-ta podaja bralcem osnovne informacije o tržnici in jo obenem oglašuje. Menimo, da bi v prihodnosti lahko delili naše zloženske ljudem v Radvanju, da bi lahko nekaj o tržnici tudi prebrali in se tja morda tudi odpravili.

2.5.4 ZEMLJEVID

Poleg zloženske bi lahko turistom v Radvanju ter tudi domačinom nudili zemljevide. Na le-teh bi lahko bila označena pot do tržnice od šole, ki jo obiskujemo me. Tako bi domačine opomnili na dejstvo, da imamo v Radvanju svojo tržnico, turistom pa bi pokazali pot do nje.



Slika 10: Zemljevid (povzeto po Aleksander Jankovič, univ.dipl.ing.arh.)

2.5.5 TABLA

Postavili bi lahko table, s katerimi bi oglaševali tržnico. Table bi izdelali sami in jih postavili po Radvanju. Tako bi opomnili domačine na tržnico in jo oglaševali. Na table bi lahko prilepili tudi zgoraj omenjeni zemljevid.



Slika 11: Primer table (narisala Neli Kučič)

2.6 DOGAJANJE NA TRŽNICI

Zavedamo se, da bi različni nastopi in delavnice, skratka, na splošno dogajanje na tržnici, lahko povečalo obisk tržnice in jo naredilo bolj zanimivo za obisk. Po mnenju strank, ki smo jih intervjuvale, bi nastopi in delavnice na tržnici pritegnili množice. Zbrale smo nekaj predlogov, kako bi popestrile dogajanje na tržnici.

2.6.1 OSNOVNA ŠOLA

Učenci naše šole ob nekaterih priložnostih nastopajo na Radvanjskem trgu. Če bi nastopali večkrat, na primer enkrat mesečno, bi s tem nedvomno popestrili dogajanje na tržnici in privabili

gledalce. Učenci bi imeli možnost pokazati svoje talente, obenem pa bi prispevali k boljšemu razpoloženju in vzdušju na tržnici.

2.6.2 TEMATSKE DELAVNICE IN DELAVNICE ZA OTROKE

Naš predlog je, da bi na tržnici lahko organizirali tudi tematske delavnice in delavnice za otroke. Potekale bi lahko enkrat mesečno in se nanašale na praznike v posameznem mesecu, na primer izrezovanje buč, izdelovanje pustnih mask ...

2.7 TEMATSKE DELAVNICE IN DELAVNICE ZA OTROKE

2.7.1 PUST

- izdelovanje pustnih mask na Radvanjski tržnici (delavnice za otroke),
- prodaja pustnih izdelkov na pustni dan (npr. krofi),
- praznovanje pusta na tržnici.

2.7.2 STOJNICA NAŠE ŠOLE

- prodaja izdelkov, ki jih bi učenci naredili v šoli.
- zbiranje denarja za šolski sklad.

V okviru naše šole bi lahko na Radvanjskem trgu prodajali tudi učenci naše šole. Mislimo, da bi tudi z organiziranjem stojnice naše šole lahko povečali obisk tržnice, saj bi tako tržnico obiskali tudi starši otrok, ki bi na tržnici prodajali. Poleg tega bi na tržnici bilo več ponudbe. V okviru naše šole bi lahko na stojnici prodajali izdelke, ki bi jih učenci izdelali v šoli. Na stojnici bi lahko prodajali tematske izdelke, npr. za božič božične voščilnice ... Učenci bi izdelke izdelali v šoli, izkupiček od prodaje pa bi namenili za šolski sklad. Prav tako bi na tržnici lahko nastopali učenci naše šole. Nastopi bi po mnenju prodajalcev in obiskovalcev dvignili priljubljenost in obisk tržnice. Na stojnici bi lahko tudi zbirali denar za nakup šolskih pripomočkov ... Tudi same smo v okviru pripravljanja raziskovalne naloge izdelale nekaj izdelkov, ki bi jih učenci na stojnici lahko prodajali. En izmed njih je zloženka. Le ta oglašuje Radvanjsko tržnico in podaja osnovne informacije o njej. Zloženko bi lahko prodajali na šolski stojnici prav tako pa bi jo lahko tudi delili v Radvanju, saj bi tako oglaševali tržnico.

2.7.3 BOŽIČ IN NOVO LETO

- prodajanje tradicionalnih božičnih izdelkov na tržnici,
- delavnice za otroke- pisanje pisem Božičku, izdelava daril,
- praznovanje božiča in novega leta na Radvanjskem trgu.

2.7.4 IZREZOVANJE BUČ

- prodaja buč pred nočjo čarovnic na tržnici,
- izrezovanje buč na noč čarovnic,
- delavnice za otroke- risanje grozljivih risb, izdelovanje kostumov ...

2.7.5 VALENTINOVO

- prodajanje voščilnic na tržnici,
- prodajanje Lectovih src.

2.7.6 JESENSKA PRAZNOVANJA (KOSTANJEV PIKNIK)

- prodajanje in pečenje kostanjev na tržnici,
- prodaja jesenskih pridelkov (npr. buč ...),
- prodajanje kostanjevih jedi,
- degustacija jedi.

2.7.7 MARTINOVANJE

- prodajanje grozdja na tržnici,
- stiskanje grozdja na Radvanjskem trgu,
- predstavitev in degustacija vin,
- Martinovo rajanje.

2.7.8 NAŠE ŽIVALI

- postavitve stojnice, na kateri bi ljudje podajali osnovne informacije o posameznih živalskih vrstah,
- sodelovanje z veterinarjem na stojnici, ki bi odgovarjal na vprašanja obiskovalcev.

2.7.9 KNJIŽNI SEJEM IN DOBRODELNOST

- postavitve stojnice, na kateri bi zbirali rabljene knjige in jih prodajali po nizkih cenah;
- zbiranje starih igrač, šolskih pripomočkov, oblačil na stojnici, ki bi jih darovali dobrodelnim organizacijam.

2.7.10 HUMANITARNE AKCIJE, ZBIRANJE PRISPEVKOV IN POPUSTI

- zbiranje prispevkov za humanitarne akcije na tržnici;
- prodajanje izdelkov katerih del denarja, ki bi ga ob prodaji zbrali, bi bil namenjen v dobrodelne namene;
- organiziranje znižanj cen in popustov na tržnici.

Na tržnici bi lahko organizirali popuste in akcije ob različnih dnevih, saj bi znižanja cen privabila obiskovalce. Prav tako bi lahko na tržnicah organizirali akcije, ob katerih bi kupec ob nakupu blaga prejel brezplačno darilo ali dodatek.

2.8 TRADICIONALNE JEDI

2.8.1 BABIČINA STOJNICA

Na tržnici bi lahko stala tudi babičina stojnica. To bi bila stojnica, na kateri bi prodajali stare, tradicionalne jedi. Ob raziskovanju tržnice smo ugotovile, da na njej kupuje veliko starejših ljudi. Ko smo jih anketirale, smo izvedele, da še vedno jedo domačo hrano, ki so jo jedli včasih. Glede na to, da živimo v kraju, ki je znan po nekaterih tradicionalnih jedeh in glede na to, da smo bile ob raziskovanju Radvanjske tržnice v stiku tudi z ljudmi, ki vedo veliko o tradicionalni hrani, smo se odločile del naše turistične raziskovalne naloge nameniti tudi domačim, tradicionalnim jedem in hrani.

Tradicionalna hrana, torej hrana, ki so jo jedli naši predniki, je pri nas razširjena veliko bolj, kot si sploh predstavljamo. Starejši ljudje jo še vedno jedo doma in znanje o tej hrani prenašajo na potomce. Pozanimale smo se o nekaterih izrazih, ki so jih ljudje včasih uporabljali za poimenovanje različnih jedi. Spodaj naštetje jedi bi lahko prodajali na babičini stojnici. Tako bi ohranjali običaje in kulturo naših prababic in pradedkov, obenem pa bi učili mlade o tej hrani.

Hrana, ki so jo včasih jedli in izrazi, ki so se uporabljali za poimenovanje le-te:

- ajnmohc: obara
- železna župa: krompirjeva juha
- prenošnica: prežganka
- ajeršpajz: pečena jajca
- moletni: palačinke
- ožejenižganki: žganci iz krompirja in moke
- plehošnica: gibanica
- klecnprot: sadni kruh
- zabo: zaseka
- sedenca: kislo mleko
- nudlči: ribana kaša

2.8.2 GOSTILNE V RADVANJU

V Radvanju se nahaja veliko gostiln, ki ponujajo različno hrano. Veliko jih ponuja tudi tradicionalno, domačo hrano. Gostilne bi se s to hrano lahko predstavile na tržnici in jo nudile za degustacijo. To bi vsekakor poskrbelo za dobro vzdušje na tržnici in višji obisk, saj bi ljudi najverjetneje zanimala tradicionalna hrana, ki jo gostilne ponujajo. Šlo bi za stojnico, kjer bi ljudje izmenjevali recepte, imena za tradicionalno hrano, izkušnje in spomine. Tako bi ohranjali običaje in kulturo in se drug o drugem veliko naučili.

Tradicionalna oziroma za naše območje značilna hrana, ki bi jo gostilne lahko predstavile:

Gostilna Pri kostanju:

- pohorska omleta
- pečenica z zeljem
- domača klobasa
- domači narezek



Slika 12: Gostilna Pri kostanju (fotografirala Kristina Sajovic, november 2012)

Gostilna Poštela:

- gobova juha z ajdovimi žganci
- praženi jurčki z ajdovo kašo
- ajdovi štruklji s proseno kašo



Slika 13: Znak Gostilne Poštela (fotografirala Kristina Sajovic, november 2012)

Gostišče Merano:

- narezek iz tunke z zaseko
- štajerska sezonska solata



Slika 14: Gostišče Merano (z interneta: <http://www.trivago.si/maribor-530396/hotel/garni-merano-1217286/slika-i6638541>, 26. 1. 2013, 19.24)

Gostilna Pri lipi:

- koline
- štajersko vino
- meso iz tunke
- krvavice



Slika 15: Gostilna Pri lipi (fotografirala Kristina Sajovic, november 2012)

2.9 ANKETA

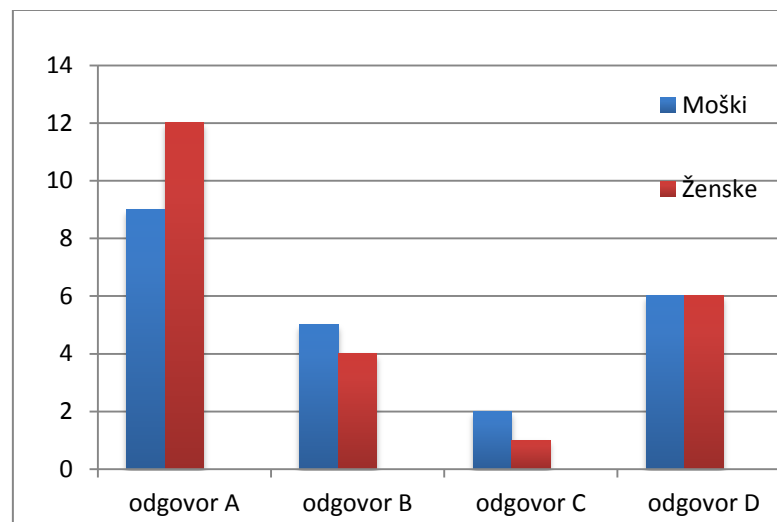
Anketirale smo približno 20 moških in 25 žensk. Ugotovile smo, da je največ ljudi, ki prihaja na tržnico, starih med 40 in 70 let, najmanj obiskovalcev je tistih, ki so stari pod 25 let.



Slika 16: Prazna tržnica (fotografirala Kristina Sajovic, september 2012)

Vprašanje 1: Kaj kupujete na tržnici?

Graf 1:

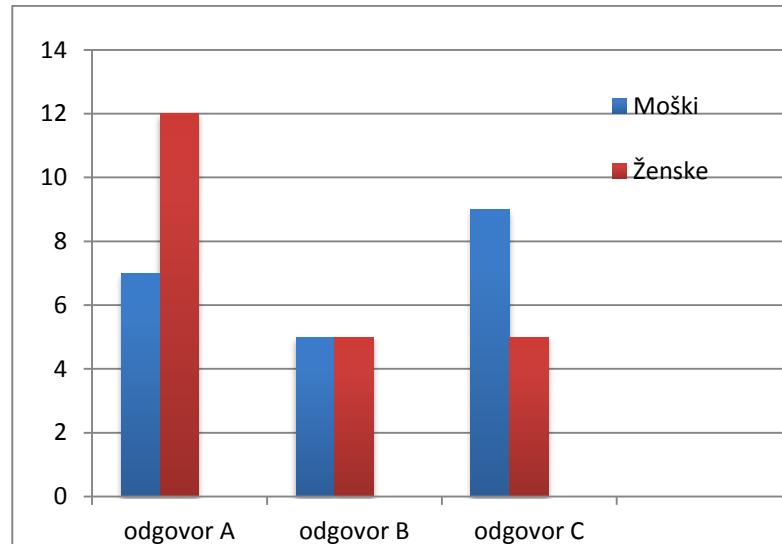


- a) Zelenjavo
- b) Sadje
- c) Meso
- d) Mešano (jajca, pijače, med, olje, kis, semena ...)

Večina obiskovalcev na tržnici kupuje zelenjavo, veliko ljudi (predvsem starejših) pa na tržnici kupuje mešana živila, predvsem olje, kis, pijače ter med.

Vprašanje 2: Zakaj kupujete ravno na tržnici?

Graf 2:

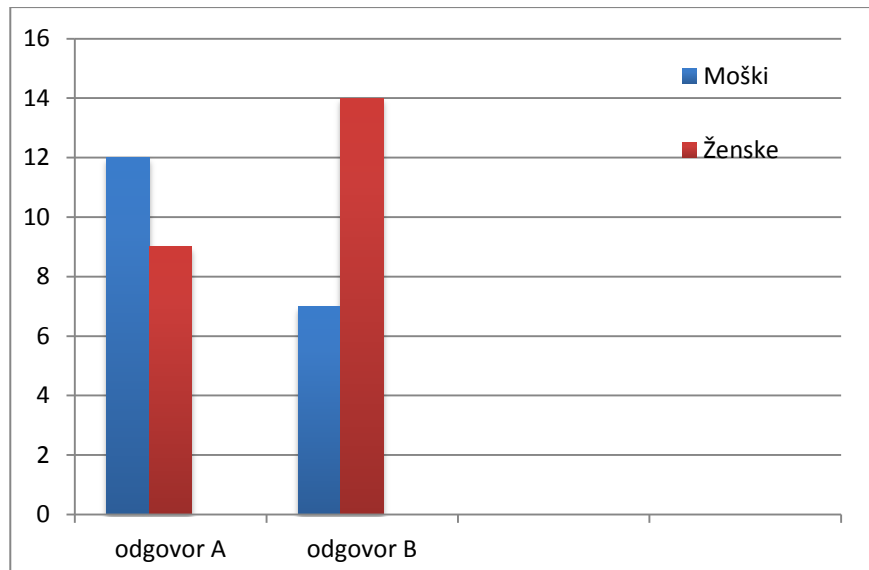


- a) Zaradi kvalitete
- b) Zaradi vzdušja
- c) Zaradi lokacije

Večina ljudi kupuje na tržnici zaradi kvalitete izdelkov, vendar pa veliko ljudi pride na tržnico, ker imajo med vikendom čas in je tržnica blizu njihovega doma ali pa zato, ker jim je na tržnici všeč vzdušje. Veliko jih je namreč povedalo, da imajo ob sobotnem obisku čas za pogovor s prijatelji, ki jih tam srečajo, ali pa s prodajalci.

Vprašanje 3: Kakšne se vam zdijo cene izdelkov?

Graf 3:

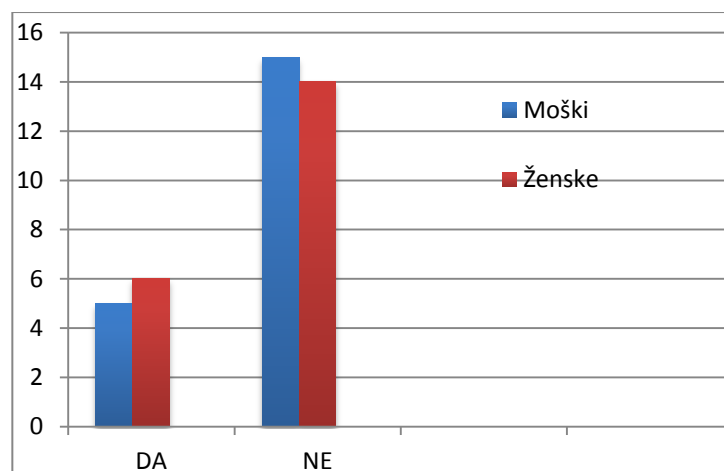


- a) Visoke
- b) Normalne

Večini obiskovalcev (predvsem mlajšim generacijam) se zdijo cene na tržnici normalne, vendar se nekaterim ljudem, predvsem starejšim, zdijo cene rahlo visoke. Čeprav se zavedajo, da je kvaliteta tista, ki vpliva na ceno, si želijo, da bi bile cene malce dostopnejše.

Vprašanje 4: Ali imate na tržnici svojega prodajalca, pri katerem kupujete?

Graf 4:

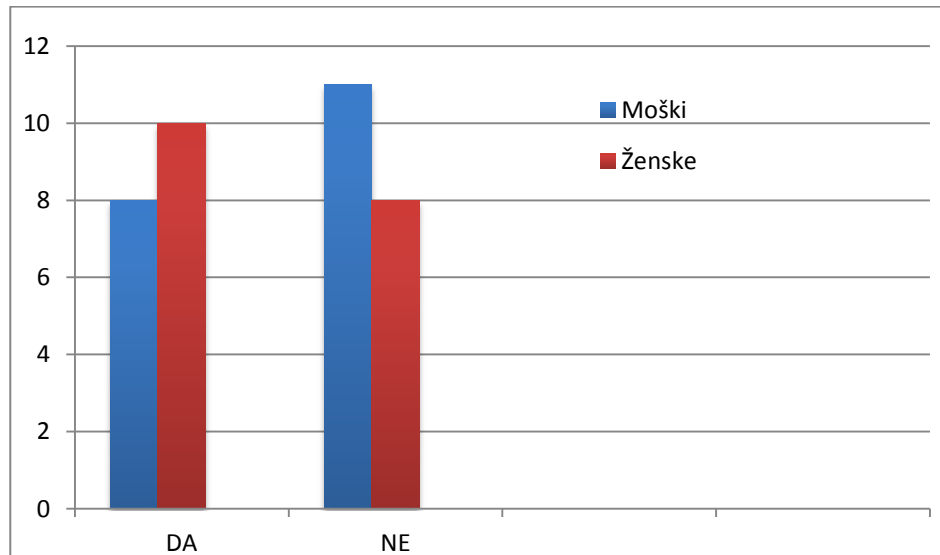


- a) DA
- b) NE

Večina ljudi na tržnici nima svojega prodajalca. Večina obiskovalcev obišče vse stojnice.

Vprašanje 5: Ali pazite na ceno izdelkov, ki jih kupite?

Graf 5:

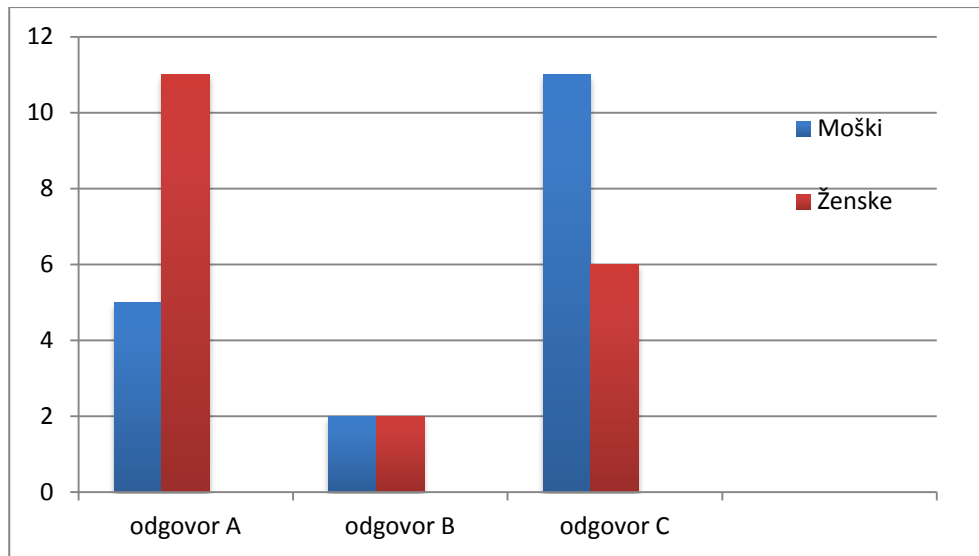


- a) DA
- b) NE

Približno polovica anketirancev je na vprašanje odgovorila z DA. To so predvsem starejši, ki si, kot je pokazala anketa, želijo nižjih cen, saj se jim velikokrat zdi, da na tržnici porabijo veliko denarja za nakup, obenem pa količina nakupljenega blaga ni velika. Druga polovica anketirancev pa je na to vprašanje odgovorila z NE. To so predvsem mlajše generacije kupcev, ki se zavedajo, da je na tržnici kvaliteta izdelkov res visoka in so za kvaliteto pripravljeni plačati tudi višje zneske denarja.

Vprašanje 6: Kaj najraje kuhate doma?

Graf 6:



- a) Zelenjavne jedi (zelenjavne juhe, testenine z zelenjavo ...)
- b) Mesne jedi (mesne juhe, meso ...)
- c) Mešano (juhe, mesne jedi z zelenjavno prilogo ...)

Veliko ljudi kuha doma mešane jedi, kot so različne juhe in meso z zelenjavno prilogo, kar nekaj jih pa kuha tudi izključno zelenjavne jedi, npr. zelenjavne juhe, testenine z zelenjavo. Zelo malo ljudi pa doma kuha mesne jedi.

Preglednica anketiranih

		<i>MOŠKI</i>				<i>ŽENSKE</i>			
		0-25	25-40	40-60	60-90	0-25	25-40	40-60	60-90
1	a)	1	1	5	2	0	1	6	5
	b)	0	0	1	4	0	1	2	1
	c)	0	1	0	1	0	0	0	1
	d)	1	0	2	4	1	0	4	2
2	a)		3	1	3	1	2	6	3
	b)	1	1	1	2	1	1	1	2
	c)	1	5	2	1	0	1	1	3
3	a)	1	3	5	3	0	2	3	3
	b)	1	2	2	2	0	3	5	6
4	DA	1	1	2	1	0	0	4	2
	NE	2	4	4	5	0	3	7	4
5	DA	1	2	3	2	0	3	4	3
	NE	1	3	4	3	0	1	6	1
6	a)	2	1	1	1	1	3	5	2
	b)			1	1			1	1
	c)	2	2	4	3	1	1	2	2

3 UMESTITEV IDEJE V SEDANJI PROSTOR IN ČAS

- Osnovna šola Ludvika Pliberška Maribor
- Radvanjski trg
- Turistično društvo Radvanje
- gostišča v Radvanju

4 SKLEPNI DEL

Turistična raziskovalna naloga je namenjena izboljšanju Radvanjske tržnice. Ustvarile smo jo, ker želimo popestriti dogajanje na Radvanjski tržnici, jo narediti bolj zanimivo in povečati njen obisk. Vse ideje vključene v turistični raziskovalni nalogi so izvedljive. Izvedba naših predlogov bi pozitivno vplivala na vse domačine in turiste. Turistično raziskovalno nalogo smo pripravile, ker si želimo uresničiti težnje sokrajanov po večji, lepši in bolj obiskani tržnici. Naša turistična raziskovalna naloga je nedvomno družbeno odgovorna, saj bi pozitivno vplivala na vse ljudi, ki so v rednem stiku z Radvanjsko tržnico.

5 LITERATURA IN VIRI

www.radvanje.org (12. 1. 2013, ob 9.50)

<http://sl.wikipedia.org/wiki/Radvanje> (23. 9. 2012, ob 15.06)

<http://maribor-pohorje.si/gostilna-pri-lipi.aspx> (12. 10. 2012, ob 19.44)

FERLINC, L. Društva se predstavljajo: Radvanjska tržnica. *Radvanjske novice*: Glasilo mestne četrti Radvanje, 2012, str. 9

DEKLEVA M., Razvoj turističnih krajev: udeležba krajanov: priročnik, Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 1998.

DETELA M., Abeceda turizma, Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 2007.

6 PRILOGE

6.1 ANKETNI VPRAŠALNIK

Spol: Ž M

Starost: _____ let

1. Kaj kupujete na tržnici?

- a. Zelenjavo
- b. Sadje
- c. Meso
- d. Mešano

2. Zakaj kupujete ravno na tržnici?

- a. Zaradi kvalitete
- b. Zaradi vzdušja
- c. Zaradi lokacije

3. Kakšne se vam zdijo cene izdelkov?

- a. Visoke
- b. Normalne

4. Ali imate na tržnici svojega prodajalca, pri katerem kupujete?

- a. DA
- b. NE

5. Ali pazite na ceno izdelkov, ki jih kupite?

- a. DA
- b. NE

6. Kaj najraje kuhate doma?

- a. Zelenjavne jedi
- b. Mesne jedi
- c. Mešano

6.2 POVZETEK V SLOVENŠČINI IN ANGLEŠČINI

6.2.1 POVZETEK IN KLJUČNE BESEDE

Turistično raziskovalno nalogo smo ustvarile, da bi osvestile ljudi o delovanju Radvanjske tržnice in popestrile dogajanje na njej. Želimo jo narediti bolj zanimivo in povečati njen obisk. Vse ideje vključene v turistični raziskovalni nalogi so izvedljive. Izvedba naših predlogov bi nedvomno pozitivno vplivala na vse domačine in turiste v Radvanju. Turistično raziskovalno nalogo smo pripravile, ker si želimo uresničiti težnje sokrajanov po večji, lepši in bolj obiskani tržnici.

Naša turistična raziskovalna naloga je družbeno odgovorna, saj bi pozitivno vplivala na vse ljudi, ki so v rednem stiku z Radvanjsko tržnico.

6.2.2 POVZETEK V ANGLEŠČINI

Our research work in the field of tourism was done in order to let people know about the open market in Radvanje, and other activities connected to it. We would like to make it more interesting, and therefore increase the number of customers. We strongly believe that all our ideas included in the research work can be carried out and would positively contribute on the quality of locals' life, as well as the tourist offer. We follow the locals' dream of a more beautiful, bigger, and more frequently visited open market.

Our research work is of a social value due to its positive influence on the people in regular touch with the market.