

OSNOVNA ŠOLA LUDVIKA PLIBERŠKA MARIBOR

Tel.: 02/ 42 12 802

E-pošta: tajnistvo-ludvika.mb@guest.arnes.si

25. FESTIVAL
TURIZMU POMAGA LASTNA GLAVA

Na radvanjskem trgu vedno je fajn

Mentorice: Ribana Višnar
Mateja Arko
Vera Kožuh
Melita Djordjević

Avtorji:
Analina Kralj
Maša Hötzl
Tajda Majhenič
Teja Makuc
Ana Vranešević
Klemen Knuplež

Januar, 2011

Kazalo

UVOD	4
1. RADVANJE	4
1.2 PREDSTAVITEV IZBRANE TEME IN STRUKTURA NALOGE.....	5
1.3 UPORABLJENE METODOLOGIJE PRI IZDELAVI RAZISKOVALNE NALOGE	5
1.4 OPREDELITEV VIROV, UPORABLJENIH V RAZISKAVI	6
1.5. OPREDELITEV MOTIVOV ZA IZBIRO PREDLAGANE TEME	6
1.6 HIPOTEZE	6
2. USTVARJALNI DEL NALOGE	6
2.1 VSEBINSKA IZODIŠČA TURISTIČNE	6
2.2 RADVANJSKI TRG	6
2.3 RAZISKAVA-PREDVIDENE OMEJITVE IN POTEK RAZISKAVE.....	7
2.4 PREDLOG PRIREDITEV	7
2.4.1 KOSTANJEV PIKNIK.....	7
2.4.2 PRIKAZ STISKANJA GROZDJA IN MARTINOVANJE	7
2.4.3 JESENSKI PRIDELKI	7
2.4.4 BOTANIČNI POPOLDAN.....	8
2.4.5 IMEJMO JIH RADI	8
2.4.6 PREDSTAVITEV ŠOLE, VRTCA.....	8
2.4.7 NOČ ČAROVNIC.....	8
2.4.8 BOŽIČKOVANJE	9
2.8.9 NOVOLETNI SEJEM.....	9
2.4.10 PREDSTAVITEV GOSTILN V RADVANJU	10
2.4.11 GOSTILNE:.....	12
Stara lipa.....	12
2.4.13 LITERARNI VEČER	13
2.4.14 PREDSTAVITEV OKOLIŠKIH TRGOVIN	14
2.4.15 PUST.....	14
2.4.16 VALENTINOVO SREČANJE	14
2.4.17 DRUŠTVA SE PREDSTAVIJO	14
2.4.18 MATERINSKI DAN.....	14
2.4.19 ŠE MALO KUHARSKIH SPRETNOSTI JE POTREBNIH	15
2.4.20 HUMANITARNE AKCIJE	15
2.4.21 ANKETA.....	15
3. OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PROIZVODA	20
3.1 PREDSTAVITEV IDEJE.....	20
3.2 OBLIKOVANJE BLAGOVNE ZNAMKE	20
3.2.1 PRIKAZ TURISTIČNE TRŽNICE	20
3.2.2 POIMENOVANJE IZDELKOV	20
3.2.3 ZLOŽENKA:	21
3.2.4 PISALO:	21
3.2.5 KNJIGA:	22
3.2.6 RAZGLED NICA:	22
3.2.7 TURISTIČN SPOMINEK:.....	22
3.2.8 MAJICA:	22
3.2.9 OZNAKA BLAGOVNE ZNAMKE.....	23
3.2.10 AGENCIJA LUDVIK	23
3.2.11 UMESTITEV PREDSTAVLJENE IDEJE V SEDANJI PROSTOR IN ČAS.....	23
4. SKLEPNI DEL	24
5. LITERATURA IN VIRI	24
1. PRILOGE	24

6.1 ANKETNI VPRAŠALNIK.....	24
-----------------------------	----

KAZALO GRAFOV

GRAF 1-PRIHAJANJE NA TRG	15
GRAF 2-NAJBOLJŠE NA TRGU	21
<i>Graf 3-prireditve</i>	21
GRAF 4-KAKŠNE PRIREDITVE	22
GRAF 5-OGLAŠEVANJE	22
Graf 6-sprememba dneva	18

Povzetek

V letošnjem inovacijskem predlogu sva se dotaknili radvanjske tržnice, saj ima zanimivo lego v središču Radvanja in kraj potrebuje mesto, ki bi združevalo ljudi in hkrati privabljal turiste. Zato sva naredili načrt raznih prireditvev, ki bi se odvijale na radvanjski tržnici. Mnenje ljudi nama je v veliko oporo, saj sva prav od njih dobili glavno podporo in potrditev, da razmišljava in delava v pravo smeri.

Summary: In this years innovative proposale we tolked little bit about radvanjski trg, because it has an intresting location in the middle of radvanje and this place needs a spot, that would combine people and at the same time it would attract many tourists. And that's why we did a plan of a lot of diferent events, that could be happening on the market. Opinion of the people is realy important to us because we actually got the most support from them. And they were the ones who confirm that we're thinking and working in right direction.

UVOD

*Na radvanjskem trgu tržnica stoji,
vsak dan gre mimo stotine ljudi,
a da je tam, se nihče ne zaveda,
nihče je ne pogleda.
Tam dolgo osamljena stoji,
dokler radvanjsko Turistično društvo ne prihiti.
Hitro jo oživi
in ji videz spremeni,
zdaj vsako soboto tu veliko je veselih ljudi.*

Nekega meglenega oktobrskega dne sva se sprehajali po radvanjskih ulicah. Ko sva šli mimo radvanjskega trga, sva zagledali prazne stojnice. Za trenutek sva bili tiho, potem pa sva se spogledali in vedela sem, da misliva enako. To bo treba še malo raziskati ... Odkrili sva, da je na tem trgu vsako soboto tržnica, na kateri prodajajo domače bio izdelke. V soboto sva odšli na trg in bili sva zelo presenečeni. To ni bila kakšna dolgočasna tržnica. Vzdušje je bilo veliko boljše kot sva pričakovali. Tam je bilo veliko ljudi in videlo se je, da so vsi dobre volje. Ko sva se sprehajali po trgu, sva se kaj hitro našli dobre volje in bilo nama je prav žal, ko sva morali domov.

Ideja se je porodila. Naredili bova inovacijski predlog na temo radvanjska tržnica, saj želiva, da je Radvanje turistom in domačinom prijazen in zanimiv kraj.

RADVANJE

Radvanje je kraj s približno 8 tisoč prebivalci in [mestno četrtjo mariborske](#) občine. Vse do druge svetovne vojne je bilo Radvanje samostojna občina. Vasi so bile kmetijsko zasnovane, saj so pridelale največ pridelkov (mleko, sadje, živina, gobe ...), ki so se prodajali v Mariboru. Velik del prebivalstva je živel od obrti ali pa so bili zaposleni v mestu. Danes je kmetij le še malo, večina ljudi pa dela v mestu in okolici. Radvanje je za turiste zelo privlačen kraj, ki ga tržnica dela še bolj zanimivega. Imamo veliko zanimivosti, kot so Radvanjski in Betnavski grad, Villa Rustica in Vzpenjača. Znano pa je tudi po tem, da se tukaj vsako zimo odvija smučarsko tekmovanje za Zlato lisico. Radvanje že zdaj privablja veliko turistov, ampak upamo, da jih bo s pomočjo tržnice privabilo še več.



Slika 1: Panoramska slika Radvanja (internet: <http://en.hribi.net/slika.asp?pot=43510> 21.1.2011, 15.26 h)

1.2 PREDSTAVITEV IZBRANE TEME IN STRUKTURA NALOGE

V letošnjem inovacijskem predlogu sva se dotaknile radvanjske tržnice, saj ima zanimivo lego v središču Radvanja in kraj potrebuje mesto, ki bi združevalo ljudi in hkrati privabljal turiste. Zato bova naredili načrt raznih prireditev, ki bi se odvijale na radvanjski tržnici. Mnenje ljudi nama je v veliko oporo, saj računava, da bova prav od njih dobili glavno podporo in potrditev, da razmišljava in delava v pravi smeri.

Inovacijski predlog sestavlja opis Radvanja, tržnice in turističnih točk v Radvanju. Seveda sva vključili tudi nekaj specialitet najbolj znanih restavracij, gostiln in kavarn, pa tudi praznike in običaje ter anketo, ki sva jo izvedli med prebivalci Radvanja in zamisli o Agenciji Ludvik.



Slika 2: Radvanjska tržnica v soboto (fotografirala Analina Kralj, oktober 2010)

1.3 UPORABLJENE METODOLOGIJE PRI IZDELAVI RAZISKOVALNE NALOGE

Pri izdelavi naloge smo uporabljale različne metode dela:

- anketo,
- metoda pisnih virov,
- delo na terenu.

Na terenu sva veliko fotografirali, preučevali teren našega inovacijskega predloga, se dogovarjali o spremembah in ureditvi okolice. Pozanimali sva se, kaj je ljudem všeč in kaj bi želeli spremeniti, dodati.



Slika 3: Anketiranje na trgu (fotografirala Maša Hötzl, oktober 2010)

1.4 OPREDELITEV VIROV, UPORABLJENIH V RAZISKAVI

Temelj našega raziskovanja predstavlja metoda anketiranja ljudi na trgu. Iskali sva podatke v knjigah, spraševali ljudi, iskali po internetu in v revijah. Delali sva tudi na terenu, kjer sva fotografirali okolico ter teren in nato vse ustrezno obdelali. Porodile so se nama tudi ideje, ki bi pomagale, da bi bil trg bolj obiskan. Izdelali sva izdelke, ki bi jih lahko prodajali.

1.5 OPREDELITEV MOTIVOV ZA IZBIRO PREDLAGANE TEME

Motivi za izbiro naše teme so naslednji:

- urediti trg, da bi postal zanimivejši za turiste in krajanje;
- spodbujati ljudi, da se odpravijo na prireditve na trgu;
- obiskovalcem ponuditi novosti, ki jih še ne poznajo;
- obuditi stare običaje;
- motivirati mlade za aktivnejšo in zdravo preživljanje prostega časa;
- da bi imel trg več delavnic in prireditev.

1.6 HIPOTEZE

1. Hipoteza 1: udeležba mladih na trgu je odvisna od atraktivnosti dogajanja.
2. Hipoteza 2: prebivalci se premalo zanimajo za dogajanje na trgu.
3. Hipoteza 3: krajanje bi radi imeli več dogajanja na trgu.
4. Hipoteza 4: radvanjski trg je osrednje prizorišče družabnega življenja.

2 USTVARJALNI DEL NALOGE

2.1 VSEBINSKA IZHODIŠČA TURISTIČNE

Izhodišče in predmet naše raziskovalne naloge predstavlja turistično ureditev trga, da bi trg imel več kulturnih, športnih, zabavnih in literarnih prireditev.

2.2 RADVANJSKI TRG

Radvanjski trg je zelo zanimiv za domačine in tudi za turiste. Čeprav je zelo majhen, ima za Radvanje velik pomen. Na njem se odvijajo različne prireditve v vseh letnih časih. Velik delež zasluge imajo otroci, ki pridno nastopajo in izdelujejo izdelke, ki se kasneje na trgu tudi prodajajo.

Trg je obdan z različnimi stavbami (gostilne, bloki, lekarna, pošta in trgovine).

Vsako soboto se na trgu odvija tržnica. Veliko ljudi zanjo ne ve, ker je premalo promocije zanjo. Veliko ljudi se v soboto na tržnici sreča s prijatelji ter si naredijo družaben dogodek.

Pohvala gre Turističnemu društvu, ki se zelo trudi za Radvanje.



Slika 4: Trg (fotografirala Maša Hötzl, oktober 2010)

2.3 RAZISKAVA (PREDVIDENE OMEJITVE IN POTEK RAZISKAVE)

Raziskovalni del naloge sva opravili s pomočjo metode anketiranja in intervjuja. Anketirale sva naključne ljudi. Povprašali sva, kako bi naredili trg še bolj privlačen, kaj bi želeli na območju trga in še marsikaj, kar bi nama koristilo pri raziskovalni nalogi.

2.4 PREDLOG PRIREDITEV

2.4.1 KOSTANJEV PIKNIK

- Vodenje nabiranja kostanjev, npr. kostanjeva učna pot.
- Degustacija kostanjevih jedi.
- Predavanje o receptih in zdravi prehrani.
- Zabavno druženje.

2.4.2 PRIKAZ STISKANJA GROZDJA IN MARTINOVANJE

- Pridelava vin, prikaz stiskanja mošta.
- Predstavitve vinogradnikov kraja.
- Degustacija različnih vin.
- Peka kostanjev.
- Rajanje.

Martinovanje zaključuje jesensko delo. Šege in navade se prepletajo z »jesenskim pustom«. Gos je obvezna jed na ta dan. Nekoč so prerokovali iz drobovine in kosti žrtvenih živali. Če je bila prsna kost »Martinove goske« rjava, je pomenilo, da bo zima mrzla. Če pa je bila bela, pa na bi bilo veliko snega.

2.4.3 JESENSKI PRIDELKI

- Predstavitve eko kmetij.
- Predstavitve pomena zdrave prehrane in zdravega načina pridelave hrane.

2.4.4 BOTANIČNI POPOLDAN

- Razstava zdravilnih zelišč.
- Predstavitev zelišč v načinu zdravljenja in krepitev organizma.
- Nabiranje zelišč z vodenjem.

2.4.5 IMEJMO JIH RADI

- Predstavitev živali.
- Ogled domačih ljubljencev.
- Zbiranje prispevkov za azil.
- Predstavitev nege hišnih ljubljencev in zdravega načina življenja le-teh.
- Predstavitve šolanja psov, agilytija ...

2.4.6 PREDSTAVITEV ŠOLE, VRTCA

- Nastopi otrok iz vrtca in OŠ Ludvika Pliberška Maribor.
- Ustvarjalne delavnice za otroke in odrasle.



Slika 5: Pevski nastop osnovnošolcev (fotografirala Analina Kralj, december 2010)

2.4.7 NOČ ČAROVNIC

- Izrezovanje buč.
- Pripovedovanje grozljivih zgodb.
- Izbor najstrašnejše maske.
- Delavnice na temo čarovnic.
- Pohod z baklami.

Krščanstvo je kasneje postavilo vse svete ali dan mrtvih na keltski praznik mrtvih, *Samhain*. *Samhain* je povezan z našim 1. novembrom. Kelti so imeli 31. oktobra začetek novega leta. Za žive je bil ta čas zelo nevaren, ker so vile ali škratje ugrabljali ljudi. Čarovnice so letale na svojih metlah in treba jih je bilo pomiriti. Zato so kurili kresove, skakali čeznje in skožnje vodili živino. Za mrtve je moral ves čas goreti ogenj. Nato so klali živali in sledile so obilne pojedine in pogostitev mrtvih.

2.4.8 BOŽIČKOVANJE

- Izdelovanje božičnih daril.
- Okraševanje smreke.
- Prihod Božička in obdarovanje.
- Božični sejem.
- Izdelava voščilnic.



Slika 6: Tako so se lotili dela (fotografirala Maša Hötzl, december 2010)

Božič je med ljudmi najbolj priljubljen praznik. V stoletjih je zvezal nase veliko različnih šeg, navad ter varovanj, ki so velikokrat predkrščanskega izvora. Prva vest o obhajanju božiča prihaja z Zahoda. Priprava na božič je dvojna: daljna (advent) in neposredna (devetdnevnica).

2.8.9 NOVOLETNI SEJEM

- Prodaja božičnih izdelkov otrok iz vrtca in šole.
- Prodaja daril, voščilnic, presenečanj, ročnih izdelkov.

Začetek leta je bil različen od dežele do dežele. Nenehno pa so se pojavljale nove koledarske reforme. O dolžini let so določala ljudstva. Skoraj vsepovsod so se ob novem letu mrtvi vračali v svoje družine.



Slika 7: Učenci ob koncu dela (slikala Analina Kralj, december 2010)



Slika 8: Akcija ... (fotografirala Analina Kralj, december 2010)

2.4.10 PREDSTAVITEV GOSTILN V RADVANJU

- Degustacija hrane.
- Prestavitev gostiln.

Kaj bi gostilne lahko predstavile?

Pohorska pekarna:

- rogljički,
- sirov burek,

- mesni burek,
- kruh,
- listnato pecivo.

Pohorska kavarna:

- vino,
- sladica.

Promenada:

- topli napitki,
- torte,
- sladoled,
- sadne kupe.

Restavracija Idila:

- Pohorski pisker,
- pečeni odojek,
- srnin golaž,
- Pohorska omleta,
- pečenica s kislim zeljem.



Slika 9: Restavracija Idila (fotografirala Maša, november 2010)

Mlada lipa:

- pizze.

Stara lipa:

- borovničev zavitek,
- gibanica.

Villa rustica:

- pice,
- domači sokovi.

Vivaldi:

- solate,
- pizze.

Pri kostanju:

- »pohani« piščanec,
- gibanica,
- domača klobasa,
- meso iz kible.

2.4.11 GOSTILNE

Stara lipa

Dolgoletna tradicija gostilne Stare lipa se je začela pred 40 leti. Na dvorišču pred gostilno, zraven katere je tudi hotel, je zelo velika stara lipa, stara štiristo let. Deblo je tako široko, da so lahko na sredi naredili hiško za otroke. Znani so po ocvrtem piščancu, telečji pečenki, žrebičku v omaki, kolinah, krvavicah, bržoli ...



Slika 10: Stara lipa (<http://www.slovenia.info/?gostilne=3484&lng=1,21.1.2011>, januar 2011)

Pohorska kavarna

Najdemo jo pod vznožjem Pohorja in na sopotju zimskih in letnih rekreacijskih poti. Znani so po odličnih tortah. Tradicija priprave njihovih tort traja deset let. Nudijo tudi prenočišča.



Slika 11: Pohorska kavarna (fotografirala Maša Hötzl, oktober 2010) Mlada lipa

Slavi po picah iz krušnih peči. V lokalu je urejena kavarna, v spodnjih prostorih lokala se nahaja igralnica z zabavnimi avtomati.

2.4.12 HOTELI

Arena

Je hotel s štirimi zvezdicami. Leži v idiličnem okolju ob vznožju Mariborskega Pohorja in v neposredni bližini najdaljšega osvetljenega smučišča v tem delu sveta. Od središča mesta je oddaljen šest kilometrov.

Habakuk

Pred kratkim je večina sob dočkala prenovitev. Je najboljši hotel v Radvanju. Sobe so elegantno opremljene v novejšim slogu.

Bellevue

Svojim gostom nudi udobno namestitev na Pohorju. Primeren je za vse ljudi, ki imajo radi sprostitve.

V Radvanju se odvijajo razne prireditve, ki trajajo že vrsto let. Med najbolj znanimi je Zlata lisica, ki se dogaja vsako leto pozimi. Za svetovni pokal se potegujejo ženske v slalomu in veleslalomu. Prireditve poteka že od leta 1964 na Mariborskem Pohorju (stadion). Samo leta 1998 ni bila izpeljana.

2.4.13 LITERARNI VEČER

- Pripovedovanje zgodb.
- Izbor najboljšega spisa.

2.4.14 PREDSTAVITEV OKOLIŠKIH TRGOVIN

- Predstavitev njihovih izdelkov in storitev.
- Lekarna (zdravila), pekarna (dobrote iz kvasa), Pohorska kavarna (njihova specialiteta), trgovina s kolesi (predstavitev koles in dodatne opreme).

2.4.15 PUST

- Izdelovanje pustnih mask.
- Izbor najboljše maske.

Maske in maskiranje so poznali že Germani. V pustem času so dvorsko fevdalni krogi najraje prirejali kostumirane turnirje in viteške igre. Razvoj pusta je zelo hitro napredoval v Italiji, ki ni bila povezana s keltsko dediščino in kasnejšimi cerkvenimi živalskimi maskami. Reformacija je maskiranje odklonila in ga na svoje območju prepovedala.

2.4.16 VALENTINOVO SREČANJE

- Izdelovanje voščilnic, zabavnih okraskov, predmetov.
- Podaritev izdelkov mimoidočim.

Valentinovo je spomin na prastara živa praznovanja. Izvira iz Anglije, od koder se je razširil zlasti v Ameriko.

2.4.17 DRUŠTVA SE PREDSTAVIJO

- Predstavitev TD Radvanje.
- Predstavitev Turističnega podmladka naše šole.

2.4.18 MATERINSKI DAN

- Izdelovanje voščilnic.
- Kratek program za mame.



Slika 12: Izdelovanje voščilnic in lampijončkov (fotografirala Analina Kralj, december 2010)

2.4.19 ŠE MALO KUHARSKIH SPRETNOSTI JE POTREBNIH

- Predavanje o sodobnem kuhanju.
- Tekmovanje v peki potice.
- Degustacija jedi.
- Pokušina jedi.
- Ljudstvo odloča o najboljši hrani.

2.4.20 HUMANITARNE AKCIJE

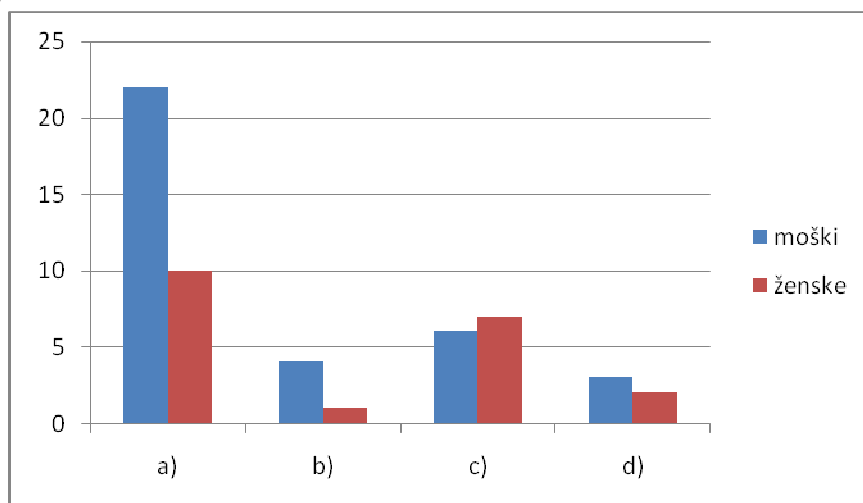
- Lahko bi zbirali denar za tiste, ki potrebujejo pomoč (na trgu).
- Ljudem v hudih težavah bi nudili topel obrok hrane.
- Zbirali bi oblačila, ki bi si jih lahko nato vzeli.
- Zbirali bi zamaške in papir.

2.4.21 ANKETA

Anketirali sva 20 moških in 30 žensk. Ugotovili sva, da je največ ljudi, ki prihaja na tržnico starih med 45 in 70 let, najmanj obiskovalcev je tistih, ki so stari pod 25 let.

Vprašanje 1: Kako pogosto prihajate na trg?

Graf 1:



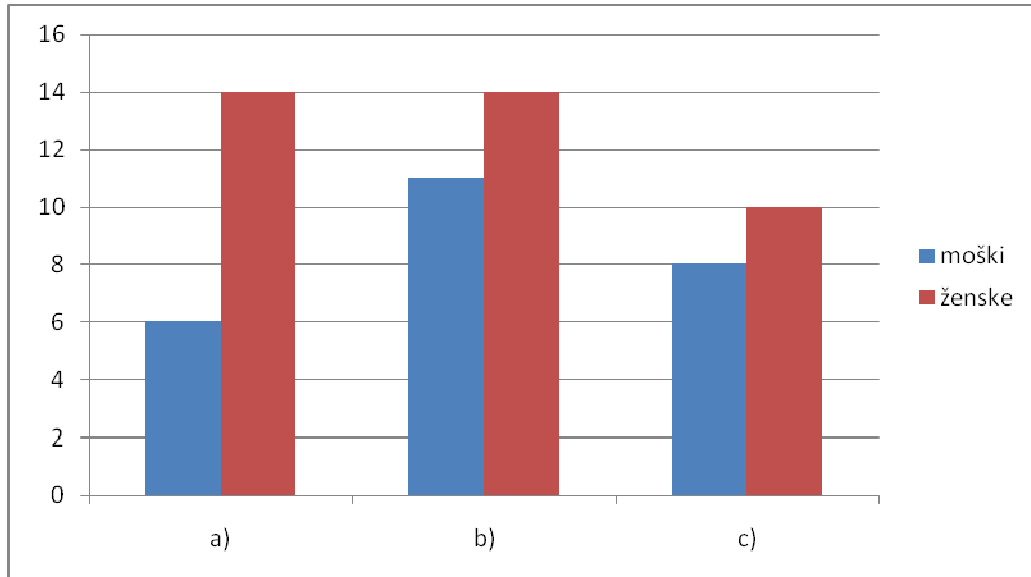
a) Vsako soboto

- b) Enkrat na mesec
- c) Le občasno
- d) Tukaj sem prvič

Največ starejših ljudi na tržnico prihaja prav vsako soboto. Mlajša generacija je tista, ki prihaja tja le občasno.

Vprašanje 2: Kaj Vam je tukaj najbolj všeč?

Graf 2:

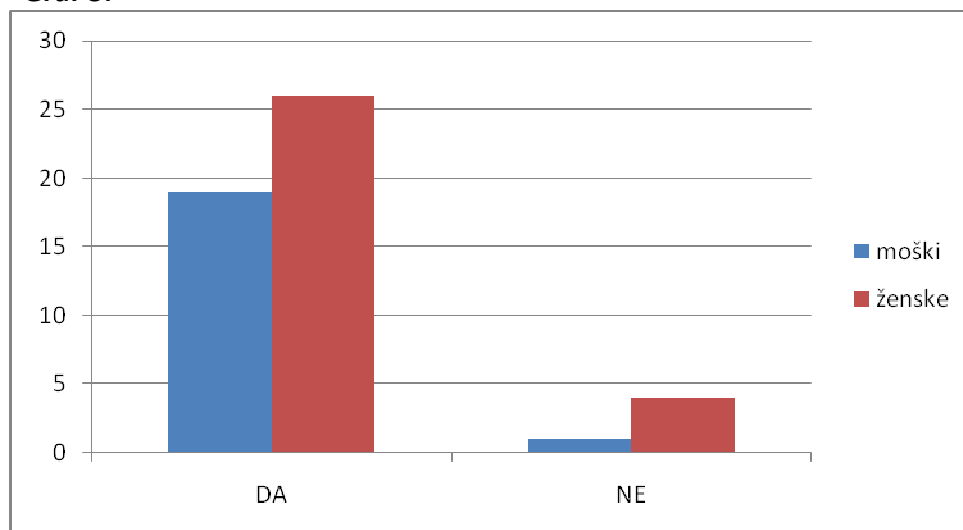


- a) Pester izbor hrane
- b) Eko izdelki
- c) Zabavno druženje

Ljudem je na tržnici všeč preprosto vse.

Vprašanje 3: Ali bi si želeli, da se na trgu odvijajo kakšne prireditve?

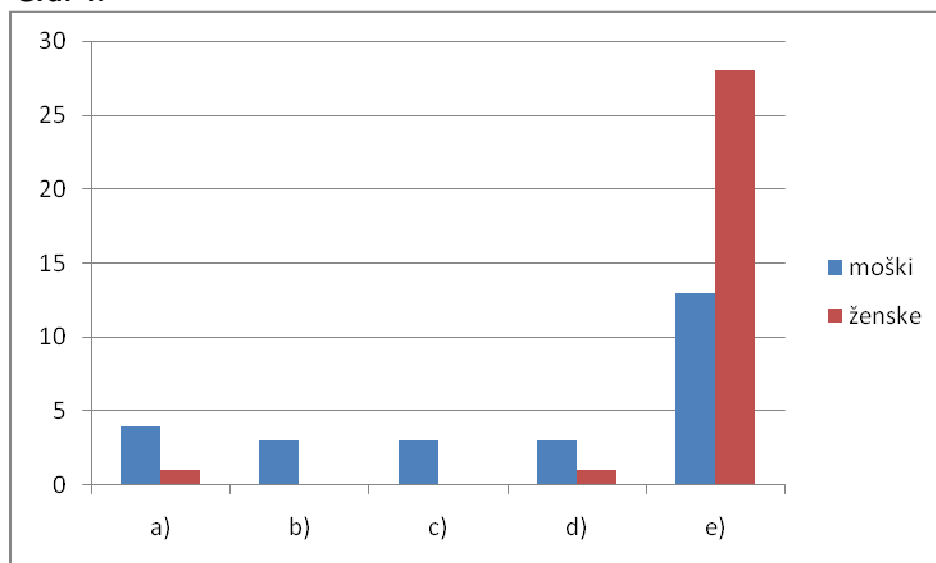
Graf 3:



Večina ljudi si želi popestritve s prireditvami na trgu.

Vprašanje 4: Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z DA, kakšnih prireditev bi si želeli?

Graf 4:

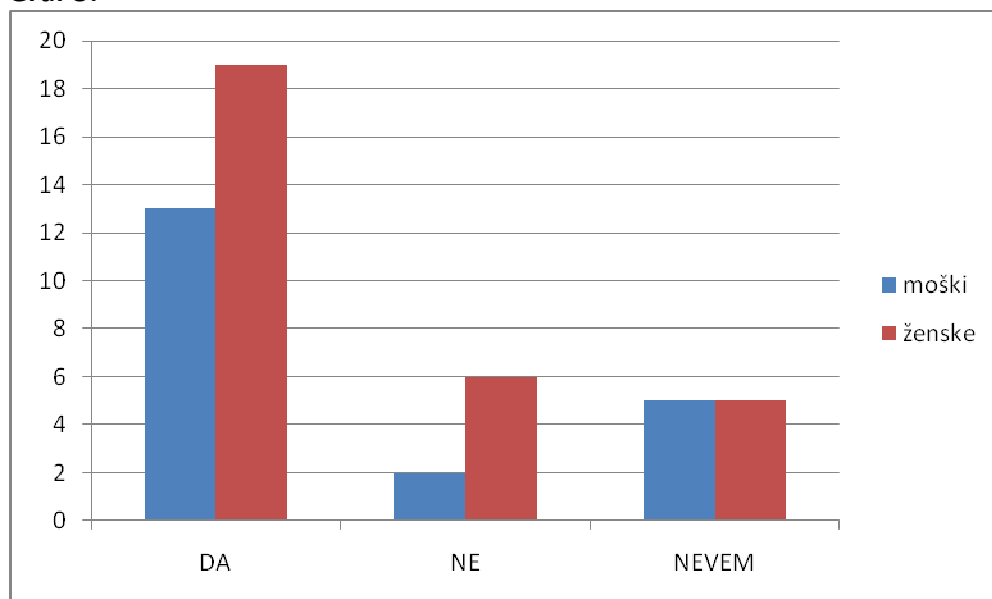


- a) Plesna tekmovanja
- b) Karaoke
- c) Kvizi

- d) Žrebanja
- e) Predstave, ki bi jih uprizorili otroci

Vprašanje 5: Ali se Vam zdi, da je tržnica premalo oglaševana?

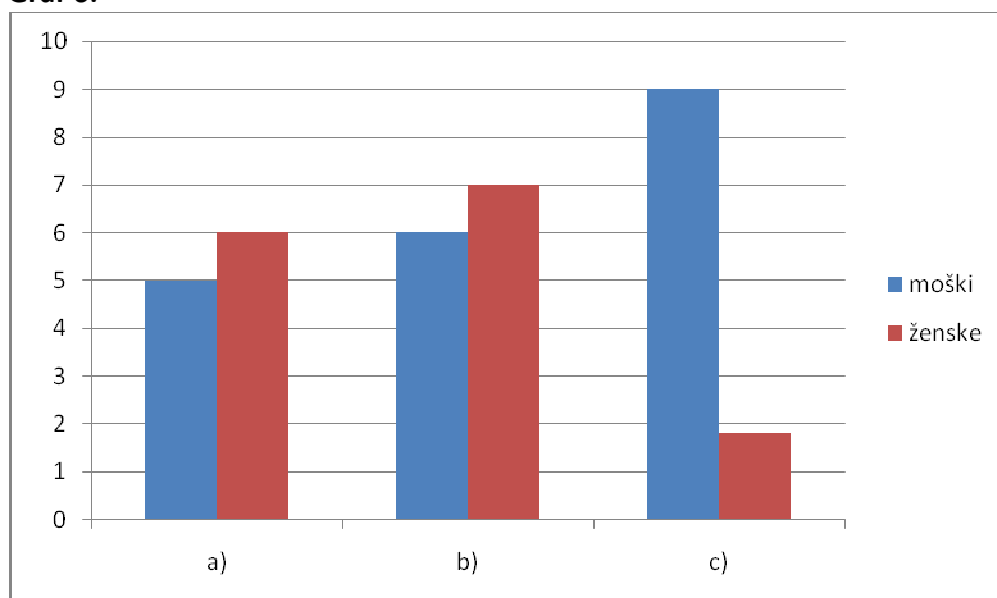
Graf 5:



Večina ljudi meni, da je tržnica premalo oglaševana. Je pa tudi nekaj takih, ki menijo, da je oglaševana dovolj.

Vprašanje 6: Kako Vam je tržnica spremenila sobotni dan?

Graf 6:



- a) Ni mi ga spremenila
- b) Veliko lažje nakupim stvari
- c) Velikokrat se srečam s prijatelji

Kar nekaj ljudi zaradi tržnice veliko lažje nakupi stvari, veliko se jih sreča s prijatelji, nekaj je pa tudi takšnih, ki jim tržnica ni spremenila sobotnega dneva.



Slika 13: Prazne stojnice med tednom (fotografirala Analina Kralj, oktober 2010)

Preglednica anketiranih

		MOŠKI				ŽENSKE			
		0-20	20-35	35-55	55-90	0-20	20-35	35-55	55-90
1	a)	0	0	4	6	2	4	8	8
	b)	0	0	1	0	0	0	2	2
	c)	1	1	3	2	2	0	4	0
	d)	0	1	1	0	1	0	2	0
2	a)	0	0	3	3	1	3	3	7
	b)	0	1	6	4	2	2	6	4
	c)	1	1	3	3	2	0	5	3
3	DA	1	2	8	8	5	3	9	9
	NE	0	0	1	0	0	1	2	1
4	a)	0	0	3	1	0	0	1	0
	b)	0	0	1	2	0	0	0	0
	c)	0	0	2	1	0	0	0	0
	d)	1	0	2	0	0	0	0	1
	e)	0	2	6	5	5	4	10	9
5	DA	0	0	7	6	3	3	8	5
	NE	0	0	1	1	1	1	0	4
	NVM	1	2	1	1	1	0	3	1
6	a)	1	1	1	2	1	1	3	1
	b)	0	0	4	2	1	2	0	4
	c)	0	1	4	4	3	1	8	6

3 OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PROIZVODA

3.1 PREDSTAVITEV IDEJE

Veliko sva razmišljali o tem, kako bi na zanimiv in obiskovalcem privlačen način predstavili našo turistično točko in jim tako polepšali dan. Z izvedbo ankete sva ugotovili, da bi večina rada ugledala urejeno turistično točko v bližini njihovega doma, saj bi tako odšli v naravo, se spočili, dobili energijo in naredili nekaj koristnega za svoje zdravje.



Slika 14: Voščilnice (fotografirala Maša Hötzl, december 2010)

3.2 OBLIKOVANJE BLAGOVNE ZNAMKE

3.2.1 PRIKAZ TURISTIČNE TRŽNICE

Če bi želeli privabiti turiste, bi se morali še bolj potruditi. Bolj bi morali oglaševati, narediti trgovino s spominki, letake, ki bi jih lahko dobili v vsakem hotelu, oglaševalne table ... Seveda bi pri tem imela veliko vlogo Agencija Ludvik.

3.2.2 POIMENOVANJE IZDELKOV

Nekaj izdelkov, ki bi jih lahko turisti dobili ali kupili v Agenciji Ludvik:

- zloženska,
- pisalo z logotipom,
- razglednice,
- turistični spominek,
- košaro za nakup,
- majica z napisom: Na Radvanjskem trgu **VEDNO je fajn**,
- kratka knjiga o Radvanju.

3.2.3 ZLOŽENKA

Bila bi kratka, preprosta, a polna informacij. V njej bi bili podatki o Radvanju, turističnih zanimivostih, restavracijah, gostilniški ponudbi, rekreaciji ... Bilo bi seveda tudi veliko slik, saj je takšna oblika veliko bolj vabljiva za ogled.

Za izdelavo sva potrebovali:

- list A4,
- na notranji strani zloženke so fotografije, razne znamenitosti o Radvanju, opis dogajanja na trgu in različne naloge za mlajše ter tudi starejše.



Slika 15: Zloženska (narisala Maša Hötzl, januar 2011)

3.2.4 PISALO

Bilo bi popolnoma preprosto pisalo, na katerem bi bil logotip Agencije Ludvik. Pisalo bi zeleno, saj je zelena eko barva in hkrati tudi predstavlja Agencijo Ludvik.

Za izdelavo sva potrebovali:

- barvice,
- list papirja.



Slika 16: Pisalo (naredila Maša Hötzl, januar 2011)

Agencija Ludvik: Agencija Ludvik bi imela svojo stojnico na trgu. Tam bi ljudi usmerjali na turistične točke v Radvanju, jim pomagali najti želeno lokacijo, hotel, gostilno ..., jim ponujali in tudi prodajali spominke, zloženske in knjige o Radvanju. Seveda bi za vsakega našli pravi nasvet, prijazno besedo in nasmeh.

3.2.5 KNJIGA

Knjiga bi bila seveda malo daljša, a zato nič manj zanimiva.

V knjigi bi bilo tudi nekaj značilnih mitov in zgodbic o Pekrski gorci in Pohorju.

Za njo sva potrebovali:

- podatke in zanimivosti o Radvanju,
- slike,
- različne barvice in flomastre.



Slika 17: Knjiga (narisala Maša Hötzl, januar 2011)

3.2.6 RAZGLEDNICA

Narejena bi bila tako, da bi jo razdelili na štiri dele. V levem zgornjem kotu bi bila slika Mariborske gondole, v levem spodnjem kotu bi bila Radvanjskega gradu, v desnem spodnjem kotu bi bila slika tržnice, v desnem zgornjem kotu pa slika Pohorja. Na sredini bi bil krog, v katerem bi pisalo Radvanje.

Za izdelavo sva potrebovali:

- navaden list papirja,
- slike gondole, tržnice in Pohorja,
- barvice.

3.2.7 TURISTIČNI SPOMINEK

Priponka z logotipom Agencija Ludvik ali pa majhen lesen model prazne stojnice.

3.2.8 MAJICA

Bela majica s kratkimi rokavi. Spredaj bi bil napis Na radvanjskem trgu je vedno fajn, zadaj pa logotip Agencije Ludvik.

Za izdelavo sva potrebovali:

- navadno majico,
- flomastre za tekstil.

3.2.9 OZNAKA BLAGOVNE ZNAMKE

Za oznako blagovne znamke našega izdelka sva izbrali logotip v obliki agencije Ludvik.



Slika 18: Žig agencije Ludvik (narisala Maša Hötzl, januar 2011)

3.2.10 AGENCIJA LUDVIK

Agencija Ludvik bi imela svojo stojnico na trgu.



Slika 19: Kot vidite, znamo tudi ustvarjati (fotografirala Maša Hötzl, december)

3.2.11 UMESTITEV PREDSTAVLJENE IDEJE V SEDANJI PROSTOR IN ČAS

- vrtec v Radvanju,
- OŠ Ludvika Pliberška Maribor,
- Turistično društvo v Radvanju,
- hotel Arena,
- hotel Habakuk,
- camping center Kekec,
- druge trgovine s spominki,
- časopisi in revije,

- radio in televizija,
- radvanjska gostišča,
- razna prenočišča.

4 SKLEPNI DEL

Z našim turističnim predlogom želiva spodbuditi odgovorne in vplivne ljudi za še eno zanimivo možnost popestritve našega že dokaj znanega turističnega kraja Radvanja. Predlog se nama zdi zelo zanimiv in celo izvedljiv, predvsem v dobrobit mladih ter tudi starejših.

Želiva, da bi bila ta turistična točka nadvse zanimiva za domačine in seveda turiste, ki jih je v zadnjem času vedno več. To pomeni, da se naš kraj turistično razvija in morebiti bova tudi midve pripomogli k še dodatni turistični ponudbi z našim letošnjim inovacijskim predlogom.

5 LITERATURA IN VIRI

<http://sl.wikipedia.org/wiki/Radvanje> 4.1.2011, 16.20 h

http://www.radvanje.org/index.php?option=com_wrapper&Itemid=42 6.1.2011, 17.00 h

<http://www.lamela.si/html/radvanje.html> 12.1.2011, 15.24 h

http://si.srichinmoyraces.org/Pes_na_Pohorje 12.1.2011, 16.30 h

http://www.slovenia.info/?kongresni_center_prizorisca_srecanj=1652&lng=1 20.1.2011, 19.00

<http://en.hribi.net/slika.asp?pot=43510> 21.1.2011, 15.26

6 PRILOGE

6.1 ANKETNI VPRAŠALNIK

»Na Radvanjskem trgu vedno je fajn«

Sva učenci 8. b in pripravljava raziskovalno nalogo – inovacijski predlog o preureditvi Radvanjskega trga. Tam bi obiskovalci imeli še večjo ponudbo, kot jo imajo zdaj. Turisti in tudi domačini bi si lahko ogledali zanimiva predavanja in se udeležili različnih predstav.

Spol: Ž M

1. Kako pogosto prihajate na trg?
2. vsako soboto b) enkrat na mesec c) le občasno d) tukaj sem prvič
 - a) Kaj vam je tukaj najbolj všeč?
 - pester izbor hrane b)eko izdelki c) zabavno druženje
3. Ali bi si želeli da se na trgu odvijajo kakšne prireditve?

DA NE
4. Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da, kakšnih prireditev bi si želeli?
 - a)plesna tekmovanja b)karaoke c)kvizi d)žrebanja e)predstave, ki bi jih uprizorili otroci
5. Ali se vam zdi da se tržnico premalo oglašuje?

DA NE NE VEM
6. Kako vam je tržnica spremenila sobotni dan?
 - a) ni mi ga spremenila b) veliko lažje nakupim stvari c) velikokrat se srečam s prijatelji

POVZETEK V SLOVENSKEM JEZIKU

Osnovna šola : **OŠ Ludvika Pliberška Maribor**

Naslov turistične naloge: **Na radvanjskem trgu vedno je fajn**

Mentorice: Ribana Višnar
Mateja Arko
Vera Kožuh
Melita Djordjević

Avtorji:
Analina Kralj
Maša Hötz
Tajda Majhenič
Teja Makuc
Ana Vraneševič
Klemen Knuplež

POVZETEK IN KLJUČNE BESEDE

V letošnjem inovacijskem predlogu sva se dotaknili radvanjske tržnice, saj ima zanimivo lego v središču Radvanja in kraj potrebuje mesto, ki bi združevalo ljudi in hkrati privabljal turiste. Naredili sva načrt raznih prireditvev, ki bi se odvijale na radvanjski tržnici. Mnenje ljudi nama je bilo v veliko oporo, saj sva prav od njih dobili glavno podporo in potrditev, da razmišljava in delava v pravo smer.

KLJUČNE BESEDE: radvanjski trg, tržnica, prireditve, zabava, novosti, znanje.