

Več znanja za več turizma

Voda in zdravilni turizem



Mentorica:

Anamarija Berdelak Potočnik, prof.

Somentorice:

Zdenka Resnik

Tatjana Zupanc (trženjski načrt)

Avtorji:

Lara Mars

Natalija Knez

Timotej Dolšina

Tjaša Vogrinec

Enes Kreštić

Adin Delić

Zagorje ob Savi, 2022



Srednja šola Zagorje

POVZETEK S KLJUČNIMI BESEDAMI

ŠOLA:

Srednja šola Zagorje
Cesta zmage 5
1410 Zagorje ob Savi
Tel.: +38635655400
e-pošta: ss.zagorje@guest.arnes.si

NASLOV TURISTIČNE NALOGE: **Medija Retreat**

Avtorji:

1. Adin Delić, aladinn.delic@gmail.com, 2. d
2. Timotej Dolšina, dolsina.timo@gmail.com, 4. d
3. Natalija Knez, natalija.knez99@gmail.com, 4. d
4. Enes Kreštić, ekrestic10@gmail.com, 2. d
5. Lara Mars, lara.mars02@gmail.com, 4. c
6. Tjaša Vogrinc, tjasavogrinc18@gmail.com, 2. d

Mentorica: Anamarija Berdelak Potočnik, prof. angleščine in sociologije,
abpotocnik@sszagorje.si

POVZETEK:

Naš turistični proizvod je enodnevni oddih, ki nosi ime Medija Retreat. Gre za umik v naravo, kjer se osredotočamo na dihanje, se zabavamo na vodni drči, namakamo v lesenem sodu napolnjenim z vodo iz izvira akrototermalne vode in poskrbimo za prekrvavitev s kneipanjem. Poskusimo tudi apiterapijo, saj je zdravje naše največje bogastvo.

Enodnevni oddih je zasnovan tako, da povezuje vse generacije. Ciljna skupina so družine. Na tovrstnem oddihu bi se obiskovalci lahko sprostili, preživeli dan v naravi, stran od vseh skrbi. Prav tako pa bi se lahko naučili kaj novega o Medijskih toplicah in o izvoru imena "Medija".

Turistično društvo bi v sodelovanju s Srednjo šolo Zagorje ponudilo enodnevni oddih v Zasavju. Za hrano in pijačo bi poskrbela Srednja šola Zagorje v sodelovanju z Gostilno Pr Čop. Za dihalne vaje bi poskrbeli sami, torej Srednja šola Zagorje. Ostalo bi izpeljali s pomočjo lokalnih ponudnikov – Glamping Pr Čop in Čebelarsko društvo Zagorje. Gre za turistični produkt, ki je namenjen vsem, ki si želijo sprostitve. Naš slogan je: Medija Retreat- ko se vam zahoče ali po angleško: "Medija Retreat- when you just feel like it."

Ključne besede: Zasavje, turizem, enodnevni oddih, kulinarika, Izlak in Medeja.



TITLE: "MEDIJA RETREAT"

ABSTRACT

Medija Retreat is the name of one-day vacation, which gives tourists an opportunity to enjoy in nature, focus on breathing, have fun in the acratothermal water. Our tourism product lets you soak in a wooden barrel filled with water from the source of acratothermal water and it takes care of blood circulation by kneipping. We have not forgotten about anything or anybody. Water is an agent that allows children to slide down the "Slip'n'slide" hill. As we are aware that health is our greatest asset, apitherapy is also included into the package.

The one-day vacation is designed to connect all generations. Families are the the target group. On this type of vacation, visitors could relax, spend a day in nature away from all worries. You could also learn something new about Media Spas and the origin of the name "Media". The Tourist Association, in cooperation with the Secondary School Zagorje, would offer a one-day get away in Zasavje Region. Food and drink would be provided by Secondary School Zagorje in cooperation with catering provider Gostilna Pr' Čop. The rest would be done with the help of local providers - Glamping Pr' Čop and the Zagorje Beekeepers' Association. It is for everyone who wants to relax. Our slogan is: "Medija Retreat- when you just feel like it."



KAZALO

1. UVOD	1
2. NAMEN TURISTIČNE NALOGE, OPREDELITEV PROBLEMA IN CILJI	3
3. PREDSTAVITEV PRODUKTA	3
KULINARIČNA PONUDBA	7
ANIMACIJSKI DEL ODDIHA ZA OTROKE	8
LEGENDA O IZLAKU IN MEDEJI	10
4. NAČRT TRŽENJA	11
5. LITERATURA	13

KAZALO SLIK

Slika 1 Logotip Medija Retreat	1
Slika 2 Jazon in Argonavti	1
Slika 3 Družina 1	2
Slika 4 Družina 2	2
Slika 5 Glamping hiška	3
Slika 6 Gostilna Pr' Čop	3
Slika 7 Medijske toplice- razglednica	4
Slika 8 Jacuzzi s termostatom in s pečjo za gretje vode	4
Slika 9 Sodček za knaipanje	4
Slika 10 Vodna drča	5
Slika 11 Slap Sušjek	5
Slika 12 Slap Sušjek	5
Slika 13 Dihalne vaje	5
Slika 14 Logotip SŠ Zagorje	6
Slika 15 Apiterapija	6
Slika 16 Čebeljak	6
Slika 17 Meni 1 in 2	7
Slika 18 Zajtrk	8
Slika 19 Čuki- Čebelice	8
Slika 20 Igrala v obliki ladje v Europarku	9
Slika 21 Izlak in Medeja	10



1. UVOD

Ker se želimo udeležiti državnega festivala in tekmovanja Turizmu pomaga lastna glava, smo izdelali turistično nalogo. Odločili smo se za turistični produkt v obliki enodnevnega oddiha, ki bi ga organizirali v Zagorju ob Savi. Zasavje je na žalost pogosto spregledana turistična destinacija, čeprav nudi zelo veliko (Cilenca Trails, pumptrack, glamping, apiterapija, kulinarika, ...). Medijske toplice so na žalost zaprte, a še vedno nam ostane izvir akrototermalne vode, ki bi jo izkoristili za namene enodnevnega oddiha v Glampingu Izlake.

Naša turistična naloga ima naslov Medija Retreat. Navdih za ime smo iskali v legendi o Jazonu in argonavtih ter Izlaku, Halvi in Medeji (slika 2). Prav slednja je razlog, da se potok oz. rečica imenuje Medija. Isto ime nosi tudi vas v občini Zagorje ob Savi. Kraj Izlake nosi ime po Izlaku, argonavtu, ki je svojo ljubezen našel ravno v naših krajih. Legenda je povezana z vodnimi viri, več o njej bo napisanega v nadaljevanju, v osrednjem delu turistične naloge. Drugi del imena torej »Retreat« je bil izbran, ker smo želeli turistom ponuditi umik v naravo, umik iz ponorelega sveta. Želeli smo ustvariti možnost, ki turistom nudi oddih, krepi telo in duha po utrjujočem boju s pandemijo COVID-19.

Tako se je utrnila ideja o enodnevem oddihu, poimenovanem »Medija Retreat«, ki vključuje kulinarčno in kulturno ponudbo ter prenočišče. Avtorji smo dijaki dveh smeri izobraževanja na Srednji šoli Zagorje. Gre za združitev programov ekonomski tehnik in gastronomija.

Do ideje za turistični produkt smo prišli, ko smo preučili podobne ponudbe v Zasavju in po Sloveniji. Nato smo skrbno prebrali razpis ter preučili turistične naloge, ki so jih napisali predhodniki iz naše šole. Jasno je bilo, da bo ponudba umeščena v Zasavje, saj želimo promovirati naše kraje. Mi vemo, da Zasavje nudi ogromno. To želimo pokazati tudi ostalim. V razpisu, objavljenem na straneh TZS, je zapisano, da bodo v prihodnosti za turiste privlačne tiste destinacije, ki imajo na voljo neomejene količine pitne vode. V Zasavju imamo srečo, da je vode dovolj. Poleg tega smo ponosni tudi na izvir akrototermalne vode, ki ima zdravilne učinke (več o učinkih v nadaljevanju). Tako smo se osredotočili na zdravilni vir in mu dodali zanimive aktivnosti, ki bi povezale celotno skupino obiskovalcev.

Naša turistična naloga opisuje edinstveno »vodno« izkušnjo, medgeneracijsko druženje ob vodi, ki je usmerjeno k ohranjanju zdravja ter nudi družinam kvalitetno preživljanje prostega časa. Tovrstne aktivnosti bi blagodejno vplivale na fizično in



Slika 1 Logotip Medija Retreat



Slika 2 Jazon in Argonavti



energetsko telo naših obiskovalcev. Elementu vode smo dodali tudi element zrak. Ponudba vključuje dihalne vaje in zabavne aktivnosti za vso družino.

Ponudili bi dihalne vaje, spuščanje po vodni drči, namakanje v akrototermalni vodi (jacuzzi ter kneipanje) in apiterapijo. Seveda nismo pozabili tudi na animacijo za najmlajše in mlajše mladostnike.

Farmacevtske raziskave kažejo, da je med epidemijo COVID-19 najhuje trpelo duševno zdravje. Menimo, da naša turistična naloga ponuja kamenček v mozaik možnih odgovorov na krizo zaradi epidemije koronavirusa in rahlja njene posledice. Ljudje potrebujemo fizično in psihično sprostitev. Medija Retreat nudi prav to.

Največji izziv je bil, kako ponuditi t. i. butičnemu turistu ponudbo, ki bi poskrbela za vse generacije (slika 3 in 4). Seveda je to opsijsko. Sestavili smo ponudbo, ki je privlačna tako posamezniku, paru in družinam. Ponudbo smo želeli nadgraditi tudi medgeneracijsko. Poskrbeti smo želeli za vse generacije. Na eni strani se morajo odrasli sprostiti, na drugi strani pa otroci »znoreti« in utruditi. Na videz nezdržljiva pojma. Porajale so se nam različne misli, o katerih smo se pogovarjali s profesorici, zazrli smo se v preteklost in naleteli na zgodbi o Izlaku in Medeji ter Jazonu in argonavtih.



Slika 3 Družina 1

Spomnili smo se, da vsako leto sodelujemo na turistični tržnici oz. na mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma in tako smo gradivo dobili tudi iz predhodnih turističnih nalog.

Nadaljevali smo v kuhinji in strnili glave ter oblikovali meni. Seveda smo svojo idejo izpeljali tudi praktično, zato smo kuhali, pekli in vse poskusili. Ugotovili smo, da je naša ideja zelo okusna.



Slika 4 Družina 2

Pozorni smo bili na to, da mora biti ideja zanimiva in menimo, da je, saj sta kulinarika in zdravje vedno aktualna. Vse skupaj smo popestrili s prepletanjem kulinarike, zdravilnosti vode in legend o Jazonu in argonavtih ter Izlaku in Medeji.

Skicirali smo idejo, ki ji je bilo potrebno vdahnuti življenje. Zato je za trženjski načrt poskrbela dijakinja ekonomske smeri s pomočjo profesorice Tatjane Zupanc. Izdelali smo logotip, slogan smo zapisali tudi v angleščini, in sicer se glasi: »Medija Retreat – when you just feel like it.« (glej sliko 1)

Gastronomi so ustvarili kulinarčno ponudbo, ki črpa navdih v zasavski kulinariki. Več o ponudbi v nadaljevanju, podrobnosti pa v trženjskem načrtu. Ponudniki oz. poslovni subjekti bi tako imeli vodilo, kaj ponuditi turistom, ki se odločijo za enodnevni oddih z naslovom Medija Retreat.



2. NAMEN TURISTIČNE NALOGE, OPREDELITEV PROBLEMA IN CILJI

Namen turistične naloge je predstavitev turističnega produkta, enodnevnega oddiha poimenovanega "Medija Retreat« ter sodelovanje na 19. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Na ta način želimo predstaviti našo idejo in hkrati promovirati Zasavje.

Cilj turistične naloge je predstavitev turističnega produkta in povečanje prepoznavnosti Zasavja, ki bi v naše kraje pripeljala več turistov.

Delo smo si enakovredno razdelili glede na smeri izobraževanja, katere obiskujemo. Dijakinja programa ekonomski tehnik je poskrbela za trženjski načrt. Pregledala in odobrila ga je profesorica Tatjana Zupanc. Promocija in načrtovanje kulinarčne ponudbe je ostala dijakoma gastronomije. Vsi trije bodo poskrbeli za predstavitev turističnega produkta na turistični tržnici. Pri promocijskem spotu smo združili moči.

3. PREDSTAVITEV PRODUKTA

Turistični produkt nosi ime Medija Retreat. Gre za enodnevni oddih v Glampingu Pr Čop (Slika 5, 6 in 7).



Slika 5 Glamping hiška



Slika 6 Gostilna Pr' Čop

Menimo, da gre za odlično zasnovan projekt, ki je skladen z idejo naše naloge. V Glampingu Pr Čop obljublajo: »Pr Čop boste zadihali svobodo svežega gorskega zraka. Ko se vam bo pogled odprl na čudovito naravo, takrat se vam bo ustavil tudi čas. Pozabili boste na brnenje telefonov in se umaknili ritmu vsakdanjega vrveža. Tudi vaši otroci bodo navdušeni. Medtem ko vi ob neobremenjenem klepetu uživate v sončnih žarkih, se lahko razposajeno zamotijo v igri na otroških igralih ter tekajo po travniku. Glamping hiški se nahajata sredi sadovnjaka, visoko v zasavskem hribovju. Ob jutranji zarji vas bo prebudilo ptičje petje, v daljavi boste na travnikih zagotovo opazili kakšno divjo žival.«

Obiskovalcem bi poleg enodnevnega oddiha ponudili »vodne« aktivnosti. Splošno znano je, da voda blagodejno deluje na telo in duševno zdravje človeka. Otroci se najbolj veselijo igre z vodo. Le zakaj? Voda nudi neskončno možnosti za igro, umirjanje, sprostitve in rehabilitacijo. Tema letošnjega festivala je Voda in zdravilni turizem. Tako smo vodnim aktivnostim dodali tudi druge, zdravilne aktivnosti.



Na strani NIJZ piše: »Voda predstavlja cca. 60–70 % telesne teže človeka. Pri otrocih je delež večji, s starostjo se zmanjšuje. Dejansko je telo vreča vode, v kateri neprestano potekajo življenjski procesi v celični ali izvencelični vodi. Voda ima veliko vlogo pri uravnavanju telesne temperature, preko krvi oskrbuje celice s hranili in kisikom, odplavlja odpadne snovi, nahaja se v prebavnih, sklepnih in drugih telesnih tekočinah, varuje organe in vezivna tkiva. Izgubljeno vodo je treba stalno nadomeščati, predvsem s popitimi tekočinami.«

Voda tako predstavlja vir življenja. V Sloveniji imamo srečo, da imamo dobro oskrbo s pitno vodo. Pitna voda je dobrina, ki jo pogosto jemljemo kot



Slika 7 Medijaške toplice- razglednica



Slika 8 Jacuzzi s termostatom in s pečjo za gretje vode

samoumevno, a povsod po svetu ni tako. Prav tako smo Slovenci bogati s termomineralno in akratotermalno vodo. Tovrstna voda blagodejno deluje na zdravje bolnega in zdravega človeka. Gotovo marsikdo pozna Medijaške toplice, ki jih žal ni več (slika 7), a izvir je še vedno živ. V Zasavju imamo izvir akratotermalne vode in ga želimo izkoristiti.

V glampingu bi gostje imeli na voljo jacuzzi z akratotermalno vodo. Jacuzzi bi bil v obliki soda (slika 8), čeber za kneipanje bi bil podobne oblike (slika 9). Pri izviru ima voda 34,5 stopinj Celzija. Pri prevozu bi voda izgubila začetno vrednost, zato bi jo segreli na temperaturo med 27 in 35 stopinj Celzija, odvisno od želje gostov.

Na spletni strani Term Zreče je zapisano, da akratotermalna voda dobro dene po vsaki naporni telesni dejavnosti, saj mišice sprosti in ogreje. To pomaga pri razgradnji mlečne kisline. Je izrednega pomena v postopkih balneo rehabilitacije, še posebej po:

- poškodbah in obolenjih gibal,
- operacijah na velikih sklepih okončin,
- hrbteničnih obolenjih in operacijah,
- športnih poškodbah in rekonstruktivnih operativnih posegih na gibalih,
- degenerativnih in vnetnih obolenjih gibal,
- obolenjih perifernega živčevja,
- ginekoloških in onkoloških operativnih posegih.

Voda je naravno bogastvo, ki krepi in pomaga zdravemu ali rehabilitacije potrebnemu človeku.



Slika 9 Sodček za knaipanje



Voda tudi nudi neskončno možnosti za zabavo. Pomislili smo na vodno drčo »Slip'n'Slide« (slika 10), ki bi nudila odlično aktivnost za najmlajše. Drčo je precej enostavno izdelati. Potrebna je voda, drča in naklon, najbolje je izkoristiti kar naklon terena. Gre za ugodno aktivnost, ki nudi obilo užitka.



Slika 10 Vodna drča

Naslov 19. festivala Več znanja za več turizma je Voda in zdravilni turizem. Želeli smo ponuditi še drugačne zdravilne aktivnosti. Tako bi gostu poleg prenočišča in ostale potrebne infrastrukture ponudili tudi dihalne vaje. Lokacija za izvedbo dihalnih vaj bi bila umaknjena v naravo, in sicer v okolico slapa Sušjek (glej sliko 11 in 12).



Slika 11 Slap Sušjek



Slika 12 Slap Sušjek



Slika 13 Dihalne vaje

Vse več strokovnjakov ugotavlja, da ljudi z leti pozabimo pravilno dihati. Na spletni strani Centra celostne oskrbe je možno prebrati:

»Dihamo pravzaprav nezavedno, o tej telesni funkciji niti ne razmišljamo, a ko pride že do najmanjše ovire pri dihanju, je to opozorilo, da je dihanje zelo pomembna funkcija in za življenje nujno potrebna.« Članek se nadaljuje: »Pri mirnem vdihu so najpomembnejše mišice prepona



in zunanje medrebrne mišice. Bolj poudarjena je inspiratorna mišica. Izdih je največkrat zelo pasiven. Respiratorne mišice ne delujejo tako močno kot inspiratorne.»

Zapisano je še, da so dihalne vaje stare kot človek. Naši predniki so intuitivno čutili, da jim kakovostno dihanje pomaga k sprostitvi in zdravju. Zato so dihalne vaje del vseh sistemov zdravljenja, le mi smo v sedanjem času malo pozabili nanje (Osmačević E.).

Vdihnemo toliko, kolikor potrebujemo in tam nekje vmes nam zastane dih, ki nas bremeni. Pravilno dihanje izboljšuje kvaliteto življenja. Naš oddih vključuje tudi dihalne vaje (slika 13).

Na Srednji šoli Zagorje smo zelo ponosni na to, da je v kolektivu učiteljev tudi profesorica, ki bi lahko pomagala pri izvedbi delavnice o dihalnih vajah. Srednja šola Zagorje izvaja tudi program zdravstvena nega in profesorica na šoli poučuje predmete, ki so povezani z zdravjem. Tako smo prepričani, da bi lahko ponudili odlično delavnico s pomočjo zdravstvenega strokovnjaka.

Po besedah učiteljice so dihalne vaje nezapletene. So pa lahko zahtevne predvsem zato, ker smo pozabili pravilno dihati. Dihamo pogosto nezavedno, med dihalnimi vajami pa dihanje ozavestimo. V telo je potrebno vnesti dovolj kisika, ki pomaga pri razgradnji stresnih hormonov. Ker je naš fokus na dihanju, nam črne misli ne morejo prihajati na misel in tako prekinemo njihov tok. Same dihalne vaje se prilagodijo vsakemu posamezniku, zato nekega enotnega programa vaj ni.

Dihalne vaje bi nadgradili z apiterapijo (slika 15). Apiterapija je učinkovit način, kako lahko s pomočjo čebeljih pridelkov okrepimo svoje zdravje. Apiterapija je alternativni način, ki pomaga preprečevati bolezni, pospešuje zdravljenje in okrevanje po bolezni.

Apiterapevtski čebeljak (slika 15) je prostor, kjer lahko posameznik izboljša ali ohranja zdravje in ima možnost z vsemi čutili (vonj, sluh, vid, okus in otip) spoznati čebelo, čebelarjenje in čebelje produkte. Apiterapijo bi izvajali s pomočjo čebelarjev Čebelarskega društva Zagorje.



Slika 14 Logotip SŠ Zagorje



Slika 15 Apiterapija

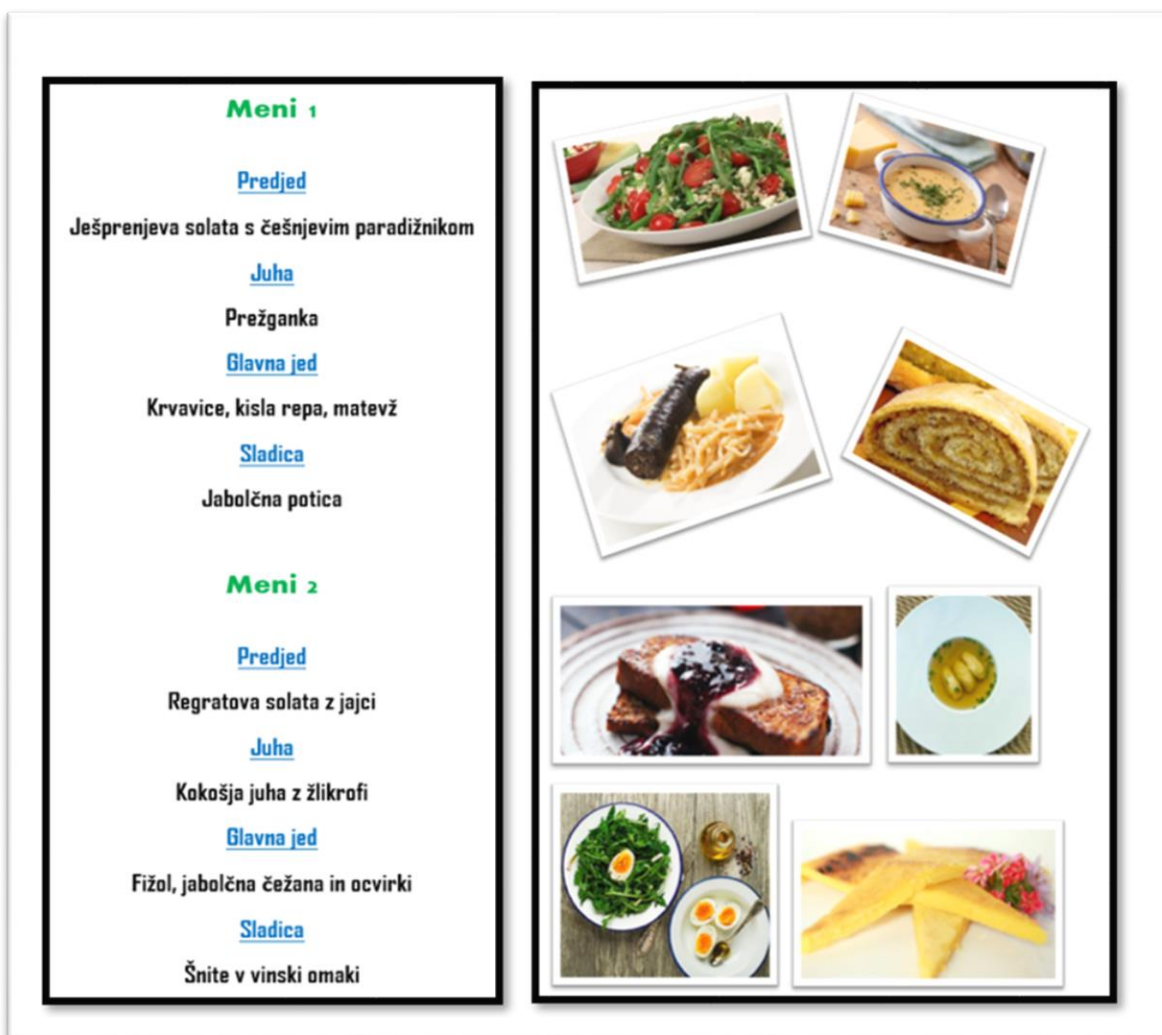


Slika 16 Čebeljak



KULINARIČNA PONUDBA

Naša ponudba temelji na lokalni ponudbi in lokalno pridelani hrani ter je prilagojena koledarski sezoni. Pri sami pripravi prehrane sodeluje Srednja šola Zagorje in Lojze Čop. Glede na to, da je kuharski mojster Lojze Čop znan kuhar, smo prepričani, da bi bile brbončice zadovoljne. Pri oblikovanju menija smo mislili na to, da je potrebno izhajati iz lokalnega okolja in tradicionalne zasavske ponudbe.



Slika 17 Meni 1 in 2

PIJAČA je na voljo ves dan in vključuje:

Vino

Jabolčnik

Voda

Sok



Slika 18 Zajtrk

ANIMACIJSKI DEL ODDIHA ZA OTROKE

Pri izbiri naslova turistične naloge smo navdih črpali iz legende o Jazonu in argonavtih ter Izlaku in Medeji. Otroci bi imeli na voljo animacijo v obliki delavnic pri Čebelarskem društvu Zagorje v primeru, da se starši odločijo za apiterapijo. Na delavnicah bi spoznavali zdravilne lastnosti medu in pomen čebel. Delavnice za otroke bi obsegale didaktične igre, zasnovane na smernicah kurikula za vrtce. Tako bi za vsako področje dejavnosti (gibanje, družba, jezik, umetnost, matematika, narava) bile pripravljene delavnice. Animacijo bi prevzeli dijaki Srednje šole Zagorje z mentorico turistične naloge.



Slika 19 Čuki- Čebelnice



Otrokom bi se ponudile naslednje dejavnosti: lov na zaklad (med), izdelava panjske končnice, poslušanje pesmi Lojzeta Slaka Čebelice in pogovor o tem, kako se čebele sporazumevajo, učenje koreografije plesa s pomočjo pesmi Čebelice (skupina Čuki), spoznavanje satovja in njegove oblike (šest kotnik). Podobne prilagojene aktivnosti bi se ponudile tudi ostalim mlajšim gostom.

Nudili bi tudi aktivno obliko animacije, in sicer bi povezali Jazona in argonavte ter ladjo (igralo) v Europarku Zagorje.



Slika 20 Igrala v obliki ladje v Europarku



LEGENDA O IZLAKU IN MEDEJI

Objava v Izlaških novicah na strani 20:

Šik, na podlagi REHAR, R. 1996. *Argonavti*. Ljubljana : Mladinska knjiga

Še poznamo legendo o izvoru imena našega kraja in potoka, ki se vije mimo?

Argonavti, mogočni in pogumni bojevniki, ki so pod Jazonovim poveljstvom v daljnih deželah ukradli zlato runo, so se pred zasledovalci z dvema galejama umaknili v reko Donavo. Po nekaj dneh so pripluli do sotočja z reko Savo in se po njej obrnili proti zahodu. Ker je reka postajala vse bolj deroča in polna čeri in niso mogli več veslati, so močni možje z vrvmi vlekli veliko ladjo proti toku.

Prispeli so do brzice, polne čeri, ki se je zdela nepremagljiva. Spet so morali z ladij, pomorščaki pa so v roke prijeli vrvi in po silnih naporih rešili prvo. Ta je zaplula v velik tolmun, v katerega se je stekala manjša reka. Medeja in njena prijateljica, ki sta pluli na prvi, večji ladji, sta sedli na breg in opazovali, kako skušajo v tolmun potegniti še drugo ladjo. Jazon, ki je ukazoval s kopnega, je ravno hotel zaklicati Izlaku, da je tudi njegova ladja na varnem, ko se je zgodilo ... Na eni strani so se potrgale vse vrvi. Čeprav so tudi na drugi strani vlekli z vso močjo, ladje niso mogli zadržati. Deroča voda je ladjo z vso močjo zagnala med čeri, ta se je prevrnila in razletela. Izlak se je skušal rešiti, a tok je bil premočen. Prijatelji so nekaj trenutkov nemo zrl v razbitino, potem pa se pognali za njim. Kar naenkrat se je malce nižje z brega v vodo pognalo mlado dekle. Obstali so, ko je po nekaj

trenutkih iz vode potegnila njihovega prijatelja. Ranjenega so z nosili prenesli na prvo ladjo, prikupna rešiteljica pa jim je sledila. Povedala jim je, da je njen oče poglavar naselbine, skrite ob manjši reki ter jih povabila s seboj.

Izlaku je bila lepa rešiteljica Halva takoj všeč, zato je prijatelje pregovoril za obisk. Naslednjega dne so se že ob svitu odpravili na pot. Vodila jih je ob rečici navzgor, umikali so se ostrim skalam, prečkali velike travnike, se hladili v senci gozdov in po nekaj urah le prispeli v naselbino. Pričakali so jih prebivalci, jih občudovali in ogledovali. Da bi izkazali svoje gostoljubje, so možje zakurili ognje, nad njimi spekli prašičke, ženske pa so pripravile veliko pojedino.

Pozno je že bilo, ko se je družina odločila vrniti na ladjo. Utrujeni Izlak je sprejel prijazno povabilo poglavarja in ostal v njegovem domu z izgovorom, da si mora opomoči. V resnici pa si je želel biti z lepo Halvo, jo še bolj spoznati.

Dnevi so minevali, njegove rane so se lepo celile, njegovo srce pa je bilo vse bolj nemirno. Že res, da se mu je mladenka vedno prikupno nasmehnila, ga prijazno ogovorila in skrbela, da mu ni

ničesar manjkalo. A razbrati, kaj čuti, ni mogel.

Nekega popoldneva se je sprehajala ob reki in naletel na Halvo. Sedla sta v mehko travo, se nastavljala sončnim žarkom in uživala. Izpod čela je mladenič opazoval lepoticu in si priznal, da se je zaljubil vanjo. Kot bi mu brala misli ... Povedala mu je, da so dnevi, ki jih je preživela z njim, najsrečnejši v njenem življenju in da si želi, da ne bi nikoli odšel. Zardela je, ko ji je povedal, da si želi ostati z njo. V naselbino sta se vrnila nasmejana in objeta. Presrečni očeta je takoj začel s pripravami na poroko prijatelji pa so ga skušali prepričati, naj z njimi nadaljuje pot. Tudi Jazon ga je sprva želel prepričati, naj ženo vzame s seboj. Pa mu je lepa Medeja odprla oči in mu pokazala, da je Izlak v teh krajih našel srečo.

Ko so se Argonavti po nekaj dneh ponovno odpravili na pot po Savi navzgor, sta bila Havla in Izlak že poročena. V čas lepotic, ki je Jazonu ukazala poslušati srce, je poglavar po njej poimenoval reko Medeja. Po Izlaku, ki je ustvaril novo naselbino ter domačine naučil veliko stvari, se je poimenoval kraj Izlake.



Slika 21 Izlak in Medeja



4. NAČRT TRŽENJA

Analiza trenutnega stanja na trgu

Trenutno velja Slovenija za odličnega ponudnika butičnega turizma. Ponudb, ki vključujejo glamping je precej. V Zasavju nudi glamping Hiša domačih okusov Pr Čop, vendar v Zasavju ni nobenega ponudnika, ki bi nudil celostno izkušnjo povezano s prenočišči, prehrano in različnimi delavnicami. Tudi ponudba po Sloveniji največkrat vključuje prenočišče in prehrano, a manjka dodatna dejavnost, ki pa jo vključuje naša ponudba.

Na zadnjih lokalnih volitvah so kandidati za župane v vseh treh zasavskih občinah (Trbovlje, Zagorje in Hrastnik) izpostavljali turizem kot precej zapostavljeno panogo, ki pa ima potencial. Zagorje, konkretnije Izlake in Medija se pojavita v legendi o Jazonu in argonavtih in sta zgodovinsko povezana z Valvasorjem, ki je že v 17. stoletju pohvalno pisal o kranjski čebeli in čebelarjih in še posebej pohvalil kmečko medico. Zdi se nam, da bi bilo zanimivo povezati zgodovinsko tradicijo Zagorja, legendo o Jazonu in argonavtih ter našo ponudbo s kulinariko.

Temeljna trženjska strategija

Določitev ciljnega trga

Ciljni trg bi bili posamezniki in družine, ki so pripravljeni potrošiti več kot povprečni turist v zameno za bolj edinstveno, posamezniku in njegovi družini prilagojeno izkušnjo. Ponudba je umeščena v naravo, nudi lokalne izdelke/pridelke, torej je zelo trajnostno naravnana. Pravzaprav govorimo o butičnem turizmu in t. i. »butičnem gostu« (I feel Slovenia). Ali kot navaja spletna stran I feel Slovenia: »V butičnem turizmu nagovarjamo gosta visoke vrednosti (*Luxury Traveller, Affluent Traveller, High Value Traveller*), ki je nadpovprečno pripravljen potovati izven glavne sezone, njegovi izdatki pa presegajo povprečne izdatke.«

Naš ciljni trg so domači in tuji butični turisti. Cilj naše »Medija Retreat« ponudbe je v povezovanju različnih lokalnih društev, organizacij in podjetij, novi poslovni stiki pa bi pripomogli k oblikovanju bolj povezane turistične ponudbe nasploh.

Analiza makrookolja

1. Demografsko okolje: po svetu narašča staranje prebivalstva, povečuje se število samskih gospodinjstev, spreminja se etnična sestava in migracije prebivalstva.
2. Gospodarsko okolje: veliko število zaposlenih prebivalcev se dnevno vozi v službo v Ljubljano, brezposelnost se je zaradi epidemije COVID-19 nekoliko povečala. Dosegljivost posojil se je spremenila. Grozi nam inflacija. Dosegljivost posojil pa se je v zadnjih mesecih z uredbo Banke Slovenije precej znižala.
3. Naravno okolje: tudi v Zasavju narašča vpliv »zelenih gibanj« za zaščito okolja.
4. Kulturno okolje: v zadnjem času so močno izraženi trendi k lagodnemu življenju in h globalni povezanosti prebivalstva. Poglavitne kulturne vrednote družbe se odražajo v gledanju ljudi na same sebe, na druge ljudi, na organizacijo, družbo in naravo. Za kulturno okolje so značilni dolgoročni trendi v smeri samopotrjevanja ljudi ter prevladujoča posvetna usmeritev pred religioznimi.

Analiza mikrookolja

V Zagorju deluje kar nekaj organizacij, zavodov in podjetij, ki bi jih lahko povabili k sodelovanju in tako poskrbeli za našo in njihovo prepoznavnost v lokalnem okolju. Ljudje v Zagorju radi



sodelujejo pri aktivnostih, dogodkih, ponudbah, ki promovirajo Zasavje. So ponosni na svoje okolje, zgodovino in z veseljem to delijo z drugimi. Zato lahko računamo na dober odziv okolja na podobne ponudbe.

SWOT analiza – analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti

Notranji dejavniki	Prednosti	Slabosti
	- mladost in neobremenjenost s preteklimi negativnimi izkušnjami - prepoznavnost in ugled sodelujočih v lokalnem okolju - ustrezna cenovna politika - butičnost ponudbe - učinkovita in prijazna postrežba	- pomanjkanje znanj in veščin - Zasavska regija ni ravno turistično prepoznavna
Zunanji dejavniki	Priložnosti	Nevarnosti
	- spodbujanje zdravega načina preživljanja prostega časa - spodbujanje proaktivnega delovanja v družbi - gospodarska rast – višja kupna moč	- slabo vreme - lockdown ukrepi

Trženjski splet

IZDELEK

Naš turistični proizvod je enodnevni oddih z naslovom »Medija Retreat«. Gre za butično ponudbo, ki vključuje nočitev v Glampingu Izlake. Nočitev je pospremljena s kulinarično ponudbo ter aktivnostmi, kot so: kneipanje in jacuzzi v čeburu polnem akrototermalne vode, dihalne vaje in apiterapija. Ponudba vključuje tudi aktivnosti za otroke, v primeru da bi odrasli tako želeli. Otroci imajo tako aktiven »počitek«, in sicer v obliki animacije. Animacija vključuje lov na zaklad. Sprehod po Europarku, ki nudi veliko možnosti. Spoznavanje čebelarstva ter predstavitev dela čebelarja z izkustvenimi delavnicami. Celotno animacijo za otroke in mlajše mladostnike bi prevzeli naši dijaki v sodelovanju s Čebelarskim društvom Izlake ter profesorji naše šole (mentorica turistične naloge s potrebnimi kvalifikacijami za izvedbo).

Enodnevni oddih je namenjen t. i. butičnemu gostu in je primeren za vse generacije. Z odločitvijo turista za našo ponudbo bi posameznik in njegova družina doživeli oddih in odklop od vsakodnevnih obveznosti, s poudarkom na aktivnostih, ki krepijo zdravje in so trajnostno naravnane. Ceno smo postavili na cca. 75 eur za odraslo osebo. Variira glede na nastanitev (en prostor, ločeni prostori, pomožna ležišča). Otroci do 4 leta imajo zastonj, od 4. do 12. leta 50 % cene.

TRŽNE POTI

Uporabili bomo tako posredno kot tudi neposredno prodajno pot. Turisti bodo lahko opravili rezervacijo neposredno preko naše spletne strani, elektronske pošte ali preko telefona.

Povezali se bomo s turističnima agencijama Komet v Zagorju in Relax v Trbovljah, tako bomo našo turistično destinacijo tržili tudi preko posrednikov.

TRŽNO KOMUNICIRANJE



Med neosebnimi komunikacijski kanali bomo uporabili lokalne medije: lokalna televizija ETV, lokalni časopis Zasavski tednik, lokalne spletne oglaševalce Kum24, ZON. Javnost bomo obveščali tudi na naši spletni strani in spletnih straneh vseh sodelujočih ter preko spletnih socialnih omrežij. Povezali se bomo s STO in se poskusili promovirati tudi na turističnih sejamskih prireditvah v tujini.

Ker nismo omejeni na Zasavje, bomo porabili precej zajetno vsoto sredstev za tržno komuniciranje. Del sredstev za tržno komuniciranje bomo poskušali dobiti s strani Občine Zagorje ob Savi, oziroma se bomo prijavi na razpis za pridobivanje sredstev iz EU.

Organizirali bi tudi nagradno igro Radio 1 (enodnevni oddih za dve osebi + oddih za dva voditelja Radia 1) z medijskim pokrivanjem.

Skupni budžet bi bil zato skromen, nekje do 2.500,00.

5. LITERATURA

- Bazeni titiro (b. d.). Lesena kad in čeber za knajpanje. Bazeni Tirtro. Pridobljeno 16. 2. 2022 s <https://www.bazenska-trgovina.si>
- Čebelarsko društvo Zagorje (b. d.). Čebelarska učna pot. Pridobljeno 10. 1. 2022 s <http://www.cd-zagorje.si/ucna-pot/>
- Drobne M. (2020). Europark. Pridobljeno 10. 1. 2022 s <https://www.markodrobne.com/europark/>
- Družina (b. d.). Family, distributed by VectorStock. Pridobljeno 16. 2. 2022 s <https://www.vectorstock.com/>
- „Glamping Pr'Čop“. *Select Box*, Kitio, b. d. 1. 2. 2021. Pridobljeno 10. 1. 2022 s <https://www.selectbox.si/place/glamping-prcop/>
- Kandolf Borovšak A. (11. 5. 2020). Apiterapija v Sloveniji. Pridobljeno s <https://slovenia.si/sl/to-je-slovenija/apiterapija-v-sloveniji-majhna-cebela-in-njena-velika-zdravilna-moc/#group-2196>
- Lorenzo Costa – The Yorck Project (2002) 10.000 Meisterwerke der Malerei (DVD-ROM), distributed by DIRECTMEDIA Publishing GmbH. ISBN: 3936122202
- Medijske Toplice (1963). Razglednica Medijske Toplice. Wikipedia. Pridobljeno 8. 1. 2022 https://sl.wikipedia.org/wiki/Medijske_toplice#/media/Slika:1963_postcard_of_Medijske_toplice.jpg
- Naša super hrana (b. d.). Slovenske jedi. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. Pridobljeno 11. 2. 2022 s <https://www.nasasuperhrana.si/>
- NIJZ (b. d.). Človeško telo in voda. Pridobljeno 5. 1. 2022 s <https://www.nijz.si/sl/clovesko-telo-in-voda>
- Osmačević E. Dihanje in dihalne vaje (b. d.). Pridobljeno 10. 1. 2022 s <https://www.cco.si/dihanje-in-dihalne-vaje/>
- Resnik Zdenka, slika narezka. Osebno sporočilo za: Anamarija Berdelak Potočnik (17. 12. 2022)
- Resnik Zdenka, slika slap Sušjek. Osebno sporočilo za: Anamarija Berdelak Potočnik (17. 12. 2022)
- Rogla Pohorje (b. d.). Akratotermalna zdravilna voda. Pridobljeno 12. 2. 2022 s <https://www.rogla-pohorje.si/sl/obcuti/2019090313231546/akratotermalna-zdravilna-voda>



- Turistična naloga »Iz babičine skrinje«. (2020). *Iz babičine skrinje*. Pridobljeno 15. 12. 2021, s http://ss-zagorje.splet.arnes.si/files/2021/04/Ve%C4%8D-znanja-za-ve%C4%8D-turizma_Moj-kraj-Moj-chef.pdf
- Turistična naloga »Kuolm«. (2018). *Kuolm*. Pridobljeno 15. 12. 2021, s <http://www.sszagorje.si/files/2019/01/Ve%C4%8D-znanja-za-ve%C4%8D-turizma-Turisti%C4%8Dni-spominek-mojega-kraja-Kuolm.pdf>
- Turistična naloga Po Valvasorjevih poteh. 2019. Zagorje ob Savi: Sredna Šola Zagorje
- Turistična zveza Slovenije, Razpis 19. festival Več znanja za več turizma. Pridobljeno 10. 12. 2020 s <https://turisticna-zveza.si/novica/19-mednarodni-festival-vec-znanja-za-ve-turizma>
- Šik (2012). Izlake in Medoja: na podlagi REHAR, R. 1996. Argonavti. Ljubljana : Mladinska knjiga. Izlaške novice. 21(15), 20. Pridobljeno 1. 2. 2022 s http://www.izlake.si/wp-content/uploads/2012/04/in12_final_web.pdf
- Valenčič D. (17. 7. 2017). Zmagovalka poletja je vodna drča. Dnevnik. Pridobljeno 10. 2. 2022 s <https://www.dnevnik.si/1042777472>

PRILOGA 1

Naziv šole	Ime in priimek dijaka študenta	Razred/ letnik	Kraj stalnega bivališča	Letnica rojstva
Srednja šola Zagorje	Delić Adin	2. d	Trbovlje	2002
Srednja šola Zagorje	Dolšina Timotej	4. d	Trbovlje	2003
Srednja šola Zagorje	Natalija Knez	4. d	Rimske Toplice	1999
Srednja šola Zagorje	Enes Kreštić	2. d	Zagorje ob Savi	2004
Srednja šola Zagorje	Lara Mars	4. c	Izlake	2003
Srednja šola Zagorje	Tjaša Vogrinc	2. d	Čeče	2002

Anamarija Berdelak Potočnik	mentorica	Slovenska Bistrica	1986
--------------------------------	-----------	--------------------	------



PRILOGA 2

Načrt predstavitve na turistični tržnici

Zasavje veliko nudi na področju turizma, a je velikokrat pozabljeno. Na podlagi dejstva, da je turizem v naših krajih precej zapostavljena panoga, ki ima potencial, bomo na turistični tržnici s pomočjo našega festivala in prigrizkov opozorili nase. S predstavitvijo bomo poskrbeli, da obiskovalci z naše stojnice ne bodo odšli ravnodušni. Vsekakor bomo sodelovanje na turistični tržnici izkoristili tako za promocijo naše regije kot tudi šole. Odgovorili bomo na vprašanja zainteresiranih obiskovalcev in poskrbeli za privlačno predstavitev. Na predstavitvi bomo sodelovali vsi navedeni v prilogi 1.

Stojnico bomo oblikovali tako, da bo odražala to, kar predstavlja Zagorje. Ostalo naj ostane skrivnost.