

OŠ Bovec

Trg golobarskih žrtev 17  
5230 Bovec



30. FESTIVAL TURIZMU POMAGA LASTNA GLAVA  
ZELENI TURIZEM

TNP

spoštovati Tradicijo,  
doživljati Naravo,  
razumeti Park

---

Projektna naloga OŠ Bovec



**Mentorica: Nataša Bartol**

Bovec, šolsko leto 2015/16

Avtorji: Jaka Gruden in Jan Trstenjak, 5. razred, Peter Černuta, 7. razred in Tajda Arh Uršič, 8. razred

## ZAHVALA

Najprej se najlepše zahvaljujemo Alenki Hace in Maji Fajdiga Komar, ki sta nam vsakič zelo hitro odgovorili na vsa naša vprašanja in nas lepo pogostili v Domu Trenta in v Centru TNP Bohinj. Lepo smo bili sprejeti tudi v Slovenskem planinskem muzeju in v Triglavski roži na Bledu. Hvala tudi ge. Ani Mariji Kunstelj Pavlovski.

Zahvaljujemo se tudi učiteljici slovenskega jezika Marijani Bon, ki nam je popravila slovnične napake.

Žarko Mlekuž nas že vrsto let spremlja in tudi tokrat nam je namignil idejo ali dve ter izpostavil nekaj poudarkov, na katere ne smemo pozabiti pri oblikovanju turističnega produkta.

## POVZETEK

Že po naslovnici naše naloge je razvidno, da bomo govorili o Triglavskem narodnem parku (v nadaljevanju TNP). Bovško obsega 31% TNP, zato se nam je zdelo primerno, da se lotimo te tematike, ki zelo sovпада z razpisom letošnjega 30. festivala TPLG. Še posebej nam je všeč, ker TNP povezuje več občin v svoji viziji, zakonodaji in poslanstvu narodnih parkov. Aljažev stolp pa je zaradi svoje izredno zanimive zgodovine postal naša maskota naloge in motivacija za razvijanje ideje o namizni igri, ki naj bi prišel v vsak slovenski dom in bi bil ponos za vsakega Slovenca ter lepo darilo za vsakega obiskovalca TNP. Naša vizija, da bi poznavanje TNP prišlo v vsak slovenski dom, nas je vodila k ideji, da izdelamo namizno igro, ki je primerna za vse generacije.

V naši projektni nalogi boste tako spoznali našo idejo za didaktično namizno igro, ki smo jo poimenovali »TNP- spoštovati Tradicijo, doživljati Naravo, razumeti Park«. TNP ima že vse elemente zelenega turizma - skrbi za ekologijo, ohranja naravno in kulturno dediščino, ima svojo zakonodajo, mednarodne projekte, ki še bolj spodbujajo tak odnos do svojega okolja, in zajema skorajda vse štiri osnovne principe zelenega turizma (UNWTO). To so okoljski, družbeni, gospodarski in podnebni princip. Nam pa je še posebej všeč, ker se v TNP nahaja naša najvišja gora Triglav z Aljaževim stolpom, ki je že mnogo let slovenski narodni ponos.

V nalogi razdelamo vsebino in obliko igre, trženje in promocijo le-te ter vizijo za razvoj produkta še v prihodnje. Seveda ne gre, da ne bi vključili Zavoda TNP kot glavnega investitorja in tržnika ter promotorja tega produkta.

Pri oblikovanju zunanje podobe namizne igre in promocijskega materiala smo upoštevali podobo blagovne znamke, ki jo uporablja TNP.

## KAZALO

<b>ZAHVALA</b> .....	<b>2</b>
<b>POVZETEK</b> .....	<b>2</b>
<b>KAZALO</b> .....	<b>3</b>
<b>UVOD</b> .....	<b>4</b>
<b>1. RAZISKOVALNI DEL</b> .....	<b>4</b>
1.1. ZBIRANJE IDEJ.....	5
1.2. IZBOR IDEJ.....	6
1.3. UGOTOVITVE.....	7
1.4. OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PRODUKTA .....	7
1.5. PREDSTAVITEV PRODUKTA- DIDAKTIČNA NAMIZNA IGRA .....	8
<b>2. TRŽENJE</b> .....	<b>9</b>
2.1. PROMOCIJA IN PRODAJA .....	10
2.2. IZVEDBA TURISTIČNEGA PROIZVODA .....	11
2.3. AKTUALNOST TURISTIČNEGA PROIZVODA .....	11
2.4. TEHNIČNA IN OBLIKOVNA DOGNANOST .....	11
2.5. AKTIVNOST UČENCEV ZA REALIZACIJO IDEJE TRŽENJA.....	12
<b>3. ZAKLJUČEK</b> .....	<b>13</b>
3.1. UGOTOVITVE.....	13
3.2. ČESA SMO SE NAUČILI.....	13
3.3. USPEŠNOST DOSEGA CILJA.....	14
3.4. TEMELJNO SPOZNAVANJE .....	14
<b>VIRI</b> .....	<b>14</b>
PRILOGE:.....	15
Priloga 1- Zemljevid igralna podloga .....	15
Priloga 2- Opis vsebine knjižice vodič .....	16
Priloga 3- Primer igralnih kart z vprašanji in nalogami .....	17
Priloga 4- Primer 20 igralnih kart.....	18
Priloga 5- Anketni list s kvizom .....	19

## UVOD

Že pred 200 leti se je na Bovškem razvil tako potovalni kot sprostitveni in zdravilni turizem. Poleg dobre prometne povezave med Beneško Republiko in Avstro - Ogrsko je razvoju turizma na Bovškem prav gotovo botrovalo čudovito naravno gorsko okolje s svojimi dih jemajočimi naravnimi lepotami. Razvijati se je začel tako domači kot tujski turizem.

Na prvi pogled se nam zdi, da je že veliko narejenega v smeri turizma v sodelovanju z naravo. Bovško postaja oz. je že prepoznavno kot »Outdoor destinacija«, torej destinacija, kjer se odvijajo številne aktivnosti na prostem, t.j. v naravnem okolju (številna šotorišča, športne in kulturne aktivnosti v naravi, smučišče Kanin...). Vedno bolj se poudarja samooskrba. Mnogi se trudijo, da postaja Bovško na tem področju vrhunska destinacija.

Bovško, ki ima največji delež edinega slovenskega narodnega parka, tj. Triglavskega narodnega parka oz. TNP, že od leta 1981 živi in deluje na osnovi poslanstva in vizije »zelenega turizma«. Kar nekaj tabel in kulturnih spomenikov ter naravnih znamenitosti nas ves čas spremlja in opozarja na prisotnost narodnega parka v naši neposredni bližini.

## 1. RAZISKOVALNI DEL

Po temeljitem spoznavanju naše naloge in poslanstva principa »ZELENI TURIZEM« smo želeli letos nekaj novega. Nekaj, česar še nismo poskusili. To je stopiti še malo izven meja našega kraja Bovca oz. našega območja, a vendar še vedno ostati v domačem okolju. Zato smo se lotili proučevanja našega edinega narodnega parka, katerega velik del je tudi naša občina, t.j. Občina Bovec.

Takoj nam je bila všeč ideja, da nad celim TNP skrivnostno in ponosno bedi Aljažev stolp, ki ima zavidljivo zgodbo in podobo. Takoj smo se odločili, da bo Aljažev stolp osrednji lik naše naloge.

**Naše vprašanje** pa je: Koliko Slovenci dejansko poznamo naš edini narodni park?

In **naša naloga**: Kako narediti TNP bolj prepoznaven v njegovem obsegu, značilnostih, vsebini in poslanstvu.

## 1.1. ZBIRANJE IDEJ

V goste smo najprej povabili go. Alenko Hace, zaposleno v Informativnem središču Dom Trenta, go. Ano Marijo Kunstelj Pavlovski, zaposleno v Triglavski roži Bled in go. Majo Fajdiga Komar, zaposleno v Centru TNP Bohinj. Vse tri so v TNP zadolžene poleg drugih obveznosti še za sodelovanje s šolami ter pripravo programov za otroke in mladino. Zanje smo pripravili izčrpen vprašalnik, v katerem so odgovorile na vprašanja, kaj vse je moč videti, početi, doživeti v TNP, kaj je vizija in naloga TNP. Spoznali smo, da je vsa zadeva zelo obsežna.

Po njihovem obisku smo poiskali nekaj literature, da smo bolj temeljito spoznali obseg in lego parka, posebnosti parka na področju živalstva, rastlinstva, površja in drugih naravnih značilnosti. Obiskali smo spletno stran TNP, ki je zelo informativna, a po našem mnenju ne najbolj pregledna. Zaznati je veliko projektov, ki so se odvijale za TNP in v imenu njega.

Obiskali smo Dom Trenta, Slovenski planinski muzej v Mojstrani, Center TNP v Bohinju in Triglavsko rožo na Bledu. Želeli smo obiskati še Pokljuko, a nam žal do zaključka naše projektne naloge to ni uspelo.

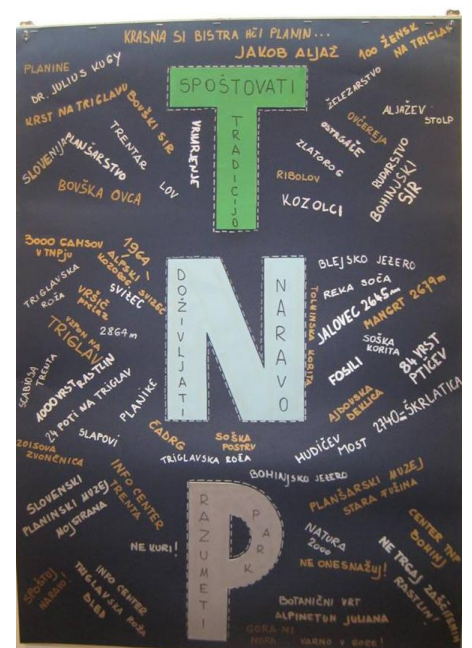
Decembra pa smo sodelovali s svojim turističnim plakatom na prireditvi »Božji lonec«, ki so ga organizirali člani Slikarske sekcije Kulturnega društva Golobar skupaj z drugimi društvi in ustvarjalci. Osrednji element te razstave je bil turistični plakat.

Hitro pa smo razumeli, da je za razumevanje parka potrebno vsaj troje stvari:

- spoštovanje in ohranjanje naravne dediščine,
- razumevanje parka- ničesar ne prineseš, ničesar ne odneseš,
- poznavanje zgodovine in kulturne dediščine.



Slika 1 Tur. podmladek v Slovenskem planinskem muzeju, januar 2016



Slika 2 Turistični plakat na razstavi prireditve »Božji lonec« v Kulturnem domu Bovec, december 2015

## 1.2. IZBOR IDEJ

Sprva smo se spopadali s štirimi idejami:

1. *Hop on Hop off po TNP* - kako z javnimi prevoznimi sredstvi obiskati večinski del parka. Sprva smo bili zelo zagreti za to idejo in to zaradi dveh razlogov:
  - naši anketiranci so to idejo zelo podprli in prepoznali kot zelo potrebno storitev,
  - skupaj z našimi gostjami smo ugotovili, da tak produkt manjka.


Zanimivo pa je bilo, da so razen nas v istem popoldnevu o isti ideji razmišljale še štiri mladenke na »Start-up delavnici«, ki se je odvijala tisti dan oz. tisti konec tedna v Bovcu na temo turizem. Punce so celo zmagale, saj so imele najboljšo idejo prej omenjenega »Start-up-a«. Najbrž smo to idejo ovrgli tudi zato, da nam ne bi očitali »skakanja v zelje«.

2. *Vse poti vodijo na Triglav* - pri branju nekaterih šolskih nalog, ki so nastale v preteklosti na OŠ Bovec na temo TNP, smo odkrili podatek, da vodi na Triglav 24 poti. Ta podatek smo poskušali najti še v tiskovinah in na spletnih straneh, a ga nismo našli. Našli pa smo tri glavne smeri (Pot s Planike ali smer prvopristopnikov; Od Triglavskega doma na Kredarici in z Doliča po stopinjah dr. Juliusa Kugyja).

3. *Zeleni vikend paket po TNP* - te naloge smo se lotili tako, da smo park razdelili na štiri enote:

Bovško, Kobarid-Tolmin, Zgornjesavska dolina in Bled-Bohinj-Pokljuka. Iz enega dela v drugega bi obiskovalec potoval s sredstvi javnega prevoza (vlak, avtobus, žičnica, kolo, peš). Ta ideja je bila za nas zelo zahtevna, zato smo se odločili, da to raje prepustimo turističnim agencijam ali turističnim ponudnikom, saj nam je bila bolj všeč ideja, ki jo bomo predstavili v nadaljevanju naloge in na 30. festivalu Turizmu pomaga lastna glava.

4. *Didaktična namizna igra TNP* - že v samem začetku smo razmišljali KAKO NAJ MLADIM PRIBLIŽAMO TNP. Ta ponuja kar nekaj aktivnosti za mlade: Belarjevi dnevi, Mladi nadzornik TNP-ja »Junior Ranger«, številne delavnice za otroke različnih starosti, raznovrstna doživetja v parku, »Mladi na vrhu« (aktivnost, ki se izvaja na področju Alparc-a),... Eno rešitev smo našli v didaktični namizni igri, ki je hkrati poučna in zabavna.

Naš predlog logotipa	Obstoječi logotip
<p style="text-align: center;">           Spoštovati <b>T</b>radicijo            Doživljati <b>N</b>aravo            Razumeti <b>P</b>ark         </p>	

### 1.3. UGOTOVITVE

Na terenu smo ugotovili, da didaktičnih namiznih iger pravzaprav ni. Vsaj ne takšnih, ki bi zajele celoten park in vso njeno vsebino parka. Našli smo veliko raznovrstnih spominkov iz domače obrti in številne tiskovine. Od spominkov, ki bi jim lahko rekli didaktični spominek ali igra, smo našli le sestavljanke in igralne karte, na katerih igralec spozna le Alpe, nastale v projektu Alparc... Drugih pa ne. Zato se nam je zdela najbolj zanimiva ideja za našo projektno nalogo prav namizna igra.

### 1.4. OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PRODUKTA- NAMIZNA IGRA

<b>Komu je namenjena</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Namenjena je otrokom, družinam, mladim in vsem, ki bi radi na zabaven način spoznali TNP in nekatere slovenske simbole, vsem turistom, ki želijo kvaliteten in zabaven oz. poučen spominek,</li> <li>inštitucijam, ki se ukvarjajo z izobraževanjem, varstvom in vzgojo (knjižnicam, domovom: dijaškim, upokojskim, bolnicam...)</li> <li>Slovenecem in tujcem, ki želijo spoznati TNP,</li> <li>turističnim delavcem kot dodatna ponudba,</li> <li>izletnikom kot način spoznavanja TNP,</li> <li>družinam za kratkočasenje,</li> <li>pohodnikom za splošno znanje,</li> <li>ljubiteljem narave, domačinom,</li> <li>centrom TNP-ja.</li> </ul>
<b>Kaj vsebuje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informativno knjižico,</li> <li>igralne karte (spomin),</li> <li>igralne karte z 20 nalogami in navodili za igro,</li> <li>6 kosov igralnih figuric v obliki Aljaževega stolpa različnih barv in igralno kocko,</li> <li>igralno ploščo.</li> </ul>
<b>Kaj sporoča</b>	Vsebino in vizijo TNP, to je ohranjanje naravne in kulturne dediščine in doživljanje okolja v skladu s pravili TNP.
<b>Kakšne so koristi uporabnika</b>	Zaradi priložene knjižice bo vsak igralec (otroci, njihovi starši, prijatelji, stari starši, sorodniki) spoznal osnovna pravila parka, nekaj zaščitene rastline in živali v parku (slikovno gradivo), veliko drugih zanimivosti na področju naravne in kulturne dediščine.
<b>Kakšne so posredne koristi</b>	Promocija vseh zaposlenih v TNP, osveščanje Slovencev, šole- razlog in motivacija za proučevanje TNP.
<b>Kakšne so koristi ponudnika (izvajalca projekta)</b>	Zavod TNP s takšno igro posredno izobražuje ljudi, se promovira, išče nove izzive za svoje delovanje in razvoj svojih aktivnosti in produktov, širi in ozavešča nove kroge ljudi, pridobiva nove ljubitelje narave oz. parka.
<b>Kdo je glavni izvajalec projekta</b>	Prav gotovo Zavod TNP lahko ta produkt uporablja za veliko aktivnosti: <ul style="list-style-type: none"> <li>izobraževanje,</li> <li>trženje,</li> <li>promocijo,</li> <li>nadgradnjo svojih drugih aktivnosti,</li> <li>dopolnitev svoje ponudbe.</li> </ul>
<b>Distribucija</b>	<i>Prodaja:</i> TNP (info centri), TIC, muzeji, hoteli, restavracije, turistične kmetije, ljubljanski grad, trgovine z različnim blagom, bencinske črpalke, tržnica, prodaja od vrat do vrat, frizerski saloni, sobodajalci, knjigarne, turistične organizacije, turistični ponudniki, trgovine s spominki in lokalnimi izdelki <i>Za interaktivne dejavnosti:</i> šole, knjižnice, čakalnice, <i>Prireditve:</i> srečelov, prodaja, nagradne igre

## 1.5. PREDSTAVITEV PRODUKTA- DIDAKTIČNA NAMIZNA IGRA

<b>Ime</b>	<b>» TNP-spoštovati Tradicijo, doživljati Naravo, razumeti Park«</b> DIDAKTIČNA NAMIZNA IGRA (v nadaljevanju: namizna igra)
<b>Simbolika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Naslovna stran škatle je črne barve - kot zemlja, iz katere vse raste (glej slika 2)</li> <li>- Začetnice besed so v modri barvi - vode (začetnica besede <b>T</b>RADICIJA), zeleni barvi - gozd in travniki (začetnica besede <b>N</b>ARAVA) in sivi barvi -gore (začetnica besede <b>P</b>ARK).</li> </ul> <p>Z barvami smo želeli ostati blizu logotipu in sloganu, ki ga uporablja Zavod TNP.</p>
<b>Oblika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Namizna igra je shranjena v kartonasti škatli iz recikliranega kartona dimenzije 25 cm x 25 cm,</li> <li>- ima igralno ploščo veliko cca. 40 cm x 50 cm (glej sliko stran 15),</li> <li>- na igralni plošči je upodobljen barvni zemljevid območja TNP, stiliziran z manjšimi podobami, značilnimi za TNP. Zemljevid je označen s polji (60 polj, od tega 20 polj s posebnimi nalogami), po katerih se premikajo figure (glej priloga, št. 1),</li> <li>- 6 kosov figuric, ki so lesene in imamo različne barve streh ( po obliki izgledajo kot miniaturni Aljažev stolp) skupaj z igralno kocko, shranjene v vrečki iz lanu,</li> <li>- v škatli je tudi knjižica - vodič s poučnimi podatki (velikost 14cm x 10 cm, 40 strani) ter navodila (glej priloga, št. 2- opis vsebine knjižice),</li> <li>- karte v treh barvah (modri, zeleni, sivi) na katerih so vprašanja (glej priloga, št. 3),</li> <li>- priloženih je 20 parov kart, ki služijo za igro spomin in predvsem za učenje in prepoznavanje posebnosti TNP (podobe endemičnih in zaščitene rastlin in živali v TNP, pravila v TNP, nekaj znamenitosti TNP) (glej priloga, št. 4).</li> </ul>
<b>Vsebina knjižice-vodič</b>	<p>Vsebina je razdeljena na 4 poglavja z uvodom in dodatkom, 40 strani (1 trši list, ki je naslovnica in hrbtna stran knjižice + 19 obojestransko potiskanih listov):</p> <p>Uvod: Sporočilo oz. vizija produkta</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. poglavje: Opis parka s slikami</li> <li>2. poglavje: Rastlinstvo in živalstvo s slikami</li> <li>3. poglavje: Kulturna dediščina s slikami</li> <li>4. poglavje: Pravila parka</li> </ol> <p>Dodatek- kontakti, naslov spletnega portala, navedba sponzorjev, ipd. (glej priloga, št. 2).</p>
<b>Jezik</b>	Slovenski, angleški, nemški, italijanski
<b>Naklada</b>	1000 v slovenskem, 300 v angleškem, 300 v nemškem, 300 v italijanskem jeziku (o tem odloča Zavod TNP).
<b>Oblikovanje vsebine knjižice</b>	Zavod ima številna gradiva (tiskovine, muzejske eksponate, bogat arhiv informacij in slik...), zato bi lahko iz svoje bogate zakladnice zaposleni na Zavodu s skupnimi močmi izbrali najbolj primerne vsebine, tako besedila kot slike, ter jih vnesli v knjižico- vodič kot tudi v samo igralno ploščo.
<b>Možnosti nadgradnje produkta</b>	<p>Naš predlagani produkt ima že 3 glavne sestavine: igralno površino v obliki zemljevida celotnega parka, knjižico vodič in igralne karte spomin.</p> <p>Zavod TNP lahko vse tri sestavine nadgrajuje z novimi vsebinami in oblikami. Vsako sestavino lahko uporablja za različne aktivnosti (izobraževanje, promocijo, izvajanje različnih aktivnosti, predvsem za mlade).</p> <p>Vse vsebine lahko predstavlja tudi na svoji spletni strani.</p>
<b>Cena</b>	Okrog 20€. Cena je odvisna od stroškov izdelave (avtorski honorarji, oblikovanje, distribucija, tisk, število izvodov, prevajanje, lektoriranje,...)



## 2. TRŽENJE

Zamislili smo si, da je oblikovalec in izdajatelj namizne igre Zavod TNP. Sami smo želeli priti do bolj izvirnega imena namizne igre. Razmišljali smo tudi o konkretni maskoti TNP, saj ga le ta še nima. Žal nam to ni uspelo, kar ni nič narobe. Ravno nasprotno. To bi lahko bila odlična začetna aktivnost Zavoda TNP, preden bi se odločili za izdajo namizne igre.

K sodelovanju bi povabili slovenske osnovne šole, slovenske umetnike in ljubitelje parka z natečajem, s katerim bi dobili namige tudi za druge aktivnosti, ne le ime za namizno igro in idejo za maskoto. Posledično s tem natečajem »prisilimo« sodelujoče, da bolje spoznajo TNP.

Mi pa otrokom, družinam in mladim z našim produktom ponujamo sprostitev in ob tem učenje in spoznavanje Triglavskega narodnega parka ob igranju didaktične namizne igre TNP.

Naš produkt in ceno smo že opisali, v nadaljevanju navajamo načrtovane promocijske, distribucijske in prodajne aktivnosti.



Slika 3 Namizna igra TNP- predlog



Slika 4 Obstoječi namizni igri



## 2.1. PROMOCIJA IN PRODAJA

Zavod TNP ima v svoji osnovni dejavnosti že razvito mrežo trženja in promoviranja. V samem začetku bo torej najprej izkoristil svoje mreže. Razširi pa jih lahko na več načinov:

<b>MREŽA KARTIC UGODNOSTI</b>	Vključi se lahko v mrežo kartic ugodnosti, ki jih imajo skoraj v vseh turističnih krajih na območju TNP.
<b>PIREDITVE</b>	Vključi se lahko v številne prireditve na svojem območju kakor tudi izven njega. V samem začetku lahko tudi Turistični podmladek OŠ Bovec nastopa s svojo idejo na prireditvah in tako promovira in trži namizno igro.
<b>PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI</b>	Vključi se lahko v promocijske aktivnosti, ki jih izvajajo tako turistične agencije, Slovenska turistična organizacija (STO), razne turistične in izobraževalne zveze in društva. Organizirajo se promocijski sejmi (sejem Turizem in prosti čas v Ljubljani in podobni).
<b>NAGRADNA IGRA</b>	Zavod lahko oblikuje lastno nagradno igro, ki vključuje raznovrstne aktivnosti v svojem parku, na primer: kdor obišče Slovenski planinski muzej, z vstopnico dobi »potni list«. V potnem listu mora obiskovalec zbrati 5 žigov ali nalepkic, ki jih dobi na različnih mestih v TNP. To so lahko muzeji, gorski vrhovi, različni gostinski in turistični ponudniki (sponzorji) in podobno. Ko zbere vseh 5 žigov ali nalepkic, za nagrado dobi namizno igro. S tem pridobi Zavod k sodelovanju številne akterje k sodelovanju za popestritev svoje ponudbe oz. sponzorje za svoje aktivnosti. Vse te aktivnosti združujejo vse sodelujoče k večji osveščenosti, poznavanju in spoštovanju TNP-ja.
<b>INFORMACIJSKI CENTRI V SLOVENIJI</b>	Slovenija je dobro pokrita z informacijskimi turističnimi centri (TIC-i). Namizno igro bi prodajali ter jo uporabljali za promocijski material.
<b>PLANINSKE KOČE</b>	Slovenija ima več kot 150 planinskih koč, ki bi lahko tržile oz. promovirale to namizno igro. Večina koč se nahaja v TNP.
<b>SPLETNA STRAN</b>	Zavod ima svojo spletno stran preko katere lahko poveča svoj obisk z nagradnimi vprašanji. Obiskovalci nanje odgovarjajo, tako da iščejo odgovore na spletnih straneh Zavoda in izpolnijo vprašalnik. Pri tem se potegujejo za nagrado, tj. namizno igro. Možen pa bi moral biti tudi nakup le-te.
<b>PROJEKTI PARTNERJI</b>	Svoj produkt lahko kot primer dobre prakse ponudijo vsem svojim projektnim partnerjem (še posebej izven slovenskih meja). V povezavi s projektnimi partnerji bi lahko namizno igro v prihodnosti nadgrajevali.
<b>VZGOJNO VARSTVENE IN IZOBRAŽEVALNE USTANOVE</b>	Predlagamo, da bi vzgojno varstvene ustanove (vrtci) in izobraževalne ustanove (osnovne in srednje šole) ponujale namizno igro na enak način, kot ponujajo naročnikom številne tiskovine (mesečnike, tednike, ipd). Poleg tega bi lahko te ustanove posedovale nekaj izvodov za izobraževanje in sprostitev svojih otrok.

## 2.2. IZVEDBA TURISTIČNEGA PROIZVODA

V svojih krogih imajo dovolj sposobnega kadra, ki bi lahko oblikoval vsebino namizne igre in vse pripadajoče dodatke (knjižica vodič s slikami). Na področju tiska pa imajo že svoje poslovne partnerje in izvajalce propagandnih in izobraževalnih tiskovin, prav tako tudi na področju prevajanja, oblikovanja in drugo.

Vsekakor bi bilo smiselno istočasno oblikovati letake, ki bi nagovorili potencialne kupce in obiskovalce TNP za nakup namizne igre.

## 2.3. AKTUALNOST TURISTIČNEGA PROIZVODA

<p><b>S</b> PREDNOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novost v TNP</li> <li>• Finančno dostopen večini ljudem</li> <li>• Zanimiv in zabaven produkt</li> <li>• Uporaben za spominke, darilo, nagrado</li> </ul>	<p><b>W</b> SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nezainteresiranost obiskovalcev za nakup tovrstnih iger</li> <li>• Padanje trenda namiznih iger</li> </ul>
<p><b>O</b> PRILOŽNOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• To igro je mogoče ves čas spreminjati in jo oplemenititi z novimi vsebinami</li> <li>• Možno jo je prilagajati različnim ciljnim skupinam in aktivnostim</li> </ul>	<p><b>T</b> NEVARNOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nezainteresiranost vodstva Zavoda TNP</li> <li>• Podcenjevanje produkta kot nekaj že videnega</li> </ul>

## 2.4. TEHNIČNA IN OBLIKOVNA DOGNANOST

Ugotovili smo, da so učenci OŠ Most na Soči izdelali zanimivo namizno igro, ki so jo poimenovali »Mala mostarska miška«. Za igro so leta 2005 prejeli priznanje Turistične zveze Slovenije in je bila razstavljena na mednarodnem obrtnem sejmu v Celju.

Igro smo z navdušenjem preizkusili. Všeč nam je, da skozi igro spoznaš turistično ponudbo na Mostu na Soči pa tudi nekaj kulturnih in naravnih znamenitosti kraja. Proučili smo tudi trženje, ki pa se izvaja le v okviru OŠ Most na Soči. Igro uporabljajo kot protokolarno darilo šole.

Naš produkt bi imel prav gotovo večji domet kupcev, saj bi se tržil na številnih krajih. Zato smo prepričani, da bi moral biti edini izvajalec Zavod TNP, tako oblikovno kot tehnično. Prevzeti bi moral vse aktivnosti od oblikovanja vsebine in oblike igre, tiskanja, povezovanja z zunanji izvajalci, promocije in nazadnje še trženje.

## 2.5. AKTIVNOST UČENCEV ZA REALIZACIJO IDEJE TRŽENJA

Svojo idejo smo in bomo predstavili odgovornim na Zavodu TNP. Za sodelovanje na 30. festivalu Turizmu pomaga lastna glava bomo izdelali prototip Aljaževega stolpa. Z njim se bomo predstavili najprej na regijskem festivalu, upajmo, da tudi na državnem, prav gotovo pa še na vseh naših lokalnih prireditvah, ki jih organizirata Sekcija mladih TD Bovec in TD Bovec. Odzvali se bomo tudi povabilu vseh informacijskih centrov, ki so nas lepo pogostili in nam dali veliko informacij in znanja, v kolikor bi ti to želeli.

Posebno pa si želimo, da bi naše šole kot obvezno vsebino učnega programa vsem petošolcem predvajale slovenski dokumentarni film »Ta pleh ima dušo«. Film smo si ogledali tudi mi, saj nas je prav ta film, ki so ga predvajali jeseni na dnevih pohodništva v Kobaridu, tako močno nagovoril, da smo Aljažev stolp vzeli za glavno »osebo« naše naloge. Zakaj? Ker tako močnega sporočila o globoki domoljubnosti ni moč nikjer spoznati. To je močno in osnovno sporočilo, da lahko vsak obiskovalec z vso spoštljivostjo stopa po pokrajini TNP, jo ohranja in neguje ter njeno sporočilnost prenaša naprej iz roda v rod.

V kolikor bomo poželi uspeh na festivalu, bomo sprožili to željo na Ministrstvo za šolstvo.



### 3. ZAKLJUČEK

Letos nas je pri krožku zelo malo, kar zelo obžalujemo. Te pasivnosti pa nas je strah tudi na področju okolja in poznavanja svoje lastne domovine. Mi smo se naučili in spoznali veliko stvari o našem okolju, zato se bomo zelo potrudili, da bomo vsa novo pridobljena znanja predali naprej.

Opažamo, da večina slovenskih šol z raznovrstnimi programi skrbi za ekološko osveščenost, samooskrbo (kolikor jim zakon dovoljuje) in izvaja številne aktivnosti na tem področju. Čutimo pa pomanjkanje domovinske vzgoje in razumemo, da je to prepuščeno lastni presoji posameznega učitelja. Najbrž se problem ponovi, ko gre za spoznavanje svoje lastne domovine. Še posebej imamo v mislih planinarjenje, dejavnost, ki je že dolgo živa v koreninah Slovencev. Kolikim osnovnim šolam je dostopen obisk TNP? Osnovnošolci se s TNP srečajo v 5. razredu v obveznih učnih gradivih. Naša ideja je prav gotovo zelo dober pripomoček, ki ga je moč uporabiti za zanimivejše spoznavanje snovi. Film »Ta pleh ima dušo« je odličen film za otroke (pa tudi za odrasle), da na zanimiv način spoznajo zgodovino slovenskega ponosa in domoljubja, ki še danes živi.

#### 3.1. UGOTOVITVE

Iz anket, ki smo jih opravili, smo najprej ugotovili, da velika večina vprašanih pozna TNP le bežno. Veliko teh je že obiskalo nekatere kraje v TNP. Žal smo v naši projektni nalogi oblikovali neprimeren vprašalnik za uporabljeno idejo, saj takrat še nismo vedeli, kateri produkt bomo izbrali.

Veseli nas dejstvo, da večina vprašanih pozdravlja obstoj TNP, skupaj s svojimi strogimi zakoni, zavedajoč se, da bomo samo tako ohranili našo unikatno naravno okolje. Všeč nam je, da so prepoznali tudi pomembnost za ohranjanje delovnih mest in lokalnih obrti in značilnosti.

Zanimivo je, da je le malo ljudi pravilno izpolnilo »mali kviz«, ki je bil priložen vprašalniku.

#### 3.2. ČESA SMO SE NAUČILI

Znova in znova ugotavljamo, da živimo v najlepšem delu Evrope in da se premalokrat tega zavedamo. Slovenci ne bi smeli biti skromni v zastopanju svojih korenin in lepot. Tujci nam priznavajo vse lepote in tudi prijaznost ljudi. Zakaj potem tega ne izkoristimo in to boljše prodamo? Nas je strah, da nam bodo to ukradli? Nas je mogoče strah, da premalo vemo in znamo o sebi in svoji zgodovini? Smo premalo ponosni?

Vsekakor mislimo, da bi moral biti v osnovnih šolah velik poudarek na domovinski vzgoji.

### 3.3. USPEŠNOST DOSEGA CILJA

V možnost izvedbe naše ideje sploh ne dvomimo. Prepričani smo, da je projekt oz. produkt zanimiv, vsestranski, poučen in zabaven. Primeren je za celo vrsto aktivnosti. Vedno bolj se sprašujemo, zakaj tega produkta še ni. Razumemo le, da je TNP tako kompleksna zadeva, da se zaposleni na Zavodu še niso posvetili temu področju. Mogoče jih skrbi, da je to že izven trenda. Vseeno smo prepričani, da bo s pravim pristopom in pravilno obliko produkt zanimiv za marsikoga.

### 3.4. TEMELJNO SPOZNAVANJE

Turizem smo predvsem LJUDJE s svojim okoljem in odnosom do njega. Drugim ga lahko ponudimo in prodajamo le, dokler ga sami dovolj dobro poznamo, ohranjamo in spoštujemo.

Naš turistični produkt je dober način za boljše osveščanje o zgodovini svojega naroda, o poznavanju svoje neokrnjene bogate narave, o druženju in prostem času. Želimo, da bi vsakogar obogatil in mu podaril dragocena spoznanja in prijetno preživeti čas.

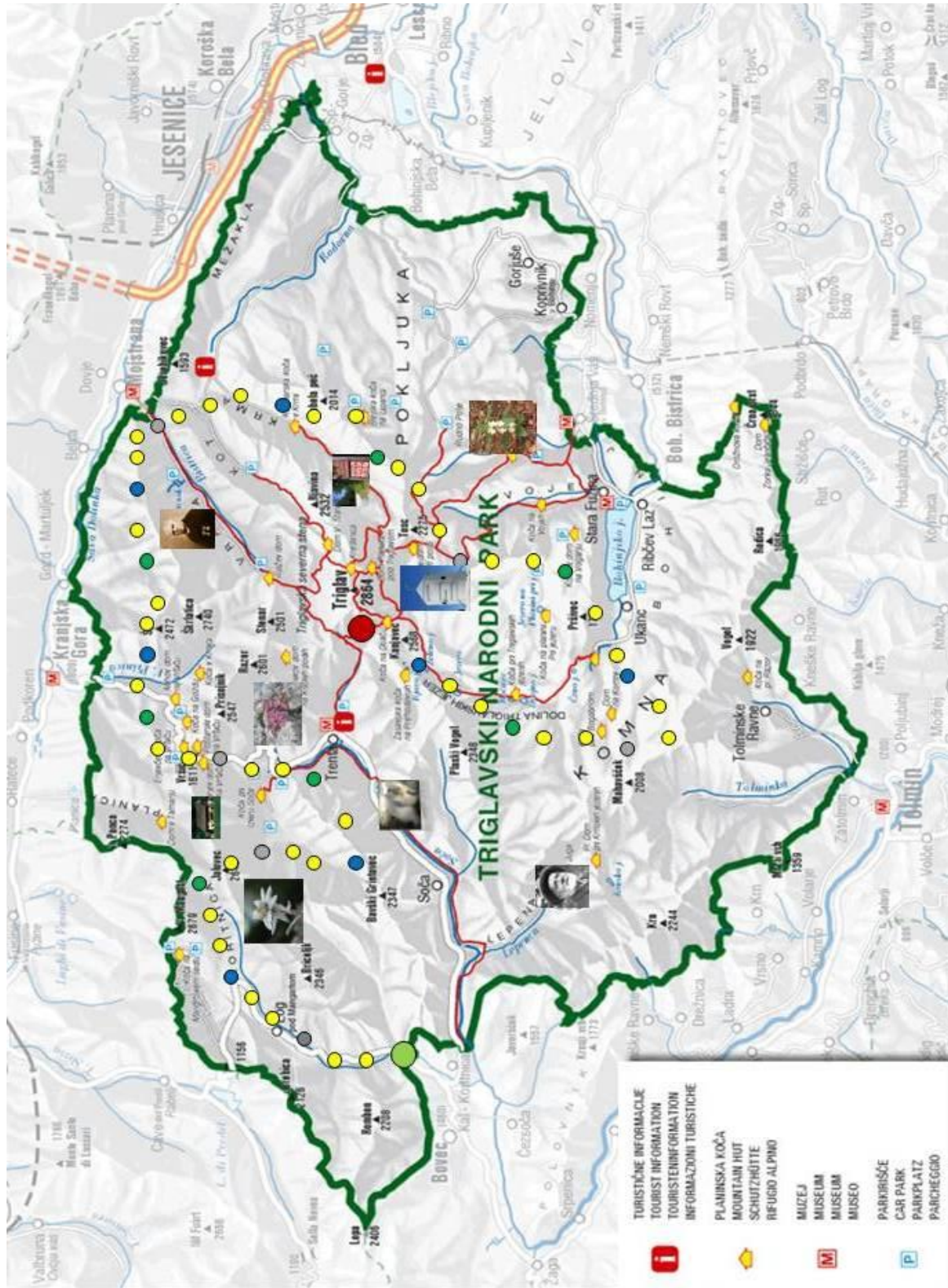
## VIRI

Triglavski narodni park [online], 2016 [ogled 23. 1. 2016]. Dostopno na: <http://www.tnp.si/>

Zeleni turizem [online], 2016 [ogled 23. 1. 2016]. Dostopno na: [http://www.slovenia.info/?ps\\_eko\\_turizem=0&lng=1](http://www.slovenia.info/?ps_eko_turizem=0&lng=1)

PRILOGE:

Priloga 1- Zemljevid igralna podloga



## Priloga 2- Opis vsebine knjižice vodič

NASLOVNICA je črne barve:	SPREDNJA STRAN: Grafična podoba Aljaževega stolpa v beli ali srebrni barvi na njem sledeči napis: kratica <b>TNP</b> Pod grafiko Aljaževega stolpa z belimi črkami še napisano : Spoštovati Tradicijo, Doživljati Naravo Razumeti Park	ZADNJA STRAN: Z belimi črkami napis : Zahvala in želja avtorjem in kupcem
1. stran	Fotografija Aljaževega stolpa	
2. Stran	Naslov knjižice, avtorji, letnica izdaje, založba	
UVOD 3. in 4. stran	V uvodu se predstavi Zavod TNP. Besedilo oblikuje Zavod. Sporočilo oz. vizija produkta	
I. POGLAVJE- opis parka 5., 6., 7., 8. stran	Opis parka: nastanek parka, obseg parka, kdo ga upravlja, slikovno gradivo	
I. POGLAVJE- opis parka 9.,10., 11., 12. stran	Predstavitev najzanimivejših naravnih znamenitosti v parku najnižja – najvišja točka v TNP, vode v TNP (jezera, slapovi), doline (Trenta, Pokljuka, Loška dolina, Vrata...), prelazi (Vršič, Mangart...), vrhovi ( Triglav, Jalovec, Škrlatica...)	
II. POGLAVJE- rastlinstvo in živalstvo 13.,14., 15., 16. stran	V parku je približno 60 zaščitenih rastlin . Le-te naj se predstavijo v tem poglavju na štirih straneh tega poglavja v besedi in sliki. Najbolje v tabelarni obliki.	
II. POGLAVJE- rastlinstvo in živalstvo 17.,18., 19., 20., stran	V parku je približno 60 zaščitenih živali. Le-te naj se predstavijo v tem poglavju na štirih straneh tega poglavja v besedi in sliki. Najbolje v tabelarni obliki.	
SREDINA KNJIŽICE - ZEMLJEVID 21., 22. Stran	Zemljevid TNP, enak kot je na igralni površini	
III. POGLAVJE- kulturna dediščina 23., 24., 25., 26. stran	V parku je veliko elementov kulturne dediščine: Obrt in arhitektura s slikami	
III. POGLAVJE- kulturna dediščina 27., 28., 29., 30. stran	znamenite osebnosti: Jakob Aljaž, dr. Julius Kugy, Trentarski lovci in vodniki, Albin Belar s fotografijami	
III. POGLAVJE- kulturna dediščina 31. 32. stran	Pripovedke: Zlatorog- pripovedka s sliko	
III. POGLAVJE- kulturna dediščina 33., 34. stran	Pripovedke: Ajdovska deklica in Divji mož- pripovedki s slikami	
III. POGLAVJE- kulturna dediščina 35. stran	Oj, Triglav, moj dom- besedilo z notami pesmi Jakoba Aljaža	
IV. POGLAVJE- pravila parka 36., 37. stran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nekaj nasvetov prve pomoči in kontakti s slikami</li> <li>• Piktogrami s pravili</li> </ul>	
DODATEK 38., 39. stran	kontakti, naslov spletnega portala, navedba sponzorjev, ipd.	



### Priloga 3- Primer igralnih kart z vprašanji in nalogami

Igralne karte so v treh barvah:

- **Modri**- na teh kartah so vprašanja in naloge vezane na kulturno dediščino.
- **Zeleni**- na teh kartah so vprašanja in naloge vezane na naravno dediščino.
- **Sivi**- na teh kartah so vprašanja in naloge vezane na park.

Vprašanje ali naloga	Odgovor
<b>1. Katera domača žival je najbolj značilna za Bovško?</b>	Bovška ovca; knjižica, str. 23- 26
<b>2. Kako visok je Triglav ?</b>	2864 m; knjižica, str. 9-12
<b>3. Kje je izvir reke Soče?</b>	V Trenti, knjižica, str. 9-12
<b>4. Naštej vsaj tri prepovedi oz. pravila v TNP-ju?</b>	Knjižica, str. 36-37
<b>5. Kdo je prvi preplezal severno Triglavsko steno?</b>	Ivan Berginc - Štrukelj; knjižica, str. 27-30
<b>6. Kako se imenuje botanični vrt v Trenti?</b>	Alpin(et)um Juliana; knjižica, str. 9-12
<b>7. Katera je najvišja gorska cesta v Sloveniji v TNP?</b>	Mangartska cesta; knjižica, str. 9-12
<b>8. Katera je najnižja točka v TNP-ju?</b>	Tolminska korita - 180 m; knjižica, str. 9-12
<b>9. S katerim vlakom lahko potujemo iz Bohinjske Bistrice na Most na Soči?</b>	Z avtovlakom; knjižica, str. 38-39
<b>10. Po kateri roži se imenuje mlekarna v Kobaridu?</b>	Po planiki; knjižica, str. 13-17
<b>11. Imenuj osebo, ki je postavila stolp na Triglavu?</b>	Duhovnik Jakob Aljaž; knjižica, str. 27-30
<b>12. Za koliko denarja je Jakob Aljaž kupil zemljo na Triglavu?</b>	1 goldinar; knjižica, str. 27-30
<b>13. Katera ledeniška dolina leži v TNP?</b>	Planica; knjižica, str. 9-12
<b>14. Kateri pravljичni lik je izklesala mati narava v steni Prisanka?</b>	Ajdovsko deklico; knjižica, str. 33-34
<b>15. Kako je ime naravnemu rezervatu, kjer izvira Sava Dolinka?</b>	Zelenci; knjižica, str. 9-12
<b>16. Katerega leta je bila načrtana meja TNP?</b>	Leta 1981, knjižica, str. 5-8
<b>17. Zapiši pesem Oj, Triglav, moj dom.</b>	Knjižica, str. 35
<b>18. Naštej vsaj 4 zaščitene rastline v TNP.</b>	Knjižica, str. 13-17.
<b>19. Naštej vsaj 4 zaščitene živali v TNP.</b>	Knjižica, str. 17-20
<b>20. Kaj je izoblikovalo današnje površje TNP?</b>	Vode in ledenik; knjižica, str. 9.-12

Priloga 4- Primer 20 igralnih kart

 <p><b>Triglavska roža</b> (<i>Potentilla nitida</i>)</p>	 <p><b>Encijan ali Sviščevke</b> (<i>Gentianaceae</i>)</p>	 <p><b>Planika</b> (<i>Leontopodium alpinum</i>)</p>	 <p><b>Zoisova zvončica</b> (<i>Campanula zoyssii</i>)</p>	 <p><b>Alpski svizec</b> (<i>Marmota marmota</i>)</p>	 <p><b>Gams</b> (<i>Rupicapra Rupicapra</i>)</p>	 <p><b>Kozorog</b> (<i>Capra ibex ibex</i>)</p>	 <p><b>Soška postrv</b> (<i>Salmo marmoratus</i>)</p>	 <p><b>Dr. Julius Kugy</b></p>	 <p><b>Albin Belar</b></p>	 <p><b>Jakob Aljaz</b></p>	 <p><b>Ivan Berginc-Štrukelj</b></p>	 <p><b>Bovška hiša</b></p>	 <p><b>Aljažev stolp</b></p>	 <p><b>Kozolec-toplar</b></p>	 <p><b>Alpska hiša</b></p>	 <p><b>Triglavski narodni park</b></p>	 <p><b>Ne trgaj rož v TNP</b></p>	 <p><b>Spoštuj pravila v parku!</b></p>	 <p><b>Spoštuj naravo in jo čuvaj</b></p>
--	---	--	---	--	---	---	--	--	--	---	--	---	---	---	---	---	--	---	--

**Priloga 5- Anketni list s kvizom**

## VPRAŠALNIK

1. Kako dobro poznate Triglavski narodni park?

A. Nič      B. Malo      C. Dobro      D. Zelo dobro

2. Naštejte, kaj poznate v Triglavskem narodnem parku?

---

---

---

3. Čemu služi Triglavski narodni park?

---

4. Kako pomemben se vam zdi obstoj Triglavskega narodnega parka?

---

5. Ali živite v Triglavskem narodnem parku?

A. Ne      B. Da      Kje? \_\_\_\_\_

6. Naštejte:

Slabosti TNP \_\_\_\_\_

Prednosti TNP \_\_\_\_\_

7. Katere aktivnosti so značilne za Triglavski narodni park?

---

8. Vaša najljubša destinacija v Triglavskem narodnem parku:

---

9. Pri krožku oblikujemo tridnevni turistični paket po TNP-ju.

Katere točke moramo nujno vključiti po vašem mnenju?

---

10. Kako smiselno bi bilo uvesti redno avtobusno linijo, ki povezuje TNP ( Bovško kotlino – Bled – Bohinj – Pokljuka – Tolminsko)?

---

# MALI KVIZ

- a) KOLIKO JE VISOK TRIGLAV ? \_\_\_\_\_
- b) KDO JE BIL JAKOB ALJAŽ ? \_\_\_\_\_
- c) KATERO TRIGLAVSKO STENO JE PRVI OSVOJIL IVAN BERGINC (Štrukelj)? \_\_\_\_\_
- d) RAZVRSTITE GORE PO VELIKOSTI (od najvišje do najnižje)

<input type="text"/>	Jalovec	<input type="text"/>	Škrlatica	<input type="text"/>	Mangart	<input type="text"/>	Triglav
----------------------	---------	----------------------	-----------	----------------------	---------	----------------------	---------

- e) NAŠTEJTE TRI PRAVLJIČNE LIKE V TNP-ju .

---

---

---

---