

ANALIZA OSKRBE PREBIVALSTVA NA MESTNI TRŽNICI

Maturitetno terensko delo v domači pokrajini



Kazalo

1. UVOD.....	2
2. NAMEN VAJE.....	3
3. POTEK DELA.....	3
4. PRIDOBLENI PODATKI.....	3
5. ANALIZA PODATKOV IN KOMETAR.....	5
6. VIRI IN LITERATURA.....	6

1. UVOD

Tržnica Center je največja in najpomembnejša tržnica v Ljubljani. Leži v samem centru mesta in se razprostira od Tromostovja do Zmajskega Mostu. Tržne površine so na Vodnikovem in Pogačarjevem trgu, Dolničarjevi ulici, prodaja pa se tudi v Plečnikovih arkadah in pokriti tržnici (semenišče). Skoraj, da ni pridelka oziroma izdelka, ki ga ne bi našli na centralni tržnici. Na tržnici kmetijski pridelovalci in drugi prodajalci prodajajo vse vrste sadja in zelenjave, gobe in gozdne sadeže, meso in mesne izdelke, mlečne izdelke, cvetje in sadike, zdravilna zelišča. Poleg tega na tržnici najdemo izdelke suhe robe in lončarstva, spominke, tekstil in obutev ter razne druge izdelke.



Slika 1: živila na ljubljanski tržnici

Tržnica center nudi surovine skozi celo leto, cenda samo sezonjske. Veliko je tudi stojnic, kjer prodajajo domačo ali bio hrano, zato tu kupujejo bolj zahtevni kupci. Tržnica se skozi različne letne čase spreminja, pozimi se pojavijo stojnice s kuhanim vinom in domačimi priboljški, poleti pa je veliko najrazličnejšega sadja in zelenjave.



Slika 2: stojnice na ljubljanski tržnici

2. NAMEN VAJE

Namen vaje je bil, da smo se dijaki spoznali z metodo anketiranja, ter da smo sami ustvarili tabele, z odgovori anketirancev. Cilj vaje je bil tudi, da smo analizirali anketo ter s pomočjo odgovorov in sošolcev ovrednotili poreklo kupce, kaj kupujejo na tržnici in usteznost ponudbe tržnice center.

3. POTEK DELA

Dela smo se lotili tako, da smo se v parih odpravili na tržnico v centru Ljubljane. Vsak izmed nas je moral anketirati mimoidoče in si njihove odgovore skrbno beležiti. Z Evo sva poizkušali anketirati starostno različne ljudi, vendar nekateri niso hoteli odgovarjati. Ko smo vsi zbrali podatke, smo si jih drug z drugim izmenjali, da smo lahko napravili tabele, s katerih smo potem lahko delali različne sklepe in tudi vrednotili ustreznost ljubljanske tržnice.

4. PRIDOBLENI PODATKI

Mestni predel oziroma naselje od koder so kupci prihajali:

mestni predel	število ljudi	odstotek %
Ljubljana	13	18
Bežigrad	7	9,7
Trnovo	7	9,7
Šiška	4	5,6
Rudnik	4	5,6
Moste	2	2,8
Polje	2	2,8
Škofljica	2	2,8
Domžale	4	5,6
Kamnik	3	4,2

Kaj so kupovali?

artikel	število ljudi	odstotek %
zelenjava, gobe, zelišča, čaji	31	43
sadje	16	22,2
ribe	5	6,9
rože	0	0
tekstil, obutek, usnjeni izdelki	8	11,1
meso, delikatesa, jajca	3	4,2
mlečni izdelki	7	9,7
ostalo	17	23,6

Kaj ponavadi še kupujejo?

artikel	število ljudi	odstotek %
sadje	34	47,2
zelenjava, gobe, zečičča, čaji	34	47,2
meso, delikatesa, jajca	8	11,1
tekstil, obutev, usnjeni izdelki	1	1,4
ribe	2	2,8
rože	2	2,8
kar potrebujem	2	2,8
mlečni izdelki	8	11,1
ostalo	7	9,7

Vzroki za nakupovanje na tej tržnici?

vzroki	število ljudi	odstotek %
ugodne cene	3	4,2
pestra ponudba	6	8,3
bližina doma ali službe	14	19,4
kakovost	7	9,7
iz navade	5	6,9
ostalo	8	11,1
domača proizvodnja	29	40,3

Priložnost, ob kateri kupujejo na tržnici?

priložnost	število ljudi	odstotek %
ni posebne priložnosti	35	48,6
ko imam še druge opravke	13	18,1
pred vikendom, prazniki	9	12,5
med malico	6	8,3
družabni stiki, srečanja	9	12,5
ko imam denar	0	0

Dnevi, ob katerih kupujejo:

dan	število ljudi	odstotek %
ni posebnega dne	58	80,6
vsak dan	0	0
vikend	1	1,4
določen dan	12	16,7
nakajkrat na teden	1	1,4
delavniki	0	0

Ustreznost ponudbe:

ustreznost	število ljudi	odstotek %
da	59	82
še kar	6	8,3
ne	7	9,7

Ustreznost objektov in načina prodaje:

ustreznost	število ljudi	odstotek %
da	45	65,5
še kar	8	11,1
ne	18	25

Predlogi za izboljšanje:

predlogi	število ljudi	odstotek %
parkirni prostor	6	8,3
nič	24	33,3
ostalo	12	16,7
pokrita tržnica	6	8,3
nižje cene	7	9,7
kontrola	4	5,6
daljši delovni čas	4	5,6
kategorizacija po kvaliteti	0	0
večja izbira	9	12,5
samoizbira	0	0

5. ANALIZA PODATKOV IN KOMETAR

Anketirali smo vsega skupaj 72 ljudi. S tabel lahko vidimo, da večina ljudi, ki kupuje na Ljubljanski tržnici prihaja iz Ljubljane in njene okolice, tam kjer je iz določenega kraja prihajal samo po en človek, smo rezultate zanemarili. Glede na dobro lego in ponudbo, na tržnico Center prihajajo tudi ljudje od drugod. Kot pričakovano, je večina kupce kupavala zelenjevo in sadje, ker pa smo anketo izvajali v božičnem času so kupovali tudi veliko drugih stvari, ki so na tržnici samo sezonsko. Ko smo jih povprašali kaj ponavadi še kupujejo, so v največih premerih odgovorili sadje in zelenjavo, veliko ljudi, pa kupuje tudi meso in mlečne izdelke. Ko smo jih povprašali po vzokih, jih je kar 40 % odgovorilo, da tu kupujejo zaradi domače proizvodnje in bližine domu ali službi. Večina ljudi ne kupuje na tržnici ob posebnih priložnostih, ter tudi nimajo določenega dne. Kar 82% anketirancem se zdi ponudba nšše tržnice ustrezna, vendar so mnenja malce bolj deljena kar se tiče ustreznosti objektov in

načinov prodaje. Prav tako so deljena mnenja glede izboljšanja tržnice, največ anketiranih si ne želi nobene spremembe, drugi bi si želeli večjo izbiro, tretji pa pokrito tržnico.

6. VIRI IN LITERATURA

<http://www.lpt.si/trznice>

http://www.lpt.si/trznice/trznice/trznica_cene_na_trznici

<http://www.visitljubljana.si/si/ljubljana-in-vec/imenik/1116/detail.html>

<http://www.siol.net/gospodarstvo/2008/03/emonika.aspx>

(vsi viri so najdeni dne 16.4.2011)