

2. TERENSKA VAJA V DOMAČEM KRAJU

OSKRBA PREBIVALSTVA NA MESTNI TRŽNICI

Datum izvedbe vaje:

UVOD

Ljubljansko tržnico vsak dan obiše veliko ljudi, ki tja pridejo iz različnih naselij, z različnimi nameni in različno pogosto. Z izvedbo te vaje smo želeli ugotoviti oskrbo prebivalstva na tej tržnici ter spoznati anketiranje kot metodo zbiranja podatkov, katere bi lahko kasneje tudi analizirali in jih grafično ter opisno prikazali.

POTEK DELA

18 dijakov se je 9. januarja 2007 med uro geografije odpravilo na osrednjo ljubljansko tržnico. Vsak izmed nas je imel nalogo anketirati dva naključna kupca na tržnici ter jima zastaviti devet vprašanj z anketnega lista, ki je bil za vse enak.

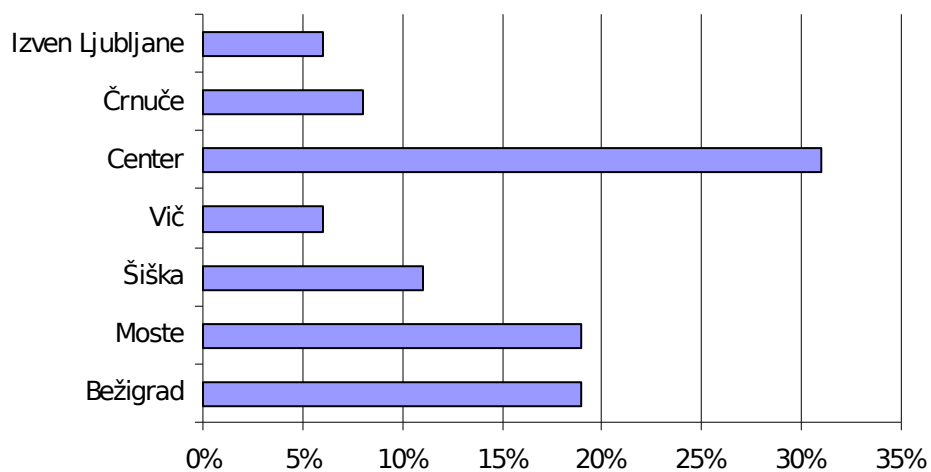
Pred začetkom izvajanja ankete smo morali biti pozorni na to, da smo se predstavili in anketirancu razkrili namen raziskovanja, da od anketirancev nismo zahtevali osebnih podatkov ter seveda na vljudnost in prijaznost.

Po opravljenem anketiranju smo v šoli zbrali rezultate, katerih skupek je bil osnova za analizo podatkov.

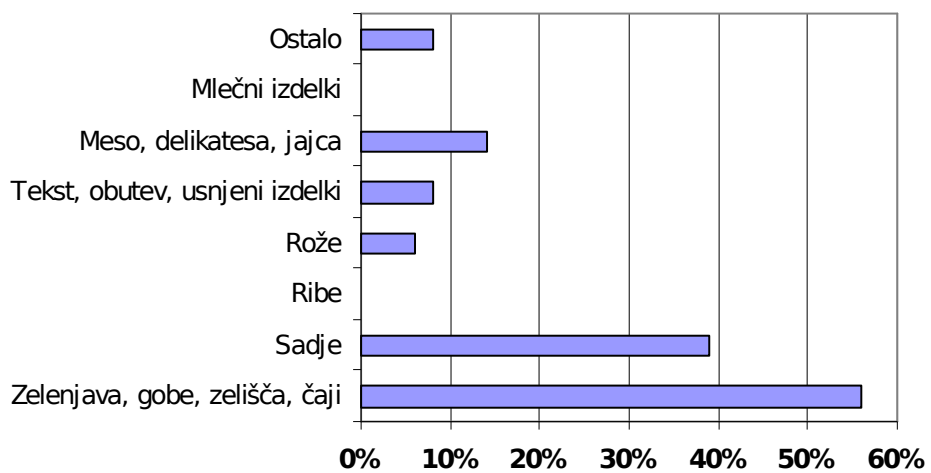
REZULTATI

Naš vzorec je predstavljal 36 ljudi ($N=36$), od katerih je vsak odgovarjal na 9 vprašanj.

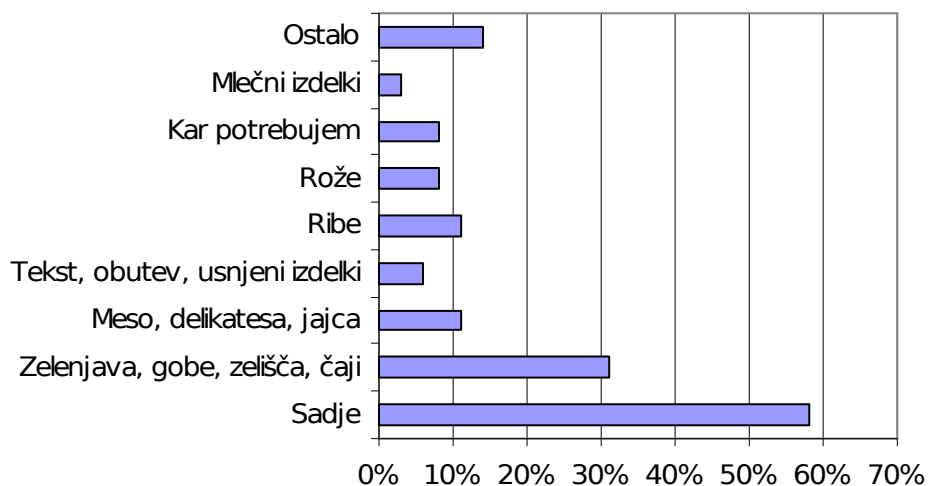
Mestni predel oz. naselje od koder so kupci prihajali



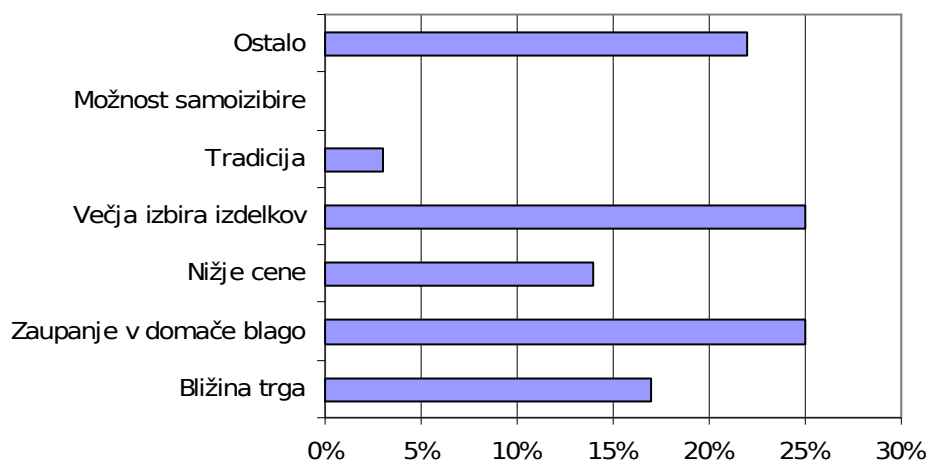
Kaj so kupovali?



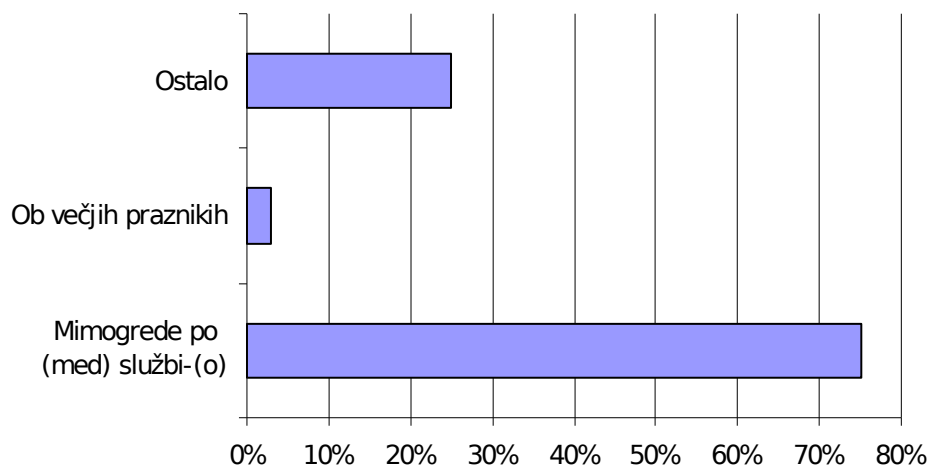
Kaj ponavadi še kupujejo?

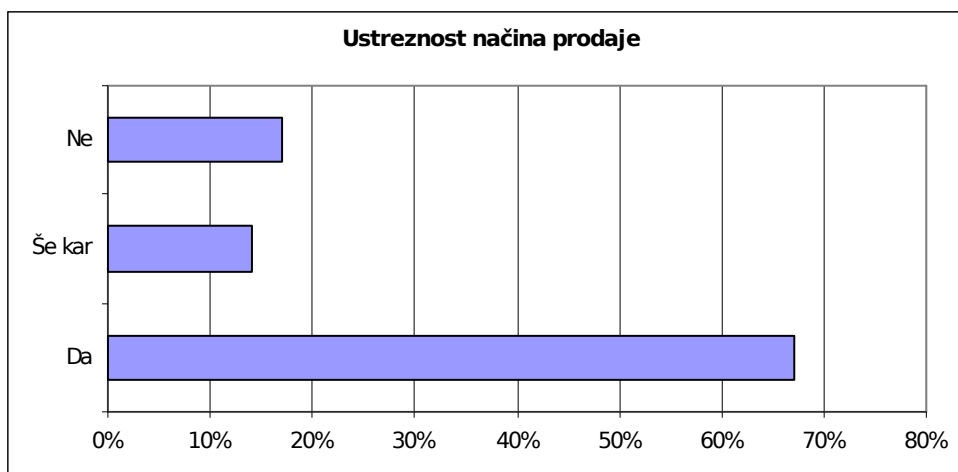
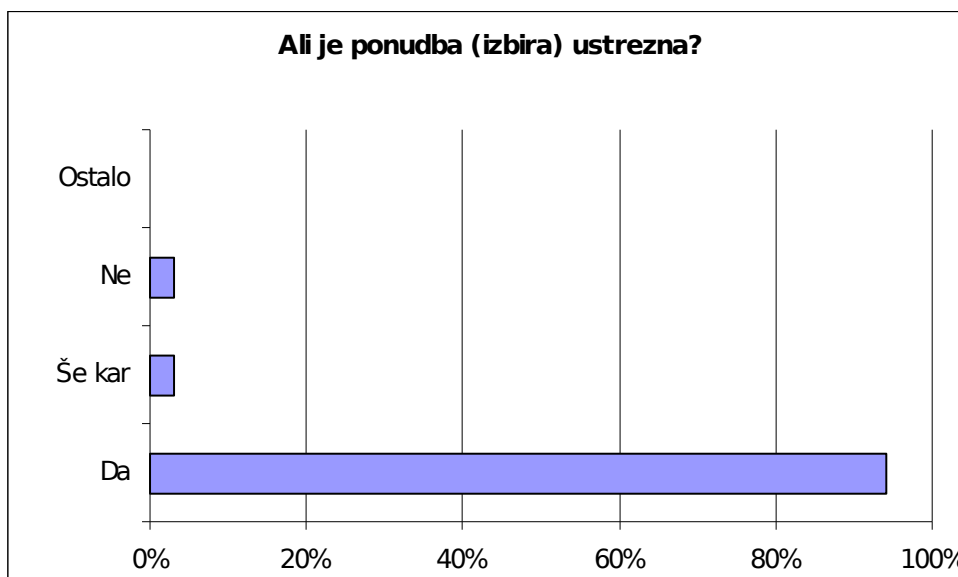
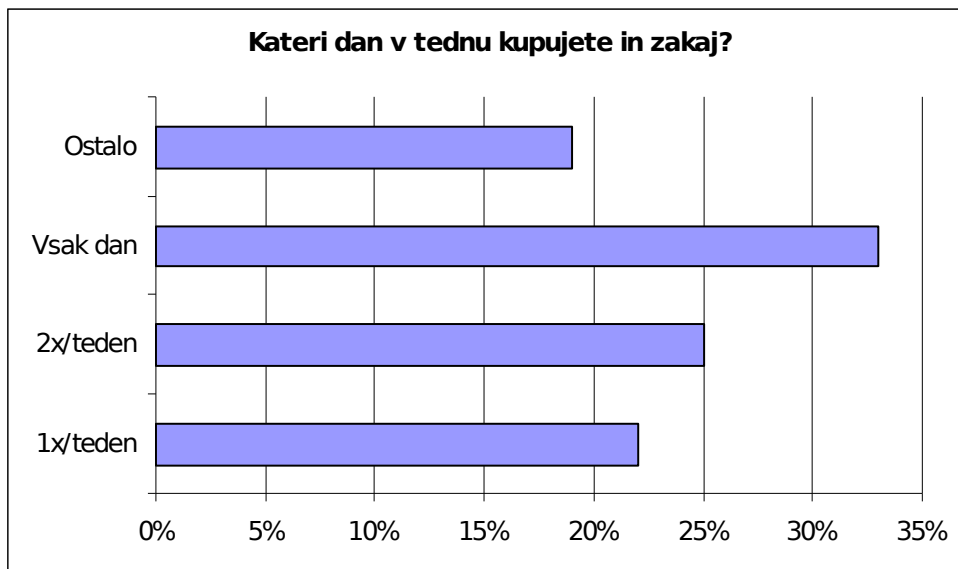


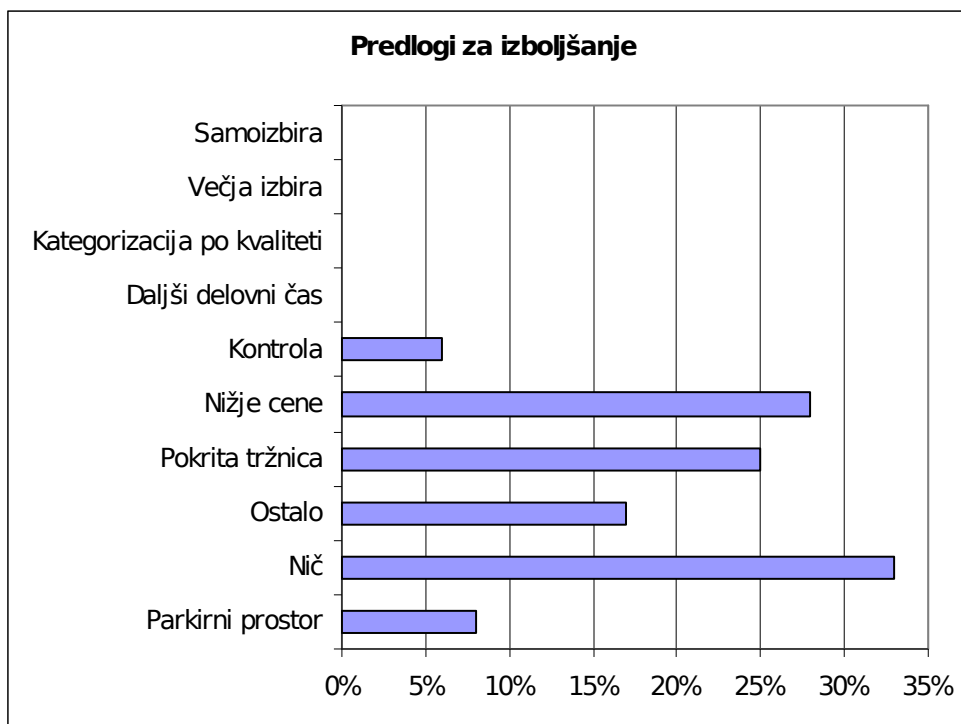
Zakaj kupujete tukaj?



Ob kateri priložnosti kupujete na tržnici?







ANALIZA REZULTATOV

Največ anketirancev je bilo iz centra Ljubljane, drugo mesto pa sta si delila Bežigrad in Moste.

Večina anketiranih se je na tržnico odpravila z namenom, da bi kupili zelenjavo, gobe, zelišča ali čaje, nekoliko manj pa jih je nameravalo kupiti sadje. Nihče izmed anketiranih ni prišel z namenom, da bi kupil ribe ali mlečne izdelke.

Nakupe na tržnici je večina anketiranih argumentirala z večjo izbiro izdelkov ter zaupanjem v domače blago, ostali pa tu kupujejo, ker so takrat v bližini tržnice in zaradi nižjih cen.

Največ vprašanih se po nakupih na tržnico odpravi med ali po službi, ostali pa večinoma tu nakupujejo redno, enkrat oziroma dvakrat tedensko.

Skoraj vsi menijo, da je izbira na tržnici ustrezna, prav tako jim je bil vseh način prodaje, glede tega so imeli pomisleke le redki. V primeru uvajanja sprememb na tržnici pa bi anketiranci v večini najraje videli spust cen in povečanje prostora pokrite tržnice.

ZAKLJUČEK

Rezultati se približno ujemajo z mojimi pričakovanji, presenetila me je le nična količina kupcev rib ter kar 69% delež kupcev, ki niso iz centra mesta, pa vseeno nakupujejo na osrednji tržnici.

Vse cilje vaje smo uspešno dosegli. Sama vaja mi je bila precej všeč, motila me je le pozna ura izvedbe, saj je v popoldanskem času na tržnici le še malo prodajalcev, zato je bilo tudi potencialnih anketirancev manj na izbiro.