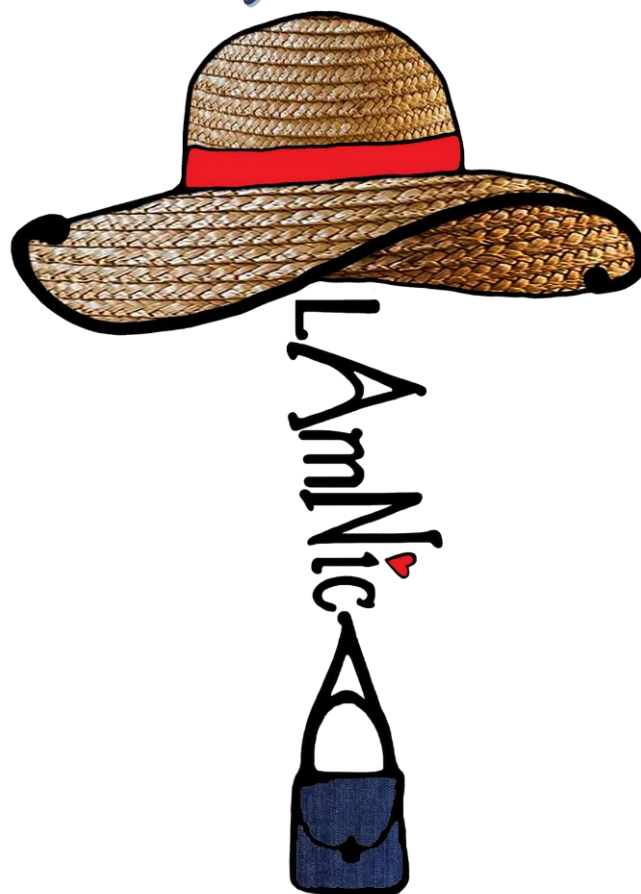


Osnovna šola Venclja Perka  
Ljubljanska cesta 58 a  
1230 DOMŽALE  
01/729 83 00  
[www.os-vperka.si](http://www.os-vperka.si)  
[os.vp-domzale@guest.arnes.si](mailto:os.vp-domzale@guest.arnes.si)

39. državni festival Turizmu pomaga lastna glava  
T&T: Tradicija v trendu

V TRENDU JE TRADICIJA

*To je naša*



**Avtorji so učenci 4. razreda, ki obiskujejo ID Raziskujemo naš domači kraj:**

Lia Adrovič, Maša Bon, Jerca Cerar, Sara Glavič, Tristan Boris Lokar Strel, Nežka Jarc Vertovec, Anastasija Štempihar, Zoja Železnik

**Mentorici:**

mag. Darja Hristovski Kandušer, uni. dipl. soc. ped., mag. spec. in rehab. ped.  
Katja Erban, uni. dipl. prof. razrednega pouka



# POVZETEK

ŠOLA: OSNOVNA ŠOLA VENCLJA PERKA

tel.: (01) 729 8 300

www.os-vperka.si

e-mail: os.vp-domzale@guest.arnes.si

**NASLOV RAZISKOVALNE NALOGE:** V TRENDU JE TRADICIJA.

TO JE NAŠA **SLAMNICA**

## **Avtorji:**

1. Lia Adrović, 4. a
2. Maša Bon, 4. a
3. Jerca Cerar, 4. a
4. Sara Glavić, 4. a
5. Tristan Boris Lokar Strel, 4. a
6. Nežka Jarc Vertovec, 4. c
7. Anastasija Štempihar, 4. a
8. Zoja Železnik, 4. a

**Mentorji:** Darja Hristovski Kandušer, Katja Erban

## **Povzetek:**

Domžale so poznane po svoji bogati slamnikarski tradiciji, ki sega več kot stoletje v preteklost. Da bi to dediščino ohranili in ji vdihnili sodoben pridih, smo razvili turistični produkt »Slamnica« – inovativno torbico, v katero se preobrazi tradicionalni slamnik. Produkt združuje zgodovino, trajnost in modni trend, saj je izdelan iz naravne slame in recikliranega jeansa, kar poudarja ekološko odgovornost in ponovno uporabo materialov. Slamnica združuje tako fizični izdelek kot tudi digitalno izkušnjo. Virtualna aplikacija »Slamnica« uporabnika popelje skozi zgodovino domžalskega slamnikarstva, postopke izdelave slamnika ter sodobne trajnostne modne trende. Tradicija in digitalizacija se tako prepletata v interaktivni turistični produkt, ki ponuja večplastno izkušnjo. Projekt smo razvili v sodelovanju z lokalnimi ustvarjalci, kot sta Ana Cajhen, mojstrica slamnikarstva, in Lup jeans Domžale, ki se ukvarja z reciklažo tekstila. Skozi ta projekt dediščine nismo le obudili, ampak smo jo tudi preoblikovali in nadgradili v privlačen in uporaben izdelek za sodobne generacije. Z razvojem »Slamnice« smo pokazali, da lahko tradicija s pravim pristopom postane trend, ki hkrati spoštuje preteklost in oblikuje prihodnost.

## **Ključne besede:**

inovacija, jeans torbica, slamnik, tradicija, trajnost, trend

## **ZAHVALA**

*Iskreno se zahvaljujemo vsem, ki so nam pomagali pri ustvarjanju in izvedbi raziskovalne naloge »V trendu je tradicija – To je naša Slamnica«.*

*Najprej hvala Ani Cajhen, mojstrici slamnikarstva, ki nam je nesebično delila svoje znanje in prispevala dragocene nasvete pri oblikovanju Slamnice. Prav tako se zahvaljujemo Lup jeans Domžale, ki so s svojim inovativnim pristopom k reciklaži jeansa omogočili, da smo naš turistični produkt oblikovali v trajnostnem duhu.*

*Velika zahvala gre mentoricama Darji Hristovski Kandušer in Katji Erban za vodenje, motivacijo in usmerjanje skozi celoten proces raziskovanja. Podpirali sta nas, spodbujali in nam omogočili, da smo svoje ideje razvili v kakovosten izdelek. Za podporo se zahvaljujemo tudi vodstvu Osnovne šole Venclja Perka in šolskemu skladu.*

*Prav tako se zahvaljujemo staršem in vsem, ki so nam kakorkoli pomagali, da smo lahko svojo idejo uspešno realizirali. Hvaležni smo Blunoutu Domžale, trgovinici Gušt, Slamnikarskemu muzeju Domžale ter Martini Učakar in Bojani Peterka.*

*Hvala tudi Robertu Pečniku – Peču, ki je s svojo energijo in humorjem obogatil naš promocijski videospot, ter Miranu Juvanu, ki je prispeval glasbeno priredbo in s tem našo zgodbo še dodatno oživil.*

*Hvala vsem, ki ste bili del naše zgodbe!*

# KAZALO:

<b>1</b>	<b>UVOD</b> .....	1
<b>2</b>	<b>NAČRTOVANJE IN OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PRODUKTA</b> .....	2
2.1	METODOLOGIJA DELA.....	2
2.2	CILJI NAŠEGA DELA .....	2
2.3	IDEJNA ZASNOVA TURISTIČNEGA PRODUKTA .....	2
<b>3</b>	<b>SLAMNICA</b> .....	4
3.1	TRADICIONALNO-TRENDOVSKI PRODUKT .....	4
3.2	OBLIKOVANJE LOGOTIPA.....	5
3.3	OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI.....	5
3.4	REKLAMNI VIDEO SPOT .....	6
3.5	POSLOVNA PRILOŽNOST .....	6
3.5.1	Swot analiza (PSPN matrika) turističnega produkta .....	6
3.5.2	Ciljne skupine za prodajo naše »Slamnice«.....	7
3.6	PORAZDELITEV DELA.....	7
3.7	KJE BOMO DOBILI MATERIAL? .....	9
3.8	DOVOLJENJA .....	9
<b>4</b>	<b>PREDVIDENI PRIHODKI IN ODHODKI</b> .....	10
4.1	PRIHODKI IN ODHODKI .....	10
4.2	IZRAČUN CENE NAŠEGA TURISTIČNEGA PRODUKTA .....	10
<b>5</b>	<b>TRŽENJE IN PROMOCIJA</b> .....	11
5.1	KAKO GA BOMO PROMOVIRALI IN TRŽILI?.....	11
5.2	REKLAMNI MATERIALI .....	11
5.2.1	Promocijska mini jeans torbica z logotipom .....	11
5.2.2	Majice z logotipom.....	12
5.2.3	Slamniki .....	12
5.2.4	Reklamni pano z logotipom .....	12
5.2.5	»Slamnica«.....	12
5.3	KAKO GA BOMO OGLAŠEVALI? .....	13

5.3.1	Družabna omrežja .....	13
5.3.2	Trgovinici Gušt in Lup jeans .....	13
5.3.3	Spletni portal Domžalec.....	13
<b>6</b>	<b>PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PRODUKTA NA TRŽNICI .....</b>	<b>13</b>
<b>7</b>	<b>ZAKLJUČEK.....</b>	<b>14</b>
<b>8</b>	<b>VIRI IN LITERATURA.....</b>	<b>15</b>
<b>9</b>	<b>PRILOGE</b>	
9.1	PROŠNJA ZA SODELOVANJE	
9.2	PROŠNJA ŠOLSKEMU SKLADU ZA FINANČNO POMOČ	

## **KAZALO SLIK:**

Slika 1:	Člani turističnega podmladka v Slamnikarskem muzeju z Ano Cajhen .....	3
Slika 2:	Člani turističnega podmladka OŠ Venclja Perka oblikujejo ideje turističnega produkta .....	3
Slika 3:	SLAMNICA: slamnik in jeans torbica.....	4
Slika 4:	SLAMNICA: aplikacija .....	4
Slika 5:	Logotip .....	5
Slika 6:	Hrbtna stran majice z logotipom in sprednja stran z unikatnim jeansom .....	12

## **KAZALO TABEL:**

Tabela 1:	Predvideni prihodki in odhodki.....	10
Tabela 2:	Izračun cene naše »Slamnice« .....	11

# 1 UVOD

Domžale so poznane po bogati tradiciji slamnikarstva, ki sega več kot stoletje v preteklost. Da pa bi tradicija v sodobnem svetu še vedno ostala privlačna in aktualna, pogosto potrebuje svež pristop. Zato smo mi, turistični podmladek iz Domžal, želeli ustvariti produkt, ki bi združeval bogato kulturno dediščino pletenja slamnikov z modernim trendom reciklaže in trajnostne mode ter zadostil naslovu letošnjega državnega festivala Turizmu pomaga lastna glava »Tradicija v Trendu«. Nastala je »Slamnica«.

Že samo ime namiguje na tradicijo in trend, saj je skovanka, ki združuje besedi »slamnik« in »torbica«. Inovativen preplet obojega pa se v polnosti kaže v turističnem produktu, ki predstavlja slamnik, ki se po potrebi lahko v trenutku preoblikuje v moderno in uporabno torbico. Hkrati se navezuje na virtualno aplikacijo »Slamnica«, ki uporabnika popelje na interaktivno popotovanje od zgodovine slamnikov do sodobnega modnega dodatka.

S pričujočim projektom želimo prispevati k ohranitvi kulturne dediščine Domžal tudi na način, da jo naredimo še privlačnejšo za mlajše generacije ter obiskovalce našega kraja. S povezovanjem lokalnih ustvarjalcev, kot sta Ana Cajhen (tradicija pletenja slamnikov) in Lup jeans Domžale (reciklaža jeansa), smo ustvarili edinstven turistični produkt, ki poudarja tradicijo, trajnost, inovativnost in trend.

Ob zasnovi in realizaciji naše »Slamnice« smo pripravili tudi načrt promocije ter trženja, zapisali naloge vseh sodelujočih, ob tem pa naredili tudi swot analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti produkta.

## 2 NAČRTOVANJE IN OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PRODUKTA

### 2.1 METODOLOGIJA DELA

Metode načrtovanja in realiziranja turističnega produkta in naloge so:

- brain storming in zbiranje idej,
- delo z literaturo in spletnimi viri,
- analiza obstoječe ponudbe na trgu,
- delo na terenu (obisk TIC-a in Slamnikarskega muzeja Domžale, pogovor z Ano Cajhen (izdelovalka slamnikov), Martino Učakar, Bojano Peterka (izdelava in izposoja gorenjskih narodnih noš), obisk Blunouta Domžale, Lup jeansa Domžale (unikatna trajnostna moda društva Verjamem vate) in trgovine Gušt Domžale ter dogovor z njimi, pogovor in dogovor z Robertom Pečnikom-Pečom (radijski in televizijski voditelj), Miranom Juvanom (glasbenik), snemanje promocijskega videospota),
- izdelava turističnega produkta, stojnice in spletne strani,
- trženje turističnega produkta.

### 2.2 CILJI NAŠEGA DELA

Cilji raziskovanja in dela so:

- izdelati tradicionalen, a hkrati inovativen in trendovski turistični spominek s trajnostno noto,
- širiti prepoznavnost našega kraja in obogatiti kulturno dediščino,
- v turističnem spominku povezati tradicijo slamnikarstva z aktualnimi smernicami mode in sodobne tehnologije,
- popestriti lokalno slamnikarsko in modno ponudbo,
- promovirati načine inovativne uporabe slame, jeansa,
- razvijati in širiti zavest o ohranjanju kulturne dediščine in tradicije.

Tudi letos smo želeli ustvariti produkt s trajnostno noto, ki ga na tržišču še nismo zasledili in bi skozi preplet tradicije in trendov v kar največji meri predstavljal tako prepoznavne panoge našega kraja kot tudi delo lokalnih obrtnikov.

### 2.3 IDEJNA ZASNOVA TURISTIČNEGA PRODUKTA

Vsa leta, kar turistični podmladek OŠ Venclja Perka piše svoje zgodbe, ostaja zvest rdeči niti –



slamnikarstvu. Odločili smo se, da bo tako tudi letos. Ob slamnikih Ane Cajhen, ki smo jih zdaj že dodobra spoznali, so se porajale različne ideje.

Poigrali smo se z mislimi:

Sara: »Kaj, če bi naredili uhane iz slame? Ali pa sliko?«

Jerca: »Ja, odlična ideja. Lahko bi naredili ogrlico iz slame in pa slamnat plašč.«

Zoja: »Okvir za sliko bi bila odlična ideja. Ali pa bi le žvečili čigumi z okusom slame.«

Lia: »Lahko bi ustvarili električni slamnik.«

Anastasija: »Takšen z lučkami ali pa električni kuli iz slame.«

Ugotovili smo, da nekatere ideje že obstajajo – slamnati uhani, ogrlica, tudi nekatera oblačila in torbe. Z našimi idejami nismo bili povsem zadovoljni. Raziskovali smo dalje. Ugotovili smo, da na področju mode v Domžalah obstaja veliko butikov, trgovinc, med drugim tudi poročni kotiček. Po naključju smo se srečali z modno zgodbo s posebno noto, katere ambasador je Lup jeans Domžale. Ta nas je tako očarala, da smo z njimi stopili v kontakt. Izvedeli smo, da je bil Lup jeans ustanovljen z namenom vključevanja otrok s posebnimi potrebami ter ponovni uporabi in predelavi neuporabnih kosov oblačil v nove unikatne modne dodatke. Ustanoviteljici Vesna Goršek in Alenka Žnidarič sta nam povedali, da se njihovo društvo »Verjamem vate« trudi ekološko ozaveščati ljudi in jih aktivno vključiti v trajnostno uporabo rabljenih ali recikliranih izdelkov.

Porodila se nam je ideja o združitvi slamnika in torbice. Tako kot naslov letošnjega festivala TPLG »Tradicija v trendu« v sebi nosi dvojnost, naj jo predstavlja tudi naš produkt.



*Slika 1: Člani turističnega podmladka v Slamnikarskem muzeju z Ano Cajhen*

*(Vir: foto - Katja Erban)*



*Slika 2: Člani turističnega podmladka v OŠ Venclja Perka oblikujejo ideje turističnega produkta*

*(Vir: foto - Katja Erban)*

## 3 SLAMNICA

### 3.1 TRADICIONALNO-TRENDOVSKI PRODUKT

»Slamnica« je več kot le navaden izdelek ali modni dodatek. Je zgodba o tradiciji, inovaciji in trajnosti. Ta unikatni izdelek združuje klasično slamnikarsko dediščino z modernim trendom reciklaže. Ključni element je trajnost. Turistični spominek s privlačnim dizajnom je trendovski modni dodatek, izdelan iz slame in recikliranega jeansa, s čimer spodbujamo ponovno uporabo materialov, okoljsko odgovornost in zmanjšujemo odpadke. V ta namen smo zaprosili za sodelovanje Lup jeans Domžale. Šivilja Meta Podgoršek je nadgradila izdelek Ane Cajhen po naših željah in idejah. Funkcionalno je spominek zasnovan tako, da ga ob vročih sončnih dneh nosimo kot slamnik, ki se hitro lahko spremeni v moderno in priročno torbico. Kot tak je vsestransko uporaben, združuje preteklost in sedanost ter izpolnjuje sodobne potrebe po praktičnosti in stilu.



Slika 3: SLAMNICA: slamnik in jeans torbica

(Vir: Foto – Katja Erban)



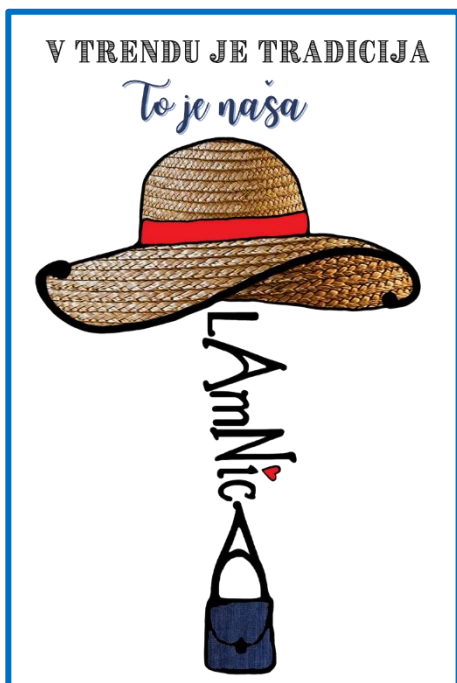
Slika 4: SLAMNICA - aplikacija

(Vir: Foto – Katja Erban)

Zasnovali smo tudi virtualno aplikacijo »Slamnica«, ki uporabniku omogoča, da skozi interaktivno izkušnjo »sprehoda« od Slamnikarskega muzeja do Lup Jeans delavnice v Domžalah spozna zgodovino slamnikov, postopek njihove izdelave, pomen reciklaže v sodobni modi ter proces preoblikovanja starega jeansa v nov modni dodatek.

## 3.2 OBLIKOVANJE LOGOTIPA

Logotip je nastal na podlagi več risb turističnega podmladka. Predstavlja dvojnost, združitev tradicije in trenda.



Osnovna oblika logotipa je napis Slamnica, kar je ime našega turističnega produkta. Zapis prikazuje potek od slavnika (tradicija) do torbice (trend) in je skovanka iz omenjenih dveh besed. Slamnica je del slogana: V trendu je tradicija. To je naša Slamnica.

Odločili smo se za uporabo barv, ki jih združuje tudi realni produkt, torej barvo slame in jeansa. V imenu Slamnica se skriva beseda ANA, kar je poklon Ani Cajhen, naši slavnkarici.

Risbo logotipa sta računalniško obdelali učiteljici Martina Lesjak in Katja Erban.

Slika 5: Logotip (Vir: Katja Erban, Darja Hristovski Kandušer)

## 3.3 OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI

Spletna stran bo oblikovana na spletišču arnes.si. Uporabnik bo do nje dostopal prek <http://slamnica.splet.arnes.si>.

Spletišče bo vsebovalo aplikacijo, ki bo uporabnika popeljala po poti od slamice do slavnika.

Spoznal bo:

- zgodovino slavnkarstva v Domžalah,
- način izdelave slavnkov,
- način reciklaže jeansa in izdelave torbice.

Uporabnik bo deležen možnosti samostojne in aktivne izdelave lastne Slavnice, tako prek aplikacije kot tudi v živo na delavnici pri Ani Cajhen.

Spletišče, ki ga bo na podlagi naših idej in želja postavil Jure Lokar, bo premierno predstavljeno na turistični tržnici.

## 3.4 REKLAMNI VIDEOSPOT

S promocijskim videospotom želimo predstaviti nastanek »Slamnice« na nekoliko hudomušen način, poudariti praktično uporabnost našega produkta in v uporabniku vzbuditi zanimanje in željo po njem. Z ogledom videospota lahko uporabnik začuti, kako ponosni smo na tradicijo in kulturno dediščino, lokalno obrt in trgovino v Domžalah, ob tem pa lahko spozna tudi, da se k nam spleča priti.

Pri izdelavi video spota so nam pomagali Martina Učakar in Bojana Peterka, Robert Pečnik Pečo, Aleš Florjančič, Damir Peric, Miran Juvan, Ana Cajhen, Meta Podgoršek in Katarina Rutar.

Videospot bo poslan komisiji, objavljen bo na šolski spletni strani in predstavljen tudi na tržnici.

## 3.5 POSLOVNA PRILOŽNOST

### 3.5.1 Swot analiza (PSPN matrika) turističnega produkta

<b>PREDNOSTI:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• inovativen in edinstven produkt</li><li>• produkt, ki omogoča prepoznavnost našega kraja</li><li>• produkt, ki edinstveno združuje tradicijo in sodobni modni trend</li><li>• produkt, ki promovira kulturno dediščino slarnikarstva</li><li>• produkt, ki poudarja recikliranje kot trajnostni trend v modi</li><li>• produkt, ki zadosti vsem prvinam letošnje teme TPLG</li><li>• kvalitetna izdelava produkta</li><li>• možnost široke uporabe (večstranskost)</li><li>• upoštevanje trendov (QR koda, opremljenost spletne strani z navodili za uporabo)</li><li>• interaktivno spoznavanje zgodovine, sodobnosti</li><li>• pripravljenost izpopolnjevanja produkta po potrebi</li><li>• promoviranje kraja, šole</li></ul>	<b>SLABOSTI:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• sezonskost uporabe</li><li>• izdelava produkta po naročilu</li><li>• (daljši rok dobave)</li><li>• omejen dostop do omrežja</li><li>• neuporabnost produkta za uporabnike, brez digitalnih naprav</li><li>• manj možnosti za trženje, ker nimamo s. p.</li><li>• soodvisnost izvajalcev dejavnosti za en produkt</li><li>• nesprejemljiva cena</li></ul>
<b>PRILOŽNOSTI IN PRIPOROČILA:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• sodelovanje z lokalno skupnostjo</li><li>• vključevanje produkta v obstoječe in nove projekte</li><li>• prepoznavnost produkta</li><li>• povečanje prepoznavnosti Domžal kot turistične destinacije</li></ul>	<b>NEVARNOSTI:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• previsoki, neuresničljivi cilji</li><li>• premalo dotoka sredstev</li><li>• konkurenca na tržišču hitro spreminjanje modnih trendov</li></ul>

### 3.5.2 Ciljne skupine za prodajo naše »Slamnice«

Zasnovan turistični produkt je namenjen:

- lokalni ali širši ponudbi,
- obiskovalcem lokalnih prireditev in prireditev širom Slovenije,
- turistom,
- domačinom,
- poslovnim partnerjem občine, šole, Blunouta, Slamnikarskega muzeja, TIC-a Domžale, trgovinice Gušt, trgovinice Lup jeans.

### 3.6 PORAZDELITEV DELA

Učenci skupaj z mentoricama in bodo:

- oblikovali logotip,
- izdelali stojnico,
- posneli promocijski videospot,
- sodelovali pri ustvarjanju produkta,
- poiskali kontakte in pomoč za izdelavo majic, spletišča - aplikacije, stojnice,
- izdelali in urejali obvestila na socialnem omrežju Facebook,
- poiskali kontakte pomembnih ljudi v Domžalah in jih povabili k sodelovanju,
- predstavili produkt lokalnim prodajalnam v Domžalah in širše,
- promovirali in predstavili produkt na festivalu Turizmu pomaga lastna glava.

Starši bodo pomagali pri realizaciji projekta.

Oče našega učenca nam bo postavil spletno stran in aplikacijo.

Mentorici bosta:

- izdelali in oblikovali promocijski videospot,
- oblikovali in vektorsko obdelali logotip.

Učiteljica za LUM bo računalniško izrisala logotip po predlogi učencev in mentorice.

Vodstvo OŠ Vencija Perka in šolski sklad bodo:

- pomagali pri izvedbi projekta.

TIC Domžale nas bo:

- obveščal o dogodkih in prireditvah v Domžalah,
- predstavil naš projekt drugim TD in ostalim društvom v okolici.

Slamnikarski muzej Domžale bo:

- pomagal pri realizaciji našega turističnega produkta.

Slamnikarica Ana Cajhen bo:

- sodelovala pri snemanju videospota,
- izdelala slamnik kot del turističnega produkta,
- pomagala pri izdelavi slamnate obleke za lutko Slamnico,
- izdelovala slamnike po naročilu.

Trgovinica Lup jeans bo:

- sodelovala pri snemanju videospota,
- oblikovala torbico kot del turističnega produkta,
- pomagala pri izdelavi obleke za lutko Slamnico,
- sodelovala pri oblikovanju majic (našitki iz jeansa).

Trgovinica Gušt bo:

- sodelovala pri snemanju videospota.

Blunout Domžale bo:

- sodeloval pri snemanju videospota,
- pomagal pri realizaciji našega turističnega produkta,
- pomagal pri naročilu in tiskanju majic.

Martina Učakar in Bojana Peterka bosta:

- priskrbeli narodne noše,
- sodelovali pri snemanju videospota,
- pomagali pri realizaciji našega turističnega produkta.

Miran Juvan bo:

- prispeval avtorsko priredbo slovenske skladbe za promocijski videospot.

Robert Pečnik-Pečo bo:

- sodeloval pri snemanju promocijskega videospota,
- omogočil medijsko podporo in promocijo.

### 3.7 KJE BOMO DOBILI MATERIAL?

Med izdelavo in snovanjem našega turističnega produkta smo se srečevali z različnimi vprašanji in dilemami. Za izdelavo in izvedbo turističnega produkta smo za pomoč prosili:

- naše starše,
- Ano Cajhen,
- Martino Učakar, Bojano Peterka,
- Mirana Juvana,
- Roberta Pečnika-Peča
- Blunout,
- trgovinico Gušt,
- trgovinico Lup jeans,
- Slamnikarski muzej,
- TIC Domžale

Trenutno stanje je sledeče:

- Material za »Slamnico« sta prispevali Ana Cajhen in trgovinica Lup jeans.
- Starši si bodo razdelili morebitne druge stroške in nam pomagali pri uresničitvi našega projekta.
- Jure Lokar nam bo pomagal pri postavitvi spletne strani in izdelavi virtualne Slamnice.
- Aleš Florjančič, lastnik Blunouta Domžale, je tudi letos poskrbel za tisk majic, ki jih je tudi doniral.
- Martina Učakar in Bojana Peterka sta donirali izposojno narodnih noš, ki smo jih vključili v promocijski videospot. Pomagali nam bosta pri oblikovanju in realizaciji naše turistične stojnice.

### 3.8 DOVOLJENJA

Za izdelavo naše stojnice, logotipa, spletne strani z aplikacijo ter snemanj promocijskega videospota nismo potrebovali dovoljenj. Promocijski videospot smo opremili z avtorsko priredbo skladbe, ki jo je prispeval Miran Juvan. Sam turistični produkt je avtorsko delo, ki je nastal v sodelovanju z Ano Cajhen in trgovino Lup jeans.

## 4 PREDVIDENI PRIHODKI IN ODHODKI

### 4.1 PRIHODKI IN ODHODKI

ODHODKI	
Slamnik	brezplačno (donacija Ana Cajhen)
Torbica	brezplačno (donacija Lup jeans)
Nakup in tisk majic (10 kom)	brezplačno (donacija Blunote)
Šivanje modnih jeans dodatkov na majice (10 kom)	brezplačno (donacija Lup jeans)
Izdelava videospota	brezplačno
Lokalni mediji	brezplačno
Družbena omrežja, spletna stran	brezplačno
Izložbena ali šiviljska lutka	brezplačno (donacija Martina Učakar)
Oblačila iz slame za lutko	brezplačno (donacija Ana Cajhen)
Oblačila iz jeansa za lutko	brezplačno (donacija Lup jeans)
Material za izdelavo lutke	brezplačno
Stojalo za tablico	20 EUR
Izposoja računalniške opreme	brezplačno (donacija starši)
Razvoj aplikacije	brezplačno (donacija starši)
Promocijski material (mini recikliran jeans torbica z logotipom)	20 EUR listi za tisk 5 EUR pritiskači 3 EUR sukanci jeans blago brezplačno
Izdelava panoja (tisk)	50 EUR
SKUPAJ	98 EUR
PRIHODKI	
Šolski sklad (donacija)	300 EUR
SKUPAJ	300 EUR
KONČNI ZNESEK	+ 202,00 EUR

Tabela 1: Predvideni prihodki in odhodki

Z določenim datumom in prizoriščem tekmovanja bo znano tudi, kolikšni bodo stroški prevoza.

### 4.2 IZRAČUN CENE NAŠEGA TURISTIČNEGA PRODUKTA

CENA »Slamnica«

SESTAVINE	STROŠEK
Slamnik Ane Cajhen	70 €
Jeans torbica Lup jeans	20 €



Tisk logotipa na bombaž (14 x 8 cm)	0,15 €
<b>Skupni stroški</b>	<b>90,15 €</b>
DELO	za izdelek potrebujemo 3 do 5 dni
Končna cena izdelka	<b>95,00 €</b>

Tabela 2: Izračun cene naše »Slamnice«

## 5 TRŽENJE IN PROMOCIJA

Menimo, da je po zasnovi, izgledu in uporabnosti naš produkt dovolj atraktiven, da z njim lahko obogatimo obstoječo turistično ponudbo v Domžalah in širše.

### 5.1 KAKO GA BOMO PROMOVIRALI IN TRŽILI?

Naša promocija se je pričela že ob samem snovanju ideje in ob izdelovanju turističnega spominka, saj so ga navdušeno promovirali vsi, ki so nam pomagali pri uresničitvi ideje. Produkt bomo promovirali na tekmovanju TPLG, na šolski prireditvi Adijo šola ter ostalih šolskih prireditvah, nato tudi širše v občini.

Naš izdelek »Slamnico« bo moč kupiti na različnih lokalnih prireditvah in prireditvah širom Slovenije. V Domžalah bo naprodaj na treh lokacijah, in sicer v trgovinici Gušt, Lup jeans in v Slamnikarskem muzeju. Naročiti po svojih željah in okusu jo bo možno prek naše spletne strani, kjer bo potekala digitalna promocija. Uporabnik bo lahko dostopal do aplikacije, naročila in promocijskega videospota.

Promocijske mini torbice z logotipom, ki oglašujejo naš izdelek, bodo na voljo v Slamnikarskem muzeju, trgovinici Gušt, Lup jeans in TIC-u Domžale. Cena naše »Slamnice« bo 95 evrov.

V nadaljevanju predstavljamo načine promocije.

### 5.2 REKLAMNI MATERIALI

#### 5.2.1 Promocijska mini jeans torbica z logotipom

Promocijske mini jeans torbice bodo nadomestile letake, saj bodo vsebovale našo zgodbo in povezavo do aplikacije »Slamnica« in lokacij, kjer bodo obiskovalci lahko naš izdelek kupili. Torbice bomo delili na samem dogodku. Za njih smo se odločili, ker so uporabne, lične, hkrati pa poudarjajo pomen reciklaže in možnost inovativne ponovne uporabe materialov.

## 5.2.2 Majice z logotipom

Oblikovali smo majico z našim logotipom. Osnovna barva majice je bela. Na sprednji strani majice so modni našitki iz recikliranega jeansa kot plod sodelovanja s trgovinico Lup jeans, na zadnji strani pa je natisnjen naš logotip.

Majica je unikatna. Nosili jo bodo vsi člani turističnega podmladka na turistični tržnici in na vseh pomembnih dogodkih, kjer bomo promovirali naš turistični produkt. Na željo strank, bo majico moč naročiti prek naše spletne strani.



*Slika 6: Hrbtna stran majice z logotipom in sprednja stran z unikatnim jeansom*

*(Vir: Foto – Katja Erban)*

## 5.2.3 Slamniki

Slamniki so prepoznavni znak Domžal in že nekaj časa tudi nas, turističnega podmladka. Ponovno jih bomo nosili na turistični tržnici in na vseh drugih prireditvah. V dar smo jih prejeli s strani Slamnikarskega muzeja Domžale, kjer je slamnike možno tudi kupiti.

## 5.2.4 Reklamni pano z logotipom

Odločili smo se za reklamni pano, ki bo služil kot ozadje naše stojnice in bo vseboval tudi naš logotip. Izdelali ga bomo kot kolaž iz recikliranega jeansa in tiskanega blaga, kamor bomo natisnili logotip. Stojalo za naš reklamni pano bomo naredili iz odpadnega lesa.

## 5.2.5 »Slamnica«

Izdelali bomo »Slamnico«. Kot osnovo zanjo smo si zamislili izložbeno lutko, za ostale dodatke pa bomo uporabili odpadni material. Vgradili ji bomo tablico, kjer bo obiskovalec lahko dostopal do aplikacije. »Slamnica« bo oblečena v prepoznavno oblačilo, kot modni dodatek pa bo nosila naš produkt »Slamnico« - slamnik/torbico.

»Slamnica« bo premierno predstavljena na turistični tržnici.

## 5.3 KAKO GA BOMO OGLAŠEVALI?

### 5.3.1 Družabna omrežja

Naš produkt bomo promovirali preko družbenega omrežja Facebook z namenom delitve informacij in ustvarjanja reklame. Prek deljenja, komentiranja, všečkanja naših vsebin bo naša promocija najbolj učinkovita. Promocijo bomo izvajali tudi prek naše spletne strani ter objavljenega promocijskega videospota.

### 5.3.2 Trgovinici Gušt in Lup jeans

Naš produkt bomo razstavili v izložbah omenjenih domžalskih trgovin.

### 5.3.3 Spletni portal Domžalec

Aktualne novice in dogodke bomo sproti posredovali domžalskemu spletnemu časopisu Domžalec.si.

## 6 PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PRODUKTA NA TRŽNICI

Stojnice na tržnici ne bomo potrebovali. Iz izložbene lutke in odpadnega materiala bomo izdelali »Slamnico«, ki bo prepoznavni znak celotnega produkta »Slamnica«. Vanjo bomo vgradili tablico, kjer bo obiskovalec lahko dostopal do naše aplikacije »Slamnica« in se še dodatno seznanil z našim produktom. Ogledal si bo lahko tudi promocijski videospot. Lutka »Slamnica« bo kot modni dodatek nosila naš izdelek, slamnik/torbico. Na stojnici bomo skušali prikazati dvojnost in hkrati povezanost med starim in novim, med tradicijo in trendom. Predstavili bomo umetnost pletenja slamnikov na star način, to pa nadgradili z novimi trendi.

Štirje promotorji bodo promovirali naš turistični spominek in koordinirali dogajanje na stojnici, ostali štirje pa bodo po prizorišču komunicirali z obiskovalci in jih vabili k našemu produktu. Na samem dogodku bodo promotorji delili tudi promocijske mini jeans torbice.

Naš prepoznavni znak bodo slamniki ter majice z našim logotipom in dodatki iz jeansa. Naš turistični produkt »Slamnico« bomo poskušali na tržnici predstaviti na čimbolj privlačen način.

Pri predstavitvi na turistični tržnici bo sodelovalo osem učencev. Nekateri so tudi avtorji turistične naloge.

## 7 ZAKLJUČEK

»Slamnica« je edinstven turistični produkt, ki poudarja trajnost, kreativnost in inovativnost. S povezovanjem tradicije z modernim trendom predstavlja dodano vrednost turistični ponudbi Domžal. Z njo prispevamo k ohranjanju kulturne dediščine slamnikarstva in hkrati sledimo sodobnim modnim smernicam. Na ta način prispevamo k prepoznavnosti našega kraja. S povezovanjem lokalnih ustvarjalcev, reciklažo in sodobnimi digitalnimi orodji ustvarjamo edinstveno turistično izkušnjo, ki privlači vse generacije.

S projektom »Slamnica« spodbujamo trajnostno potrošnjo, ozaveščamo o pomembnosti recikliranja ter prikazujemo, kako lahko tradicija postane trend. »Slamnica« je zgodba o trajnosti, identiteti in tradiciji, ki sledi sodobnim modnim trendom. Verjamemo, da bo pritegnila obiskovalce vseh generacij in postala prepoznaven simbol našega kraja.

V produkt smo vložili veliko truda, ogromno dela nas še čaka. Menimo, da so cilji, ki smo si jih zastavili, uresničljivi. Odlični odzivi staršev in vseh, ki smo jih produkt predstavili, nam predstavljajo veliko motivacijo tudi za naprej.

## 8 VIRI IN LITERATURA

- Ana Cajhen: Domžalska slamnikarica, dostopno na: <https://domzalec.si/kultura/prireditve-kultura/ana-cajhen-domzalska-slamnikarica/>, pridobljeno 9. 10 2024
- Brojan, M. (2012). Slamnata sled Domžal: 300 let slamnikarstva. Domžale: Kulturni dom Franca Bernika
- Modna slama, trendi vsakdana, dostopno na: <https://domzalec.si/aktualno/moda/modna-slama-trendi-vsakdana/>, pridobljeno 16. 10. 2024
- Moj slamnik, dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=xFhEY9zsiIM>, pridobljeno 11. 12. 2024
- Ne klobuk, ampak slamnik dol!, dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/assets/Dokumenti-PDF/Tiskovine-SI/Okusi-osrednje-slovenije.pdf>, pridobljeno, 16. 10. 2024
- Personal SWOT Analysis; Making the Most of Your Talents and Opportunities, dostopno na: [http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_05\\_1.htm](http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05_1.htm) pridobljeno, 6. 1. 2024
- Šege in pesmi pod lipo domačo – Slamnikarstvo, dostop na: <https://www.youtube.com/watch?v=wYPMo1MQ3rQ>, pridobljeno 8. 1. 2025
- Stamboldžioski, K. (2018) Družbeni fenomeni. Trajnostna moda. Ljubljana: Radiotelevizija Slovenija javni zavod, dostopno na: <https://365.rtvsllo.si/arhiv/druzbeni-fenomeni/174517934>
- Zgodba o nas – 10 let društva Verjamem vate, dostopno na: <https://domzalec.si/novice/prireditve/zgodba-o-nas-10-let-drustva-verjamem-vate/>, pridobljeno 4. 12. 2024
- Zgodba o domžalskem slamnikarstvu, dostop na: <https://www.visitdomzale.si/dozivetja/tematska-dozivetja/zgodba-o-domzalskem-slamnikarstvu>, pridobljeno 8. 1. 2025
- 300 let slamnikarstva na Domžalskem, dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=8U6ub1o-8o>, pridobljeno 15. 1. 2025

## 9 PRILOGE

### 9.1 PROŠNJA ZA SODELOVANJE

Poslano:

Ana Cajhen – Izdelki iz slame

Lup jeans – društvo Verjamem vate

Trgovinica Gušt

Robert Pečnik Pečo

Blunout Domžale

Martina Učakar in Bojana Peterka

Spoštovani!

Smo učenci in učiteljici OŠ Venclja Perka v Domžalah. Znotraj projekta Turizmu pomaga lastna glava imamo nalogo na državnem nivoju. Letošnja tema je T&T: tradicija v trendu. Želimo si promovirati Domžale in se pohvaliti. Posneti želimo tudi promocijski videospot. Zanima nas, ali bi nam pri tem pomagali.

Najlepša hvala za odgovor.

S spoštovanjem

učenci raziskovalci 4. razreda z učiteljicama Darjo Hristovski Kandušer in Katjo Erban

### 9.2 PROŠNJA ŠOLSKEMU SKLADU ZA FINANČNO POMOČ

Poslano:

Šolski sklad OŠ Venclja Perka

Domžale, dne 31. 1. 2025

Zadeva: PROŠNJA ZA ODOBRITEV FINANČNIH SREDSTEV

Spodaj podpisani Katja Erban in Darja Hristovski Kandušer, mentorici interesne dejavnosti Raziskujemo naš domači kraj, v šolskem letu 2024/25 prosiva za odobritev finančnih sredstev iz šolskega sklada v

vrednosti do 300 €.

Z dosedanjimi turističnimi proizvodi smo na tekmovanju Turizmu pomagala lastna že tri leta zapored prejeli zlata priznanja. Tudi šolski sklad smo obogatili z izdatnim izkupičkom, pridobljenim s prostovoljnimi prispevki na šolskih in drugih prireditvah. Tema letošnjega tekmovanja je T&T: Tradicija v trendu. Za »zagon« produkta potrebujemo pomoč pri nakupu materiala ali dela za izdelavo našega turističnega proizvoda:

- Material za izdelavo promocijskega materiala (pritiskači, folija za tisk, sukanci).
- Material za izdelavo stojnice za tržnico (lepilo, barve).
- Nakup stojala za tablico.
- Majice za predstavitve (10 kom) - tiskanje.
- Prevoz v primeru, da pridemo v drugi krog.

Popis trenutno načrtovanih stroškov je v prilogi.

V upanju, da nam boste finančna sredstva odobrili, se vam iskreno zahvaljujemo.

S spoštovanjem

Katja Erban

Darja Hristovski Kandušer