

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Zaključna projektna naloga

TRŽENJE ŠPORTNIH PRIPRAV V OBALNEM
TURIZMU

Željko Fatorić

Koper, 2008

Mentor: viš. pred. mag. Armand Faganel

POVZETEK

V teoretičnem delu zaključne projektne naloge so opredeljene definicije in delitve športnega turizma pri različnih avtorjih. Predstavljeni so različni modeli trženja v športnem turizmu ter opravljena analiza trženja priprav športnikov v obalnem turizmu. V empiričnem delu naloge je pripravljena primerjalna analiza med domačimi in tujimi ponudniki športnih priprav ter SWOT analiza Portoroža kot športno-turistične destinacije. Analiziran je program športnih priprav v sklopu Hotela Marite d. o. o. Raziskano je tudi, kako se na pripravljeno ponudbo odzivajo potencialni odjemalci, ponujene so možne rešitve za razvoj omenjenega področja.

Ključne besede: športni turizem, športne priprave, trženje športnih priprav, športna infrastruktura, športna prehrana.

SUMMARY

Definitions and divisions of sport tourism from different authors are numbered in the theoretical part of this final project assignment. Different models of marketing in sport tourism are presented here, as well as the analysis of marketing of sport training between the domestic and foreign offerors has been conducted. The SWOT analysis of Portorož as a sport-tourist destination is shown. The programme of sport training at Hotel Marite L.L.C. has been analysed. What is a reaction to the prepared offer of the potential consumers has been researched and possible solutions for the development of this area have been offered.

Key words: sport tourism, sport training, marketing of sport training, sport infrastructure, sport nutrition.

UDK: 796:339.138(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelitev obravnavanega problema in teoretična izhodišča	2
1.2	Namen in cilji projektne naloge	2
1.3	Metode za doseganje ciljev projektne naloge	3
1.4	Predvidene predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema	3
2	Opredelitev športnega turizma	5
2.1	Medsebojna povezanost športa in turizma	5
2.2	Športni turizem v Sloveniji	6
2.3	Turizem v občini Piran	7
2.4	Klasifikacija športnega turizma	8
3	Trženje športnega turizma	13
3.1	Modeli trženja športa v turizmu	13
3.1.1	Trženje športne rekreacije v turizmu	13
3.1.2	Trženje športnih prireditev v turizmu	14
3.1.3	Trženje zdravstvenih storitev v turizmu	14
3.1.4	Trženje športnih priprav v turizmu	15
3.2	Vrste športnih priprav glede na letni čas	15
3.2.1	Poletne priprave za športnike	16
3.2.2	Športni kampi	16
3.2.3	Zimske športne priprave	17
3.2.4	Nogometna reprezentanca na pripravah v Hotelu Salinera	18
3.3	Primerjalna analiza trženja športnih priprav v Sloveniji in v tujini	19
3.4	SWOT analiza privlačnosti Portoroža kot športno-turistične destinacije	21
4	Program športnih priprav v Hotelu Marita	25
4.1	Nastanitev	26
4.1.1	Dejavniki pri izbiri destinacije	27
4.1.2	Vpliv medijev pri izbiri destinacije	28
4.2	Vloga prehrane v času priprav	28
4.2.1	Količinsko in kakovostno sestavljen jedilnik	29
4.2.2	Prehrana v fazi priprav	31
4.2.3	Prehrana na dan pred tekmo	31
4.2.4	Prehrana po tekmi	32
4.3	Športna infrastruktura	32
4.3.1	Trenutno stanje športne infrastrukture v občini Piran	33
4.3.2	Predvidena gradnja športne infrastrukture v občini Piran	35
4.3.3	Trženje športne infrastrukture v okviru Hotela Marita	36
4.4	Logistika	38

4.5	Okvirna ponudba enotedenskih športnih priprav v Hotelu Marita.....	38
4.6	Privlačnost ponudbe za odjemalce	40
5	Sklep.....	43
	Literatura	45
	Priloge.....	47

SLIKE

Slika 2.1	Delitev športnega turizma.....	11
Slika 3.1	Hotel Salinera	19
Slika 4.1	Hotel Marita.....	26

TABELE

Tabela 3.1	Primerjalna analiza Hotela Salinera in Hotela Montecastillo.....	21
Tabela 4.1	Predlog jedilnika Passmore in Eastwooda.....	30

KRAJŠAVE

NK	nogometni klub
ND	nogometno društvo
Npr.	na primer
d. d.	delniška družba
d. o. o.	družba z omejeno odgovornostjo
t. i.	tako imenovani
idr.	in drugi
SWOT	angl. <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats</i>

1 UVOD

Slovenska obala ima na področju turizma izredne možnosti razvoja, vendar slednje niso dovolj izkoriščene. V turistično razvitih državah in postopoma tudi pri nas se uveljavlja prepričanje in praksa, da je šport neločljiv del celovite in kakovostne turistične ponudbe. Zaradi ugodne geografske lege in milega podnebja je slovensko Primorje kot nalašč za priprave športnikov v zimskem času.

V mesecih, kot so oktober, november, januar, februar ter marec, je večina hotelov na slovenski obali slabo zasedenih. Prav v tem času pa športniki opravljajo športne priprave za prihajajoči se spomladanski del tekmovalne sezone. Uvesti novo tržno nišo – priprave športnikov bi zapolnilo vrzel v nizki sezoni. S tem bi povečali prihodke domačih hotelirjev, športnih objektov in delavcev v turizmu in športu. Povečala bi se tudi prepoznavnost Portoroža kot športno-turistične destinacije.

Namen zaključne projektne naloge je predstaviti, kako bi s sistematičnim in kakovostnim programom športnih priprav uspešno tržili priprave športnikov v zimskem času, ko so hotelske kapacitete neizrabljene. Pomembno vlogo pri tem odigrajo nekvalitetna športna infrastruktura ter pomanjkljiva prepoznavnost Portoroža kot športno-turistične destinacije.

V teoretičnem delu zaključne projektne naloge sem predstavil in opredelil pomen športnega turizma, medsebojno povezanost med športom in turizmom, kako ga delimo po nekaterih avtorjih, trenutno stanje športnega turizma na Slovenskem in v piranski občini. V drugem delu teoretičnega dela sem opredelil pomen trženja v športnem turizmu in predstavil modele. V nadaljevanju pa sem predstavil trženje športnih priprav in njeno delitev na poletne ter zimske športne priprave. V teoretičnem delu še opredelim poletne športne kampe ter zimske športne priprave v Hotelu Salinera, kjer opravlja športne priprave slovenska nogometna reprezentanca.

V empiričnem delu izhajam iz SWOT analize privlačnosti Portoroža kot športno-turistične destinacije, katero se pripravil za potrebe zaključne projektne naloge, ter iz primerjalne analize med slovenskimi ter tujimi ponudniki športnih priprav. V drugem delu empirične naloge pa sem pripravil program športnih priprav, katerega bi lahko tržili v sklopu Hotela Marita. Ključni dejavniki pri sestavi programa so: nastanitev, športna prehrana, športna infrastruktura ter logistika. Za konec pa sem pripravil analizo privlačnosti ponudbe s strani nogometnih klubov, kateri so se pozitivno odzvali na

omenjeno ponudbo. Ti nogometni klubi so: NK Domžale, NK CMC Celje, ND Gorica ter NK Krško, kateri so se pozitivno odzvali na omenjeno ponudbo.

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretična izhodišča

Danes se profesionalni športniki in športne ekipe med pripravljalnimi obdobji pripravljajo izven svojega domačega kraja, in sicer v centrih, ki nudijo optimalne pogoje za vadbo. Raznolike športne panoge imajo različna tekmovalna obdobja, tako da se priprave odvijajo v časovno različnih obdobjih glede na vrsto športa. Ne glede na športno zvrst pa lahko priprave športnikov gostijo le tisti turistični centri, ki so sposobni zadovoljiti kvalitetne namestitvene potrebe, ustrezne pogoje za vadbo (infrastruktura, tehnična opremljenost) kot tudi ostale zahteve (Korenika 2006, 11).

Preučil sem izpeljavo programa, posebej izdelanega za športnike, v prenovljenem Hotelu Marita. Izvajal bi se v mesecu januarju, februarju ter marcu, to je v nizki turistični sezoni. Do jeseni leta 2008 se bo prenovil piranski nogometni stadion z vrhunsko umetno travo, ki bo omogočil neomejeno število treningov za nogometne ekipe. Za priprave v piranski občini se že zanimajo slovite nogometne ekipe, npr. Werder iz Bremna ter Borussia iz Dortmundu. Priprave na to priložnost bi se v turističnem gospodarstvu morale začeti takoj.

1.2 Namen in cilji projektne naloge

Namen naloge je bil analizirati privlačnost turistične ponudbe za trženje športnih priprav na slovenski obali.

Cilji teoretičnega dela naloge:

- opredeliti pojme s področja športnega turizma,
- preučiti literaturo s področja trženja v športnem turizmu.

Cilji empiričnega dela naloge:

- narediti primerjalno analizo med ponudniki tovrstnih storitev v tujini in na slovenski obali,
- izvesti SWOT analizo privlačnosti Portoroža kot športno-turistične destinacije,
- izdelati program za uveljavitev trženja športnih priprav v portoroškem turizmu,

- izpeljati intervjuje in anketiranje ter analizirati zanimivost trženja športnih priprav na slovenski obali, pripraviti analizo privlačnosti ponudbe za potencialne odjemalce.

1.3 Metode za doseganje ciljev projektne naloge

Pri izdelavi naloge sem v teoretičnem delu naloge uporabil metodo kompilacije, kjer sem s pomočjo metod analize in sinteze strokovne literature, navedb in izpiskov predstavil osnovna izhodišča športnega turizma. Uporabil sem metodo primerjalne analize med ponudniki tovrstnih storitev v tujini.

V empiričnem delu naloge sem s pomočjo metode polstrukturiranih intervjujev izvedel raziskavo, zanimivosti programa s strani Hotela Marita in prav tako analizo privlačnosti ponudbe s strani potencialnih odjemalcev.

1.4 Predvidene predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema

Predpostavljam, da bi izkušnje, ki sem jih pridobil s strokovno prakso v podjetju Hotelu Marita ter večletno delovanje v športu, bilo moč združiti in koristno uporabiti v dobrobit turizma v piranski občini, kjer bi se odprla nova tržna niša, tj. športni turizem – športne priprave.

Možne omejitve so predvsem pomanjkanje ustreznih literarnih virov v slovenskem jeziku.

2 OPREDELITEV ŠPORTNEGA TURIZMA

Mnogo je definicij, katere opredeljujejo športni turizem. Nekatere izmed njih opredeljujejo športni turizem kot potovanje z namenom udeležitve športnemu tekmovanju, sprostivni ali adrenalinskim športom. Športni turizem vključuje potovanje ljudi z namenom, da se udeležijo tekmovanja ali pa ogleda športnih dogodkov (Wikipedia, 2007).

Področji turizma in športa sta bili do nedavnega relativno slabo povezani, čeprav imata veliko skupnega. Imata skupne potrošnike (domače in tuje turiste), poklicne oziroma vrhunske športnike in rekreativne športnike, ki telesno oziroma gibalno/športno aktivnost izvajajo izven kraja stalnega bivanja. Turizem potrebuje šport, da lahko gostom oziroma obiskovalcem ponudi raznolike športno-turistične programe oziroma proizvode, po katerih povprašujejo. V komercialne in promocijske namene lahko trži športne objekte, programe in celo športnike ter njihove dosežke. Šport potrebuje turizem za razvoj in uveljavitev novih športov, potrebuje široko športno in rekreativno gibanje s številnimi športnimi zvrstmi, da lahko elitni poklicni športi komercialno obstajajo, da ne razpade sistem sponzorstev, da se ohranja in ustvarja medijski interes in da športna industrija lahko uspešno posluje (Mihalič 2005, 10).

Šport in turizem bi lahko definirali kot komplementarni dejavnosti, kateri se dopolnjujeta in kateri je smiselno povezovati, da bi dosegli boljše ekonomske in socialne rezultate.

2.1 Medsebojna povezanost športa in turizma

Turizem in šport sta sorodna pojava in sta v svojem generičnem bistvu osnovana na ne-ekonomskih motivih. Povezava med športom in turizmom sega že v sam začetek njihovega razvoja. Prvič se šport in turizem srečata že v starem Rimu in Grčiji, ko pride do prvih potovanj, s ciljem udeležiti se športnih iger oziroma njihov ogled. Kasneje je šport v turizmu dobil širšo vlogo. V današnjem razvitem svetu se ljudje na počitnicah udeležujejo športnih aktivnosti zaradi zadovoljevanja zdravstvenih, kulturnih in drugih potreb. Šport predstavlja sprostitev, odmik od vsakdanjega življenja, kjer ljudje pridobijo nove moči, se sprostijo (Korenika 2006, 18).

V svetovno turistično razvitih državah in postopoma tudi pri nas se uveljavlja prepričanje, da sta turizem in šport neločljivi del celovite turistične ponudbe. Dejstvo je,

da turistični kraji in podjetja, kjer se šport pojavlja kot del turistične ponudbe, ponujajo zanimivejše turistične produkte in dosegajo večje poslovne učinke. Zelo pomembno je, da športno-turistične aktivnosti lahko potekajo skozi celo leto in se prilagajajo pomladanskim, poletnim, jesenskim in zimskim zahtevam turistične ponudbe. To je pomembno predvsem zato, ker lahko izven sezone povečamo število turistov predvsem na račun športnorekreativne dejavnosti (priprave športnikov, športne prireditve, trženje športa v zdravstvu) (Korenika 2006, 18).

2.2 Športni turizem v Sloveniji

S tem, ko je Slovenija postala članica Evropske unije, je poleg ostalega pretoka (blago, osebe, kapital) prišlo tudi do prostega pretoka storitev. Med storitve štejemo seveda področji športa in turizma.

V razvitih turističnih državah postajata turizem in šport zmeraj bolj povezani področji, kar se kaže tudi pri oblikovanju njune celostne ponudbe. Šport zavzema v turistični ponudbi vsake razvite dežele pomembno mesto. Ne glede na to, ali gre za profesionalne ali rekreativne športne prireditve, slednje sodijo v okvir trženja posameznih krajev oziroma regij. Tudi v najbolj modernih in eksotičnih krajih po svetu se turistični delavci trudijo privabiti goste s čim bolj zanimivimi in vabljivimi ponudbami, med temi pa so zelo pomembno mesto našli tudi športni programi. V državah, katere Sloveniji pomenijo primarni trg (Avstrija, Nemčija, Italija), je šport dosegel visoko razvojno stopnjo, zato je razumljivo, da se gostje iz teh držav tudi na turističnem potovanju oziroma oddihu želijo ukvarjati z različnimi športnimi dejavnostmi (Korenika 2006, 31).

Slovenija teži k temu, da se njene namestitvene kapacitete polnijo skozi vse leto, tudi spomladi in jeseni izven turističnih sezon. Največja prednost je v tem, da Slovenija leži na zelo ugodni geografski legi, kjer bi na Obali pozimi, izven sezone, polnila svoje turistične kapacitete na račun priprav športnikov, ki se pripravljajo za spomladanski del tekmovanja. Prav tako bi v poletnem času v hribovitem svetu (Pohorje, Kranjska Gora) tržila priprave športnikov, ki se pripravljajo na jesenski del tekmovalne sezone.

V letu 2002 je Vlada Republike Slovenije sprejela temeljni dokument Strategija razvoja slovenskega turizma, katerega cilj je povečati globalno konkurenčnost turističnega gospodarstva in povečati obseg sedanje turistične dejavnosti. Strategija

temelji na predpostavki partnerskega odnosa, kjer odgovornost za razvoj turizma prevzamejo turistična podjetja in podjetniki, turistična območja in lokalne skupnosti, civilna družba ter Vlada Republike Slovenije. V dokumentu so postavljene globalne usmeritve, cilji in temeljna področja turističnega razvoja ter določene vloge in pomen temeljnih nosilcev turistične dejavnosti (Strategija slovenskega turizma 2002–2006).

V strategiji je načrtovano, da naj bi slovenski turizem v tem desetletju postal ena vodilnih panog slovenskega gospodarstva. Kot temeljne razvojne usmeritve pa so našteje kombinacije produktnega (zdraviliški, igralniško-zabavišni in poslovni), geografskega (turistična območja, Julijske Alpe, Pohorje, Kras in Obala) in tržno-marketinškega pristopa (podeželski, rekreativni in doživljajski turizem) (Korenika 2006, 32).

Omenjena strategija razčleni šest temeljnih turističnih področij z možnostmi športnih aktivnosti (Mihalič 2005, 17):

- gore (planinarjenje, pohodništvo, alpinizem, prosto plezanje, smučanje, gorsko kolesarjenje, padalstvo, zmajarstvo in lov);
- reke (soteskanje, raftanje, kanuistika, kajakaštvo, splavarjenje in ribištvo);
- jezera (deskanje, čolnarjenje, plavanje in ribištvo);
- kraški svet (raziskovanje, jamarstvo, popotništvo);
- morje (vrsta vodnih športov);
- področje zelenih športov (golf, tenis, kolesarstvo, balonarstvo, letalstvo, lov in jahanje).

Zaradi raznolikosti (morje, gore, Kras) je Slovenija velik potencial za uveljavitev različnih športov v turizmu. Ker smo majhna država, bi morala politika trženja prav zaradi raznolikosti temeljiti na diferenciaciji ponudbe.

2.3 Turizem v občini Piran

Turizem postaja vedno bolj pomembna gospodarska dejavnost, saj se z njim ukvarja že vsak deveti prebivalec našega planeta. Še večji pomen pa ima turizem za občino Piran, v kateri je že vsak drugi prebivalec občine tako ali drugače vključen v turizem. Portorož je doma in v tujini najbolj prepoznavna blagovna znamka celotnega turističnega območja in je pomembna blagovna znamka slovenskega turizma, ki postaja

v Evropi prepoznavna kot »vrata Jadrana«. Portorož kot kraj postaja moderna mediteranska destinacija za srednjo Evropo.

Globalni turistični proizvod občine Piran sestavljajo (Korenika 2006, 40–42):

- v prvi vrsti naravne danosti in bogata kulinarčna ter naravna dediščina;
- komunalna, komunikacijska in turistična infrastruktura;
- objekti za namestitev in prehrano;
- objekti komplementarnih turističnih dejavnosti;
- ljudje, ki delajo v turizmu.

V piranski občini tako prevladujejo naslednje pojavne oblike turizma:

- kongresni turizem,
- zdraviliški turizem – wellness,¹
- igralništvo,
- poletni turizem (3-s turizem).²

V piranski občini prevladujejo naslednje oblike turizma: igralništvo, zdraviliški turizem, kongresni turizem ter poletni turizem, vendar pa ima športni turizem vedno bolj vidnejšo vlogo, pogojen pa je z nedovršeno športno infrastrukturo. V piranski občini planirajo trženje športnega turizma za priprave športnikov v bodoče, in sicer po končani prenovi piranskega nogometnega igrišča. Prav tako je v projektu izgradnja igrišča za golf ter izgradnja atletskega stadiona v Sečovljah, kjer bi lahko tržili športni turizem za priprave športnih ekip.

2.4 Klasifikacija športnega turizma

Različni avtorji različno kvalificirajo oziroma delijo tipe športnega turizma. Weed in Bull delita športni turizem na naslednje tipe (2004, 123–134):

¹ Pojem wellness je sestavljen iz dveh besed: well-being in fitness. Je celostni življenjski slog (stil, način življenja, zamisel). Je proces ohranjanja in krepitev telesnega, duševnega in duhovnega zdravja (Gojčič 2005, 161).

² 3-S turizem – sun, sea, sand turizem. Najširša oblika poletnega turizma ob obmorskih krajih, kjer večina turistov preživi svoj dopust. Tipične države, kjer se izvaja tovrstni turizem, so: Španija, Grčija, Italija, Hrvaška, Turčija in Tunizija.

- Turizem s športno vsebino – pasivni športni turizem, kjer izbira dopusta in destinacije ni odvisna od športa, temveč od drugih dejavnikov (kongresi, poslovna potovanja, wellness).
- Turizem z aktivno športno udeležbo, kjer je izbira destinacije izključno odvisna od športa. Tipičen primer je smučanje, surfanje, tenis.
- Športne prireditve, kjer je razlog za potovanje udejstvovanje in ogled pri športnih dogodkih, bodisi lokalne ali globalne razsežnosti (olimpijske igre, svetovno nogometno prvenstvo itd.).
- Luksuzni športni turizem predstavlja naslednjo vrsto športnega turizma, med katere uvrščamo odjemalce višjega razreda, ki se aktivno udeležujejo športnih dogodkov (golf, tekmovanje športnih bark) ali pa pasivno kot udeležba in ogled prestižnih dogodkov (Monaco Grand prix formule).
- Športni treningi so namenjeni amaterskim in profesionalnim športnikom, katerim je namen zgolj ukvarjanje s športom. Tipičen primer so športni kampi, kjer se mladi in tudi starejši učijo veščin posameznega športa (golf, tenis, nogomet, košarka). V to kategorijo štejemo tudi športne priprave za posamezne športnike in športne ekipe.

Športni turizem je alternativna turistična oblika, pri kateri turisti vadijo, trenirajo ali se ukvarjajo s športnimi igrami. Ta oblika turizma je znana kot športni turizem sprostitve ali rekreacije. Ljudje, ki se ukvarjajo s športom profesionalno (atleti, trenerji, spremstvo, podporno osebje), potujejo, da bi se udeležili tekem. Pred, med in po tem pa se udeležujejo turističnih dejavnosti, ki so ravno tako oblika športnega turizma.

Ta posebna oblika turizma ponavadi obstaja hkrati z množičnim turizmom in nekaterimi alternativnimi turističnimi oblikami; značilna je za rekreacijske športne dejavnosti, ki se dogajajo med počitnicami.

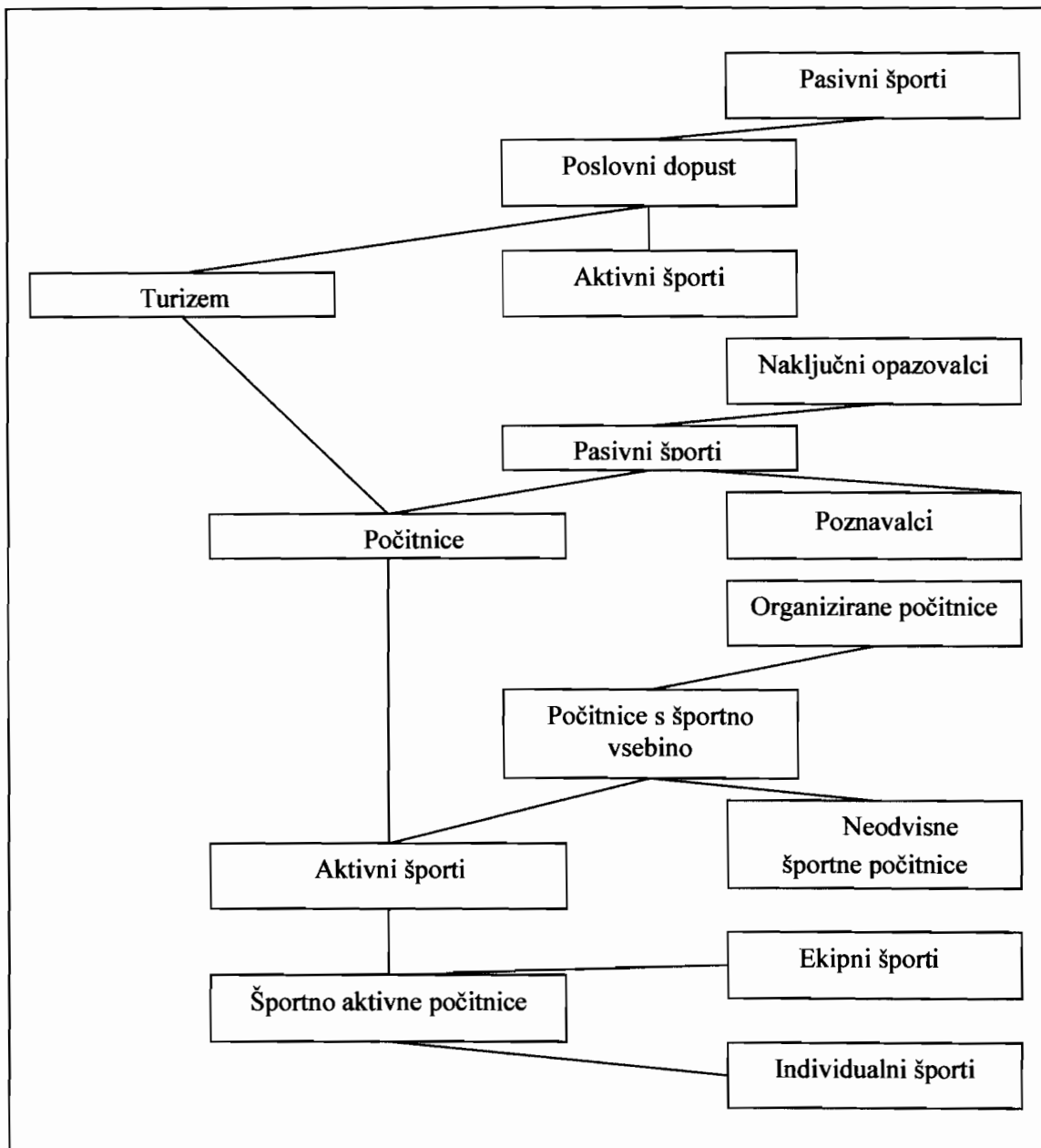
Zadnjih nekaj let vključujejo turistični paketi tudi športne dejavnosti za turiste. Veliki hoteli in turistični kraji poskrbijo za območja in igrišča ter tudi za športno opremo, ki spada zraven. Tako imajo turisti možnost, da se med svojimi počitnicami udeležujejo različnih iger (nogomet, košarka, odbojka, tenis idr.) in pri tem razvijajo naslednjo obliko turizma (Rebula 2007, 4–5):

Opredeflitev športnega turizma

- Množični turizem: med igre množičnega turizma sodijo tudi elitni športi (jahanje, tenis, golf idr.).
- Pohodniški turizem: hoja je šport, ki je dostopen vsem turistom in ne zahteva nobenega posebnega znanja ali sposobnosti.
- Gornišstvo: za ljudi, ki jih zanima plezanje v gorah.
- Športni turizem na podeželskih območjih: npr. splavarjenje, skoki s padalom idr.
- Lov, jahanje konj in kolesarjenje so posebne skupine turizma, saj zahtevajo telesne zmožnosti, povezane pa so s precejšnjimi stroški.
- Obalni turizem: v to skupino sodijo športi, kot so smučanje na vodi, plavanje, deskanje na vetru, vožnja s kanujem, jet ski, potapljanje idr.
- Morski turizem: v to skupino sodijo potapljanje, tekmovanja v jadranju, deskanje na vetru idr.

V mnogih literaturah pa se pojavlja oblika delitve turizma, katero sta predstavila Standeven in De Knop. Športni turizem kategorizirajo glede na udeležbo, in sicer na aktivne in pasivne turiste. Delitev najprej poteka glede na namembnost ukvarjanja s športom. Aktivni športni turisti so tisti odjemalci, kateri se udeležujejo dogodkov in izbirajo destinacijo izključno zaradi športa. Pasivne športne turiste delimo na naključne opazovalce, kateri se znajdejo naključno na športni prireditvi (tipičen primer Barcolana), ter na poznavalce (športne prireditve, športni muzeji). Za aktivne športne turiste je značilno, da jih delimo na počitnice s športno vsebino ter na športno aktivne počitnice. Počitnice s športno vsebino se delijo na organizirane športne počitnice (ponavadi ekipni športi, igre na plažah itd.) in neodvisne športne počitnice (posamezni športi, hoja, golf). Športno aktivne počitnice se delijo na ekipne športe (tipičen primer so športni kampi, športne priprave) ter na posamezne športe, med katerimi so tipičen primer adrenalinski športi (padalstvo, športni ribolov) (Weed in Bull 2004, 75).

Slika 2.1 Delitev športnega turizma



Vir: Standeven in De Knop 1999, 13.

3 TRŽENJE ŠPORTNEGA TURIZMA

V zahodno razvitih državah že nekaj časa uspešno tržijo športne produkte v turizmu. Zadnja leta pa tudi pri nas sistematično uvajamo in uspešno tržimo nacionalne prepoznavne znake, kot so Planica, Zlata lisica in Kranjska Gora, vendar to ni dovolj za obstoj slovenskega športnega turizma. Z vstopom v Evropsko unijo nam namreč grozi konkurenčnost in tudi določene priložnosti, ki bi jih morali izrabiti.

Še posebej vidim neizrabljen potencial na slovenski obali, kjer so ugodni dejavniki (milo podnebje, kakovostna hotelska infrastruktura), iztihnemo pa manj, kot bi lahko.

3.1 Modeli trženja športa v turizmu

Predpogoj za kvalitetno izvedbo in uspeh pri trženju športa v turizmu so strokovno izobraženi kadri, zadovoljivi pa morajo biti tudi tehnični pogoji (infrastruktura). Pri športu v turistične namene gre za zelo širok spekter aktivnosti, ki jih lahko usmerimo na točno določene ciljne skupine. Zahteve posameznih ciljnih skupin pa so lahko pri enakem proizvodu različne, kar je potrebno pri izvajanju tudi upoštevati (Korenika 2006, 26).

V naslednji poglavjih so predstavljeni tipični modeli trženja in značilnosti odjemalcev.

3.1.1 Trženje športne rekreacije v turizmu

Trženje športne rekreacije je najširši del športa, ki ga je mogoče tržiti v turizmu, saj zajema celotno populacijo, od najmlajših do najstarejših.

- Za najmlajše poznamo najrazličnejše oblike športnih vrtcev. Starši na počitnicah radi pustijo za določen čas otroke v varstvu, za kar so pripravljeni tudi dobro plačati. Za izvedbo tovrstnih programov potrebujemo primerno opremljene prostore, tako na prostem kot zaprtem. Kadrovsko pa to področje pokriva vzgojitelj ali strokovnjak iz športnega področja.
- Za odrasle in otroke so na voljo najrazličnejši tečaji smučanja, plavanja, tenisa, golfa, ki jih je tudi mogoče tržiti.
- Vidno vlogo pri trženju športno-rekreacijske dejavnosti imajo tudi razni spoznavni izleti v naravi, skupinske telovadbe, kjer je tudi mogoče pritegniti veliko turistov.

Za srednjo generacijo je značilno, da povprašujejo po aktivnostih, ki jih lahko izvajajo samostojno (igranje tenisa, kolesarjenje, pohodništvo, kopanje, fitness), zato je pomembno, da se v turističnih krajih nahajajo trgovine, predvsem pa kvalitetna izposoja najrazličnejših rekvizitov in seveda športna infrastruktura ter naravne danosti, ki vse to omogočajo (Korenika 2006, 26).

3.1.2 Trženje športnih prireditev v turizmu

Ta posebna oblika turizma je drugačna. Uporabniki teh storitev niso turisti, ki bi se med svojimi počitnicami udeleževali športnih dejavnosti, ampak so to turisti, katerih glavni razlog za potovanje je zadovoljitev športnih potreb. V teh primerih je razlog za potovanje udeležba na športnih prireditvah, ki se dogajajo v različnih državah in mestih, različnih od tistih, v katerih športniki, trenerji, pomožno osebje in navijači živijo (Rebula 2007, 20).

Športne prireditve predstavljajo vse pomembnejši element v promociji in trženju turističnih centrov po svetu. Organizacija je sicer zelo kompleksna in zapletena. V prvi fazi ne prinaša posebnih dobičkov, s pridobivanjem sponzorjev pa so tovrstne prireditve za organizatorje lahko pomemben vir dohodka. Poleg lokalne turistične ponudbe je potrebno v trženje športnih prireditev vključevati tudi klube in društva, včasih pa tudi nacionalne športne zveze ter podjetja in ustanove (Korenika 2006, 28).

3.1.3 Trženje zdravstvenih storitev v turizmu

Skozi stoletja so ljudje potovali v iskanju alternativnih virov zdravljenja, kot so termalni vreli ter podobne oblike preventivnega in kurativnega zdravljenja. Sodeč po podatkih iz leta 2002, ki ga je izdalo Internacionalno SPA združenje (ISPA), so Združene države Amerike z omenjeno obliko turizma imele 10,7 bilijonov ameriških dolarjev dobička (Higham 2005, 44)

Šport v zdravstvu je najbolj prisoten, ko gre za rehabilitacijo po raznih poškodbah. Rehabilitacija kot sestavni del zdraviliške ponudbe se deli na dva dela. Osnovo predstavlja nadaljevanje bolnišničnega zdravljenja, ki sledi raznim operacijam ali okrevanju po poškodbah. Tu gre za tako imenovano zdravljenje na napotnico, ki poteka preko socialnega zavarovanja in po navodilih zdravnika. V tem primeru gre večinoma za kineziterapijo, katere sestavni del so individualne vaje, skupinska vadba in vadba v fitnes centru. Drugi del zdravljenja pa predstavljajo pacienti, ki se zaradi tegob sami

odločijo za zdravljenje in tudi sami zdravljenje financirajo. V takih primerih zdraviliški zdravnik lažje upošteva želje pacienta, kateremu priredi terapijo. V teh primerih gre za boljše potrošnike, saj navadno njihove poškodbe niso tako moteče, da se ne bi mogli udeleževati tudi pri koriščenju izven penzijske ponudbe (Korenika 2006, 27).

3.1.4 Trženje športnih priprav v turizmu

Trženje športnih priprav je osrednja kategorija in ciljna skupina, katero bom predstavil v diplomski nalogi.

Danes se profesionalni športniki in športne ekipe med pripravljalnimi obdobji pripravljajo izven svojega domačega kraja, in sicer v centrih, ki nudijo optimalne pogoje za vadbo. Različne športne panoge imajo različna tekmovalna obdobja, tako da se priprave odvijajo v časovno različnih obdobjih glede na vrsto športa. Ne glede na športno zvrst pa lahko priprave športnikov gostujejo le tisti turistični centri, ki so sposobni zadovoljiti kvalitetne namestitvene potrebe, ustrezne pogoje za vadbo (infrastruktura, tehnična opremljenost) kot tudi ostale zahteve.

Priprave športnih ekip so zelo dobra dopolnilna dejavnost pri polnjenju namestitvenih kapacitet, saj se večinoma vršijo izven glavne sezone. Potrebe športnih ekip in športnikov so dokaj specifične. Predvsem pa vrhunski športniki potrebujejo optimalne pogoje, za katere so pripravljeni tudi veliko plačati. Vrhunski športniki in ekipe so tudi zelo dobra promocija za sam turistični kraj, saj jih vedno spremljajo novinarji, ki skozi svoja poročila in obvestila dajejo kvalitetno brezplačno medijsko prepoznavnost kraju. So pa tudi magnet za ostale športnike, ki jih sicer potrošijo nekoliko manj, so pa pomemben dejavnik v penzijski in izven penzijski potrošnji izven sezone (Korenika 2006, 27).

3.2 Vrste športnih priprav glede na letni čas

Za različne vrste športov poznamo različna tekmovalna obdobja. Pri večini športov tekmovalna obdobja potekajo od meseca septembra pa do junija. Tipični športi so nogomet, rokomet, košarka, odbojka. Ponavadi so tekmovalne sezone razdeljene na dva dela, in sicer na jesenski del ter na spomladanski del. Ekipe se za jesenski del pripravljajo poleti, za spomladanski del pa pozimi. V ospredje smo dali nogomet, ker je tipičen šport, ki ga zaradi vremenskih razmer delimo na dve tekmovalni obdobji.

3.2.1 Poletne priprave za športnike

Skoraj vsi športi nujno potrebujejo poletne športne priprave, namreč večina športov v Evropi začne s športno sezono meseca septembra. Športne ekipe se odločajo teden ali dva preživeti na pripravah, izven svojega domačega okolja; šele takrat lahko definiramo poletne priprave za športnike. Značilnosti poletnih priprav so destinacije, ki športnikom nudijo optimalne pogoje za vadbo. Ker je poleti vroče, se ponavadi ekipe odločajo za višinske priprave. Pri višinskih pripravah igrata pomembno vlogo dva dejavnika, in sicer višina (gore, hribi) ter klima (svež zrak). Mnogo športnikov opravi priprave na višini več kot 1500 metrov, ker je zrak redkejši in s tem se jim v telesu reproducira večje število rdečih krvničk, ki igrajo najpomembnejšo vlogo pri vzdržljivosti. Prav tako je v gorah in hribih poleti bolj svež zrak, kar tudi vpliva na športnikovo počutje.

Destinacije, ki so v svetovnem merilu prepoznavne po poletnih višinskih pripravah, najdemo v italijanskih, švicarskih in avstrijskih Alpah. V Sloveniji je najbolj prepoznaven kraj Rogla, kjer vsako leto višinske priprave opravi veliko športnikov in športnih ekip.

Rogla je od leta 1997 prvi olimpijski center v Sloveniji, ki je s svojo edinstveno lego, z milo sredogorsko klimo ter vrsto vrhunskih športnih objektov pravi raj za kondicijske in taktične priprave športnikov (Rogla Terme Zreče 2008).

3.2.2 Športni kampi

Eden izmed največjih trendov športnega turizma v zadnjih letih so prav gotovo športni kampi.

Različne športne aktivnosti, od fitnes kampov do vodno-športnih kampov, proizvajajo in tržijo različna združenja, športne zveze in šole po vsem svetu. Njihovi največji odjemalci so predvsem šolarji, ki se med šolskimi počitnicami udeležujejo omenjenih kampov. Hapoel Sport Associaion v Izraelu organizira kampe za vso družino, kjer se med počitnicami aktivno ukvarjajo s športom tudi starši (Standeven in De Knop 1999, 99).

Prav tako imamo v drugih razvitih državah kampe, kjer mladim poleg športnega druženja nudijo tudi izobraževanje z različno religiozno vsebino.

Na slovenski obali že vrsto let znameniti košarkar Peter Vilfan organizira poletno košarkarsko šolo. Omenjeno šolo letno obiše več kot 3500 mladih košarkarskih

navdušencev s cele Evrope, ki poleg športnih vsebin nudi tudi druženje, različne izlete ter igre na plaži (Vilfan Peter 2008).

Eden izmed najbolj znanih evropskih športnih kampov je prav gotovo Šuker Soccer Academy, ki jo vodi bivši hrvaški reprezentančni nogometaš Davor Šuker. Prav zaradi njegove prepoznavnosti in pretekle uspešne kariere veliko športnih navdušencev vsako leto obiše njegov tabor doma (Hrvaška) in v tujini (Nemčija, Avstrija), kjer omenjeni nogometaš uspešno trži svoje ime in s tem svojo nogometno šolo (Davor Suker soccer academy 2008).

Športno-domišljijjski kampi ponudijo priložnost za odrasle, da trenirajo z njihovimi priljubljenimi športnimi zvezdniki, s trenerjem slavne ekipe, na slavnem kraju. Na podlagi raziskave je bilo na medmrežju najdenih več kot 200 športno-domišljijjskih kampov. Večina jih omejuje število sodelujočih na 50 ali manj, razen nekaterih baseballskih kampov. Skoraj vsaka ekipa prve baseballske lige ponuja domišljijjski kamp. Cena na osebo se giblje okoli 250 ameriških dolarjev (v nadaljevanju USD) za sekundarne lige in do 15.000 USD za Michael Jordan Flight School, ki je razprodana že leto vnaprej. Če določimo povprečno ceno 1.300 USD za domišljijjski kamp, je njihov ekonomski vpliv približno 15 milijonov USD. Največji delež sodelujočih predstavljajo moški, stari od zgodnjih 30-ih do srednjih 60-ih let z visokimi prihodki (čez 75.000 USD). Častna trenerska pozicija pa je na razpolago za tiste, ki so fizično sposobni igrati (Higham 2005, 42–43).

3.2.3 Zimske športne priprave

Zimske športne priprave so tisto področje, na katerega bom dal največ poudarka v tej diplomski nalogi. Različni športi v Sloveniji so zaradi klimatskih pogojev razdeljeni na dva dela, in sicer na jesenski tekmovalni del sezone ter spomladanski tekmovalni del sezone. Najbolj opazno je to pri športih na odprtem, ker vreme pogojuje tekmovanja, trening in priprave športnikov. V diplomski nalogi se bom še bolj osredotočil na en šport, in sicer na nogomet, ker že vrsto let delujem v obalnem nogometu.

Zimske športne priprave vsako leto v tople kraje pripeljejo mnogo športnikov, da bi se le-ti pripravili na prihajajoči spomladanski del tekmovanja. Meseci, ko se največ trenira, so: januar, februar ter marec. V mediteranskem milem podnebjju po vsej Evropi iščejo športni klubi, reprezentance ter posamezni športniki optimalne pogoje za vadbo.

Najbolj prepoznavni kraji so: Španija, Malta, Turčija, Italija ter Hrvaška. Zadnja leta se tudi na slovenski obali poraja ideja o množičnem športnem turizmu in kako bi leto zaradi ugodnih klimatskih pogojev in drugih prednosti uspešno tržili.

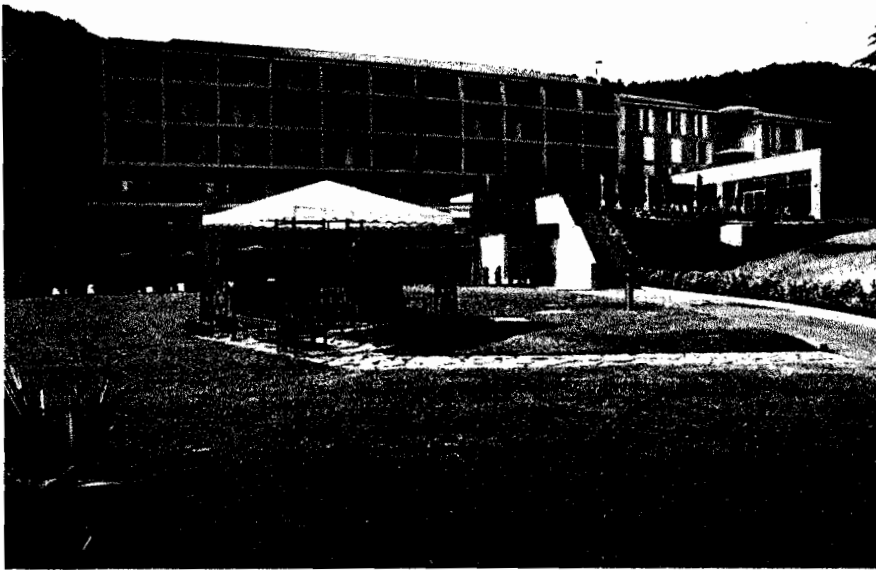
3.2.4 Nogometna reprezentanca na pripravah v Hotelu Salinera

Hotel Salinera v Strunjanu zadnje čase velja za zimsko rezidenco slovenske članske nogometne reprezentance. V diplomu sem vključil omenjeni hotel v Strunjanu zaradi tega, ker naj bi poleg Brda pri Kranju nudil optimalne pogoje za priprave v zimskem času. Z vodjo prodaje Hotela Salinera, Borutom Fakinom, sem opravil intervju, na podlagi katerega sem pridobil pomembne informacije o trženju v športnem turizmu in še posebej o trženju vrhunskih športnih ekip. Intervju, katerega sem opravil v začetku meseca maja z vodjo prodaje oziroma trženja, je trajal dobre pol ure. Omenjeni polstrukturirani intervju sem opravil kar v hotelu samem, kjer mi je gospod Fakin tudi razkazal objekt ter okolico. V hotelu, ki je sicer novejši (2006), so v sklopu priprav v preteklosti bili nastanjeni slovenska nogometna reprezentanca, NK Maribor in drugi manjši športni klubi. V primerjavi z drugimi konkurenti je hotel Salinera dislociran in leži izven gosto poseljenih turističnih središč. Nogometna reprezentanca si je izbrala omenjeni hotel zaradi priporočil in tudi drugih faktorjev, kot so fleksibilna restavracija, katera se prilagaja načinu prehrane športnikov (dietna prehrana), mirna okolica, skratka kakovostna ponudba v primerjavi s ceno. Pred časom je bila reprezentanca nastanjena v Hotelu Metropol, vendar niso bili zadovoljni s ceno in tudi z zasebnostjo, kot jo imajo v Hotelu Salinera.

Hotel trenutno nima določene strategije o trženju športnih priprav, vendar bi si v roku 3–5 let želeli povečati delež. Največji problem pri trženju športnih priprav je pomanjkljiva športna infrastruktura, ki je na slovenski obali primanjkuje. V bodoče nameravajo sodelovali s Športnim društvom Piran, kateri je lastnik novega sodobnega piranskega stadiona z vrhunskimi pogoji. Za omenjeni stadion naj bi se zanimale že vrhunske športne ekipe, kot sta NK Werder iz Bremna in NK Borussia iz Dortmund. Masovno trženje priprav športnikov bi bila po mnenju gospoda Fakina velika napaka, kajti primanjkuje prepotrebne športne infrastrukture, vendar obstajajo možnosti za priprave športnikov vrhunskih ekip, kjer bi se v hotelu specifično prilagodili odjemalcu, kot so se do sedaj nogometni reprezentanci. V bodoče nameravajo tesneje sodelovati z

Nogometno zvezo Slovenije, in sicer si želijo gostovanja mlajših nogometnih selekcij. Športni turizem velja kot dopolnilna panoga v obalnem turizmu še posebej v mesecih izven turistične sezone. V sodelovanju z nogometno zvezo, obalnimi športnimi društvi in drugimi hotelirji bi lahko v bodoče povečali delež prodaje na račun športnikov, vendar bi bilo potrebno mnogo investirati v športno infrastrukturo, vprašanje pa je, če bi se te investicije sploh povrnile.

Slika 3.1 Hotel Salinera



Vir: Hotel Salinera, 2008.

3.3 Primerjalna analiza trženja športnih priprav v Sloveniji in v tujini

Analizo med domačimi in tujimi ponudniki športnih priprav ter športnih centrov bom predstavil na podlagi internetnih virov in intervjujev. Z vodjo prodaje Hotela Salinera, Borutom Fakinom, sem opravil krajši, desetminutni intervju o kakovosti in vsebini ponudbe. Nato sem na podlagi pridobljenih internetnih podatkov Hotela Montecastillo prišel do ključnih podatkov, kako bi lahko izboljšali kakovost ponudbe za vrhunske nogometne oziroma športne ekipe na slovenski obali. Omenjena primerjalna analiza je deskriptivna študija primera.

Trženje športnih priprav v razvitih državah ima velik pomen za turistične kraje, še posebej v času izven turistične sezone. Primerjalna analiza je prikazana na podlagi zimskih športnih priprav v mesecih, ko se športne ekipe in športniki pripravljajo na

spomladanski del tekmovalne sezone. V analizi sem izpostavil destinacije, kjer bo primarno vlogo odigral nogomet kot najbolj množičen šport.

Na slovenski obali skoraj nimamo nobenega pravega športno-pripravljalnega centra. Več let se pojavljajo pasivne oblike športnih priprav, kjer morajo športniki sami poskrbeti za najem športnih objektov, hotelov, prevozov, prehrane.

Način, ki so ga v večini uporabljali slovenski nogometni klubi, je bila zmeraj improvizacija. Februarja leta 2002 se je v Piranu pripravljala NK Maribor, takratni slovenski državni prvak. Poleg neprimerne športne infrastrukture so bili nastanjeni v nizko cenovnem hotelu, kateri ni zagotavljal pravilne prehrane, okolja za počitek in dodatne dejavnosti, ki bi popestrile prosti čas med treningi. To dokazuje pomanjkanje znanja na tem področju.

Vendar zadnja leta opažamo napredek. Kot smo omenili, je slovenska nogometna reprezentanca v zadnjih letih že nekajkrat obiskala Obalo. Izpostavil bi Hotel Salinera, ki je nova rezidenca priprav nogometne reprezentance. Na podlagi le-te bom primerjal program priprav s programom enega izmed najboljših evropskih pripravljalnih centrov Hotela Montecastillo v Jerezu della Frontera v Španiji. V omenjenem pripravljalnem centru veliko znanih moštev opravlja oziroma je opravljal priprave, med njimi tudi španska nogometna reprezentanca, Real Madrid, Barcelona, Manchester United in še mnogi drugi (Footballimpact 2008).

Tabela 3.1 Primerjalna analiza Hotela Salinera in Hotela Montecastillo

HOTEL SALINERA 4*	HOTEL MONTECASTILLO 5*
<ul style="list-style-type: none"> – Mednarodno letališče je oddaljeno 40 minut (Trst–Ronchi). – Brez zgodovine in tradicije. – Hotel Salinera 4* (101 sob), Hotel Salinera 3*, apartmaji Villa Maja 4*, apartmaji Salinera 3*. – Restavracija – različna ponudba hrane, samopostrežni način pa tudi dietna športna prehrana. – Spa: notranji ter zunanji bazen, različne vrste savn, fitnes. – Športna infrastruktura: nimajo lastnih športnih objektov. – V ponudbo vključeno: pranje športne obleke, prostor za masažo, prostor za opremo, konferenčna dvorana. 	<ul style="list-style-type: none"> – Mednarodno letališče je oddaljeno 15 minut. – Dolgoletna tradicija na področju trženja športnih priprav. – Hotel Montecastillo 5* (220 sob), Hotel Forum 4*, apartmaji 5*. – Restavracija – različna ponudba hrane (striktna dietna športna prehrana). – Spa: notranji bazen, savna, turška kopel, telovadnica z vso opremo. – Športna infrastruktura: dva travnata igrišča za velik nogomet, eno travnato igrišče za nogomet na 7 ter igrišče za golf. – V ponudbo vključeno: prevoz na letališče, pranje športne obleke, prostor za masažo, prostor za opremo, konferenčna dvorana.

Vir: Hotel Monte Castillo resort 2008.

3.4 SWOT analiza privlačnosti Portoroža kot športno-turistične destinacije

Portoroška destinacija je bila že od nekdaj pomembna turistična blagovna znamka, ki je prepoznavna doma in v tujini.

Prve zametke turizma najdemo v 13. stoletju, ko so benediktinci v samostanu Sv. Lovrenca zdravili nekatere bolezni z morsko vodo in blatom iz bližnjih solin.

Sicer je Portorož kot letoviški kraj nastal postopoma in se močneje uveljavil šele v 19. stoletju. Takrat so namreč ponovno odkrili zdravilne lastnosti blatnih in slanik kopeli. Kljub temu je Portorož do leta 1885 (leta 1885 – začetek pravega turizma v Portorožu) ostal predvsem izletniška točka. Vsekakor gre prav zdravilnim učinkom morskega blata in slanice zasluga, da se je ob ugodnih klimatskih razmerah in ugodni

prometni legi začel v Portorožu razvijati turizem; seveda najprej v zdraviliški obliki (Inštitut za civilizacijo in kulturo 2005).

Portorož se je tako skozi zgodovino razvijal v pomembno turistično središče na severu Jadrana, vendar prepoznavnost vselej zahteva nenehen vložek, nove ponudbe ter kvaliteto. Novi trendi v turizmu zahtevajo vselej nove oblike ponudbe, med katerimi je prav gotovo športni turizem. Portorož je zaradi ugodnih pogojev, kot so hotelska infrastruktura, ugodna lega in predvsem dobri klimatski pogoji, velik potencial za izkoriščanje športnega turizma in prepoznavnost Portoroža kot športno-turistične destinacije.

Za potrebe diplomske naloge sem pripravil SWOT analizo privlačnosti Portoroža kot športno-turistične destinacije, kjer so na podlagi znanih podatkov analizirane prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti uvajanja športnega turizma v turistično ponudbo Portoroža oz. slovenske obale.

Prednosti:

- povečanje števila gostov (tudi izven sezone),
- nova turistična ponudba – športni turizem (odprejo se nam novi trgi),
- večja razpoznavnost kraja,
- nova delovna mesta,
- boljši pogoji za rekreacijo (infrastruktura – tudi za domačine).

Slabosti:

- potrebno vložiti veliko začetnega in tveganega kapitala v infrastrukturo,
- težava pri izbiri ustreznega zemljišča (cena, okoljevarstvene ovire),
- modeli javno-zasebnega partnerstva so v Sloveniji slabo razviti.

Priložnosti:

- prodor na nove turistične trge,
- večja konkurenčnost turistične ponudbe,
- večja blaginja v občini Piran,
- dvig ravni slovenskega ekipnega športa (nogomet).

Nevarnosti:

- manjše povpraševanje od pričakovanega (poslovno tveganje),

- nezainteresiranost hotelskih lastnikov, športnih zvez ter občine za sofinanciranje.

Menim, da bi uveljavitev športnega turizma pozitivno vplivalo na prepoznavnost in kvaliteto portoroškega turizma, kjer bi predvsem izven turistične sezone zapolnili vrzel neizkoriščenosti in izgubljenega dobička.

4 PROGRAM ŠPORTNIH PRIPRAV V HOTELU MARITA

V Hotelu Marita, d. o. o., sem skozi vso študentsko obdobje deloval in tudi opravil strokovno prakso. Prav zaradi preteklih izkušenj iz sveta nogometa in turizma sem se odločil zasnovati program oziroma ponudbo športnih priprav, katero bi tržili po gradbeni prenovi, ki se je pričela leta 2007. Menim, da je omenjeni hotel idealen za trženje nove oblike turizma pri nas, in sicer za športne priprave. Hotel bo po prenovi povečal namestitvene kapacitete, dodatne bazene, wellness, fitnes itd.

Hotel Marita se nahaja v mirnem okolju ob obali, v čudovitem parku s sredozemskim rastjem, blizu središča Portoroža, vendar dovolj stran od gostov, ki si želijo miru (Hotel Marita 2008).

Prav tu vidim prednost pred ostalo konkurenco, kajti za športnike je pomembno, da imajo svoj mir, da lahko opravijo priprave optimalno. Prehrana je tisti dejavnik, ki igra veliko vlogo v času priprav. V prenovljenem hotelu bo tudi kuhinja delovala sistematično in pripravljala prehrano tako za športnike kot za navadne goste.

Program športnih priprav sem sestavil s pomočjo vodje prodaje v Hotelu Marita Viktorijo Herodež Meton. Intervju, na podlagi katerega sem pridobil ključne informacije o hotelu, o strategiji ter o možnosti uvedbe programa športnih priprav, je trajal štirideset minut, opravili pa smo ga v samem hotelu. Najpomembnejša ugotovitev je, da bi se trženje športnih priprav pozicioniralo in usmerilo na visoko kakovostne športne ekipe, že zaradi politike portoroškega turizma, ki bazira na t. i. visokem turizmu.

Politika programa športnih priprav bo temeljila na kvalitetni ponudbi in naši odjemalci bodo vrhunske športne ekipe in športniki. Kakovostne športne priprave so odvisne od več faktorjev, slednje sem razdelil na:

- nastanitev,
- vloga prehrane v času priprav,
- športna infrastruktura,
- logistika.

Slika 4.1 Hotel Marita



Vir: Hotel Marita, 2008.

4.1 Nastanitev

Nastanitev je ena najpomembnejših dejavnikov v času priprav. Veliko športnikov si zaradi težkih psiho-fizičnih priprav želi optimalni počitek med treningi, da se telo lažje regenerira. Vrhunski pripravljalni centri nogometnih reprezentanc in klubov ležijo v mirnih okoljih, stran od mestnega vrveža in stran od medijskih pritiskov, da bi se športniki lažje skoncentrirali na delo.

Pri nastanitvi igra največjo vlogo destinacija, na katero se športne ekipe in športniki posamezniki odpravljajo na priprave. Kot smo v preteklih poglavjih ugotovili, poznamo poletno-športne destinacije ter zimsko-športne destinacije. Pri prvih so značilni kraji, kjer so omogočene višinske priprave, kjer je zrak bolj redek in deluje na povečanje rdečih krvničk v krvi in zaradi svežega zraka v poletnih dneh. Pri zimskih krajih pa prav tako veliko vlogo igra klima in športniki ponavadi izbirajo destinacije z milim mediteranskim podnebjem, katero blagodejno deluje na dihalni sistem.

Eden izmed pomembnih dejavnikov športnih destinacij je zagotovo namestitvena kapaciteta. Ekipe, ki so številčne, potrebujejo namreč veliko več prostih sob kot športniki posamezniki.

Vse tri obalne občine imajo 22.000 ležišč, od tega piranska občina kar 13.000. Slovensko obalo obiše letno 500.000 turistov in pri tem je realiziranih nočitev 2.000.000 (Rakovec 2005).

Slovenska obala razpolaga s številčnimi namestitvenimi kapacitetami, katere pa so v mesecu januarju, februarju in marcu relativno malo zasedene. Pri moji ideji o trženju teh kapacitet bi gotovo pripomogle športne priprave, kjer bi se zapolnila omenjena vrzel.

V Hotelu Marita trenutno razpolagajo s tridesetimi dvoposteljnimi sobami in z dvanajstimi suitami, kar pomeni 108 ležišč. Sobe so sodobno opremljene in imajo kabelski priključek ter modemska povezavo. Sobe so opremljene s klimatskimi napravami, mini barom, sefom in masažnimi tuši ali kadjo. Hotel ima notranji bazen, turško ter finsko savno, jacuzzi ter dve konferenčni dvorani, ki sta opremljeni s potrebno tehnično opremo. Hotel ima 25 parkirnih mest, katera so varovana s kamero.

Hotel Marita bo po prenovi leta 2008 razpolagal s 86 sobami, kar pomeni, da bo lahko hkrati sprejel 200 oseb. Imel bo lastne masažne prostore, wellness center (različne terapevtske masaže), notranji ter zunanji bazen s sladko ter slano vodo, prilagojeno tudi za športne rehabilitacije. Z izgradnjo nove garažne hiše bo hotel pridobil še dodatnih 65 parkirnih mest, kar bo skupaj znašalo 90 parkirnih mest. V izgradnji je tudi večja konferenčna dvorana, opremljena z najsodobnejšo avdio-vizualno tehnologijo, katera bo sprejela do 80 ljudi.

4.1.1 Dejavniki pri izbiri destinacije

Za dosego optimalne strategije med športno-turistično destinacijo in aktivnimi športnimi turisti so potrebne premišljena strategija in sposobnosti, kako doseči postavljene vizije, kvalitetne namestitvene pogoje, kvalitetno infrastrukturo, razumevanje kulture športnikov in njihovih specifičnih potreb (Higham 2005, 78).

Kakovostna ponudba je ključnega pomena pri selekciji športno-turističnih destinacij s strani amaterskih in profesionalnih športnikov. McDonald *in ostali* (1995) so model za meritev in oceno kakovosti ponudbe razdelili na pet ključnih dejavnikov oziroma dimenzij:

- jasnost,
- zanesljivost,
- odzivnost,
- zanesljivost,
- čustvenost.

Aktivni profesionalni športniki smatrajo, da je teh pet dejavnikov oziroma dimenzij ključnega pomena pri izbiri destinacije (Higham 2005, 77).

4.1.2 Vpliv medijev pri izbiri destinacije

Na prepoznavnost športno-turistične destinacije imajo veliko vlogo mediji. Vrhunske športnike, ki se pripravljajo v določenem kraju, dnevno spremljajo mediji in vrsta navijačev. Ko mediji poročajo o športnikih in športnih ekipah na pripravah, o pripravljalnih tekmah in podobno, s tem hkrati promovirajo športno-turistične destinacije.

Tipičen primer promocije krajev so vrhunske ekipe, ki se odločijo za destinacijo in s tem kasneje privabijo še mnogo manjših klubov in športnikov, od katerih športno-turistične destinacije dejansko živijo (Footballimpact 2008).

V Združenih državah Amerike je postal nogomet popularen šele po letu 1992, ko se je Nogometna zveza ZDA odločila za veliki projekt, da zgradi pripravljalni center za svojo reprezentanco, za prihajajoče se svetovno prvenstvo in s tem tudi promovira in dvigne nogomet na profesionalno raven, katera bi bila mednarodno prepoznavna. Tako so zgradili Seminole County Sport Training Center s 6 igrišči z vrhunsko travo, 9 tenis igrišč, 4 igrišča za bejzbol, trim stezo, slačilnice, fitnes center in še mnogo drugega za vrhunsko vadbo. V skorajda najbolj svetovno znanem pripravljalnem centru so trenirale reprezentance Argentine, Nemčije, Švedske in Nizozemske. Poleg tega pa vsako leto na turnirje čez mlako potujejo evropski nogometni velikani, kjer privabljajo množične obiskovalce in s tem hkrati promovirajo destinacijo (Hudson 2003, 80–81).

4.2 Vloga prehrane v času priprav

Razvoj športa je premaknil meje nemogočega. Sodoben pristop k športu spremljajo vse večje ambicije, strokovni kadri, resnejši treningi in nove spremembe v prehrani. Predpostavka, da je z novimi spremembami v osnovi pravilne prehrane mogoče izboljšati športne rezultate, ni znanstveno potrjena, je pa splošno znano, da ob nepravilnem prehranjevanju športni rezultati hitro upadejo.

Učinki prehrane so večstranski in lahko pripomorejo k povečanju psihofizičnih sposobnosti, pravilni rasti, razvoju, zdravstvenem stanju in dolžini življenja. Prehrana športnikov mora biti usklajena s splošnimi zahtevami prehrane, ima pa tudi dodatne naloge – dvigovanje športne forme, pospeševanje okrevanja športnikov po

treningih in tekmovanjih ter nenazadnje omogočanje razvoja mladega organizma. Prehrana športnikov se ne razlikuje samo med obdobjem treningov in tekmovalnim obdobjem, ampak tudi glede na posamezne faze tekmovalnega obdobja (faza pred tekmovanji, med njimi in po njih) (Mitrovič 2005, 61).

V prenovljenem Hotelu Marita bodo veliko vlogo namenili športni prehrani, kjer bodo ločili penzijske goste s športniki. Ideja je, da bodo kuharji dnevno pripravljali obroke, specifično prilagojene športnim ekipam in športnikom posameznikom.

Pokorn (1996) navaja, da sestavljamo jedilnike za vse športne panoge enako. Uporabljamo klasičen dnevni jedilnik s 4 do 6 obroki na dan, odmerjamo le kritična živila (npr. beljakovinska) in se držimo strogega ritma prehrane, usklajenega s treningi in tekmovanji (Mitrovič 2005, 30).

Prav zaradi strogega ritma prehranjevanja športnikov mora biti ponudba s strani hotela optimalna, razpolagati pa mora tako količinsko kot kakovostno ob vsakem delu dneva. V Hotelu Marita bo večina dnevnih obrokov (zajtrk, kosilo, večerja) samopostrežnih (buffet), medtem ko bodo želje za druge obroke športne ekipe in športniki posamezniki dan prej sporočili kuhinjskemu osebju in ti bodo ugodili njihovim željam. Vodilo kuhinje je prilagodljivost, odzivnost in ustreči vsakemu gostu športniku med pripravami.

4.2.1 Količinsko in kakovostno sestavljen jedilnik

V fazi priprav je ključnega pomena, da športniki med treningi nadomestijo izgubljene kalorije in tekočino, to pa lahko storijo le z natančno pripravljenim jedilnikom.

Velja, da pri športnikih najprej spremljamo njihovo dnevno prehrano, jo po potrebi korigiramo in šele na podlagi tega začnemo dodajati ustrezne dodatke. Pri tem skušamo doseči, da športniki zaužijejo kar največ hrane, ki jo imajo radi in je hkrati v skladu z njihovimi potrebami po zagotovitvi ustreznih hranil. Pri načrtovanju jedilnikov uporabljamo čim preprostejše jedi oziroma obroke hrane ter upoštevamo sestavo celodnevne jedilnika. Tako se približamo dnevni ritmu prehrane in športniki imajo vsaj pet obrokov dnevno. Seveda se je treba zavedati, da je prehrabeni način športnika glede na število, vrsto in obseg obrokov individualen. Za skupinske športe se priporoča organiziranje skupne prehrane, ker se takrat udeležijo načrtovani jedilniki in je lažje

nadzorovati kakovost in postrežbo obrokov. Ustreznost prehrane se preverja s trajnim spremljanjem zdravstvenega stanja športnikov (Mitrovič 2005, 33–34).

V literaturi najdemo veliko napisanih jedilnikov za različne energijske potrebe. Eden izmed teh je prikazan v nadaljevanju in je prilagojen treningom med 9.00–11.00 ter med 18.00–20.00 uro.

Tabela 4.1 Predlog jedilnika Passmore in Eastwooda

Predlog jedilnika 12540–14650kJ (3000–3500kcal)
<i>Zgodaj zjutraj</i> (pred joggingom – ob 7. uri): <ul style="list-style-type: none">– čaj ali kava s sladkorjem in biskvit.
<i>Zajtrk</i> (pred 1. treningom – ob 8. uri): <ul style="list-style-type: none">– sadje ali sadni sok;– misli z mlekom ali sladkorjem;– jajce, slanina;– toast ali pecivo s 30 g masla, marmelade, meda in mleka.
<i>Malica</i> (po 1. treningu – ob 11. uri): <ul style="list-style-type: none">– mlečni napitek in sendvič.
<i>Kosilo</i> (ob 13. uri): <ul style="list-style-type: none">– juha ali sadje,– 120 g mesa ali ribe,– krompir,– zelenjava ali solata,– desert,– biskvit ali jed z maslom in sirom,– mlečni napitek.
<i>Popoldanska malica</i> (pred 2. treningom – ob 17. uri): <ul style="list-style-type: none">– sendvič, pecivo ali biskvit, čaj z mlekom in sladkorjem.
<i>Večerja</i> (po 2. treningu – ob 20. uri): <ul style="list-style-type: none">– sadni sok ali juha;– 90g mesa, ribe ali 1–2 jajci;– zelenjava ali solata;– kruh ali jed z maslom;– desert;– mlečni napitek.
<i>Povečerek</i> (po želji do 22. ure): <ul style="list-style-type: none">– mlečni napitek, biskvit ali sendvič.

Vir: Mitrovič 2005, 32.

4.2.2 Prehrana v fazi priprav

Nogomet je športna disciplina, ki zahteva visoko stopnjo vzdržljivosti. V fazi treninga se pripravljaja osnovna prehrana.

Stroka meni, da je treba v fazi pred tekmovanjem oziroma med treningi športnike, še posebno tiste, katerih športna panoga zahteva veliko vzdržljivosti, oskrbeti s čim večjimi zalogami ogljikovih hidratov.

To se pri nogometaših doseže z intenzivnejšim treningom, ki ga spremlja nekajdnevna ogljikohidratna prehrana. Tri do štiri dni pred nastopom se zmanjša intenzivnost treningov, ogljikovi hidrati v dnevni obrokih se še povečajo, s čimer je omogočeno njihovo povečano odlaganje v jetrih in mišicah v obliki glikogena. Ker je prehrana pred tekmovanjem bogata z ogljikovimi hidrati, mora biti delež maščob v dnevnem obroku manjši. Poskrbeti je treba tudi za najosnovnejše potrebe organizma po beljakovinah (1–1,2 g/kg telesne teže), in sicer v obliki lahko prebavljivih snovi (mleko, jajca, telečje in piščančje meso) (Mitrovič 2005, 55).

4.2.3 Prehrana na dan pred tekmo

Pokorn (1988) meni, da zaužitje večje količine hrane pred telesno obremenitvijo ni priporočljivo, saj preveč poln želodec in dvignjena trebušna prepona pritiskata na pljuča in srce, kar poslabša športnikovo počutje. Večje izločanje želodca lahko pomakne vrednost pH krvi bolj na alkalno stran (alkalna plima) in tako povzroči zaspanost in utrujenost po obroku. Večji obrok hrane bi naj zaužili 3–3,5 ure pred tekmovanjem, pri čemer bi naj bil ta bogatejši z ogljikovimi hidrati ter siromašnejši z beljakovinami in maščobami.

Pri nogometaših opazimo natančnejše časovne pogoje prehranjevanja. Želodec mora biti pred napori primerno prazen, kar pomeni, da je lahko poln do največ 20 %. Želodec se prazni približno šest ur, iz česar izhaja, da morajo imeti nogometaši večji obrok vsaj štiri do pet ur pred tekmo. Lahek obrok je sestavljen iz majhne količine lahko prebavljivega mesa z več lahko prebavljivimi ogljikovimi hidrati.

Zdravnik pred tekmo določa kosilo večinoma vedno enako. Obrok sestoji iz juhe in močne ogljikohidratne jedi, kot so npr. testenine s paradižnikovo ali mesno omako in parmezanom. Na voljo je tudi piščančje meso, ki ga nekateri pojedjo, drugi pa ne. Ob vsakem obroku je postrežena solata (motovilec, kristalka, radič). Količine hrane v

obroku pred tekmo niso omenjene, saj se vsak ravna po svojem občutku. Na mizi so poleg hrane razni sokovi in negazirana mineralna voda.

Za posladek sledi jabolčni zavitek, ki ne vsebuje veliko sladkorja in daje občutek svežine.

Pokorn (1998) pravi, da je prav tako pomembno, da športnik približno dve uri pred tekmo ne zaužije ničesar z visoko vsebnostjo sladkorja (živila z visokim glikemičnim indeksom, kot so torte in čokolada). Takšna živila namreč povzročajo povečano izločanje inzulina, znižanje krvnega sladkorja in posledično hiperglikemično krizo.

Tako nogometaši dve uri pred tekmo dobijo malico, ki mora biti nujno ogljikohidratna (brioši, palačinke z marmelado, sadje) (Mitrovič 2005, 55–56).

4.2.4 Prehrana po tekmi

Tekmovalec nekaj časa po tekmi zaradi vznemirjenja navadno nima teka. Strokovnjaki ne priporočajo hranjenja 30–40 minut po tekmovanju, ker je v tem času izločanje v prebavnih organih zmanjšano.

Prehrana po tekmi mora obnoviti organizem. Nadomestiti je treba potrošeno energijo in napolniti izgubljene zaloge glikogena.

Zdravnik usmeri pozornost predvsem na ogljikove hidrate, zato so obroki lahki in manjši. Pozneje preidejo na običajno prehrano. V obroku po tekmi se včasih izpusti kakšen hod (juha ali celo glavna jed). Pogosto postrežejo ribe.

Ker se med tekmovanjem vitaminske zaloge izpraznijo, jih je potrebno nujno napolniti, zato se v prvih dveh do štirih dneh po tekmovanju količina vitaminov v obrokih povečuje. Nadomestiti je treba tudi porabljeno tekočino. Največja potreba po vodi se pojavi neposredno po naporu. To potrebo je treba zadovoljiti, nadomeščanje mineralnih snovi pa se nadaljuje še dva do tri dni po tekmovanju z uživanjem sokov, juh, kompotov, mleka, čaja, slanih napitkov in sadja. S takim potekmovalnim prehranskim režimom si telo hitro opomore in je pripravljeno na nove izzive (Mitrovič 2005, 58).

4.3 Športna infrastruktura

Športna infrastruktura je najpomembnejši dejavnik pri športnih pripravah. Danes se vrhunski športniki ne morejo pripraviti na tekmovalno sezono, če nimajo ustrezne športne infrastrukture ter pogojev, kjer lahko nemoteno trenirajo.

Higham (2005) razvršča dejavnike pri izbiri športne infrastrukture na naslednje:

- telovadnice in športne dvorane;
- infrastruktura vodnih športov (bazeni, skakalnice, jezera, reke, morje);
- infrastruktura atletskih športov (atletske steze, maratonske steze);
- igrišča za trening ter zdravstvena infrastruktura;
- oskrbna služba ter osebje športnih kompleksov.

Če izhajamo iz izhodišča, da ima slovenska obala kvalitetno hotelsko in namestitveno infrastrukturo, moramo reči, da pri športni infrastrukturi ni tako. Za množično trženje športnih priprav ter športnih objektov bi morali še mnogo postoriti. Veliko priložnost pri izgradnji športne infrastrukture na slovenski obali vidim pri kandidaturi in morebitni organizaciji mediteranskih iger leta 2014. Pri tako velikem projektu bi bilo potrebno zgraditi veliko športne infrastrukture, kjer bi jo lahko kasneje tržili v namene športnega turizma.

4.3.1 Trenutno stanje športne infrastrukture v občini Piran

V občini Piran obstaja veliko javnih in zasebnih športnih objektov. Zasebni so večinoma v lasti turističnega gospodarstva, medtem ko z javnimi športnimi objekti upravlja večinoma Športni in mladinski center Piran. Slednji upravlja z naslednjimi objekti:

- športna dvorana v Luciji z zunanjimi igrišči (dve rokometni igrišči, eno košarkarsko igrišče, eno igrišče za odbojko ter eno nogometno igrišče z umetno travo);
- telovadnica na stadionu v Piranu z zunanjimi igrišči (veliko nogometno, rokometno, košarkarsko igrišče in igrišče za odbojko).

Omenjeni objekti so zelo dobro izkoriščeni s strani osnovnih ter srednjih šol v občini pa tudi s strani različnih športnih društev. Zaradi velike zasedenosti zelo malo časa ostane za trženje omenjenih športnih objektov, tako da bi bilo za trženje priprav športnikov nujno potrebno dograditi določene športne objekte.

Obstoječe stanje športnih objektov v občini Piran kaže, da je na območju občine relativno dobro preskrbljeno s športnimi objekti za igre z žogo, zelo slabo pa je stanje glede vodnih in plavalnih športov. Občina še ni zgradila oziroma poskrbela za izgradnjo

doma vodnih športov, ki bi združeval vse športe, ki se odvijajo na morju, kot so jadranje, veslanje, potapljanje, jadranje na deski, trnkarjenje, odbojka na mivki itd. Občina nima svojega javnega plavalnega bazena, saj so vsi bazeni v zasebni lasti ali pa so vključeni v hotelske komplekse.

V občini Piran obstajajo športni objekti v občinski lasti ter športni objekti, ki so v lasti turističnega gospodarstva. Športni objekti v občinski lasti so:

- telovadnica TVD Partizan na Rozmanovi ulici v Piranu;
- balinišče na Belem križu;
- zunanje športne površine v Fiesi;
- Strelski dom Piran na Ulici Karla Marxa v Piranu;
- Jadralni klub Pirat ter Fatamorgana v Bernardinu in Fornačah;
- tri igrišča za odbojko na mivki in eno peščeno igrišče za mali nogomet na centralni plaži v Portorožu;
- veslaški dom v Sečoveljskih solinah;
- igrišče za mali in veliki nogomet v Svetem Petru;
- balinišče v Padni.

Vse te objekte upravljajo ustrezna športna društva ali sama občina. Športni objekti v lasti turističnega gospodarstva so:

- šest tenis igrišč, igrišče za košarko, igrišče za kegljanje in igrišče za odbojko na mivki v Bernardinu, zunanji bazen ter center vodnih športov na pomolu ob vhodu v Marino Bernardin;
- sedemnajst tenis igrišč, centralni teniški stadion (ki naj bi bil namenjen tudi ostalim športnim panogam, kot je igranje rokometu, košarke in hokeja na kotalkah), dve košarkarski igrišči, eno rokometno igrišče in balinišče ob Marini Portorož ter jahtni klub v marini; lastnik je Marina Portorož;
- štiri tenis igrišča, igrišče za košarko, odbojko in mini golf; lastnik Krka Hoteli Strunjan;
- center vodnih športov na centralni plaži Portorož; lastnik Hoteli Metropol;
- dve teniški igrišči v Salineri Strunjan; lastnik Hoteli Piran;
- športni objekti za šolske in obšolske dejavnosti; lastnik Olimpijski komite Slovenije – Združenje športnih zvez (v nadaljevanju OKZ – ZŠZ);

- različni hotelski bazeni, fitnessi ter ostale manjše športne površine;
- jahalni rekreativni objekti na Krogu, Sečovlje (Leko 2006, 65–66).

Za masovno trženje športnih priprav v piranski občini so omenjeni športni objekti premalo. Potrebno bi bilo veliko začetnega kapitala, da bi v piranski občini zgradili, dogradili ter obnovili dotrajane športne objekte za masovno trženje priprav športnikov. Menim, da bi pri trženju športnih priprav za športe z žogo nujno potrebovali športni kompleks z najmanj tremi nogometnimi igrišči, športno dvorano za športe, kot so odbojka, rokomet ter košarka, dom vodnih športov ter olimpijski bazen.

4.3.2 Predvidena gradnja športne infrastrukture v občini Piran

Na podlagi predloga srednjeročnega načrta razvoja športa v občini Piran 2005–2010 se predvideva izgradnja naslednjih novih športnih objektov oziroma športne infrastrukture, ki bi znatno prispevala k izboljšanju športne turistične ponudbe:

- dom vodnih športov,
- olimpijski bazen,
- atletski stadion,
- trim steza (Piran, Lucija),
- igrišče za golf.

Dom vodnih športov je predviden na lokaciji sedanjega Jadranskega klub Pirat Portorož, ki bi služil jadraniu, veslanju, trkarjenju in potapljanju. Objekt bi imel garderobe, sanitarije, klubske prostore za različna srečanja ter potrebno zunanjo infrastrukturo za kvalitetno delo (velik manipulativni prostor, drsina, pomol, privezi). Dom vodnih športov bi bil namenjen že navedenim športnim dejavnostim, z organizacijo šol, izpopolnjevanj, tekmovanj in drugega pa bi dom imel dodatno ponudbo, ki bi bila tudi zanimiva za turistične obiskovalce (Leko 2006, 68).

Olimpijski bazen, katerega mere so 50 m x 21 m je namenjen plavanju, umetnostnem plavanju, vaterpolu ter skakanju v vodo z odskočne deske višine 1 metra in 3 metrov. Bazen mora imeti potrebno infrastrukturo, štartne kamne, možnost namestitve prog, merilne naprave, prostor za pripravo tekmovalcev in vse, kar določa ustrezna zakonodaja. Arhitekturna zasnova neposredne okolice naj bi predvidevala tudi možnost namestitve tribun. Predvidena izgradnja olimpijskega bazena je na obalnem

območju Bernardin – skladišče soli ob Jadralskem klubu Pirat. Zaradi pomanjkanja prostora za objekt je predvidena izvedba projekta za nasipanje v morju. Odjemalci bazena bi poleg hotelskih gostov bili tudi obiskovalci plaže v času izven sezone pa šole, vrtci, domačini in seveda plavalni in drugi športni klubi (Leko 2006, 69).

Atletski stadion je predviden na območju sedanje karting steze v Luciji, in sicer naj bi imel 400 metrov dolgo atletsko stezo z osmimi progami, vključno z vsemi napravami za atletiko. Znotraj steze naj bi bila travna površina za nogomet in ostale površine za atletiko (skok v daljavo, skok v višino, suvanje krogle itd). Na zahodni strani bi bila zgrajena tribuna, poleg sanitarij in klubskih prostorov pa naj bi bili tudi večji prostori za sestanke v času teoretičnega usposabljanja pri različnih športih. Ob večjem številu obiskovalcev bi obstajala možnost postavitve tribun na ostalih delih stadiona. Uporabniki stadiona ne bi bili samo atleti in nogometaši, ampak tudi športniki, stadion pa bi moral biti na voljo tudi turistom. Številni športniki bi ga uporabljali za kondicijske priprave in testiranja, primeren pa bi bil tudi za številne učence in dijake v občini. Ker so atletski športniki in nogometni klubi najštevilnejši, se mi zdi, da je od vseh objektov ta najbolj nujen za priprave in posledično za trženje športnega turizma (Leko 2006, 69).

Trim stezi sta predvideni na že obstoječih poteh, vendar bi bilo najbolje, da ne bi bili asfaltirani. Trim steza na področju Lucije naj bi bila speljana skozi področje solin, kar bi bilo zanimivo za turiste in koristno za športnike – blagodejno delovanje morskega zraka na dihala (Leko 2006, 70).

Igrišče za golf je predvideno na področju sečoveljske doline z 18 luknjami s površino 66 hektarjev (61 hektarjev igrišč za golf, 5 hektarjev za potrebno infrastrukturo). Igrišče mora imeti vso potrebno infrastrukturo za vzdrževanje in obstoj (voda) ter osnovni objekt (klub – hotel). Golf pomeni veliko tržno možnost v turistični ponudbi in ima posredno vpliv pozitivne »rating« destinacije. Golf naj bi bil glavna športna panoga pri promoviranju športno-turistične ponudbe piranske občine (Leko 2006, 70).

4.3.3 Trženje športne infrastrukture v okviru Hotela Marita

Trženje športne infrastrukture v okviru Hotela Marita zahteva preudarno in sistematično sestavo programa in možnosti izrabe sedanje in bodoče športne infrastrukture v naši občini oziroma Obali.

Prednost prenovljenega hotela bo predvsem dodatna namestitvena kapaciteta ter program priprav, sestavljen za športnike in športne ekipe. Kot smo ugotovili iz prejšnjih poglavij, v piranski občini primanjkuje določene športne infrastrukture. V ospredje programa bom dal kot športno disciplino nogomet, ker iz lastnih dolgoletnih izkušenj vem, kaj tovrstni športniki in športne ekipe potrebujejo. V Hotelu Marita bo hkrati lahko gostovalo 7 nogometnih ekip s povprečno 30 igralci v vsakem moštvu. Poleg igralcev bo tudi spremljevalno osebje, katerega predstavljajo trenerji, fizioterapevti, zdravniki, maserji, ekonomski itd.

Hotel bo poleg bazenov (zunanji in notranji), ki bodo služili rehabilitaciji in sprostitvi, imel še posebne prostore, kjer bodo športnike lahko zdravniki pregledovali in testirali. Dva posebna prostora v hotelu bosta v času priprav služila za masaže in fizioterapevtske vaje. V času turistične sezone pa se bo izvajal program wai-thai masaže in podobno. Tako bodo prostore, ki jih bodo pridobili po prenovi, tržili tako v času turistične sezone kakor izven sezone.

Hotel Marita krasi tudi čudovit sredozemski park, kjer nameravajo zgraditi igrišče za mali nogomet z umetno travo. Igrišče bi se v času priprav uporabljalo predvsem za jutranje raztezne vaje ter manjše teke. Tekška proga, kjer bi športniki v okviru programa priprav najprimerneje vadili, pa bi bila tekaška steza Lucija avtokamp – Ribič–Sečoveljske soline. Naj omenim, da morje ter morski zrak blagodejno delujeta na dihala, kajti vdihavanje morskega zraka vnese v telo določene mineralne snovi, med katerimi je tudi jod.

Najpomembnejša pridobitev za piransko občino in za trženje športnih priprav pa bo nedvomno posodobljen piranski nogometni stadion. Stadion, katerega nameravajo prenoviti do septembra letošnjega leta, bo imel umetno travnato površino, t.j. Uefa ground B, ki je iz vrhunskih sintetičnih materialov in odporna na vse vremenske razmere in števila treningov. Poleg vrhunske umetne trave bo piranski stadion bogatejši za razsvetljavo (tako bodo možni tudi večerni treningi) ter za dodatna urejena sedišča za gledalce. V okviru programa priprav športnikov vidim priložnost sodelovanja s Športno-mladinskim centrom Piran, kjer bi posodobljeno igrišče tržili.

Če bi v času priprav bilo več nogometnih ekip, pa bi sodelovanje razširili na druge obalne občine, med katerimi bi glavno vlogo igral Športni center Bonifika v Kopru,

nogometni stadion v Izoli ter manjši lokalni stadioni, kjer so že v preteklosti vrhunske ekipe opravljale priprave (igrišče v Gažonu, Kortah, Ankaranu).

Poleg omenjenih, že obstoječih nogometnih igrišč bi Portorož z okolico zagotovo potreboval igrišče za veliki nogomet. Da bi se kultura turizma v Portorožu spremenila ter športni turizem kot nova turistična niša uveljavil masovno, bi potrebovali nov športni center, kjer bi lahko številčne ekipe trenirale. Športni center bi moral šteti vsaj 2 nogometni igrišči (eno od igrišč z atletsko stezo), manjšo športno dvorano in drugo infrastrukturo za treniranje. Na velikem, neizkoriščenem prostoru v bližini Marine Portorož vidim priložnost, kjer bi lahko zgradili športni center. Za omenjeni projekt bi prav zagotovo potrebovali veliko začetnega kapitala, vendar pa menim, da bi s pomočjo lastnika (Marina Portorož), občine, hotelirjev in Olimpijskega komiteja Slovenije nedvomno bilo mogoče zgraditi enega najsodobnejših športnih kompleksov za priprave športnikov na Jadranu.

4.4 Logistika

Ker bi v času priprav športne ekipe trenirale v različnih krajih, bi v okviru programa športnih priprav v Hotelu Marita organizirali tudi prevoze športnikov in športnih ekip do določenih igrišč, dvoran itd.

Ker obstoječa športna infrastruktura (stadioni, športne dvorane, bazeni) ne ležijo neposredno v bližini hotela, bi za športnike in športne ekipe organizirali cenejše prevoze. Tako bi izbrali najugodnejšega prevoznika, kateri bi z avtobusi, mini avtobusi ter kombiji odpeljal športnike na dogovorjena mesta, kjer bi opravili treninge, ter jih pripeljal nazaj v hotel. Zaradi nedostopnosti določenih krajev in igrišč (nogometno igrišče Gažon ter Korte) bi prevoze prilagodili in bi športnike peljali s primernimi prevoznimi sredstvi (kombiji, mini avtobusi).

4.5 Okvirna ponudba enotedenskih športnih priprav v Hotelu Marita

Z vodjo Hotela Marita, Viktorijo Herodež Meton, sva pripravila dva različna paketa, in sicer enotedenski ter tridnevni paket za priprave nogometnih ekip.

Enotedenski paket (v mesecih januar, februar, marec)

V ceni je vključeno:

- 7 nočitev v Hotelu Marita**** v dvoposteljnih sobah ali suitah (4 osebe) s satelitsko televizijo, telefonom, klimo, mini barom, sefom;
- polni penzion (trije obroki na dan), samopostrežni obroki, možen dogovor za več obrokov in posebno dietno prehrano;
- neomejena uporaba masažnih prostorov, notranjega ter zunanjšega bazena, turške in finske savne, jakuzija ter konferenčne dvorane »Zlata dvorana«;
- športni objekti: uporaba nogometnega igrišča dvakrat dnevno po 90 minut (umetna trava Piran, naravna travna površina Koper, Dekani, Izola), neomejena uporaba hotelskega fitnesa in okoliških tekaških stez;
- prevoz športnikov do športnih objektov ter nazaj do hotela;
- dodatna ponudba: možnost organizacije prijateljske tekme (vključno s sodniki), pranje športne opreme, uporaba wellness centra (naši maserji ter osebje), možnost najema športne dvorane.

Okvirni izračun velja na osebo na dan brez popustov (če ekipa šteje 25 oseb):

nastanitev in prehrana = 49 EUR (celotna ekipa 1225 EUR)

+ najem športnega igrišča (dvakrat dnevno) = 5 EUR (celotna ekipa 125 EUR)

+ avtobusni prevoz (40 km dnevno) = 2 EUR (celotna ekipa 50 EUR)

= 56 EUR (1400 EUR za celotno ekipo)/dan

7 x 56 EUR = 392 EUR (9800 EUR za celotno ekipo)/teden

Trodnevni paket (v mesecih od septembra do maja)

V ceni je vključeno:

- dve nočitvi v Hotelu Marita**** v dvoposteljnih sobah ali suitah (4 osebe), s satelitsko televizijo, telefonom, klimo, mini barom, sefom;
- polni penzion (trije obroki na dan), samopostrežni obroki, možen dogovor za več obrokov in posebno dietno prehrano;
- neomejena uporaba masažnih prostorov, notranjega ter zunanjšega bazena, turške in finske savne, jakuzija ter konferenčne dvorane »Zlata dvorana«;
- športni objekti: uporaba nogometnega igrišča dvakrat dnevno po 90minut (umetna trava Piran, naravna travna površina Koper, Dekani, Izola), neomejena uporaba hotelskega fitnesa in okoliških tekaških stez;

Program športnih priprav

- prevoz športnikov do športnih objektov ter nazaj do hotela;
- dodatna ponudba: možnost organizacije prijateljske tekme (vključno s sodniki), pranje športne opreme, uporaba wellness centra (naši maserji ter osebje), možnost najema športne dvorane.

Okvirni izračun velja na osebo na dan brez popustov (če ekipa šteje 25 oseb):

nastanitev in prehrana = 59 EUR (celotna ekipa 1475 EUR)

+ najem športnega igrišča (2-krat dnevno) = 5 EUR (celotna ekipa 125 EUR)

+ avtobusni prevoz (40 km dnevno) = 2 EUR (celotna ekipa 40 EUR)

=66 EUR (1650 EUR za celotno ekipo)/dan

2 x 66 EUR =132 EUR (3300 EUR za celotno ekipo)/3dni

4.6 Privlačnost ponudbe za odjemalce

Za potrebe projektne naloge sem opravil intervjuje s štirimi slovenskimi nogometnimi klubi. Intervjuje sem opravil preko telefona, v povprečju pa so trajali deset minut. Na intervju so pristali:

- športni direktor NK Domžale, Nenad Protego;
- vodja klubskih služb pri NK CMC Celje, Jasmina Vengust;
- oseba za stike z javnostjo pri NK Gorica, Tadej Munih;
- direktor NK Krško, Gregor Pavlin.

Ponudba zimskih priprav v sklopu Hotela Marita je za klube dokaj zanimiva glede kvalitetne namestitve in glede ponudbe dodatne infrastrukture, kot so wellness center, fitnes, bazeni. Potencialni odjemalci so najbolj skeptični pri športni infrastrukturi, ki je zaenkrat nekvalitetna; primanjkuje namreč nogometnih igrišč z vrhunsko nogometno travo. Velik minus za Portorož kot športno-turistično destinacijo je, da ni prepoznaven v tej branži, kot so hrvaški Medulin, turška Antalyja, italijanski Rimini itd. Omenjene kraje istočasno obišče po deset in več ekip in tako so možne tudi številne prijateljske tekme. To je glavni razlog, da se nogometni klubi raje odločijo za kraj, kjer je na pripravah veliko število ekip. Vemo pa, da Portorož in s tem Hotel Marita, ki bazira na t. i. visokem turizmu, ne more tržiti masovnih priprav športnikov, temveč se mora zgolj osredotočiti na kvaliteto in specifično ponudbo, prilagojeno vrhunskim evropskim klubom. S pomočjo intervjujev sem ugotovil, da je med glavnimi razlogi za izbiro

destinacije tudi cena ponudbe; slovenski nogometni klubi imajo namreč manjši proračun in s tem je cena odločujoči faktor. Domači klubi raje izbirajo tujino tudi zaradi spremembe klime, ki po njihovem odločujoče vpliva na kakovost priprav. Domače športne ekipe si predstavljajo Portorož in slovensko obalo zgolj kot tranzitno destinacijo v času priprav, kjer bi odigrali kakšno prijateljsko tekmo in nadaljevali pot proti svoji končni destinaciji. Slovenski nogometni klubi bi se tudi odločali za dvodnevne mini priprave pred pomembnimi tekmami zaradi izboljšanja klime v ekipi, pa tudi, da bi se odmaknili od pritiska javnosti. Nogometni klubi si na pripravah želijo samopostrežnega načina obedovanja. Ob tem bi dodal, da vse športne ekipe želijo predvsem veliko miru za kakovostno delo.

5 SKLEP

V turistično najbolj razvitih državah in postopoma pri nas se uveljavlja prepričanje, da turizem in šport predstavljata neločljivi del celovite turistične ponudbe. Dejstvo je, da turistične destinacije in podjetja, kjer se šport pojavlja kot del turistične ponudbe, ponujajo zanimivejše turistične produkte in dosegajo večje poslovne učinke. Med glavnimi produkti so prav zagotovo športne priprave, katerih glavni odjemalci so amaterski in profesionalni športniki, ki v fazi športnih priprav potrebujejo najugodnejše pogoje za vadbo in pripravo za prihajajoči se del tekmovalne sezone. Omenjene odjemalce pa lahko prepričamo le s kakovostno ponudbo in pogoji, kot so primerna nastanitev, prilagojena športna prehrana, primerna športna infrastruktura ter logistika. Za hotelirje pa je trženje priprav športnikov skorajda nuja, saj so omenjene priprave vir dohodkov v času, ko turistična sezona ni na vrhuncu.

V zaključni projektni nalogi smo izhajali iz analize ponudnikov športnih priprav v tujini in pri nas, s katero smo se želeli približati tujim ponudnikom. Program športnih priprav smo s pomočjo vodje prodaje Hotela Marita preučili in sestavili ponudbo, ki jo bomo z naslednjim letom poskušali tudi izvajati in tržiti.

Portorož je turistični kraj, ki bazira na t. i. visokem turizmu, kjer bi se masovno trženje športnih priprav težko izvajalo; cenovno bi namreč težko konkurirali konkurenčni Istri, italijanskemu Riminiju in ostalim destinacijam. Menim, da bi se morali odločiti za diferenciacijo ponudbe in se opredeliti zgolj na vrhunske športne ekipe. Tu mislim na nogometne ekipe, ki se že zanimajo za priprave, kot so: Werder iz Bremna, Borussia iz Dortmundu ter veliko ruskih bogatih prvoligašev.

Predpogoj za vrhunske priprave pa je prepotrebna športna infrastruktura, katera primanjkuje na slovenski obali. Lahko pa rečemo, da se v tej smeri že premika na bolje; imamo vrhunski pripravljalni nogometni center v Dekanih, pred vrati je prenovljen piranski stadion po evropskih merilih, prenoviti nameravajo izolski mestni stadion ter stadion Bonifika v Kopru. Za uspešno trženje športnih priprav pa je nujen tudi strokovni kader, v katerega bi hotelirji morali vlagati več, če si želijo v prihodnosti zagotoviti še boljšo ponudbo.

Na podlagi razgovorov, ki sem jih opravil s turističnimi delavci in športnimi klubi, lahko zaključim, da je interes za športno-turistično ponudbo (športne priprave) velik, le da bi bilo potrebno pospešiti njeno dejansko realizacijo v praksi, kar pa zahteva veliko

Sklep

skupnega delovanja med hotelirji, obalnimi občinami, športnimi zvezami in investitorji. Potrebno bo poiskati skupno vizijo in cilje, na katerih bomo gradili nadaljnji razvoj turistične ponudbe v obalnih mestih.

LITERATURA

- Davor Suker soccer academy. 2008. *Pismo*. [Http://www.sukeracademy.com/pismo2.html](http://www.sukeracademy.com/pismo2.html) (2. 6. 2008).
- Footballimpact. 2008. *Hotel Monte Castillo resort*. [Http://www.footballimpact.com/doc/hotel-montecastillo-resort_en.pdf](http://www.footballimpact.com/doc/hotel-montecastillo-resort_en.pdf) (2. 6. 2008).
- Footballimpact. 2008. *References 2007*. [Http://www.footballimpact.com/references-2007.shtml](http://www.footballimpact.com/references-2007.shtml) (2. 6. 2008).
- Gojčič, Slavka. 2005. *Wellness – zdrav način življenja*. Ljubljana: GV Založba.
- Higham, James. 2005. *Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis*. Amsterdam: Burlington Elsevier Butterworth Heinemann.
- Hotel Marita. 2008. *Predstavitev*. [Http://www.hotel-marita.si/](http://www.hotel-marita.si/) (2. 6. 2008).
- Hotel Salinera. 2008. *Fotogalerija*. [Http://www.salinera.si/piran/fotogalerija/galerija/salinera/xhtel.jpg](http://www.salinera.si/piran/fotogalerija/galerija/salinera/xhtel.jpg) (2. 6. 2008)
- Hudson, Simon. 2003. *Sport and adventure tourism*. New York: Haworth.
- Inštitut za civilizacijo in kulturo. 2005. *Portorož – zgodovina turizma in Hotela Palace*. [Http://www.ick.si/PDF/Palace.pdf](http://www.ick.si/PDF/Palace.pdf) (2.6.2008).
- Korenika, Andrej. 2006. *Športni turizem kot psihološki motiv prihoda turistov v piransko občino*. Diplomsko delo. Univerza na Primorskem. Visoka šola za turizem Turistica.
- Leko, Emil. 2006. *Vključevanje športnih aktivnosti v turistično ponudbo občine Piran*. Diplomsko delo, Univerza na Primorskem, Visoka šola za turizem Turistica.
- Mihalič, Tanja. 2005. *Šport in turizem: Šport kot element razvoja turizma v Sloveniji - valorizacija športa v turistične namene, športno-turistični proizvodi, trženje in strategija*. Ljubljana: Raziskovalni center Ekonomske fakultete.
- Mitrovič, Jasna. 2005. *Prehrana športnikov na pripravah kot element gostinske ponudbe*. Diplomsko delo, Univerza na Primorskem, Visoka šola za turizem Turistica.
- Rakovec, Aleksandra. 2005. *Strategija trajnostnega razvoja turizma*. [Http://camp.rrc-kp.si/news/files.php?actionID=view_file&dir=%2F&file=HOSTING-prezentacija.pdf](http://camp.rrc-kp.si/news/files.php?actionID=view_file&dir=%2F&file=HOSTING-prezentacija.pdf) (2. 6. 2008).

- Rebula, Lia. 2007. *Pomen športa in športih prireditvev za turizem*. Diplomsko delo, Univerza na Primorskem, Visoka šola za turizem Turistica.
- Rogla Terme Zreče. 2008. *Olimpijski center Rogla*. [Http://www2.unior.si/turizem/page.asp?ParentPage=139&id=140&tip=viz&lang](http://www2.unior.si/turizem/page.asp?ParentPage=139&id=140&tip=viz&lang) (2. 6. 2008).
- Standeven, Joy in Paul De Knop. 1999. *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Slovenska turistična organizacija. 2002. *Strategija trženja slovenskega turizma 2003–2006*. [Http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/turizem/strategija_trzenja_turizem_2003-06.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/turizem/strategija_trzenja_turizem_2003-06.pdf) (15. 3. 2008).
- Vilfan Peter. 2008. *Košarkarska šola – opis*. [Http://www.petervilfan.com/kosarkarska_sola_opis.asp](http://www.petervilfan.com/kosarkarska_sola_opis.asp) (2. 6. 2008).
- Weed, Michael in Chris Bull. 2004. *Sport tourism: Participans, policy and providers*. Oxford: Burlington Elsevier Butterworth Heinemann.
- Wikipedia. 2007. *Sports tourism*. [Http://en.wikipedia.org/wiki/Sports_tourism](http://en.wikipedia.org/wiki/Sports_tourism) (15. 3. 2008).

PRILOGE

- Priloga 1 Polstrukturiran intervju za nogometne klube
- Priloga 2 Polstrukturiran intervju, opravljen z vodjo prodaje Hotela Salinera
- Priloga 3 Polstrukturiran intervju, opravljen z vodjo prodaje Hotela Marita
- Priloga 4 Polstrukturiran intervju, opravljen za potrebe primerjalne analize, z vodjo prodaje Hotela Salinera

Polstrukturiran intervju za nogometne klube

1. Ali ste že opravili zimske športne priprave v slovenskem Primorju?
2. Ali bi se odločili za priprave, posebno prilagojene po omenjenem programu?
Kaj vas najbolj privlači?
3. Ali menite, da je obstoječa infrastruktura v Portorožu, tako športna kot hotelska, primerna za priprave v zimskem času?
4. Kateri so ključni dejavniki pri izbiri kraja, kjer želite opraviti športne priprave?
5. Kakšne prednosti vidite v domačih ponudnikih športnih priprav v primerjavi s tujimi? (morda bližina)
6. Zakaj menite, da se večina slovenskih nogometnih klubov odloča za tujino?
7. Katere pogoje mora imeti vsak hotel, ki želi tržiti športne priprave? (morda: športna infrastruktura, dietna prehrana, zasebnost, mir itd.)
8. Ali menite, da bi se nova tržna niša »športni turizem – priprave športnikov« v Portorožu kot igralniško-turističnem kraju uveljavila in v kolikšni meri?
9. Ali bi z vašo ekipo opravili enotedenske priprave v sklopu programa v Hotelu Marita (cena za osebo je 56 €, vključen najem igrišča 2-krat dnevno, prevoz iz hotela na stadion, dietna prehrana)?
10. Koliko bi bili pripravljene odšteti za polni penzion, v katerem bi bilo vključeno praktično vse (najem športne infrastrukture, posebna dietna prehrana, prevoz do športnih objektov itd.), če vam dam primer, da v Medulinu (Hrvaška) polni penzion za osebo na dan stane 35 €?



Polstrukturiran intervju, opravljen z vodjo prodaje Hotela Salinera

1. Ali so v vašem hotelu v preteklosti bile nastanjene športne ekipe ter športniki? Kdo?
2. V čem je vaša ponudba primernejša v primerjavi s konkurenco? Kaj lahko ponudite športnikom več kot ostali hoteli? Ali so to dodatne dejavnosti (masaže, diagnostike, terapije)?
3. Zakaj menite, da je slovenska nogometna reprezentanca izbrala prav vas? Namreč na prvih zimskih pripravah na slovenski obali so bili nastanjeni v Metropolu.
4. Ali imate določeno strategijo o trženju priprav športnikov?
5. Ali imate kakšne poseben program in ponudbo za športne ekipe in športnike, kateri pridejo v vaš hotel?
6. Na kolikšen del vseh prihodkov vplivajo nogometna reprezentanca in športniki? Ali imate v bodočnosti namen povečati delež odjemalcev, ki prihajajo z namenom, da bi opravili športne priprave?
7. Ali menite, da na masovno trženje športnih priprav vpliva pomanjkljiva športna infrastruktura?
8. Ali menite, da bi lahko spremenili kulturo obalnega turizma – igralništvo, kongresni turizem, spa, in uveljavili novo tržno nišo športni turizem – priprave športnikov? Morda v sklopu vašega hotela?



Polstrukturiran intervju, opravljen z vodjo prodaje Hotela Marita

1. Ali so v preteklosti v vašem hotelu opravljali športne ekipe in športniki priprave?
2. Ali menite, da bi s prenovo hotela dodatno vplivali na kakovostnejšo ponudbo za priprave športnikov?
3. Kaj menite o slabi sezoni in o manjši zasedenosti hotela? Ali bi z uveljavitvijo novega programa »priprave športnikov« pozitivno vplivale na poslovanje hotela?
4. Ali bi nov program vplival na prepoznavnost hotela, če bi se v njen pripravljale slovite športne ekipe, reprezentance ter športniki?
5. Ali menite, da je v piranski občini in na slovenski obali dovolj športne infrastrukture, da bi program zares zaživel?
6. Ali bo novi prenovljeni Hotel Marita imel dodatne prostore, katere bi fizioterapevti, zdravniki ter maserji uporabljali za kakovostnejše delo s športniki? Wellness center?
7. Kolikšna bo namestitvena kapaciteta hotela (število ležišč, število bazenov, parkirna mesta itd.)?
8. Ali bi se bilo možno prilagoditi športnikom glede prehrane, da bi se v kuhinji pripravljala posebna dietna prehrana v času priprav, in če bi se to izplačalo?
9. V Medulinu, enem najznamenitejših pripravljalnih centrov za športnike, stane polni penzion na osebo na dan 35 € (6 nogometnih igrišč, fitnes, bazeni ...). Ali menite, da bi cenovno Hotel Marita konkuriral hrvaškemu ponudniku, ali pa bi bilo bolje delati na kakovosti ponudbe, ne pa na kvantiteti, kot to delajo v Medulinu?
10. Ali menite, da bi se nova tržna niša »športni turizem – priprave športnikov« uveljavila in v kolikšni meri?



Polstrukturiran intervju, opravljen za potrebe primerjalne analize, z vodjo prodaje Hotela Salinera

1. Kolikšno vlogo igrajo mednarodne transportne povezave in katero letališče je vam najbližje?
2. Ali imajo reference in zgodovina pripravljalnih centrov veliko vlogo pri trženju priprav? Kakšno vlogo ima vaš hotel pri tem?
3. Ali kapaciteta hotela igra vlogo pri trženju? Ali menite, da se je bolje osredotočiti na masovno trženje ali pa se zgolj visoko pozicionirati na vrhunske ekipe?
4. Na kakšen način vi skrbite za prehrano športnikov? Ali imate poseben program dietne prehrane?
5. Vloga športne infrastrukture, bližina le-teh. Imate lastno športno infrastrukturo?
6. Katere dodatne storitve pridejo v poštev na pripravah vrhunskih športnih ekip, kot je slovenska nogometna reprezentanca?

