

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**ANALIZA SKVOŠA V LJUBLJANI**

Ljubljana, oktober 2011

MIHA KAVAŠ

## **IZJAVA**

Študent Miha Kavaš izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Damirja Cibica, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1 ZGODOVINA IN RAZVOJ SKVOŠA</b> .....	<b>2</b>
1.1 Zgodovina skvoša v svetu.....	2
1.2 Razvoj skvoša v svetu.....	2
1.3 Zgodovina skvoša v Sloveniji.....	3
1.4 Razvoj skvoša v Sloveniji.....	3
<b>2 TRG SKVOŠA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Opredelitev trga skvoša.....	6
2.2 Značilnosti trga skvoša v Ljubljani.....	7
2.3 Značilnosti oblikovanja ponudbe in povpraševanja.....	8
2.4 Promet na trgu skvoša v Ljubljani.....	11
2.5 Stroški na trgu skvoša v Ljubljani.....	16
2.6 Gibanje na področju ponudbe skvoš storitev v preteklem desetletju v ljubljanskih skvoš centrih.....	17
<b>3 CELOVITA ANALIZA KONKURENČNIH PREDNOSTI IN SLABOSTI TER PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI SKVOŠ CENTROV V LJUBLJANI</b> .....	<b>18</b>
3.1 Analiza panoge s Porterjevim modelom privlačnosti panoge.....	18
3.1.1 Nevarnost vstopa novih konkurentov v panogo.....	18
3.1.2 Pogajalska moč kupcev.....	19
3.1.3 Pogajalska moč dobaviteljev.....	19
3.1.4 Nevarnost nastopa nadomestkov.....	19
3.1.5 Rivalstvo med obstoječimi konkurenti.....	19
3.2 Analiza skvoš centrov v Ljubljani s pomočjo SWOT modela.....	20
3.2.1 Ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti Konexa.....	20
3.2.1.1 Prednosti.....	20
3.2.1.2 Slabosti.....	20
3.2.1.3 Priložnosti.....	20
3.2.1.4 Nevarnosti.....	21
3.2.2 SWOT matrika Konexa.....	21
3.2.3 Ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti Bita.....	22
3.2.3.1 Prednosti.....	22
3.2.3.2 Slabosti.....	22
3.2.3.3 Priložnosti.....	22
3.2.3.4 Nevarnosti.....	22

3.2.4	SWOT matrika Bita.....	23
3.2.5	Ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti ŠRD Sostro.....	23
3.2.5.1	<i>Prednosti</i> .....	23
3.2.5.2	<i>Slabosti</i> .....	23
3.2.5.3	<i>Priložnosti</i> .....	24
3.2.5.4	<i>Nevarnosti</i> .....	24
3.2.6	SWOT matrika ŠRD Sostro .....	24
<b>4</b>	<b>ANKETA .....</b>	<b>25</b>
4.1	Glavne ugotovitve .....	25
4.2	Priporočila .....	26
	<b>SKLEP.....</b>	<b>26</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>28</b>
	<b>KAZALO TABEL</b>	
<b>Tabela 1:</b>	Skvoš igrišča v Sloveniji.....	4
<b>Tabela 2:</b>	Skvoš klubi v Sloveniji .....	5
<b>Tabela 3:</b>	Prodaja skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Konexu.....	12
<b>Tabela 4:</b>	Prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2002 – 2007 v Squashlandu .....	14
<b>Tabela 5:</b>	Prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Bitu.....	14
<b>Tabela 6:</b>	Prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v ŠRD Sostro.....	15
	<b>KAZALO SLIK</b>	
<b>Slika 1:</b>	Skvoš igrišče z označenimi dimenzijami .....	6
<b>Slika 2:</b>	Gibanje števila skvoš igrišč v obdobju 2000 – 2010 v ljubljanskih skvoš centrih.....	17
<b>Slika 3:</b>	SWOT matrika Konexa.....	21
<b>Slika 4:</b>	SWOT matrika Bita.....	23
<b>Slika 5:</b>	SWOT matrika ŠRD Sostro .....	24

## UVOD

Skvoš (angl. *squash*) v Sloveniji je relativno mlada športna panoga v primerjavi z nekaterimi drugimi državami po svetu, kjer so ta šport poznali že v 19. stoletju, prvi zapiski o igri, pri kateri so odbijali majhno žogico, pa segajo v daljno leto 1581 (Vučković, 2000, str. 13).

Zato ni nenavadno, da je stopnja razvitosti skvoša v Sloveniji toliko manjša, čeprav smo ga pred desetimi leti uvrščali med najhitreje naraščajoče športe. S stopnjo razvitosti mislim predvsem na število skvoš igrišč v Sloveniji in število športnih klubov, ki ponujajo skvoš kot rekreativno dejavnost in navsezadnje število igralcev tega športa v Sloveniji, tako rekreativcev kot tudi tekmovalcev. Tudi sam se aktivno ukvarjam s skvošem že več kot 12 let in v tem času sem nabral veliko izkušenj na tem področju, zato odločitve, da v svojem diplomskem delu pišem o tej temi, nisem težko sprejel.

Od pojava prvih dveh skvoš igrišč leta 1987 na Rogli do danes se je število igrišč v Sloveniji zelo povečalo, s tem pa tudi število privrženecv tega športa, ki še vedno vsako leto narašča. Vendar se problem pri popularizaciji te športne panoge kaže predvsem v pomanjkanju mladih igralcev, ki bi bili edina prava pot k močnejši profesionalizaciji tega dinamičnega športa v Sloveniji. Z naborom večjega kadra profesionalnih igralcev bi dosegli večjo prepoznavnost skvoša v Sloveniji in s tem omogočili večji razcvet na slovenskem trgu skvoša, saj menim, da je mogoče ponudbo in povpraševanje drastično povečati.

Namen diplomskega dela je ugotoviti in analizirati obstoječe stanje na trgu skvoša v Ljubljani in obdelati vprašanja oziroma probleme, ki se pojavljajo pri zagotavljanju večje popularizacije te športne dejavnosti. Cilj diplomskega dela pa je predstaviti možnosti za nadaljnji razvoj skvoša v Ljubljani ter ponuditi možne rešitve problemov pri zagotavljanju povečevanja popularizacije v Ljubljani in posledično tudi v celotni državi.

Prvi del diplomske naloge se osredotoča na samo zgodovino in razvoj skvoša v svetu in nato v Sloveniji. Na koncu prvega dela sta prikazana tudi seznama vseh igrišč in vseh skvoš klubov v Sloveniji. Drugi del naloge, ki je tudi najobsežnejši, predstavi trg in opredeli nekatere probleme, ki se pojavljajo pri popularizaciji tega športa v Ljubljani. Prikazani so tudi podatki o prometu v vseh skvoš centrih v Ljubljani in podatki o gibanju ponudbe skvoš storitev v zadnjem desetletju v Ljubljani, ki sem jih pridobil z intervjuji s poslovodjami ljubljanskih skvoš centrov. V tretjem poglavju je podrobneje izdelana celovita analiza konkurenčnih prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti skvoš centrov v Ljubljani. Za vsak ljubljanski skvoš center posebej je izdelana SWOT matrika, v kateri so navedene temeljne prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti določenega centra. V zadnjem poglavju diplomskega dela je predstavljena anketa, ki sem jo uporabil kot instrument raziskovanja. Podane so tudi glavne ugotovitve na podlagi opravljene ankete in priporočila. V sklepu so podane temeljne ugotovitve in zaključne misli.

# 1 ZGODOVINA IN RAZVOJ SKVOŠA

## 1.1 Zgodovina skvoša v svetu

Danes obstaja več razlag o tem, kako in kje se je skvoš razvil ter kdo je njegov začetnik. Za očeta te igre velja neki učitelj iz Anglije. Podobno igro so igrali v angleških zaporih, kjer so si zaporniki v svojih celicah krajšali čas z udarjanjem majhne trde žogice v stene celice in to igro poimenovali *rackets* (Vučković, 2000, str. 13).

Podobno igro, imenovano *fives*, so izumili tudi učenci šole Harrow v bližini Londona, vendar so za razliko od zapornikov uporabljali mehkejšo žogico, ki je omogočala večje število različnih udarcev, od igralcev pa zahtevala veliko več truda, saj je bila odbojnost mehkejše žogice manjša od odbojnosti trde žogice, namesto loparjev pa so uporabljali kar svojo dlan (od tod tudi ime *fives* – 5 prstov na roki). In ravno zato lahko z največjo verjetnostjo trdimo, da so učenci šole Harrow izumitelji skvoša (Yarrow, 1997, str. 1; Zgodovina skvoša v svetu, 2011).

Igra se je nato hitro razvijala in pridobivala na priljubljenosti, zato so kmalu začeli graditi prva igrišča. In prva 4 igrišča so zgradili ravno v šoli Harrow leta 1864. Seveda sprva mere igrišč niso bile standardizirane. Sprva se je skvoš igral kar na asfaltnih tleh ob dveh ravnih stenah, ki sta stali pravokotno ena na drugo. Do standardizacije igrišča je prišlo leta 1911 na pobudo organizacije *Tennis and Rackets Association*. Vendar so se standardizirane mere uveljavile šele leta 1922, ko so bila organizirana prva uradna tekmovanja. In zelo verjetno so bile ravno začetne razlike v dimenzijah igrišč vzrok za nastanek več različic igre. Tako danes poznamo najbolj uveljavljeno internacionalno verzijo igre, znano kot skvoš. V Ameriki in nekaterih predelih Mehike ter Kanade pa igrajo še drugi dve različici igre, to sta *hardball* in pa *racquetball*. Originalno ime skvošu sta dala ravno mehka žogica in lopar, ki so ga uporabljali za udarce. Sprva so igro namreč imenovali skvoš *rackets*, pozneje pa besedo *rackets* opustili.

Prva tekmovanja segajo torej v začetek 20. stoletja, bila pa so to sprva amaterska. Prvo neuradno odprto svetovno prvenstvo je bilo odigrano leta 1920 v Angliji. Prvo uradno odprto profesionalno svetovno prvenstvo je potekalo leta 1976, prav tako v Angliji. Do danes ima največ osvojenih naslovov svetovnega prvaka zdaj že upokojeni Pakistanec Jansher Khan, ki je lovoriko osvojil kar osemkrat (Vučković, 2000, str. 14).

## 1.2 Razvoj skvoša v svetu

Sprva so za razvoj skvoša skrbeli Angleži z gradnjo novih igrišč, zato se je najhitreje razvijal v britanskih kolonijah, predvsem v državah skupnosti Commonwealtha. Zato ni naključje, da tudi danes najboljši igralci na svetu prihajajo iz držav, kot so Avstralija, Egipt, Nova Zelandija, Pakistan in Velika Britanija.

Največji razmah in napredek sta se pojavila v začetku sedemdesetih let, ko se je skvoš hitro razširil po vsem svetu, najbolj pa v Evropi. Skvoš danes igra več kot 20 milijonov ljudi v več kot 180 državah po vsem svetu. Na določenih območjih delujejo združenja, ki skrbijo za tekmovanja, razvoj in popularnost skvoša. V Evropi je leta 1973 bila ustanovljena Evropska skvoš zveza (angl. *European Squash Rackets Federation*, v nadaljevanju ESRF), ki danes šteje več kot 30 članic. Vse zveze so na najvišji ravni združene v Svetovno skvoš zvezo (angl. *World Squash Federation*, v nadaljevanju WSF), ki je bila ustanovljena leta 1967, vanjo pa je včlanjenih že več kot 140 držav iz celega sveta (Vučković, 2000, str. 15).

Prvi pogoj za splošno mednarodno uveljavitev skvoša je prodor na olimpijsko prizorišče. Kot olimpijski šport bi postal bolj priljubljen, kar bi nedvomno pripomoglo k širitvi igre po vsem svetu in pojavu številnih novih skvoš centrov in novih igralcev. Navsezadnje bi končno našel svoj prostor med olimpijskimi športnimi panogami, ki si ga s svojo tradicijo, organiziranostjo in množičnostjo vsekakor zasluži. Žal pa v izvršnem odboru Mednarodnega olimpijskega komiteja (angl. *International Olympic Committee*, v nadaljevanju IOC) niso imeli enakega mnenja, ko so glasovali o tem, katera športna panoga bo postala nova olimpijska disciplina. WSF je sicer pripravila zelo močno in odmevno kampanjo za uvrstitev na olimpijske igre v Londonu leta 2012 in potem še glasnejšo kampanjo za uvrstitev na olimpijske igre v Riu de Janeiru leta 2016, vendar žal pri obeh glasovanjih skvoš ni dobil dvotretjinske večine glasov s strani članov IOC, kot je potrebno, da športna panoga postane olimpijska disciplina. Tako je IOC v olimpijske igre leta 2016 povabil športni panogi golf in ragbi (Olympic News, 2011). Skvoš igralci pa bomo neutrudno držali pesti, ko bo IOC zopet odločal, kateri dve novi športni panogi bosta dobili svoje mesto na olimpijskih igrah, ki se bodo odvijale leta 2020.

### **1.3 Zgodovina skvoša v Sloveniji**

V uvodnem delu sem že omenil, da je skvoš v Slovenijo prišel leta 1987, ko so v rekreacijsko-turističnem centru Unior v hotelu Planja na Rogli zgradili prvi 2 igrišči, ki se uporabljata še danes. Ti pa sta bili predvsem dodatna ponudba v športni rekreaciji in tekmovalnemu športu, ki sta na Rogli zelo razvita. Začetnik skvoša v Sloveniji, g. Damjan Pintar, je leta 1989 izdal prvo brošuro o skvošu, v kateri so bili na kratko predstavljeni pravila igre, obvezna oprema, tehnika in taktika igre. Prodor na slovensko športno sceno pa je omogočilo šele odprtje športnega centra Fit top v Mengšu, ki je imel 4 igrišča. Tam je bil ustanovljen tudi prvi skvoš klub in organizirana so bila prva tekmovanja oziroma turnirji, ki so imeli predvsem rekreativen značaj (Vučković, 2000, str. 16; Zgodovina skvoša v Sloveniji, 2011).

### **1.4 Razvoj skvoša v Sloveniji**

V letih 1990-92 so zgradili igrišča tudi drugod po Sloveniji, s tem pa se je pojavil tudi največji napredek igre. V mesecu maju leta 1992 je bila na pobudo takratnih skvoš klubov ustanovljena Skvoš zveza Slovenije (v nadaljevanju SQZS). Sedež SQZS je bil v Vojniku, kasneje pa se je preselil v Ljubljano. Kmalu po nastanku je SQZS postala članica ESRF in WSF. V Ljubljani sta nato v letih 1992 in 1993 svoja vrata odprla 2 največja skvoš centra v

Sloveniji, Športni center Squashland (v nadaljevanju Squashland) z osmimi igrišči in Športni center Konex (v nadaljevanju Konex) s šestimi. S tem je Ljubljana dobila možnost za razvoj tekmovalnega skvoša.

Leta 1992 je SQZS ob pomoči angleškega strokovnjaka Kevina Smitha in Fakultete za šport izvedla tečaj za naziv vaditelja skvoša. Rezultat tega tečaja sta bila kakovostnejša igra in večje število igralcev. Kevin Smith je takrat postal tudi prvi uradni trener slovenske državne reprezentance v vseh starostnih kategorijah. Slovenska državna reprezentanca se je na mednarodnem prizorišču prvič predstavila v članski kategoriji na evropskem ekipnem prvenstvu leta 1996 v Amsterdamu na Nizozemskem (Vučković, 2000, str. 17).

Trenutno je v Sloveniji 42 igrišč v 26 skvoš centrih, od tega 7 igrišč v Ljubljani v treh športnih centrih. Skvoš klubov je v Sloveniji trenutno 9, od tega 2 v Ljubljani. Danes v Sloveniji igra skvoš okoli 500 ljudi, med njimi je trenutno 87 registriranih članov, 20 registriranih članic, 26 mladincev in 7 mladink (Jakostna lestvica SQZS, 2011). Število rekreativnih igralcev, tekmovalcev in ljubiteljev tega športa vsako leto narašča, čeprav se je v zadnjih desetih letih število igrišč v Ljubljani zmanjšalo.

V spodnjih dveh tabelah (Tabela 1 in Tabela 2) prikazujem seznam vseh igrišč in seznam vseh skvoš klubov v Sloveniji.

*Tabela 1: Skvoš igrišča v Sloveniji*

Št.	Skvoš center	Naslov	Št. igrišč
1	Ljubljana, Konex	Cesta na Brdo 109, Ljubljana	4
2	Ljubljana, Bit	Litijska cesta 57, Ljubljana	2
3	Ljubljana, ŠRD Sostro	Sostrska cesta 22, Dobrunje	1
4	Maribor, Hotel Habakuk	Pohorska ul. 59, Maribor	2
5	Maribor, Pristan	Koroška cesta 33, Maribor	2
6	Maribor, Šport park Krsnik	Dolnja Počehova 35, Pesnica	2
7	Maribor, UŠC Leon Štukelj	Koroška cesta 130, Maribor	2
8	Kranj, Fitnes Irena	Ljubljanska cesta 29A, Kranj	2
9	Kranj, Mega center	Savska cesta 34, Kranj	2
10	Kranj, Vogu	Vogel 10, Spodnja Besnica	2
11	Velenje, Mihelak Miran	Simona Blatnika 8, Velenje	2
12	Velenje, Rdeča dvorana	Šaleška cesta 3, Velenje	1
13	Velenje, Vihar	Bevče 8D, Velenje	1
14	Gozd Martuljek, Hotel Špik	Jezerci 21, Gozd Martuljek	2
15	Rogla, Hotel Planja	Rogla 1, Zreče	2
16	Škofja Loka, Mini hotel	Vincarje 47, Škofja Loka	2

»se nadaljuje«



»nadaljevanje«

Št.	Skvoš center	Naslov	Št. igrišč
17	Voličina, Bar Žogica	Spodnja Voličina 88, Voličina	2
18	Bled, Hotel Kompas	Cankarjeva cesta 2, Bled	1
19	Čatež, Terme Čatež, Hotel Toplice	Topliška 35, Čatež ob Savi	1
20	Murska Sobota, Mešič	Noršinska 6, Murska Sobota	1
21	Šempeter pri Gorici, Športni center Hit	Polje 5, Šempeter pri Novi Gorici	1
22	Šempeter, Športno društvo Mat	Juhartova 1, Šempeter v Savinjski dolini	1
23	Veržej, Penzion Bobnjar	Franja Kozarja 26, Veržej	1
24	Vojnik, Športno vojniški info. center	Prušnikova 12, Vojnik	1
25	Zapuže, Društvo Polet	Zapuže 1A, Begunje na Gorenjskem	1
26	Zreče, Penzion Težak	Cesta na Roglo 4C, Zreče	1

Vir: Skvoš igrišča po Sloveniji, 2011.

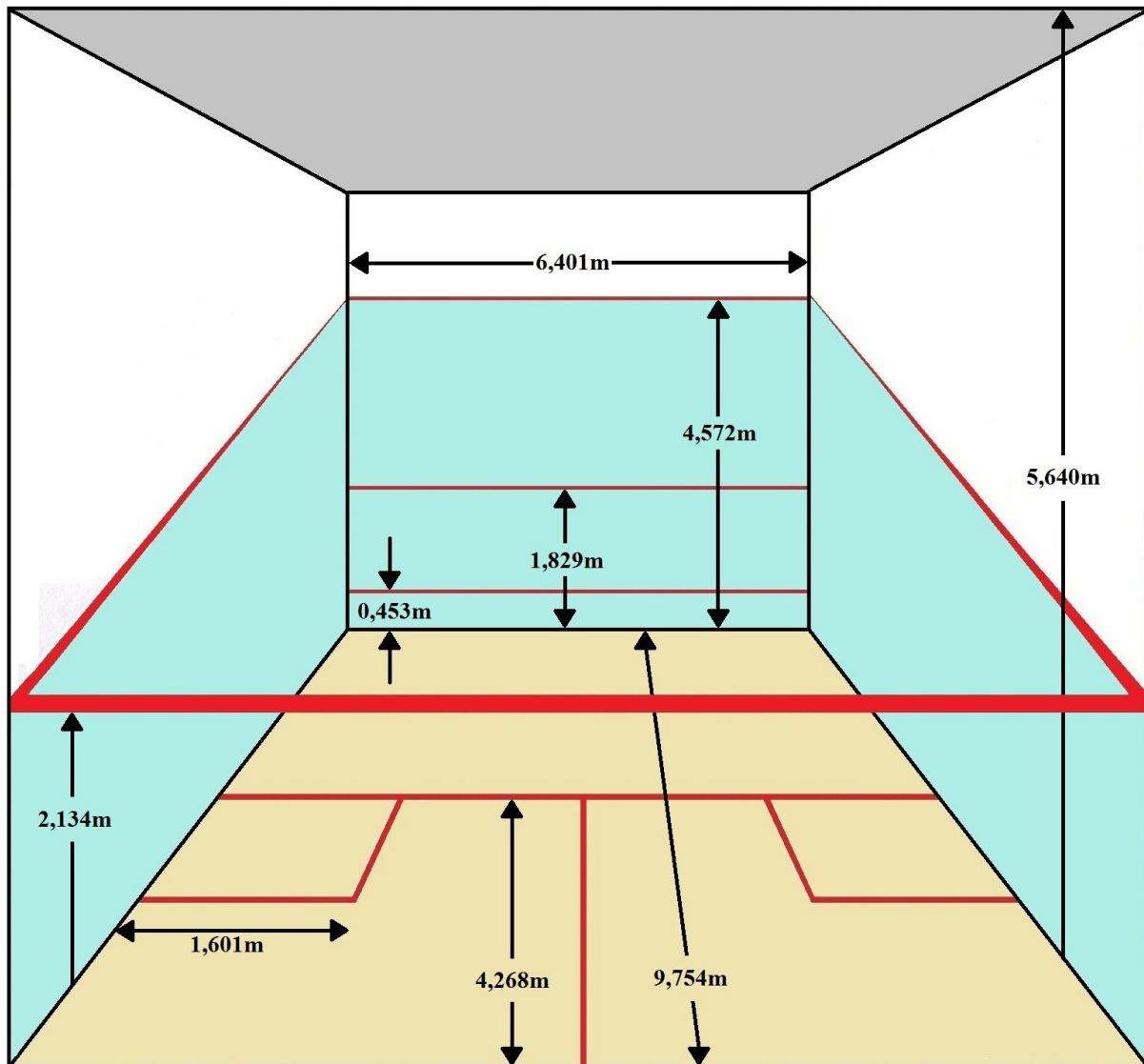
Tabela 2: Skvoš klubi v Sloveniji

Št.	Naziv	Zastopnik	Sedež kluba
1	Skvoš klub Bled	Franc Langus	Hlebce 12, 4248 Lesce
2	Skvoš klub igRaj Sevnica	Tomaž Čampa	Planinska cesta 20, 8290 Sevnica
3	Skvoš klub Konex	Tomaž Prelesnik	Cesta na Brdo 109, 1000 Ljubljana
4	Skvoš klub Kranj	Tomaž Jenko	Prešernova ul. 8, 4000 Kranj
5	Skvoš klub Maribor	Sašo Radič	Štrekljeva 70, 2000 Maribor
6	Skvoš klub Murska Sobota	Bernard Štornik	Ul. generala Maistra 20, 9000 Murska Sobota
7	Športni klub Squashland	Igor Podkrajšek	Šmartinska 152, 1000 Ljubljana
8	Skvoš klub Škofja Loka	Gregor Kustec	Vincarje 47, 4220 Škofja Loka
9	Skvoš klub Velenje	Aleksander Vihar	Bevče 8D, 3320 Velenje

Vir: Skvoš klub Murska Sobota, 2011; Skvoš klubi, 2011; Športni klub Squashland, 2011.

Ker je v Sloveniji in tako tudi v Ljubljani še vedno veliko ljudi, ki še nikoli niso slišali za športno panogo skvoš ali videli skvoš igrišče, prikazujem na naslednji strani v Sliki 1 pogled na igrišče iz zadnje steklene stene, skupaj z dimenzijami igrišča. Dimenzije igrišča so pomembne za razumevanje prostorske kapacitete, ki jo moramo rezervirati pri izgradnji enega ali več igrišč. Iz Slike 1 lahko hitro izračunamo površino skvoš igrišča, ki meri 62,44m<sup>2</sup>, celotni volumen igrišča s standardiziranimi merami pa znaša 352,14m<sup>3</sup>. Pravila skvoša najdete na spletni strani Svetovne skvoš zveze (Uradna pravila skvoša, 2011).

Slika 1: Skvoš igrišče z označenimi dimenzijami



Vir: D. Pintar, *Squash*, 1989, str. 18; G. Vučković, *Osnove squasha*, 2000, str. 18.

## 2 TRG SKVOŠA

### 2.1 Opredelitev trga skvoša

Prašnikar in Domadenik (2008) opredelita trg kot stik med prodajalci in kupci, pri katerem se odloča o prodani (oziroma kupljeni) količini določenega blaga in njegovi ceni. Na trgu skvoša se prodaja in kupuje storitev, to je najem igrišča za nek določen čas. Največkrat je namen koriščenja storitve igranje skvoša, lahko pa je tudi kaj drugega, saj igrišče zaradi svoje narave omogoča začasno spremembo namembnosti prostora in s tem uporabo dvorane tudi za druge aktivnosti, na primer skupinske aerobne vadbe, treningi borilnih veščin, lahko se spremeni v plesno dvorano ali sejno sobo, z vpetjem mreže preko sredine igrišča pa se skvoš igrišče hitro lahko spremeni v igrišče za badminton ali odbojkarsko igrišče. Možnosti je torej veliko, zato

lahko rečem, da je skvoš igrišče možno uporabiti tudi kot večnamensko dvorano. V trg sodijo seveda tudi proizvodi, brez katerih igranje ne bi bilo mogoče, torej oprema za skvoš (loparji, strune, žogice, športni copati, zaščitna očala,...), ki ravno tako ustvarja dobiček športnim centrom in športnim trgovinam. Vendar bom za potrebe svoje analize ta segment trga izločil iz raziskave, saj menim, da oprema za skvoš ne igra pomembne vloge pri zagotavljanju razvoja in popularizacije tega športa na našem sedanjem trgu. Na tem mestu lahko glede opreme za skvoš povem le to, da je dostopna v vseh večjih športnih trgovinah in športnih centrih, ter da so vsi proizvodi na vrhunskem nivoju in proizvedeni s strani svetovno znanih podjetij, ki proizvajajo in tržijo športno opremo. Oprema za skvoš je torej po kvaliteti, tehnološkem standardu in ceni primerljiva z opremo za tenis ali badminton, zato ne moremo trditi, da bi se kupec športnih storitev odločil, da bo raje kot skvoš igral tenis, le na podlagi dejavnikov, ki opredeljujejo komplementarne dobrine v določeni športni panogi.

## **2.2 Značilnosti trga skvoša v Ljubljani**

Kot na mnogih drugih trgih sta tudi na trgu skvoša v Ljubljani pomembni gonilni sili ponudba in povpraševanje. Na strani povpraševanja nastopajo kupci storitev. To so v glavnem fizične osebe, ki spadajo v srednji ali višji srednji sloj prebivalstva. Redko so kupci skvoš storitev tudi nekatera podjetja, ki želijo svojim zaposlenim omogočiti zdrav način rekreacije in prijetno druženje sodelavcev tudi izven delovnega časa. Starost strank, ki igrajo skvoš v Ljubljani, je zelo raznolika, kar potrjuje, da je ta šport primeren za ljudi vseh starosti. Največ strank pa je starih od 25 do 45 let. Ta podatek dovolj jasno kaže na pomanjkanje mladostnikov, starih od 10 do 20 let, ki bi hoteli igrati in trenirati ta šport. Zato bi bilo smiselno v bodoče ponudbo prilagoditi in usmeriti tudi na mlado populacijo, s katero bi slovenski skvoš popeljali k vrhunski profesionalizaciji, in s tem v obdobju naslednjih desetih let postavili nove, trdnejše temelje trenda in popularizacije omenjene panoge. Sliši se že dobro, toda s trenutnimi možnostmi ponudbe na trgu je ta ideja praktično neuresničljiva. Ponudbo namreč predstavljajo športni centri, ki razpolagajo le z določenim številom igrišč. To število pa je premajhno za učinkovitejšo optimizacijo trga v Ljubljani. Problem se torej ne pojavlja toliko v tem, da ponudba ne bi uspela zadovoljiti povpraševanja kupcev. Ponudba lahko v večji meri zadovolji povpraševanje, problemi se morda pojavljajo le takrat, ko stranke zaradi prezasedenosti igrišč ne dobijo željenega termina za najem. Zdi se, da se povpraševanje prilagaja ponudbi in ne obratno, kar je seveda normalno glede na to, da nek športni center ne more povečati svoje ponudbe na kratek rok, tudi če bi se povpraševanje po skvošu zelo povečalo, saj razpolaga z omejenim številom igrišč. Edina prava rešitev bi bila gradnja novih igrišč, kar pa je zelo draga investicija. In glede na to, da se povpraševanje prilagaja ponudbi, lahko z gotovostjo trdim, da bi se s povečanjem ponudbe na trgu skvoša povečalo tudi povpraševanje. Vendar, kot sem že povedal, povečanje ponudbe s trenutnimi kapacitetami na trgu ni mogoče. V Ljubljani je torej le 7 igrišč in nič več. In tukaj je problem, saj zaradi premajhnega števila igrišč trg ni učinkovit. Če bi bilo na voljo večje število igrišč, bi posledično bilo tudi več igralcev. Težko pa je določiti, kolikšno bi lahko bilo maksimalno povpraševanje. S postopnim povečevanjem ponudbe in z učinkovitim trženjem bi ravnotežje ponudbe in povpraševanja lahko zelo naraslo. Nedvomno je povpraševanje s povečanjem

ponudbe (*ceteris paribus*) možno še zelo povečati, saj imajo v večini evropskih držav veliko več igrišč kot pri nas. V neki drugi evropski državi je lahko samo v enem športnem centru več igrišč, kot jih premore celotna Slovenija. Seveda moramo pri tem upoštevati, da je Slovenija relativno majhna država, ki nima milijonskih mest.

Za primerjavo so zanimivi podatki, da je na svetu okoli 50.000 skvoš igrišč, samo Anglija jih ima okoli 8.500, Nemčija pa okoli 3.000. To pomeni, da je v Angliji 1 igrišče na približno 6.000 prebivalcev, v Nemčiji pa 1 igrišče na približno 27.500 prebivalcev, medtem ko je v Sloveniji 1 igrišče na približno 48.600 prebivalcev. Ostale države, v katerih je v vsaki več kot 1.000 igrišč, so po padajočem številu Egipt, Združene države Amerike, Avstralija, Južna Afrika, Kanada, Malezija, Francija, Nizozemska in Španija. Vsaj 1 skvoš igrišče ima 188 držav po celem svetu. Je pa tudi 20 skvoš igrišč, ki so postavljena na ladjah križarkah (Squash, 2011).

### **2.3 Značilnosti oblikovanja ponudbe in povpraševanja**

Kupci skvoš storitev lahko v Ljubljani izbirajo med tremi skvoš centri, ki skupaj ponujajo 7 igrišč. 4 igrišča ima Konex, 2 igrišči ima BIT Center (v nadaljevanju Bit) in 1 igrišče ima Športno-rekreacijsko društvo Sostro (v nadaljevanju ŠRD Sostro). Največ povpraševanja je v Konexu, ki je trenutno največji skvoš center v Sloveniji. Poleg skvoša ponuja Konex široko paleto različnih športnih in občupornih aktivnosti ter gostinskih storitev, zato velja za eno najbolj obiskanih športno-rekreativnih ustanov v Ljubljani (Dobrodošli v Konex centru, 2011). Konex je tudi sicer imel največji tržni delež po prihodu podjetja v dejavnosti "obratovanje športnih objektov" v letu 2010 v Sloveniji, znašal pa je 9,9 %. Bit in ŠRD Sostro imata glede na svojo ponudbo skvoš storitev relativno visoko povpraševanje, saj so igrišča med glavno sezono zasedena skoraj nepretrgoma. To velja predvsem za obdobje zadnjih petih let, saj je v začetku leta 2007 prišlo do znatnega povečanja povpraševanja po skvošu zaradi prenehanja obratovanja športnega centra Squashland, takratnega največjega skvoš centra v Sloveniji. Z zaprtjem Squashlanda se je ponudba tega športa v Ljubljani močno zmanjšala.

Torej, od leta 1992 do leta 2007 je bil največji in tudi najbolj obiskan skvoš center v Sloveniji Squashland, ki se je leta 2000 zaradi razširitve dejavnosti preimenoval v ŠportSiTi<sup>1</sup>, imel pa je 8 igrišč. Squashland podjetja Magosport, d. o. o. (v nadaljevanju Magosport), je izvajal športne storitve v Ljubljani na lokaciji v nakupovalnem središču BTC (v nadaljevanju BTC) v hali E, ki jo je imel v najemu. Konec leta 2006 je uprava BTC odpovedala najemno pogodbo podjetju Magosport zaradi drugačnih poslovnih interesov najemodajalca (širitev trgovskih

---

<sup>1</sup> V letu 1999 je podjetje Magosport, d. o. o., na podlagi povpraševanja začelo s širitvijo dejavnosti in v ta namen dogradilo več kot 1500m<sup>2</sup> novih površin, in tako v letu 2000 popestrilo ponudbo športnega centra z dodatnimi programi. V nekaj letih je športni center postal prepoznaven tudi po nekaterih novih programih, ki so bili zelo dobro obiskani. Zaradi velikega števila novih dejavnosti, ki so centru dale nov pečat, je bil športni center Squashland preimenoval v športni center ŠportSiTi. V nadaljevanju besedila bom zaradi poenostavitve uporabljal le ime Squashland, ki se je močneje zasedel v srca skvoš igralcev, bralec pa bo vedel, da sta Squashland in ŠportSiTi imeni istega športnega centra v dveh različnih obdobjih.

centrov) in Squashland je bil prisiljen zapreti svoja vrata. Tako so vsi skvoš igralci in člani kluba Squashland ostali brez športnega centra in brez skvoš igrišč. Svojo potrebo po skvošu so zato zadovoljili v drugih športnih centrih v Ljubljani, večina se jih je preselila v Konex. Še danes velika večina igralcev iz nekdanjega Squashlanda redno obiskuje Konex. Vzrok za to, poleg tega, da ima Konex največ igrišč, je dejstvo, da so tekmovanja oziroma turnirji pod okriljem SQZS v Ljubljani vedno potekali v Konexu in nekdanjem Squashlandu. Vse od zaprtja Squashlanda pa turnirji v Ljubljani potekajo le v Konexu, medtem ko v Bitu in ŠRD Sostro ni bil še nikoli do sedaj organiziran uradni skvoš turnir. In ravno zaradi tega je Konex bolj priljubljen med ljubljanskimi skvoš igralci, med njimi pa je celo nekaj takih, ki še nikoli niso igrali v Bitu ali ŠRD Sostro. Skvoš turnirji so vedno bili in verjetno vedno bodo pomemben dejavnik popularizacije tega športa, saj se večina rednih skvoš igralcev tudi redno udeležuje turnirjev. Turnirji tako poleg tekmovalnega elementa predstavljajo tudi socialni element, ki je zelo pomemben pri gradnji dolgoročnega zadovoljstva vseh igralcev. Običajno potekajo ob sobotah, tako se lahko igralci popolnoma sprostijo po napornem tednu in uživajo v tekmovanju, prijetnem vzdušju in druženju s kolegi.

Med tednom, ko pa ni turnirjev, skvoš igralci najraje igrajo v popoldanskih urah, igrišča so najbolj zasedena med 15. in 21. uro. Popoldanske ure so torej tisti čas v dnevu, po katerem je največ povpraševanja. To se seveda ujema s starostno strukturo strank, o kateri sem že govoril, saj je večina strank v dopoldanskem času v službah ali pa imajo študijske ali kakšne druge obveznosti. Zaradi tega se športni centri soočajo s pomanjkanjem povpraševanja v dopoldanskem času. In to ne velja samo za skvoš igrišča, pač pa so tudi ostale športne dejavnosti v dopoldanskem času slabše obiskane. Za izboljšanje te situacije je na voljo kar nekaj možnosti, najboljše pa so seveda tiste, pri katerih ciljamo na tiste stranke, ki dejansko imajo čas za športno rekreacijo v dopoldanskem času. Tudi če športni center postavi zelo ugodno ceno katerekoli športne dejavnosti v dopoldanskem času ali pa uvede kakršnokoli kombinacijo popustov in ugodnosti za stalne stranke, to še vedno ni zagotovilo, da bo obisk v dopoldanskem času dober, saj so ljudje, kot že rečeno, v dopoldanskem času zasedeni z drugimi obveznostmi. Taka je pač ljudska navada in športni centri zagotovo ne bodo spremenili te stalnice.

Pri ponudbi skvoša in tudi ostalih športnih dejavnosti v dopoldanskem času bi se športni centri morali osredotočiti na mlajšo in starejšo populacijo. Starejši populaciji lahko nudijo igranje skvoša v dopoldanskem času po nižjih cenah, lahko pa jih privabijo tudi z bogato izbiro različnih skupinskih vadb, ki so posebej prilagojene starejšim ljudem in se lahko izvajajo tudi na skvoš igriščih. Takšna alternativna oblika uporabe igrišča je posebej primerna za manjše športne centre, ki nimajo na voljo drugih večjih prostorskih kapacitet oziroma drugih dvoran za skupinske vadb. V Ljubljani je tak športni center ŠRD Sostro, ki nima večnamenske dvorane, lahko pa vseeno uporabi skvoš igrišče kot alternativo obliko večnamenske dvorane. Starejši ljudje današnjega časa so o pomembnosti redne športne aktivnosti in zdravega načina življenja na splošno veliko bolj ozaveščeni kot nekoč. V športnih centrih se to kaže predvsem v naraščanju števila obiskov starejših ljudi in pričakovati

je strmo naraščanje takega trenda tudi v prihodnje. Zato pri iskanju novih poslovnih priložnosti športnih centrov v okviru oblikovanja novih programov in specifičnih športnih dejavnosti nikakor ne gre spregledati starejše populacije, saj nam svetovni trendi narekujejo ohranjanje zdravega in kondicijsko močnega telesa tudi v zrelih letih. Za mlado populacijo pa lahko športni centri oblikujejo ponudbo, ki se je že v preteklosti izkazala kot zelo uspešna in odličen vir prihodka: to so športni dnevi za osnovne in srednje šole. V bistvu je ta ponudba prej kot samim šolarjem namenjena šolam oziroma športnim vzgojiteljem ali športnim koordinatorjem na šolah, ki se nato na podlagi predstavljene ponudbe odločijo za obisk športnega centra s svojimi učenci oziroma dijaki z namenom izvedbe športnega dneva. Športni dnevi so odličen promotor osveščanja o pomenu gibanja in ukvarjanja s športom med mladostniki. Nekateri otroci navežejo prvi stik s športnim centrom šele na športnem dnevu in tako vzpostavijo svoj prvi odnos s športnim centrom, ki je pomemben pri kreiranju potencialnih bodočih strank športnega centra v prihodnosti.

Nekdanji Squashland je bil prvi športni center v Sloveniji, ki je v šolskem letu 1999/2000 začel z izvajanjem tovrstne dejavnosti. Kmalu po začetku izvajanja je prihodek od športnih dni postal največji po deležu v primerjavi z ostalimi dejavnostmi športnega centra. Zato se je podjetje Magosport skozi leta dobro specializiralo za organizacijo in izvajanje športnih dni, saj je Squashland obiskalo okoli 10.000 učencev in dijakov na leto. Organizacija in izvajanje športnih ter tudi rojstnih dni je še danes glavna dejavnost podjetja Magosport, le da se športni in rojstni dnevi ne izvajajo več v Squashlandu, pač pa v Bitu, kjer ima podjetje Magosport najete prostore za izvajanje športnih in rojstnih dni, med njimi tudi 2 skvoš igrišča. Z oddajanjem nekaterih športnih kapacitet v najem podjetju Magosport tudi poslovodstvo Bita uspešno rešuje problem manjšega obiska v dopoldanskem času, saj športni dnevi potekajo pretežno v dopoldanskih urah in tako so športne kapacitete, kot so badminton igrišča, skvoš igrišča in večnamenska dvorana, zapolnjene tudi v dopoldanskem času skozi celo sezono, ki traja ravno toliko, kot šolsko leto, torej od septembra do konca junija. V letih, ko je Squashland še obratoval, so učenci in dijaki na športnih dnevih igrali tudi skvoš, saj je Squashland imel največ igrišč v Sloveniji. Zdaj v Bitu pa šolarji ne morejo igrati skvoša, saj ima Bit le 2 igrišči, kar pa je premalo, da bi lahko tudi skvoš uvrstili med športne dejavnosti športnega dneva, saj so skupine otrok prevelike za samo 2 igrišči. Na skvoš igriščih v Bitu zato potekajo druge športne aktivnosti na športnih dnevih. Tudi v Konexu potekajo športni dnevi za šole in ravno tako kot v nekdanjem Squashlandu lahko šolarji tudi v Konexu igrajo skvoš. Igranje na športnem dnevu predstavlja mnogim mladostnikom prvo srečanje s tem športom, zato menim, da so športni dnevi dobra promocija skvoša med mladimi, saj otroci nimajo možnosti igrati skvoš drugje kot v športnem centru. In tudi sicer je igranje skvoša na športnem dnevu trenutno možno le v Konexu, ki ima dovolj igrišč, da je lahko tudi skvoš ena izmed športnih dejavnosti na športnih dnevih. V kateremkoli drugem skvoš centru v Sloveniji to ni mogoče, ker nimajo več kot 2 skvoš igrišči. In verjetno ravno zaradi tega primanjkuje mladih igralcev v Sloveniji, ker mladi ne morejo svobodno uživati v skvošu tako, kot je to mogoče pri drugih popularnejših športih, s katerimi se otroci vsakodnevno srečujejo v šolah pri urah športne vzgoje. V Angliji, kjer skvoš velja za zelo popularen in priljubljen šport,

imajo mnoge angleške šole kar svoja skvoš igrišča. Tako lahko otroci vzljubijo ta šport že v zgodnjih letih, skozi obdobje izobraževanja pa imajo vedno na voljo skvoš igrišče kar na svoji šoli. O mednarodni priljubljenosti tega športa priča tudi podatek, da je bilo skvoš igrišče tudi na legendarnem Titaniku (Skvoš – od zapora do steklenega igrišča, 2011).

Sezona skvoša traja od septembra do junija in tako je tudi z ostalimi športnimi dejavnostmi, ki jih nudijo športni centri. Zato se športni centri s pomanjkanjem povpraševanja soočajo tudi v poletnih mesecih, ko so ljudje na dopustu in počitnicah, in mnogi v tem času odpotujejo iz lokalnega okoliša. Pa tudi tisti, ki svoj oddih preživijo v domačem okolju, imajo v toplih poletnih mesecih raje športne aktivnosti na prostem v naravi. In ker je skvoš dvoranski šport, običajno ni favorit pri izbiri športne aktivnosti med poletjem, kar je lahko razumljivo. To pa ne pomeni, da se lahko prizadevanja športnih centrov po večjem obisku in s tem večjem prihodku v poletnih mesecih zmanjšajo. Športni centri morajo ravno tako poskrbeti za čim večji izkoristek športnih kapacitet tudi med poletjem. V ta namen lahko pritegnejo stranke z uporabo podobnih specifičnih ponudb, o katerih sem že govoril pri reševanju problema dopoldanskega časa, seveda z izjemo športnih dni, saj otroci med poletnimi počitnicami ne hodijo v šolo. Lahko pa športni centri vseeno pripravijo privlačno ponudbo za otroke v času poletnih počitnic. Gre za tedenski program športno aktivnih počitnic za otroke, ki lahko poteka tudi v več terminih skozi julij in avgust. Na teh športnih počitnicah imajo otroci podobne aktivnosti kot na športnih dnevih, le da je obseg aktivnosti še večji in v program je lahko vključenih še več različnih športnih dejavnosti. Poleg športnih dejavnosti in animacije, je za otroke zagotovljeno tudi varstvo v času trajanja programa. Na športnih počitnicah bi otroci lahko igrali skvoš tudi v športnih centrih, ki sicer nimajo več kot 2 skvoš igrišči, saj je na voljo več časa zaradi večje prilagodljivosti programa.

## **2.4 Promet na trgu skvoša v Ljubljani**

Pri iskanju in pripravi podatkov o prometu na trgu skvoša v Ljubljani sem zajel vse ljubljanske skvoš centre, tudi Squashland. Čeprav Squashland danes ne obratuje več, lahko podatki iz obdobja, ko je še obratoval, nosijo informacije, ki so pomembne za analizo skvoša in določanje trenda v prihodnosti. Podatke sem pridobil z intervjuji poslovodij skvoš centrov in z vpogledom v podatkovne baze podjetij. Želel sem pridobiti podatke o prometu skvoša v Ljubljani za obdobje zadnjih desetih let, vendar zaradi nepopolnih podatkov v evidencah obravnavanih skvoš centrov to ni bilo mogoče. Kljub temu sem uspel pridobiti dovolj kvalitetnih podatkov, ki kažejo pomembne značilnosti trga v Ljubljani v prejšnjem desetletju in oblikujejo napoved trenda v prihodnosti. V nadaljevanju prikazujem v tabelah podatke o prometu na trgu v Ljubljani, za vsak skvoš center posebej. Na naslednji strani v Tabeli 3 so zbrani podatki o prodaji skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Konexu. Razvrščeni so po posameznih sezonah in po ceni ter vrsti storitve.

Tabela 3: Prodaja skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Konexu

Storitev	Cena (v EUR)	Št. prodanih	Prihodek (v EUR)
<b>Sezona 2005/2006*</b>			
Posamezna dopoldanska ura	5,22	552	2.881,44
Posamezna popoldanska ura	6,68	479	3.199,72
Posamezna članska ura	4,17	453	1.889,01
Posamezna študentska dopoldanska ura	4,17	145	604,65
Posamezna študentska popoldanska ura	4,60	174	800,40
Karta 10+2 uri brezplačno	66,80	124	8.283,20
Sezonska karta	413,10	12	4.957,20
			Skupaj: 22.615,62
<b>Sezona 2006/2007</b>			
Posamezna dopoldanska ura	6,50	585	3.802,50
Posamezna popoldanska ura	9,00	501	4.509,00
Posamezna članska ura	5,50	450	2.475,00
Posamezna študentska dopoldanska ura	6,00	113	678,00
Posamezna študentska popoldanska ura	7,00	136	952,00
Karta 10+2 uri brezplačno	90,00	118	10.620,00
Sezonska karta	450,00	13	5.850,00
			Skupaj: 28.886,50
<b>Sezona 2007/2008</b>			
Posamezna dopoldanska ura	8,00	871	6.968,00
Posamezna popoldanska ura	10,20	526	5.365,20
Posamezna članska ura	6,50	490	3.185,00
Posamezna študentska dopoldanska ura	6,40	183	1.171,20
Posamezna študentska popoldanska ura	8,16	187	1.525,92
Karta 10+2 uri brezplačno	102,00	115	11.730,00
Sezonska karta	490,00	27	13.230,00
			Skupaj: 43.175,32
<b>Sezona 2008/2009</b>			
Posamezna dopoldanska ura	12,00	318	3.816,00
Posamezna popoldanska ura	15,00	529	7.935,00
Posamezna članska ura	10,00	291	2.910,00
Posamezna študentska dopoldanska ura	10,80	52	561,60
Posamezna študentska popoldanska ura	13,50	86	1.161,00
Karta 10+2 uri brezplačno	150,00	261	39.150,00
Sezonska karta	500,00	21	10.500,00
			Skupaj: 66.033,60

»se nadaljuje«



»nadaljevanje«

Storitev	Cena (v EUR)	Št. prodanih	Prihodek (v EUR)
<b>Sezona 2009/2010</b>			
Posamezna dopoldanska ura**	12,00	265	3.180,00
Posamezna popoldanska ura	15,00	644	9.660,00
Posamezna članska ura	10,00	394	3.940,00
Posamezna študentska dopoldanska ura	10,80	21	226,80
Posamezna študentska popoldanska ura	13,50	104	1.404,00
Karta 10+2 uri brezplačno	150,00	33	4.950,00
Sezonska karta	590,00	38	22.420,00
			<b>Skupaj: 45.780,80</b>

**Legenda:** \* Za sezono 2005/2006 so cene storitev preračunane po menjalnem tečaju: 1 EUR = 239,64 SIT.

\*\* Igralna ura skvoša traja 45 minut.

*Vir: Konex, d. o. o., Letno poročilo, 2010.*

Iz Tabele 3 je razvidno, da so se cene in prihodki skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Konexu vsako sezono povišali, z izjemo sezone 2009/2010, ko je prihodek bil nižji kot v prejšnji sezoni, pri cenah pa se je v primerjavi s prejšnjo sezono povišala le cena sezonske karte. Najvišji prihodek je Konex ustvaril v sezoni 2008/2009, predvsem zaradi visoke prodaje kart 10+2. Cene posameznih ur so se vsako sezono v povprečju povišale za približno 19 %, podobno tudi cene kart 10+2, ki so se v povprečju poviševale za skoraj 18 % na sezono, cene sezonskih kart pa so v povprečju rastle za približno 8,4 % na sezono. Prihodek se je do zadnje sezone vseskozi poviševal v povprečju za 29,8 % na sezono, v zadnji sezoni pa se je v primerjavi s prejšnjo sezono znižal za 30,7 %. V obdobju 2005 – 2010 je Konex ustvaril 206.491,84 EUR prihodkov s prodajo skvoš storitev, kar v povprečju znaša okoli 10.000 EUR prihodkov na 1 igrišče v enem letu. Zanimivo pa je, da je največ sezonskih kart bilo prodanih ravno v sezoni 2009/2010, ko je cena karte bila najvišja. Ta podatek kaže, da je povpraševanje po skvošu cenovno neelastično, hkrati pa lahko trdim, da ni takega nadomestka, ki bi lahko enakovredno zadovoljil potrebe strank po skvošu. Ta trditev je podprta tudi z rezultati ankete, o kateri bo več govora v četrtem poglavju.

Poleg prihodkov, ki so prikazani v Tabeli 3, ustvari Konex nekaj prihodkov tudi z vodenjem šole skvoša za otroke, vendar točnega podatka v evidencah podjetja ni bilo. V intervjuju z g. Tomažem Prelesnikom, ki je poslovodja športnega oddelka v Konexu, sem izvedel, da Konex s šolo skvoša ustvari približno 80 EUR prihodkov na otroka na mesec. Podatkov o tem, koliko otrok je treniralo v šoli skvoša v posamezni sezoni, ni bilo na voljo. Trenutno je v šoli skvoša šest otrok, kar pomeni da bo sezonski prihodek od šole skvoša znašal približno 4.800 EUR. Na podlagi tega podatka lahko predpostavim, da je tudi v vseh prejšnjih sezonah prihodek od šole skvoša znašal med 2.500 EUR in 5.000 EUR na sezono.

V Tabeli 4 prikazujem prihodke od prodaje skvoš storitev v obdobju 2002 – 2007 v Squashlandu, torej do zadnje sezone, ko je še obratoval. Razvrščeni so po posameznih sezonah, ne pa tudi po ceni ter vrsti storitve, tako kot v Tabeli 3, saj sem v intervjuju z g. Goranom Miličevićem, ki je poslovodja podjetja Magosport, izvedel, da podjetje ne razpolaga s tako natančnimi podatki. Pravzaprav je Konex edini med obravnavanimi skvoš centri, ki mi je lahko postregel z natančno izdelano evidenco prodaj.

*Tabela 4: Prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2002 – 2007 v Squashlandu*

Sezona	Menjalni tečaj	Prihodek od prodaje skvoš storitev (v EUR)
2002/2003	Na dan 31.12.2002: 1 EUR = 226,22 SIT	66.168,58
2003/2004	Na dan 31.12.2003: 1 EUR = 233,70 SIT	68.463,84
2004/2005	Na dan 31.12.2004: 1 EUR = 238,86 SIT	73.683,33
2005/2006	Na dan 31.12.2005: 1 EUR = 239,64 SIT	77.115,67
2006/2007	Na dan 31.12.2006: 1 EUR = 239,60 SIT	80.984,97

*Vir: Banka Slovenije, Devizni tečaji, 2011; Magosport, d. o. o., Letno poročilo, 2007.*

Prihodek od prodaje skvoš storitev se je v obdobju 2002 – 2007 v Squashlandu vseskozi poviševal v povprečju za okoli 5 % na sezono. Prav tako so se tudi cene skvoš storitev povišale v povprečju za okoli 5 % na sezono. Čeprav ta podatek ni razviden iz Tabele 4, sem ta podatek izvedel v intervjuju. V obdobju 2002 – 2007 je Squashland ustvaril 366.416,39 EUR prihodkov s prodajo skvoš storitev, kar v povprečju znaša okoli 9.000 EUR prihodkov na 1 igrišče v enem letu.

V Tabeli 5 so prikazani prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Bitu.

*Tabela 5: Prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v Bitu<sup>2</sup>*

Sezona	Prihodek od prodaje skvoš storitev (v EUR)
2005/2006*	17.526,29
2006/2007	19.650,00
2007/2008	28.500,00
2008/2009	32.000,00
2009/2010	35.300,00

**Legenda:** \* Prihodek v sezoni 2005/2006 je preračunan po menjalnem tečaju: 1 EUR = 239,64 SIT.

*Vir: BIT Center, d. o. o., Letno poročilo, 2010.*

<sup>2</sup> V zadnjih treh sezonah so vračunani tudi prihodki, ki jih je Bit ustvaril z oddajanjem skvoš igrišč v najem podjetju Magosport.

V Tabeli 5 lahko vidimo, da se je tudi v Bitu prihodek od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 vseskozi poveševal. V zadnjih treh sezonah je opaziti precej višji prihodek kot v prvih dveh, kar je posledica oddajanja igrišč v najem podjetju Magosport od začetka sezone 2007/2008 naprej. Povprečna rast prihodka od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 je v Bitu znašala približno 15,5 % na sezono. V obdobju 2005 – 2010 je Bit ustvaril 132.976,29 EUR prihodkov s prodajo skvoš storitev, kar v povprečju znaša okoli 13.000 EUR prihodkov na 1 igrišče v enem letu. V intervjuju z g. Vasjo Vavpetičem, ki je poslovodja Bit, sem izvedel, da so v Bitu na začetku imeli 3 skvoš igrišča, nato pa so v letu 2003 enega podrli in nadomestili s fitnessom oziroma razširili fitness na prostor, kjer je prej stalo tretje igrišče. Pri tem je g. Vavpetič izpostavil zanimiv podatek, da s tisto površino fitnessa, kjer je nekoč stalo tretje skvoš igrišče, Bit ustvari skoraj dvakrat toliko prihodkov, kot z enim igriščem. Ta podatek ni ravno ugoden za proces popularizacije skvoša, saj športnim centrom narekuje, naj v objektu več prostora namenijo tistim dejavnostim, ki prinašajo večji dobiček. Z ekonomskega vidika pri tem vodilu seveda ni nič spornega, saj tako kot vsa podjetja, tudi športni centri stremijo k čim večjemu dobičku. Toda zaradi tega je skvoš v športnih centrih stranskega pomena in zato ni deležen take pozornosti, kot jo imajo nekatere druge športne dejavnosti. Tudi v Konexu je nekoč bilo 7 igrišč, danes so samo še 4, 3 igrišča pa je zamenjala velika večnamenska dvorana. Squashland je bil edini športni center v Sloveniji, v katerem je skvoš bila paradna dejavnost, temu primerno pa je bilo tudi ime centra, ki v dobesednem prevodu pomeni "dežela skvoša".

V Tabeli 6 prikazujem prihodke od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v ŠRD Sostro.

*Tabela 6: Prihodki od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v ŠRD Sostro*

Sezona	Prihodek od prodaje skvoš storitev (v EUR)
2005/2006*	10.065,10
2006/2007	11.786,00
2007/2008	17.400,00
2008/2009	19.342,00
2009/2010	21.450,00

**Legenda:** Prihodek v sezoni 2005/2006 je preračunan po menjalnem tečaju: 1 EUR = 239,64 SIT.

*Vir: ŠRD Sostro, Letno poročilo, 2010.*

Ker v sezoni 2007/2008 Squashland ni več obratoval, se je v tej sezoni v ŠRD Sostro prihodek drastično povešal, kar je razvidno iz Tabele 6. Povprečna rast prihodka od prodaje skvoš storitev v obdobju 2005 – 2010 v ŠRD Sostro je znašala približno 16,5 % na sezono. V obdobju 2005 – 2010 je ŠRD Sostro ustvaril 80.043,10 EUR prihodkov s prodajo skvoš storitev, kar v povprečju znaša okoli 16.000 EUR prihodkov na 1 igrišče v enem letu. V ŠRD

Sostro sem intervju opravil z g. Tomažem Bitencem, ki je poslovodja tega društva. Povedal mi je, da so tudi v ŠRD Sostro nekoč imeli 1 igrišče več kot danes, nato pa so ga, podobno kot v Bitu, nadomestili s fitnessom. S fitnessom v prostoru nekdanjega skvoš igrišča ustvari ŠRD Sostro tudi do trikrat večji prihodek, kot pa z enim igriščem.

Vsi ljubljanski skvoš centri skupaj so v obdobju 2005 – 2010 ustvarili okoli 577.612,00 EUR prihodkov od prodaje skvoš storitev, kar v povprečju znaša okoli 12.000 EUR prihodkov na 1 igrišče v enem letu. Vsi skvoš centri največji del prihodkov ustvarijo s prodajo sezonskih in terminskih kart. Cene skvoš storitev so v vseh skvoš centrih različne. Danes se cena posamezne ure skvoša giblje od 6,50 EUR do 15 EUR, cena sezonske karte pa od 250 EUR do 700 EUR.

## **2.5 Stroški na trgu skvoša v Ljubljani**

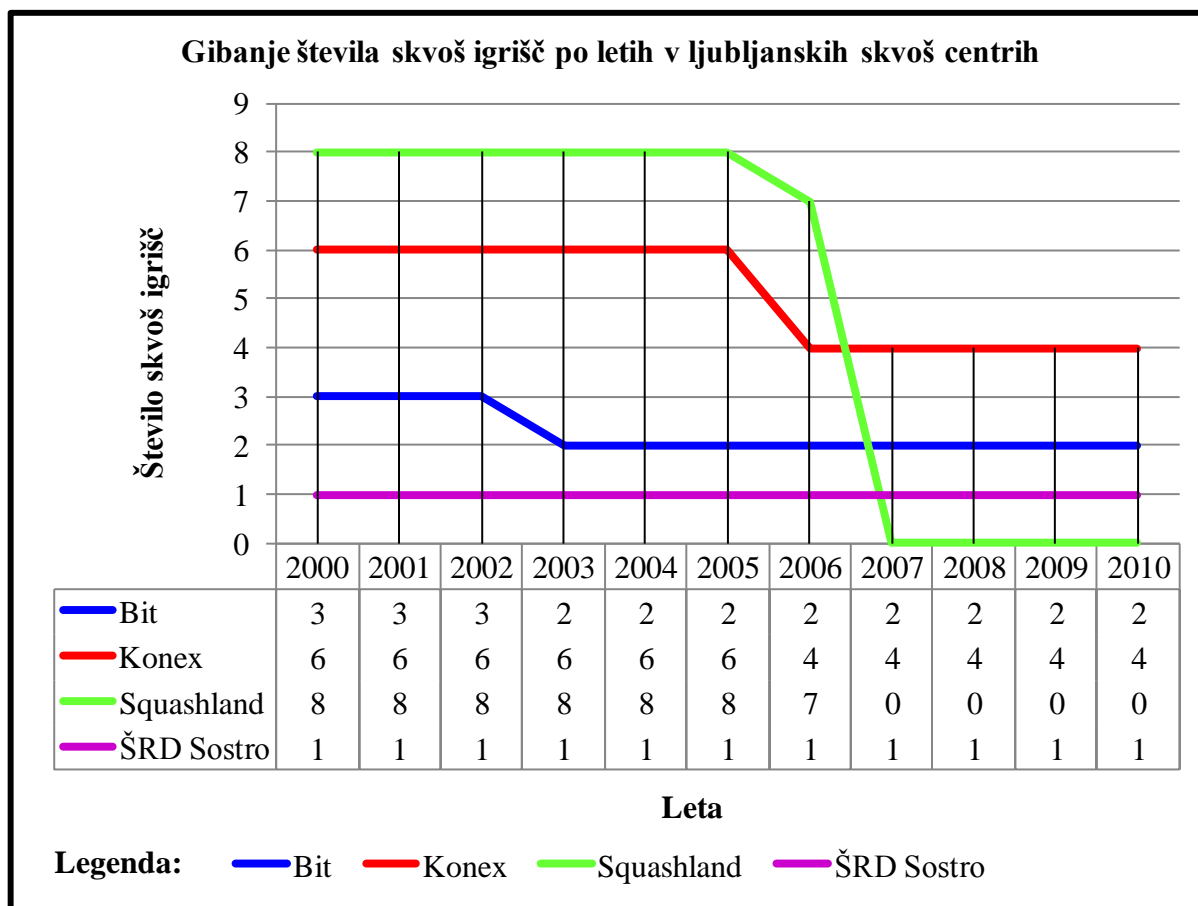
Koliko denarnih sredstev potrebujemo za izgradnjo enega skvoš igrišča, sem povprašal vse 3 poslovodje ljubljanskih skvoš centrov in vsi trije so mi odgovorili enako. Če že imamo zemljišče, kjer želimo zgraditi igrišče, potem bomo morali za 1 igrišče odšteti od 25.000 EUR do 35.000 EUR. V to ceno so vključene vse štiri stene, torej tri betonske ali iz posebnega montažnega materiala, zadnja steklena stena, lesena parketna tla, zidna barva, strop in razsvetljava igrišča. Vsako nadaljnjo zgrajeno igrišče pa je nekoliko cenejše, ker če gradimo igrišča v vrsti eden zraven drugega, potem je lahko ena vmesna stena stranska stena dveh sosednjih igrišč. Lahko pa igrišča postavimo tudi tako, da je glavna sprednja stena enega igrišča hkrati tudi glavna sprednja stena drugega igrišča na drugi strani. Kako bi postavili več igrišč, je seveda najbolj odvisno od prostorskih omejitev objekta, vsekakor pa je priporočljivo graditi tako, da z učinkovitim načinom postavitve igrišč zmanjšamo stroške gradnje. V primeru, da pa še nimamo zemljišča, kjer želimo zgraditi skvoš igrišče, pa bi v Ljubljani morali odšteti od 100.000 EUR do 150.000 EUR za 1 igrišče. Problem se torej pojavi, ker so cene zemljišč v Ljubljani zelo visoke, taka investicija pa je tvegana.

Stroški povezani s skvoš igrišči, potem ko so že zgrajena, so relativno nizki, kar je za investitorje ugoden podatek. Stroški, ki nastanejo z uporabo enega igrišča, znašajo v Konexu približno 1.620 EUR na leto, razdeljeni pa so na električno porabo razsvetljave igrišča in na čiščenje ter vzdrževanje igrišča. Čeprav v Bitu in ŠRD Sostro nisem dobil natančnih podatkov o stroških, sem v intervjujih izvedel, da so stroški povsod približno enaki. Torej tudi v Bitu in ŠRD Sostro znašajo stroški enega igrišča približno 1.500 EUR na leto. S temi podatki lahko trdim, da stroški enega igrišča v povprečju znašajo okoli 1.500 EUR na leto. Tudi podjetja, ki bodo v prihodnosti zgradila nova skvoš igrišča, lahko pričakujejo podobne stroške.

## 2.6 Gibanje na področju ponudbe skvoš storitev v preteklem desetletju v ljubljanskih skvoš centrih

Kot sem že omenil, se je ponudba skvoš storitev v ljubljanskih skvoš centrih skozi leta spreminjala, bolj nazorno pa je gibanje ponudbe prikazano v Sliki 2, ki prikazuje število skvoš igrišč v posameznem letu preteklega desetletja v ljubljanskih skvoš centrih.

Slika 2: Gibanje števila skvoš igrišč v obdobju 2000 – 2010 v ljubljanskih skvoš centrih



Iz Slike 2 je razvidno, da Ljubljana v preteklem desetletju ni dobila nobenega novega skvoš igrišča, podrtih je bilo pa kar 12. Najvišja ponudba skvoš storitev je bila v prvih treh letih prejšnjega desetletja, ko je v Ljubljani bilo 18 igrišč. V Bitu so nato 1 igrišče nadomestili s fitnessom. Od leta 2003 je ponudba z igriščem manj ostala konstantna do leta 2006, ko so v Konexu podrli 3 igrišča zaradi izgradnje velike večnamenske dvorane, v Squashlandu pa so 1 igrišče spremenili v fitness dvorano, ki je služila predvsem kot dodatna dejavnost na športnih dnevih za otroke. Kjer je v Konexu nekoč stalo sedmo igrišče, je tedaj ta prostor služil gostinski dejavnosti, s podrtjem treh igrišč pa so omenjen prostor zopet spremenili nazaj v skvoš igrišče in tako pridobili četrto igrišče. Nato pa je, kot že povedano, v letu 2007 Squashland zaprl svoja vrata in tako se je ponudba v Ljubljani zmanjšala še za 7 igrišč. Ugotovimo torej lahko, da je danes ponudba skvoš storitev v zadnjih petih letih v Ljubljani

najmanjša, odkar je skvoš sploh prišel v Ljubljano, torej od leta 1992. Tako drastično zmanjšanje ponudbe pa nikakor ni posledica zmanjšanja povpraševanja. Zmanjšanje ponudbe je povezano predvsem s prostorsko stisko v posameznem športnem centru oziroma s spremembo namembnosti prostora v zasledovanju večjega dobička. Povpraševanje se torej ni zmanjšalo, le težje ga je danes zadovoljiti zaradi manjše ponudbe na trgu. Tudi rezultati ankete potrjujejo, da si vsi anketiranci želijo več skvoš igrišč v Ljubljani.

### **3 CELOVITA ANALIZA KONKURENČNIH PREDNOSTI IN SLABOSTI TER PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI SKVOŠ CENTROV V LJUBLJANI**

#### **3.1 Analiza panoge s Porterjevim modelom privlačnosti panoge**

##### **3.1.1 Nevarnost vstopa novih konkurentov v panogo**

Pojav novega konkurenta v lokalnem okolju bi seveda ogrozil ostale športne centre, saj nov vstop zmanjša njihov tržni delež v panogi skvoša. Toda v zadnjih desetih letih v Ljubljani ni bilo zgrajeno nobeno skvoš igrišče. Tako je deloma zato, ker je gradnja novih igrišč finančno zahtevna investicija, deloma pa zato, ker prizadevanja za popularizacijo skvoša do sedaj niso bila dovolj izrazita. Za podjetje, ki bi želelo vstopiti na trg skvoša, nima pa še svojega športnega centra, je vstop zelo težaven. Tako podjetje bi najprej moralo kupiti zemljišče, na katerem bi zgradilo športni center, za katerega bi seveda najprej bilo potrebno pridobiti gradbeno dovoljenje. In tudi pri gradnji novega centra, bi podjetje moralo upoštevati, da je raznolika ponudba športnih in tudi obšportnih dejavnosti zelo velika prednost športnega centra. Torej ni dobro zgraditi skvoš center, v katerem bi od športnih dejavnosti lahko dejansko ponudili le skvoš, pač pa je za podjetje veliko bolje, če v svojem novem športnem centru nudi obiskovalcem širok nabor različnih športnih in obšportnih dejavnosti. Dober primer, ki potrjuje slednjo izjavo, je primer Squashlanda, ki je od ustanovitve leta 1992, pa do leta 2000, obiskovalcem lahko nudil le eno športno dejavnost, skvoš. Nato pa je zaradi vse ostrejšje konkurence na področju obratovanja športnih objektov in zaradi vse večjega povpraševanja po različnih športnih dejavnosti leta 1999 opravil obširna gradbena dela na svoji lokaciji z namenom razširitve ponudbe športnih dejavnosti. Tako je Squashland leta 2000 ponudil svojim obiskovalcem ogromno novih športnih dejavnosti, kot so aerobika, vadba na stacionarnih kolesih, plezanje, fitness, vadba za nosečnice, odbojka na skvoš igrišču, joga in otroški programi. Največji oviri za vstop v panogo sta torej potreba po kapitalu in konkurenčnost obstoječih skvoš centrov v lokalnem okolju, ki so na trgu že dlje časa in imajo zato večjo prepoznavnost in zvestobo pri strankah. Še posebej velik finančni zalogaj pa predstavlja izgradnja novega športnega centra s skvoš igrišči in ostalimi športnimi dejavnostmi. S tem ocenjujem, da ovire za vstop kažejo na nizko privlačnost panoge.

### **3.1.2 Pogajalska moč kupcev**

Pri obisku športnega centra z namenom igranja skvoša, na zadovoljstvo kupcev najbolj vpliva kakovost storitve in dodana vrednost. Kupci skvoš storitev dobro poznajo razmere in cene na trgu skvoša, toda običajno kupci obiskujejo le določen skvoš center, tudi če je cena storitev pri konkurenci nižja. Takšno vedenje kupcev je povezano predvsem z lokacijo skvoš centra, saj kot kažejo rezultati ankete, kupci najraje obiskujejo tisti skvoš center, do katerega imajo najugodnejšo pot. Navade kupcev prav tako igrajo pomembno vlogo, saj je malo verjetno, da bi nek skvoš igralec, ki že več let obiskuje določen skvoš center, spremenil svojo navado in odšel igrati skvoš drugam. Nakupne navade kupcev se torej ne spreminjajo dosti, vse bolj pa kupci cenijo dodano vrednost, ki jim jo prinaša obisk skvoš centra. Dodano vrednost v tem primeru predstavlja več različnih dejavnikov, ki se lahko nanašajo na cene in posebne ugodnosti storitev za člane skvoš centra, na raznolikost in bogato ponudbo vseh ostalih dejavnosti v športnem centru in na socialni odnos med obiskovalci športnega centra. Ocenjujem, da je pogajalska moč kupcev srednja in da je privlačnost panoge z vidika pogajalske moči kupcev srednja.

### **3.1.3 Pogajalska moč dobaviteljev**

Ker se na trgu skvoša prodaja storitev, v katero je vključeno skvoš igrišče, katerega imajo skvoš centri znotraj svojega objekta, ne moremo govoriti o pogajalski moči dobaviteljev, saj pri zagotavljanju skvoš storitve ni vključen noben dobavitelj. Privlačnost panoge je zato z vidika pogajalske moči dobaviteljev visoka, saj z vstopom na trg ne bi imeli nobenega opravka z dobavitelji.

### **3.1.4 Nevarnost nastopa nadomestkov**

Nadomestek za skvoš bi načeloma lahko bila katerakoli druga športna rekreacija oziroma drug šport, toda skvoš igralci ne razmišljajo tako. Z izvedbo ankete sem izvedel, da nihče od igralcev ne sprejema drugih športov kot nadomestke skvošu, saj vidijo skvoš kot edinstven šport. Menim, da nevarnosti nastopa nadomestkov ni in zato ocenjujem privlačnost panoge z vidika nevarnosti nastopa nadomestkov kot visoko.

### **3.1.5 Rivalstvo med obstoječimi konkurenti**

Skvoš centri v Ljubljani konkurirajo predvsem s cenami skvoš storitev in z dodano vrednostjo. Konex ima seveda največ igralcev, predvsem ker ima največ igrišč in ker je najstarejši skvoš center v Ljubljani in zato najbolj uveljavljen. Bit in ŠRD Sostro sicer konkurirata z nižjimi cenami, vendar struktura tržnih deležev se v zadnjih nekaj letih ni prav dosti spreminjala. O rasti panoge pa ne moremo govoriti, saj kot sem že povedal, v zadnjih desetih letih v Ljubljani ni bilo zgrajeno nobeno novo igrišče. S tem ocenjujem, da je rivalstvo med obstoječimi konkurenti nizko, privlačnost panoge z vidika rivalstva med obstoječimi konkurenti pa visoka.

## **3.2 Analiza skvoš centrov v Ljubljani s pomočjo SWOT modela**

### **3.2.1 Ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti Konexa**

#### 3.2.1.1 Prednosti

Glavna prednost Konexa pred ostalimi skvoš centri v Ljubljani je število skvoš igrišč, saj je s štirimi igrišči Konex največji skvoš center ne le v Ljubljani, pač pa v celotni Sloveniji. Pri vsestranski ponudbi ga odlikuje široka paleta športnih dejavnosti, kar je zelo pomembno tudi skvoš igralcem, tako tudi kažejo rezultati ankete. Igrišča v objektu so postavljena na strateško dobri lokaciji, tako se lahko tudi tisti obiskovalci, ki sicer še nikoli niso igrali skvoša, bolje seznanijo s tem športom. Konex ima dolgoletno tradicijo, zato je dobro poznan v Ljubljani, hkrati je pa tudi glavno prizorišče vseh pomembnejših skvoš turnirjev v Sloveniji. V Konexu imajo tudi šolo skvoša, ki skrbi za popularizacijo med mladimi igralci, redno pa se izvajajo tudi skvoš turnirji, za mladince in za člane. Konex nameni veliko sredstev oglaševanju preko različnih medijev, okoli 30.000 EUR letno. Pri tem moram povedati, da se skvoš sicer ne oglašuje posebej, pač pa so v oglasih zajete vse športne dejavnosti centra, oziroma se v oglasih oglašuje le Konex kot športni center. V Konexu je veliko zaposlencev, ki skrbijo za prijetno in prijazno vzdušje v samem športnem centru. Lokacija Konexa je strateško zelo ugodna, saj je v neposredni bližini ljubljanske zahodne obvoznice, kar omogoča hiter dostop številnim prebivalcem Ljubljane in njene okolice. Ima tudi velik parkirni prostor neposredno zraven objekta, ki omogoča varno in brezskrbno parkiranje za vse obiskovalce športnega centra. Uporabniki javnega prevoza pa se lahko v Konex odpravijo z mestnim avtobusom številka 14, ki ima postajališče le 20m od Konexa.

#### 3.2.1.2 Slabosti

Skvoš v Konexu nima tolikšne pozornosti pri oglaševanju, kot jo imajo nekatere druge športne dejavnosti, kot so tenis, badminton, fitness in skupinske vadbe. Le redko so sredstva namenjena neposredno oglaševanju skvoša. Skvoš igrišča v Konexu so relativno stara, sicer jih redno obnavljajo, a vseeno kvaliteta igrišč ni takšna, kakršno bi si igralci želeli. Skvoš igralci si želijo tudi več igrišč, saj zaradi prezasedenosti igrišč velikokrat ni možno rezervirati željenega termina.

#### 3.2.1.3 Priložnosti

Glede na to, da se povpraševanje po skvošu vsako leto povečuje, bi v Konexu lahko zgradili še kakšno igrišče več, morda celo stekleno<sup>3</sup> igrišče, ki ga v Sloveniji zaenkrat še ni. Stekleno igrišče bi bilo primerno predvsem le za Konex, ki je zdaj že več let glavno prizorišče vseh najpomembnejših skvoš turnirjev v Sloveniji. Stekleno igrišče bi bila velika pridobitev za slovenski skvoš. S tem bi povečali ponudbo skvoš storitev in hkrati utrdili zvestobo

---

<sup>3</sup> Stekleno skvoš igrišče (angl. *Glass court*) ima vse štiri stene steklene, tako da je gledalcem omogočen pogled na igrišče iz vseh strani. Taka igrišča se uporabljajo predvsem na pomembnih profesionalnih turnirjih, kjer je zato tudi veliko gledalcev oziroma navijačev.



Konexovih igralcev. Priložnostno pa bi Konex lahko več sredstev namenil za neposredno oglaševanje skvoša, saj ima kot največji skvoš center v Sloveniji tudi največjo vlogo in odgovornost pri popularizaciji skvoša.

#### 3.2.1.4 Nevarnosti

Ker se število igralcev v Ljubljani vsako leto povečuje, obstaja nevarnost, da bo v prihodnjih nekaj letih prišlo do presežka povpraševanja po skvošu, ki ga s trenutnimi kapacitetami enostavno ne bo več mogoče zadovoljiti. Največjo nevarnost, ki preti Konexu, pa predstavlja podjetje Magosport. Namreč v naslednjih dveh letih namerava Magosport zgraditi nov športni center s skvoš igrišči na območju Štepanjskega naselja v Ljubljani. V tem primeru obstaja velika verjetnost, da bodo stranke, ki so nekoč obiskovale Squashland, zapustile Konex in odšle v nov športni center podjetja Magosport, ki naj bi se ravno tako imenoval Squashland. To bi močno vplivalo na Konexov tržni delež na trgu skvoša.

### 3.2.2 SWOT matrika Konexa

V Sliki 3 prikazujem SWOT matriko Konexa, ki sem jo izdelal na podlagi opravljene SWOT analize. V njej sem zajel glavne prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti Konexa.

*Slika 3: SWOT matrika Konexa*

<b>Prednosti</b>	<b>Slabosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Največji skvoš center v Sloveniji in največji tržni delež na trgu skvoša</li> <li>• Široka paleta športnih dejavnosti</li> <li>• Dolgoletna tradicija</li> <li>• Šola skvoša za mladince</li> <li>• Ugodna lokacija objekta in velik parkirni prostor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skvoš je le postranska športna dejavnost</li> <li>• Skvoš se premalo oglašuje</li> <li>• Kvaliteta igrišč ni zadovoljiva</li> <li>• Prezasedenost igrišč v popoldanskih urah</li> <li>• Premalo igrišč</li> </ul>
<b>Priložnosti</b>	<b>Nevarnosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izgradnja dodatnih igrišč ali postavitev steklenega igrišča in s tem povečanje ponudbe</li> <li>• Rast tržnega deleža</li> <li>• Povečanje oglaševanja skvoša</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presežek povpraševanja po skvošu</li> <li>• Nevarnost vstopa podjetja Magosport na trg skvoša</li> <li>• Zmanjšanje tržnega deleža na trgu skvoša</li> </ul>

### **3.2.3 Ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti Bita**

#### 3.2.3.1 Prednosti

V Bitu sta sicer samo 2 igrišči, vendar sta obe zelo kvalitetni. Cene skvoš storitev so v Bitu nižje kot v Konexu, z nakupom sezonske karte pa imajo stranke kot dodano vrednost na voljo tudi savno za 2 osebi (Športni center BIT – Cenik, 2011). Lokacija Bita je zelo ugodna za obiskovalce, saj se nahaja ob Litijski cesti blizu ljubljanske vzhodne obvoznice. Tudi Bit ima velik in urejen parkirni prostor za obiskovalce. Poskrbljeno pa je tudi za stranke brez avtomobilov, ki se lahko do Bita pripeljejo z mestnim avtobusom številka 5, 9 ali 13.

#### 3.2.3.2 Slabosti

Glavna dejavnost Bita je dejavnost hotelov in podobnih nastanitvenih obratov, zato je športni center v Bitu drugotnega pomena, še posebej pa skvoš. Zato tudi nikoli ni bilo uradnega skvoš turnirja v Bitu in tudi skvoš kluba v Bitu ni. Slabost je seveda tudi število skvoš igrišč, saj sta v Bitu samo 2. Igrišči v objektu sta postavljeni na slabi lokaciji, skriti pred očmi vseh obiskovalcev, razen seveda tistih, ki dejansko pridejo zaradi skvoša. Poleg tega ima tisti del centra, kjer se nahajata igrišči, zelo slabo prezračevanje, kar je še posebej moteče v toplih mesecih. Bit ne namenja sredstev v oglaševanje skvoša in tudi poslovodstvo Bita ne kaže nobenega interesa, da bi Bit na kakršenkoli način prisostvoval k večji popularizaciji skvoša v Ljubljani.

#### 3.2.3.3 Priložnosti

Bit ima premalo igrišč in temu primeren je tudi tržni delež na trgu. Da bi tržni delež Bita povečali, bi morali zgraditi več igrišč. Bit ima veliko dvorano, kjer je 12 badminton igrišč. Tam bi lahko postavili nova skvoš igrišča, in sicer tako, da bi na primer 2 badminton igrišči odstranili in na tistem mestu zgradili 4 ali pa celo 5 novih skvoš igrišč. Tako bi še vedno ostalo 10 badminton igrišč, pridobili pa bi lahko do 5 novih skvoš igrišč. Večje število in nova lokacija igrišč bi omogočilo tudi organizacijo skvoš turnirjev v Bitu. Z aktivnim oglaševanjem skvoša bi pritegnili pozornost mladih igralcev, ki bi jim z novimi igrišči bilo omogočeno treniranje skvoša, ustanovili pa bi lahko tudi skvoš klub Bit.

#### 3.2.3.4 Nevarnosti

Nevarnosti, ki pretijo Bitu, so enake kot pri Konexu. Torej v primeru, da v Bitu ne bi gradili novih igrišč, obstaja možnost presežka povpraševanja po skvošu v prihodnosti. Verjeten je tudi drastičen padec tržnega deleža na trgu, v primeru da bo Magosport zgradil svoj lasten športni center. Magosport predstavlja Bitu še toliko večjo nevarnost, saj naj bi novi Squashland stal v neposredni bližini Bita.

### 3.2.4 SWOT matrika Bita

V Sliki 4 prikazujem SWOT matriko Bita, ki sem jo izdelal na podlagi opravljene SWOT analize. Prikazane so glavne prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti Bita.

Slika 4: SWOT matrika Bita

<b>Prednosti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Strateško ugodna lokacija objekta in urejen parkirni prostor</li><li>• Kvalitetna skvoš igrišča</li><li>• Ugodne cene skvoš storitev in visoka dodana vrednost</li></ul>	<b>Slabosti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Skvoš le postranska dejavnost</li><li>• Premalo igrišč</li><li>• Bit nima skvoš kluba</li><li>• V Bitu ni skvoš turnirjev</li><li>• Skvoš se ne oglašuje preko medijev</li><li>• Slaba lokacija igrišč v objektu</li></ul>
<b>Priložnosti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Izgradnja novih igrišč</li><li>• Oglaševanje skvoša med mladimi</li><li>• Nabor mladih igralcev</li><li>• Organiziranje skvoš turnirjev</li><li>• Ustanovitev skvoš kluba</li></ul>	<b>Nevarnosti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Zmanjšanje tržnega deleža zaradi vstopa Magosporta</li><li>• Presežek povpraševanja</li></ul>

### 3.2.5 Ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti ŠRD Sostro

#### 3.2.5.1 Prednosti

Edina opazna prednost ŠRD Sostro, ki jo lahko izpostavim, so najnižje cene skvoš storitev. Kar tudi ni presenetljivo, saj imajo na voljo le 1 igrišče. Pot do ŠRD Sostro za marsikoga morda ni tako ugodna kot pot do Konexa ali Bita, vseeno pa se lahko do ŠRD Sostro pripeljemo tudi z mestnim avtobusom številka 13.

#### 3.2.5.2 Slabosti

Lokacija ŠRD Sostro strateško ni tako ugodna kot lokacija Konexa in Bita. Sicer se nahaja blizu ljubljanske vzhodne obvoznice, vendar na zunanji strani obroča, kjer je populacija redkejša. Zato ima ŠRD Sostro v svojem radiju manj potencialnih strank. Rezultati ankete pa kažejo, da je strankam zelo pomembna ugodna pot do športnega centra, zato sem lokacijo ŠRD Sostro uvrstil med slabosti. ŠRD Sostro ima najmanjši tržni delež na trgu skvoša, ker ima samo 1 igrišče, kar tudi opredeljujem kot slabost. Zaradi premajhnega števila igrišč pa

tudi skvoš turnirjev ni mogoče organizirati v ŠRD Sostro, saj se skvoš turnirja ne more izpeljati le na enem igrišču. Zato tudi v ŠRD Sostro nimajo svojega skvoš kluba ali mladih igralcev, ki bi trenirali skvoš. Kvaliteta samega igrišča je sicer zadovoljiva kar zadeva stene in tal igrišča, strop nad igriščem pa je v zadnjem delu igrišča prenizek in zato določene mere ne ustrezajo mednarodni standardizaciji, kar ravno tako štejem kot slabost, saj je igralcem zelo pomembna kvaliteta in neoporečnost igrišča.

### 3.2.5.3 Priložnosti

Priložnosti ŠRD Sostro so zelo omejene, saj objekt ni tako zelo velik kot Konex ali Bit, zato verjetno ni možnosti, da bi nekoč tam zgradili še kakšno skvoš igrišče. ŠRD Sostro bi lahko morda povečal sredstva, ki jih nameni oglaševanju skvoša, z namenom nabora mladih igralcev. Z zadostnim številom mladih igralcev bi lahko ŠRD Sostro ustanovil tudi šolo skvoša, ki bi skrbel za večjo popularnost med mladimi. Z naborom večjega števila kvalitetnih igralcev pa bi ŠRD Sostro lahko ustanovil tudi svoj skvoš klub.

### 3.2.5.4 Nevarnosti

Kot vsem ostalim skvoš centrom v Ljubljani, preti največja nevarnost ŠRD Sostro s strani podjetja Magosport. Obstaja torej nevarnost izgube tržnega deleža na trgu skvoša.

## 3.2.6 SWOT matrika ŠRD Sostro

Na naslednji strani prikazujem v Sliki 5 SWOT matriko ŠRD Sostro, ki sem jo izdelal na podlagi opravljene SWOT analize. Prikazane so glavne prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti ŠRD Sostro.

*Slika 5: SWOT matrika ŠRD Sostro*

<p style="text-align: center;"><b>Prednosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Najnižje cene skvoš storitev</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Slabosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Premalo igrišč</li> <li>• Strateško neugodna lokacija športnega centra</li> <li>• Najmanjši tržni delež na trgu skvoša</li> <li>• V ŠRD Sostro ni skvoš turnirjev</li> <li>• ŠRD Sostro nima svojega skvoš kluba</li> <li>• Mere igrišča ne ustrezajo mednarodnim standardom</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Priložnosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povečanje sredstev za oglaševanje skvoša</li> <li>• Ustanovitev šole skvoša za otroke</li> <li>• Ustanovitev skvoš kluba</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Nevarnosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zmanjšanje ali celo izguba tržnega deleža zaradi vstopa Magosporta</li> <li>• Presežek povpraševanja</li> </ul>

## 4 ANKETA

Kot metodo zbiranja primarnih podatkov sem izbral metodo anketiranja. Anketa je bila sestavljena iz dveh nestrukturiranih in enajstih strukturiranih vprašanj. Podroben seznam vseh vprašanj v anketi je vsebovan v Prilogi 1, kjer so zbrani rezultati ankete s statistično obdelanimi podatki. Za metodo anketiranja sem izbral spletni pristop, torej elektronsko anketo, ker je za potrebe moje raziskave bila najenostavnejša in najhitrejša. V anketi je sodelovalo 41 igralcev, ki redno igrajo skvoš vsaj enkrat na teden, vsi pa so bili moškega spola, v starosti od 25 do 50 let. Anketiranci so bili izbrani iz mojega osebnega imenika. Potrebno pa je opozoriti, da v anketi niso sodelovali le igralci ljubljanskih skvoš centrov, pač pa je nekaj anketirancev bilo tudi igralcev iz Murske Sobote, Kranja in Bleda, zato rezultati ankete ne veljajo za celotno populacijo ljubljanskih igralcev. Namen ankete je bil določiti profil igralcev in ugotoviti, kateri dejavniki najbolj vplivajo na kupce pri nakupu in koriščenju skvoš storitev, oziroma kateri dejavniki v največji meri zagotavljajo zvestobo igralcev.

### 4.1 Glavne ugotovitve

Največ anketirancev je prvič stopilo na skvoš igrišče pred dobrimi desetimi leti, takrat je zanimanje bilo največje. In marsikdo, ki je prvič igral skvoš pred desetimi leti, se s skvošem redno ukvarja še danes. Zelo je zanimivo, sicer pa pričakovano, da nihče od vprašanih ni izvedel za skvoš preko medijskih oglasov, pač pa preko prijateljev ali pa neposredno v športnem centru. To sicer ne pomeni, da so medijski oglasi neučinkoviti pri popularizaciji te športne panoge, pač pa to pomeni, da takih oglasov skoraj ni bilo v zadnjih desetih letih in zato jih tudi noben ni mogel videti. Če bi športni centri pogosteje oglaševali skvoš preko medijev, bi morda popularnost bila danes višja kot sicer. Povprečna starost, pri kateri so anketiranci prvič igrali skvoš, je okoli 22 let, kar pa je prepozno, da bi se lahko tak privrženec tega športa razvil v profesionalnega športnika. Največ ljubljanskih igralcev igra skvoš v Konexu. Razlogi za to so od posameznika različni, razlogi, ki pa so jim skupni, so pa tudi najmočnejši. Tako na primer, se jih veliko strinja, da igrajo v svojem najljubšem skvoš centru zato, ker tam igrajo tudi vsi njihovi kolegi. Socialne vezi, ki se ustvarijo v taki družbi, so zelo pomemben dejavnik pri izbiri skvoš centra, kjer anketiranci igrajo skvoš. Drugi najmočnejši razlog, ki so ga anketiranci izpostavili, pa je pot do skvoš centra. Če je nekomu pot do nekega skvoš centra bolj ugodna kot do drugega skvoš centra, potem bo raje izbral prvega. Zelo pomembno pa se anketirancem zdi tudi to, da imajo v športnem centru, kjer igrajo skvoš, na voljo še veliko drugih športnih dejavnosti. Povpraševanje po skvošu je cenovno neelastično, saj se 71 % anketirancev ne strinja s trditvijo, da bi si omislili drug šport oziroma drugačno rekreacijo, če bi se cene skvoš storitev naenkrat zelo povišale. Kvaliteta igrišč je igralcem zelo pomembna, takšno stališče si deli kar 90 % anketirancev. Veliko jim pomeni tudi ambient in prostorska ureditev notranjosti športnega centra. 83 % anketirancev se strinja, da so skvoš turnirji pomemben dejavnik pri popularizaciji tega športa v Sloveniji. Zanimivo se mi zdi, da anketirancem veliko pomeni tudi prijaznost zaposlenih v športnem centru. Prav tako so si anketiranci enotnega mnenja, da je v Ljubljani premalo igrišč in tudi premalo skvoš centrov. Več kot polovica vprašanih trdi, da je v Sloveniji premalo skvoš klubov. Igralci

najraje kupijo sezonsko karto, ker za večino je ta nakup najbolj ugoden. Največ vprašanih igra skvoš 2 – 3 krat na teden in namenijo 5 – 10 ur prostega časa za skvoš na teden. Anketiranci namenijo različne vsote denarja za skvoš v eni sezoni, več kot polovica vprašanih nameni za skvoš med 100 in 500 EUR na sezono.

## **4.2 Priporočila**

Igralci zaznavajo skvoš kot edinstven šport in zato ne vidijo nadomestka za skvoš, kar je zelo dober znak za skvoš centre. Da bi postal bolj popularen šport tudi med mladimi, bi morali skvoš centri pripeljati skvoš do otrok preko kreativnih oglasov in preko ugodne ponudbe za otroke. Le tako bi lahko slovenski skvoš pridobil več profesionalnih igralcev, s pomočjo katerih bi postal še bolj popularen. Tradicijo skvoš turnirjev je potrebno ohranjati in negovati, saj imajo močan vpliv na popularizacijo tega športa. Kvaliteta in ustrezne mere igrišč so zelo pomembna zadeva, zato priporočam vsem skvoš centrom, naj izboljšajo vse dejavnike, ki bi utegnili negativno vplivati na kvaliteto igrišč. Da lahko skvoš postane bolj popularen v Ljubljani, je najprej potrebno zgraditi več igrišč, kajti s premajhnim številom igrišč se popularnost tega športa ne bo dosti spremenila v prihodnjih letih. V primeru, da bi se neko podjetje odločilo za gradnjo novega športnega centra s skvoš igrišči v Ljubljani, mu priporočam, da skrbno izbere lokacijo novega centra, saj je strateško dobra lokacija prvi pogoj za dober obisk, zelo podobno kot tudi pri nakupovalnih centrih. Glede na lokacije ostalih skvoš centrov v Ljubljani, bi podjetju, ki bi se odločilo za gradnjo novega skvoš centra, priporočil, da postavi svoj objekt nekje v severnem delu Ljubljane v bližini severne obvoznice. Verjetno najboljša lokacija za postavitve novega skvoš centra bi bilo območje med Celovško in Dunajsko cesto, ter severno obvoznico, na primer v industrijski coni Šiška. Vsa igrišča, ki bodo v prihodnosti na novo zgrajena, naj bodo brezhibna glede kvalitete in standardiziranih mer. Užitek igranja na brezhibnem skvoš igrišču je mnogo večji. In s povečanjem števila igrišč v Ljubljani bi se lahko tudi cene skvoš storitev znižale. Tako bi ta šport bil dostopnejši mnogo širši populaciji, predvsem pa otrokom.

## **SKLEP**

Ko je skvoš prvič prišel v Slovenijo in ko so bila zgrajena prva igrišča, so ljudje z navdušenjem sprejeli to novo športno panogo, ki jo do tedaj niso poznali. Namen oziroma razlog, da so zgradili prva igrišča, je bil v naraščajočem trendu skvoša, ki je takrat omrežil celotno Evropo in pričakovano je bilo, da bo slej kot prej prišel tudi v Slovenijo. V začetnem obdobju skvoša v Sloveniji, predvsem pa v Ljubljani, so igralci uživali poseben družbeni status, saj je veljalo, da se s skvošem ukvarjajo le premožnejši ljudje. Danes temu ni več tako, saj je skvoš s svojo množičnostjo izgubil ta status in prav je tako. Tudi sam mislim, da ne bi bilo prav, če bi v skvošu lahko uživali le premožnejši, saj se v takem primeru popularnost panoge razvija dosti počasneje. Skvoš v Ljubljani mora biti dostopen vsem, ki bi si ga želeli igrati ali trenirati. Še posebej to velja za otroke, ki so po mojem mnenju lahko najhitrejša pot k večji popularnosti tega športa. Trenutno v Ljubljani trenira skvoš le okoli pet otrok, kar je seveda premalo za korenite spremembe na področju popularizacije v prihodnosti. Potrebno bi

bilo začeti kampanjo, s katero bi načrtno približali skvoš otrokom in tako povečali število mladih igralcev, ki bi bili pripravljeni trenirati skvoš in ki bi vzljubili to igro. SQZS ima zaradi zelo omejenih sredstev pri uresničevanju ideje o večji popularizaciji skvoša zvezane roke, zato bi morali predvsem skvoš centri prevzeti odgovornost za popularizacijo v Ljubljani in celotni Sloveniji. Skvoš centri bi morali poskrbeti za povečanje ponudbe skvoša v Ljubljani z gradnjo novih igrišč, saj je še veliko prostora na trgu skvoša. Trend v Ljubljani kaže, da se povpraševanje po skvošu vsako leto povečuje, prav tako pa se povečujejo prihodki od prodaje skvoš storitev. Investicije v gradnje novih igrišč so relativno drage, še posebej če moramo najprej kupiti zemljišče, kjer želimo zgraditi igrišče oziroma več igrišč. Seveda je pri takih investicijah vedno prisotno neko tveganje, še posebej zato, ker pri takem trgu težko napovemo, po kakšni poti se bo panoga razvijala v prihodnosti. Vendar, če podjetja ne sprejmejo takega tveganja, pa lahko z gotovostjo trdim, da se panoga v prihodnosti ne bo dosti spremenila, edino na slabše bi lahko še šlo, s podrtjem še kakšnega igrišča. In tudi to je resen problem, saj kot sem že govoril, je še pred desetimi leti bilo v Ljubljani mnogo več igrišč kot danes. Športni centri pa pri iskanju maksimalnega dobička zasledujejo najnovejše trende pri uveljavljanju novih športnih dejavnosti, oziroma dajejo prednost tistim dejavnostim, ki prinašajo večji dobiček. Ker pa skvoš ni športna dejavnost, ki bi bila med najbolj dobičkonosnimi, obstaja resna nevarnost, da bomo v prihodnosti skvoš igralci prikrajšani še za kakšno igrišče, ki jih je že tako premalo. Še vedno je veliko ljudi, ki ne vedo, kaj skvoš sploh je, zato mislim, da bi bilo dobro, če bi skvoš centri povečali sredstva, ki jih namenijo za oglaševanje skvoša. Z oglaševanjem preko različnih medijev bi se prepoznavnost skvoša med ljudmi gotovo povečala.

Pri zaključku moje analize sem spoznal, da ima skvoš zelo omejene možnosti pri večanju popularizacije v prihodnosti. Zato pa je toliko bolj pomembno, da ljudje, ki skrbijo za popularizacijo in razvoj skvoša, sprejmejo v prihodnosti take odločitve, ki bodo pri danih možnostih prinesle najboljši možen izid in popeljale skvoš v svetlo prihodnost.

## LITERATURA IN VIRI

- 1) Banka Slovenije. (b.l.). Devizni tečajji. Najdeno 15. septembra 2011 na spletnem naslovu [http://www.bsi.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=I2\\_10\\_AS&ti=2%2E10%2E1%2Ea%2E+Devizni+te%2E8aji+Banke+Slovenije+%2D+povpre%2E8ni+te%2E8aji&path=Database/slo/serije/02\\_fin\\_trgi/03\\_devizni\\_trg/&lang=12](http://www.bsi.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=I2_10_AS&ti=2%2E10%2E1%2Ea%2E+Devizni+te%2E8aji+Banke+Slovenije+%2D+povpre%2E8ni+te%2E8aji&path=Database/slo/serije/02_fin_trgi/03_devizni_trg/&lang=12)
- 2) BIT Center, d.o.o. (2010). *Letno poročilo* (interno gradivo). Ljubljana: BIT Center, d.o.o.
- 3) *Dobrodošli v Konex centru*. Najdeno 12. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.konex-center.si>
- 4) *Jakostna lestvica SQZS*. Najdeno 19. septembra 2011 na spletnem naslovu <http://www.squash.si/tekmovanja/jakostna-lestvica-clani>
- 5) Konex, d.o.o. (2010). *Letno poročilo* (interno gradivo). Ljubljana: Konex, d.o.o.
- 6) Magosport, d.o.o. (2007). *Letno poročilo* (interno gradivo). Ljubljana: Magosport, d.o.o.
- 7) *Olympic News*. Najdeno 20. julija 2011 na spletnem naslovu [http://squash2016.info/files/090817\\_Post%20Berlin%20Report.pdf](http://squash2016.info/files/090817_Post%20Berlin%20Report.pdf)
- 8) Pintar, D. (1989). *Squash*. Ljubljana: Fakulteta za telesno kulturo.
- 9) Prašnikar, J., & Domadenik, P. (2008). *Mikroekonomija*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- 10) *Skvoš – od zapora do steklenega igrišča*. Najdeno 19. septembra 2011 na spletnem naslovu [http://squash.konex-center.si/index.php?option=com\\_content&view=article&id=92&Itemid=174](http://squash.konex-center.si/index.php?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=174)
- 11) *Skvoš igrišča po Sloveniji*. Najdeno 24. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.squash.si/o-squashu/squash-igria-po-sloveniji-mainmenu-40>
- 12) Skvoš klub Murska Sobota. (2011) V *Poslovnem imeniku Bizi*. Najdeno 30. julija 2011 na spletni strani <http://www.bizi.si/SQUASH-KLUB-MURSKA-SOBOTA>
- 13) *Skvoš klubi*. Najdeno 24. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.squash.si/o-squashu/squash-klubi>
- 14) Squash. (2011) V *Wikipediji*. Najdeno 24. julija 2011 na spletni strani [http://en.wikipedia.org/wiki/Squash\\_\(sport\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Squash_(sport))
- 15) *Športni center BIT – Cenik*. Najdeno 24. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.bit-center.net/sl/pricelist/sports-center>
- 16) Športni klub Squashland. (2011) V *Poslovnem imeniku Bizi*. Najdeno 30. julija 2011 na spletni strani <http://www.bizi.si/SPORTNI-KLUB-SQUASHLAND>
- 17) ŠRD Sostro. (2010). *Letno poročilo* (interno gradivo). Ljubljana: ŠRD Sostro.
- 18) *Uradna pravila skvoša*. Najdeno 24. julija 2011 na spletnem naslovu [http://www.worldsquash.org/ws/wp-content/uploads/2011/09/110920\\_Singles-Rules-V6.pdf](http://www.worldsquash.org/ws/wp-content/uploads/2011/09/110920_Singles-Rules-V6.pdf)
- 19) Vučković, G. (2000). *Osnove squasha*. Ljubljana: Samozaložba.
- 20) Yarrow, P. (1997). *Squash: steps to success*. Champaign, United States of America: Human Kinetics.
- 21) *Zgodovina skvoša v Sloveniji*. Najdeno 15. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.spkrsnik.si/zgodovina-squasha-v-sloveniji>



22) *Zgodovina skvoša v svetu*. Najdeno 15. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.spkrsnik.si/zgodovina-squasha-v-svetu>



## **PRILOGA**



## Priloga: Rezultati ankete

Skupno število zapisov v anketi: 41

Skupni odstotek: 100 %

### 1. vprašanje: Kako si spoznal skvoš?

Tabela 1: Prikaz rezultatov 1. vprašanja

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Preko prijatelja ali znanca	27	65,9
Preko medijskih oglasov	0	0
Neposredno v športnem centru	10	24,4
Drugo	4	9,8

### 2. vprašanje: Katerega leta si začel igrati skvoš?

Tabela 2: Prikaz rezultatov 2. vprašanja

Izračun	Rezultat
Število odgovorov	41
Povprečje	2000,24
Standardni odklon	6,67
Srednja vrednost	1999
Minimum	1987
Maksimum	2010

### 3. vprašanje: Koliko si bil star, ko si začel igrati skvoš?

Tabela 3: Prikaz rezultatov 3. vprašanja

Izračun	Rezultat
Število odgovorov	41
Povprečje	21,83
Standardni odklon	7,87
Srednja vrednost	23
Minimum	6
Maksimum	47

#### 4. vprašanje: V katerem skvoš centru si odigral svojo prvo igro skvoša?

Tabela 4: Prikaz rezultatov 4. vprašanja

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
V Squashlandu	8	19,5
V Konexu	5	12,2
V Bitu	0	0
V ŠRD Sostro	0	0
Drugo	28	68,3

#### 5. vprašanje: V katerem skvoš centru zdaj največkrat igraš skvoš?

Tabela 5: Prikaz rezultatov 5. vprašanja

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
V Konexu	18	43,9
V Bitu	1	2,4
V ŠRD Sostro	2	4,9
Drugo	20	48,8

#### 6. vprašanje: Zakaj največkrat igraš skvoš ravno v tem skvoš centru? (Možnih je več odgovorov) (Povezava s prejšnjim vprašanjem)

Tabela 6: Prikaz rezultatov 6. vprašanja

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Zaradi ugodne ponudbe in ugodnih cen	9	22,0
Ker mi ta skvoš center lahko nudi še veliko drugih športnih in obšportnih dejavnosti	18	43,9
Ker lahko igram ob točno določeni uri	3	7,3
Ker so mi igrišča v tem skvoš centru najbolj všeč	16	39,0
Ker mi je všeč ambient in vzdušje tega skvoš centra	16	39,0
Ker v tem skvoš centru igrajo tudi vsi moji kolegi	23	56,1
Ker se v tem skvoš centru organizirajo skvoš turnirji	9	22,0
Zaradi prijaznosti osebja	14	34,2

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Pot do tega skvoš centra mi je najbližja ali najugodnejša	21	51,2
Ker ima ta skvoš center največ skvoš igrišč	7	17,1
Drugo	5	12,2

#### 7. vprašanje: V katerem skvoš klubu si registriran?

Tabela 7: Prikaz rezultatov 7. vprašanja

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Skvoš klub Bled	16	39,0
Skvoš klub igRaj Sevnica	0	0
Skvoš klub Konex	7	17,1
Skvoš klub Kranj	4	9,8
Skvoš klub Maribor	0	0
Skvoš klub Murska Sobota	3	7,3
Športni klub Squashland	8	19,5
Skvoš klub Škofja Loka	0	0
Skvoš klub Velenje	0	0
Nikjer nisem registriran	3	7,3

#### 8. vprašanje: Z lestvico od 1 – 5 oceni trditve, pri katerih imaš naslednje možnosti:

1 – sploh se ne strinjam

2 – ne strinjam se

3 – vseeno mi je

4 – strinjam se

5 – popolnoma se strinjam

- 8. a) Če se mi cene skvoš storitev zdijo previsoke, si bom raje omislil kakšen drug šport.

Tabela 8: Prikaz rezultatov 8. a vprašanja

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	20	48,8
Ne strinjam se	9	22,0
Vseeno mi je	5	12,2
Strinjam se	5	12,2
Popolnoma se strinjam	2	4,9

- 8. b) Pomembno mi je, da je v skvoš centru na voljo še veliko drugih športnih dejavnosti.

*Tabela 9: Prikaz rezultatov 8. b vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	8	19,5
Ne strinjam se	7	17,1
Vseeno mi je	11	26,8
Strinjam se	10	24,4
Popolnoma se strinjam	5	12,2

- 8. c) Pomembno mi je, da imam v skvoš centru možnost igranja ob točno določeni uri.

*Tabela 10: Prikaz rezultatov 8. c vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	2	4,9
Ne strinjam se	1	2,4
Vseeno mi je	11	26,8
Strinjam se	20	48,8
Popolnoma se strinjam	7	17,1

- 8. d) Pomembna mi je kvaliteta skvoš igrišča.

*Tabela 11: Prikaz rezultatov 8. d vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	1	2,4
Ne strinjam se	0	0
Vseeno mi je	3	7,3
Strinjam se	17	41,5
Popolnoma se strinjam	20	48,8

- 8. e) Pomemben mi je ambient in prostorska ureditev v skvoš centru.

*Tabela 12: Prikaz rezultatov 8. e vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	2	4,9
Ne strinjam se	3	7,3
Vseeno mi je	8	19,5
Strinjam se	18	43,9
Popolnoma se strinjam	10	24,4



- 8. f) Pomembno mi je, da imam v skvoš centru kolege, s katerimi lahko skupaj igramo skvoš in se družimo.

*Tabela 13: Prikaz rezultatov 8. f vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	2	4,9
Ne strinjam se	2	4,9
Vseeno mi je	2	4,9
Strinjam se	14	34,1
Popolnoma se strinjam	21	51,2

- 8. g) Skvoš turnirji so pomemben dejavnik pri popularizaciji tega športa.

*Tabela 14: Prikaz rezultatov 8. g vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	0	0
Ne strinjam se	5	12,2
Vseeno mi je	2	4,9
Strinjam se	12	29,3
Popolnoma se strinjam	22	53,7

- 8. h) Pomembna mi je lokacija skvoš centra.

*Tabela 15: Prikaz rezultatov 8. h vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	2	4,9
Ne strinjam se	2	4,9
Vseeno mi je	14	34,1
Strinjam se	11	26,8
Popolnoma se strinjam	12	29,3

- 8. i) Pomembna mi je prijaznost osebja v skvoš centru.

*Tabela 16: Prikaz rezultatov 8. i vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	1	2,4
Ne strinjam se	0	0
Vseeno mi je	4	9,8
Strinjam se	23	56,1
Popolnoma se strinjam	13	31,7

- 8. j) Želim si, da bi v skvoš centrih bilo več skvoš igrišč.

*Tabela 17: Prikaz rezultatov 8. j vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	1	2,4
Ne strinjam se	0	0
Vseeno mi je	3	7,3
Strinjam se	12	29,3
Popolnoma se strinjam	25	61,0

- 8. k) V Ljubljani je premalo skvoš igrišč.

*Tabela 18: Prikaz rezultatov 8. k vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	1	2,4
Ne strinjam se	1	2,4
Vseeno mi je	9	21,9
Strinjam se	8	19,5
Popolnoma se strinjam	22	53,7

- 8. l) V Ljubljani je premalo skvoš centrov.

*Tabela 19: Prikaz rezultatov 8. l vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	1	2,4
Ne strinjam se	1	2,4
Vseeno mi je	10	24,4
Strinjam se	10	24,4
Popolnoma se strinjam	19	46,3

- 8. m) V Sloveniji je premalo skvoš klubov.

*Tabela 20: Prikaz rezultatov 8. m vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sploh se ne strinjam	3	7,3
Ne strinjam se	2	4,9
Vseeno mi je	9	21,9
Strinjam se	10	24,4
Popolnoma se strinjam	17	41,5

### 9. vprašanje: Najraje kupim...

*Tabela 21: Prikaz rezultatov 9. vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Sezonsko karto	16	39,0
Terminsko karto	5	12,2
Paket ur (npr. 10+1 karta)	4	9,8
Posamezno uro	12	29,3
Drugo	4	9,8

**10. vprašanje: Ob kateri uri najraje igraš skvoš med tednom?***Tabela 22: Prikaz rezultatov 10. vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
V dopoldanskem času do 12. ure	2	4,9
Med 12. in 15. uro	2	4,9
Med 15. in 18. uro	13	31,7
Med 18. in 21. uro	23	56,1
Po 21. uri	1	2,4

**11. vprašanje: Koliko ur prostega časa porabiš za skvoš v enem tednu?***Tabela 23: Prikaz rezultatov 11. vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
Do 2 uri	13	31,7
2 – 5 ur	12	29,3
5 – 10 ur	16	39,0
Več kot 10 ur	0	0

**12. vprašanje: Kolikokrat na teden igraš skvoš?***Tabela 24: Prikaz rezultatov 12. vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
1-krat	8	19,5
1 – 2 krat	8	19,5
2 – 3 krat	15	36,6
3 – 5 krat	10	24,4

**13. vprašanje: Koliko denarja nameniš za skvoš v enem letu?***Tabela 25: Prikaz rezultatov 13. vprašanja*

Odgovor	Število odgovorov	Odstotek (v %)
100 – 500 EUR	24	58,5
500 – 1.000 EUR	9	21,9
1.000 – 1.500 EUR	2	4,9
1.500 – 2.000 EUR	2	4,9
Več kot 2.000 EUR	4	9,8

