

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**MOŽNOSTI ZA RAZVOJ ŠPORTNIH PRIPRAV IN ŠPORTNEGA
TURIZMA V LJUBLJANSKI REGIJI**

Ljubljana, september 2019

BRINA MLJAČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Brina Mljač, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Možnosti za razvoj športnih priprav in športnega turizma v ljubljanski regiji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Tomažem Čatrom

IZJAVLJAM

- 4 da sem predloženo delo pripravila samostojno;
- 5 da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
- 6 da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
- 7 da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
- 8 da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
- 9 da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
- 10 da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
- 11 da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
- 12 da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
- 13 da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 ŠPORTNI TURIZEM IN ŠPORTNE PRIPRAVE	2
1.1 Opredelitev športa, turizma in športnega turizma	2
1.2 Zgodovina športnega turizma	9
1.2.1 Starodavni svet	10
1.2.2 Srednji vek in renesansa	10
1.2.3 Predmoderna doba (1600–1800)	10
1.2.4 19. in zgodnje 20. stoletje	11
1.2.5 Moderne olimpijske igre	11
1.3 Športni turizem v Sloveniji	12
1.4 Športne priprave	13
2 TRŽENJE V TURIZMU, TRŽENJE DESTINACIJ	14
2.1 Trženje v turizmu	14
2.2 Trženje destinacij	15
2.3 Trženje športnega turizma in športnih priprav	16
3 PREDSTAVITEV JAVNEGA ZAVODA ŠPORT LJUBLJANA	17
3.1 Zgodovina Javnega zavoda Šport Ljubljana	19
3.2 Poslanstvo in vizija Javnega zavoda Šport Ljubljana	19
3.3 Zgodovina stadiona ŽAK v Šiški	20
4 METODOLOGIJA RAZISKAVE	20
4.1 Raziskovalna vprašanja	20
4.2 Vzorčenje	21
4.3 Opis vzorca	21
4.4 Zbiranje podatkov	24
5 REZULTATI RAZISKAVE	24
5.1 Razlogi za obisk določenih krajev za športne priprave	25
5.2 Obisk Slovenije in Ljubljane ter možnosti za razvoj športnih priprav pri nas	33
5.3 Pomembna infrastruktura za izvedbo športnih priprav in kaj bi pripomoglo k povečanju števila le teh	37
6 DISKUSIJA NA TEMELJU RAZISKAVE	45
SKLEP	49
LITERATURA IN VIRI	51
PRILOGE	55

KAZALO TABEL

Tabela 1: Parki in centri Športa Ljubljana	17
Tabela 2: Struktura anketirancev v raziskavi glede na spol.....	23
Tabela 3: Obisk poletnih športnih priprav	26
Tabela 4: Obisk zimskih športnih priprav.....	29
Tabela 5: Razlogi za obisk določenih krajev za športne priprave.....	32
Tabela 6: Obisk Slovenije	33
Tabela 7: Obisk Ljubljane.....	33
Tabela 8: Odstotek ljudi, ki so že bili v Sloveniji na športnih pripravah	34
Tabela 9: Odstotek ljudi, ki so že bili v Ljubljani na športnih pripravah	34
Tabela 10: Razlogi za obisk Ljubljane za športne priprave	35
Tabela 11: Kakšni so razlogi, da se anketiranci še niso odločili priti v Ljubljano na športne priprave	35
Tabela 12: Pomembnost krožne 200-metrške dvorane na športnih pripravah.....	38
Tabela 13: Pripravljenost obiska Ljubljane za športne priprave ob možnosti uporabe krožne 200-metrške dvorane	39
Tabela 14: Opredelitev anketirancev do razlogov za možnost obiska drugih krajev za športne priprave.....	40
Tabela 15: Obiskovanje kopališč kot možnost regeneracije ali drugačne vrste treninga ...	42
Tabela 16: Obisk različnih stadionov, kopališč, fitnessov idr. na športnih pripravah	42
Tabela 17: Vrednosti višine zneska športnih priprav	43
Tabela 18: Opredelitev anketirancev do trditve, da nižje cene povečajo možnost prihoda k nam na športne priprave	43
Tabela 19: Za potrebe športnih priprav je potreben stadion	44
Tabela 20: Kateri sklop disciplin anketiranci poučujejo	45

KAZALO SLIK

Slika 1: Tipi turizma	5
Slika 2: Države, iz katerih prihajajo anketiranci (v %)	22
Slika 3: Skica atletskega centra ŽAK za prihodnost	37

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik v slovenskem jeziku	1
Priloga 2: Anketni vprašalnik v angleškem jeziku	6
Priloga 3: Tabela cen športnih priprav	11

SEZNAM KRATIC

ang. – angleško

slov. – slovensko

ŠRC – športno-rekreativni center

ŽAK – železniški atletski klub

MOL – Mestna občina Ljubljana

IAAF – (angl. International Association of Athletics Federations); mednarodna atletska zveza

EUR – evro

UVOD

V dokumentu strategije trajnostne rasti slovenskega turizma v letih 2017–2021 zasledimo analizo, ki poudarja, da sta zdraviliški turizem in turizem dobrega počutja postala nekakšna turistična niša od leta 2012 naprej. Potniki si želijo doživetij, ki so očarljiva in obenem zdrava. Ponudbe morajo torej vključevati objekte in aktivnosti, ki pripomorejo k duševnemu in fizičnemu zdravju v povezavi s sproščenostjo in zabavo (Mihalič in drugi, 2017). Sem spada tudi športni turizem, saj je splošno znano, da je aktivno življenje koristno za zdravje. Športni turizem je vedno bolj v porastu, saj se ljudje ob počitnikovanju tudi vse več športno udeležujejo.

V Ljubljani je športnega turizma razmeroma malo, saj obiskovalci pridejo v slovensko prestolnico predvsem na ogled znamenitosti in centra mesta na splošno. Se pa je naša športna infrastruktura že tako močno razvila, da bi se lahko začel malo bolj razvijati tudi naš športni turizem. Kot vemo, se športniki redno odpravljajo na športne priprave v svojem pripravljalnem obdobju. Delali bi lahko na tem, da bi njihova izbira lahko bila tudi mesto Ljubljana. Možnosti za to bi se lahko povečale predvsem v zimskem času in z izgradnjo nove infrastrukture. K temu pa bi pripomoglo tudi ustrezno dodatno trženje destinacije.

V Sloveniji si aktivno prizadevamo k povečanju turizma in s tem pridobivanju višjih denarnih sredstev. S športnimi pripravami v Ljubljani bi tako lahko povečali športni turizem ter poleg tega tudi samo Ljubljano promovirali kot športno destinacijo. Zato sem se odločila, da je namen moje raziskovalne naloge pomagati instituciji Šport Ljubljana priti do večje prepoznavnosti in večjih dobičkov s pomočjo pridobivanja financ slovenskih in tujih atletov. S tem bi lahko pripomogla k povečanju športnega turizma in turizma na splošno v občini Ljubljana. Kot aktivna atletinja prav tako menim, da bi prihod tujih atletov pripomogel tudi k našim športnikom in društvom. Z njihovim prihodom bi društva pridobila večjo zasedbo na tekmovanjih, ki jih organizirajo, atleti pa bi dobili večjo in bolj raznoliko konkurenco tako na treningih kot tekmovanjih. Ob tem bi se lahko povečala tudi motivacija atletov.

Cilji mojega raziskovalnega dela so:

- Ugotoviti, zakaj se trenerji in športniki odpravljajo v določene kraje na športne priprave.
- Ugotoviti, česa nam v Sloveniji/Ljubljani primanjkuje kot konkurenčni destinaciji za športne priprave atletov.
- Ugotoviti, s čim bi atlete in trenerje lahko privabili k nam.

Moje magistrsko delo je sestavljeno iz teoretičnega in empiričnega dela. Najprej se osredotočim na analitičen pregled literature, strokovnih revij in člankov, poročil ter internetnih strani. V začetku magistrskega dela predstavim pojme šport, turizem in športni turizem ter kako je ta pri nas razvit. Nato pojasnim še pojem športnih priprav in kaj te

doprinesejo k športnemu turizmu. Na kratko opišem trženje destinacije ter trženje športnega turizma in športnih priprav. Ker se celotno magistrsko delo navezuje na povečanje športnega turizma v Ljubljani, v nadaljevanju predstavim tudi Javni zavod Šport Ljubljana. Nato se posvetim svoji raziskavi, opredelim vsa pomembna dejstva ter analiziram zastavljena anketna vprašanja. Na koncu predstavim še predloge in ideje, ki bi bili primerni za razvoj športnih objektov in športnega turizma v Ljubljani, ter odgovorim na zastavljena raziskovalna vprašanja.

Sestavila sem 5 raziskovalnih vprašanj:

- Ali turisti Ljubljano raje obiščejo za ogled kulture in znamenitosti in ne kot destinacijo za športne priprave?
- Ali bi razvoj in modernizacija športne infrastrukture ter povezava med njimi pripomogla k razvoju športnega turizma in športnih priprav?
- Ali je zdajšnja infrastruktura primerna za izvajanje športnih priprav pri nas?
- Ali je krožna 200-metrška dvorana pomemben dejavnik pri izbiri destinacije za športne priprave atletov v zimskem obdobju?
- Ali cena športnih priprav predstavlja pomemben dejavnik pri odločanju o izbiri najboljše destinacije za športnike?

V magistrskem delu sem uporabila tako sekundarne kot primarno pridobljene podatke. Sekundarnih podatkov je bilo dokaj malo, predvsem o športnih pripravah in kako te potekajo. Zato sem se odločila za primarno zbiranje podatkov – bolj natančno, za metodo raziskovanja z anketnimi vprašalniki o tem področju. Osredotočila sem se na atletske trenerje iz evropskih držav in jih spraševala, kaj jim je pri organiziranju športnih priprav najbolj pomembno, kaj je tisto, kar najbolj potrebujejo – ali so to športni objekti ali je to lokacija, mogoče tudi cena nastanitve, izbira hrane, podnebje in ostalo.

1 ŠPORTNI TURIZEM IN ŠPORTNE PRIPRAVE

1.1 Opredelitev športa, turizma in športnega turizma

Šport (2014, str. 698) lahko najprej opredelimo s pomočjo Slovarja slovenskega knjižnega jezika. Pojem šport je predstavljen kot »po ustaljenih pravilih izvajana telesna dejavnost za krepitev telesne zmogljivosti, tekmovanje, razvedrilo«.

Ljudje so se od nekdaj gibal v svojem prostem času. Kasneje sta se to gibanje in igra prelevila v šport, ki so ga najprej predstavljali na lokalnih festivalih, kasneje pa tudi na lokalnih ter internacionalnih tekmovanjih in ligah. Tako je postajal šport nekakšen produkt gledalcev. Iz tega so se nato razvile olimpijske igre ter različni svetovni pokali ekipnih športov. Šport je postal del nas in se nas na neki točki dotakne ali kot gledalca ali

tekmovalca/udeleženca. Seveda pa šport primarno obstaja, ker si ljudje želimo aktivno sodelovati v njem. Brez tega športa ne bi bilo (Beashel & Taylor, 1996).

Beashel in Taylor (1996) športno dejavnost razdelita v štiri glavne skupine:

- tekmovalne športne dejavnosti – sem spadajo športne igre (predvsem ekipni športi), atletika, plavanje;
- športne dejavnosti v naravi ali pustolovske dejavnosti – sem spadajo plezanje, gorsko kolesarjenje, kajakaštvo;
- estetske športne dejavnosti – dejavnosti, pri katerih je pomembna estetika, kot na primer ples, ritmična gimnastika, drsanje;
- kondicijske dejavnosti, kot sta tek in aerobika.

Malo bolj razširjena definicija športa predstavlja šport kot prostovoljno prostočasno tekmovalno in ne-tekmovalno dejavnost. Pri tem se posameznik ukvarja s športom zaradi igralnih nagibov ter razvedrila ob hkratnem povečanju oziroma ohranjanju telesne zmogljivosti. Tekmovanje pa se izraža kot tekmovalstvo s samim seboj, tekmovalstvo z drugimi in tekmovalstvo z naravo (Kristan, 2000).

Iz večine pojmovanj o športu lahko sklenemo, da je šport ali športna dejavnost prostovoljne narave, ki se odvija po vnaprej določenih pravilih ter ljudem predstavlja zadovoljstvo, zabavo, veselje in hkrati možnost izboljšanja oziroma ohranjanja telesne zmogljivosti posameznika (Škof, 2010).

Šugman, Bednarik in Kolarič (2002) šport po definiciji CIEPS-a Športnega manifesta iz leta 1968 opredelijo kot telesno dejavnost, ki mora imeti značaj igre in možnost boja samega s seboj, z drugimi tekmovalci ali pa z naravo. Športa pa tudi ni brez fair play-a. To so štiri glavne značilnosti definicije športa, torej telesna dejavnost, boj, igra in fair play.

Športniki so tisti, ki sodelujejo v športu, aktivno ali pasivno. Aktivnih športnikov je precej manj, saj več ljudi šport gleda, kot pa v njem aktivno sodeluje (Kampahorst & Roberts, 1989, v Standeven & De Knopp, 1999, str. 70).

Standeven in De Knopp (1999) se opredelita tudi do infrastrukture, ki je izjemnega pomena za udeležanje športa. Faktorji, potrebni za izvajanje športne dejavnosti, so tako različne naravne značilnosti, kot so parki, gore, plaže in morje; storitve, kot so trenerstvo, nakupovanje, administracija; zabava, kot so dogodki in tekmovalstvo; promet oziroma prevozna sredstva; zgrajeni objekti, kot so arene, stadioni, bazeni; dediščina, kamor spadajo muzeji in zgodovinske športne stavbe; ter organizacije, kot so prostovoljna društva, združenja, vodstveni organi, društva oziroma klubi in drugi.

Pojem **turizem** smo slišali že velikokrat, tisti najbolj osnovni pomen tega pojma pa so nas učitelji učili že v osnovni šoli, kjer smo turizem spoznali kot gospodarsko dejavnost, ki

temelji predvsem na potovanju ljudi za oddih, razvedrilo ali poslovno dejavnost. Turist je tisti, ki je obiskal sosednjo vas, ali pa tujec, ki je k nam prišel zaradi naravne ali kulturne zanimivosti, lahko tudi zabave, sproščanja ali športa (Tomassini & Janžekovič, 2015).

Svetovna turistična organizacija (ang. World Tourism Organization, v nadaljevanju WTO) omenja turizem kot tisto, kar vodi ekonomsko rast, razvoj in trajnostno okoljsko rast. Turizem postaja, oziroma kar ostaja, eno najhitreje rastočih ekonomskih sektorjev. V velikem številu razvijajočih se držav prav tako predstavlja enega glavnih virov prihodkov. Zato je tudi vedno več konkurence pri ponudbi destinacij (WTO, brez datuma).

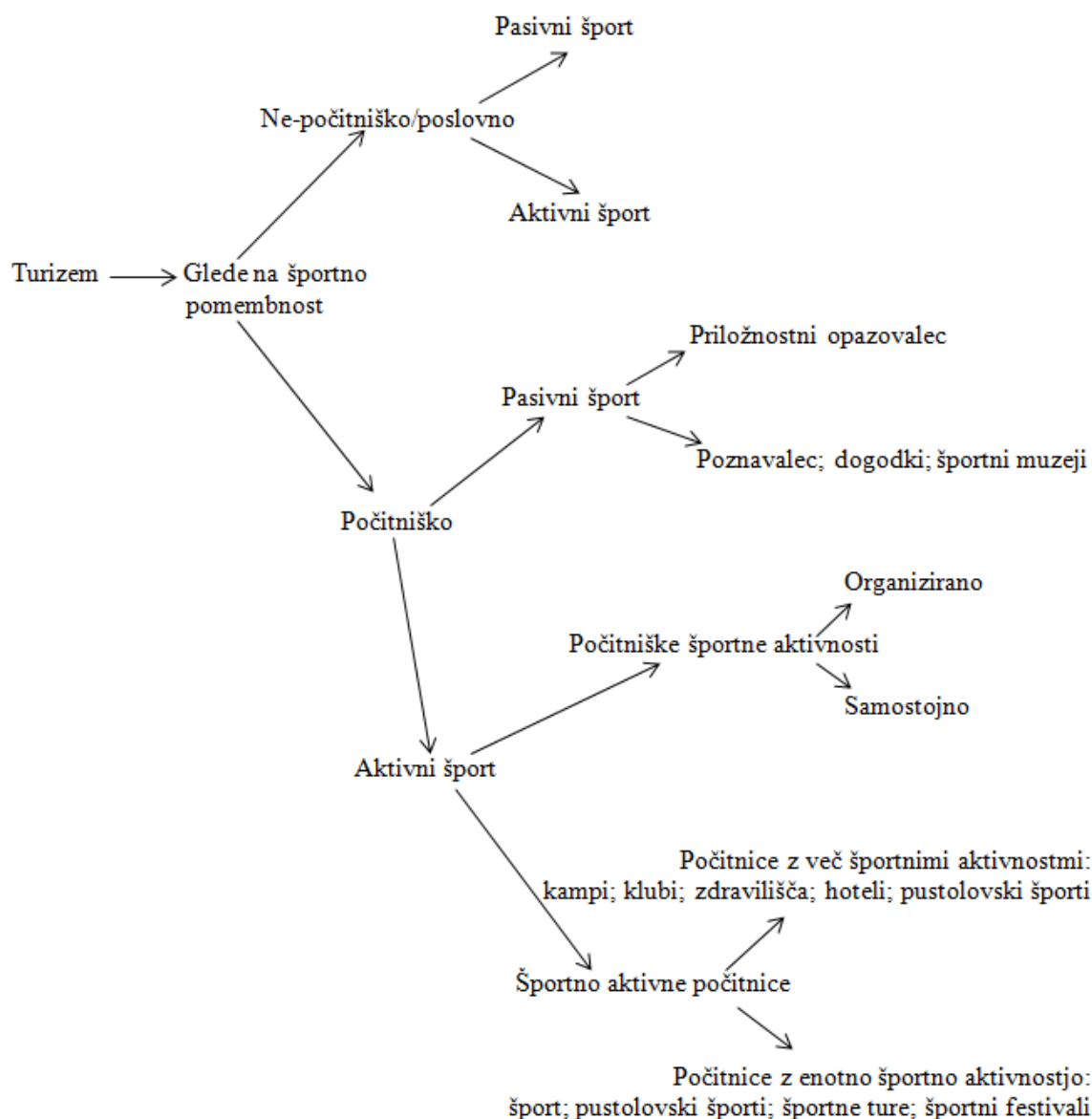
Joy Standeven in Paul De Knopp (1999) sta bila med prvimi, ki sta začela opisovati, kaj **športni turizem** sploh je in kdo je športni turist. Predstavita nam nekakšen miselni vzorec, iz katerega je razvidno, da je športni turist lahko aktiven ali pasiven. Pri tem vidimo, da je aktivni športni turist tisti, ki sodeluje v športno aktivnih počitnicah, kjer je šport glavni namen potovanja, ali pa sodeluje v počitniških športnih aktivnostih, kjer se šport pojavi brez prvotnega načrtovanja.

Športno aktivne počitnice sta Standeven in De Knopp (1999) razdelila na dva dela, kjer prvi del predstavlja počitnice s samo eno obliko športa, ki prevlada na potovanju, drugi del pa predstavlja počitnice z množico športov, kjer je sodelovanje v več različnih športih pomembno za boljšo počitniško izkušnjo. Sodelovanje v počitniških športnih aktivnostih razdelita na tiste, ki so organizirane in v katerih naključno sodelujemo, kot so na primer igre na plaži, ter na zasebne športne aktivnosti, kot so sprehajanje ali pa na primer igranje golfa.

Če omenimo še pasivne športne turiste, avtorja te razdelita na tiste, ki imajo kot opazovalci veliko pasivno vpletenost v neko športno dejavnost in jo spremljajo kot gledalci ali uradniki. Drugi pa so priložnostni opazovalci, ki uživajo ob gledanju športnih dejavnosti, ki se slučajno dogajajo času njihovega počitnikovanja, vendar to ni pogojeno z izbiro počitnic (Standeven & De Knopp, 1999).

Omenjene delitve so prikazane na sliki 1.

Slika 1: Tipi turizma



Vir: Standeven & De Knopp (1999)

Imamo torej dve kategoriji športnega turizma: potovanje za sodelovanje v športu ter potovanje za gledanje športa. Šport in turizem je potrebno obravnavati kot kulturno doživetje, kjer šport predstavlja kulturno doživetje fizične aktivnosti, turizem pa kulturno doživetje kraja. Tako je športni turizem doživetje fizične aktivnosti, povezane z doživetjem kraja (Standeven & De Knopp, 1999, str. 58).

Prav tako sta Standeven in De Knopp (1999, str. 63–65) oblikovala dvodimenzionalno shemo športnega turizma, ki je enako bazirala na doživetju fizične aktivnosti in kraja. Uporabila sta dva kriterija: narava športnega doživetja, ki je lahko okoljska ali medosebna; in narava turističnega doživetja, ki je lahko naravna ali umetna (narejena s strani ljudi). Udeleženec lahko da prednost kateremukoli doživetju. Če za primer vzamemo pohodništvo,

je za nekega posameznika ali skupino to edina namera za turistično potovanje, za drugega pa zgolj naključno dejanje na počitnikovanju. Klasifikacija se tako osredotoča na naravo izkušenj športnega turizma in ne na udeleženca ali oblike sodelovanja. Shema ponazarja turistične vire, kot so obalni, krajinski, zgodovinski, kulturni in zabavni na strani turistične izkušnje, ter okoljski in medosebni na strani športne izkušnje, kamor pod okoljsko izkušnjo spada tisto kar je naravno ali umetno, pod medosebno pa spadata boj in tekmovanje. Njun koncept sloni na tem, da je šport lahko izražen kot kulturno doživetje fizične aktivnosti in turizem kot kulturno doživetje kraja.

Hinch in Higham (2001) sta športni turizem definirala kot potovanje, ki temelji na športu. To potovanje mora biti izven domačega okolja in časovno omejeno, kjer pa je šport predstavljen z edinstvenim sklopom pravil in je tekmovanje povezano s fizičnim procesom ter je igrive narave. Ob tem sta Kurtzman in Zauhar (2000) športni turizem aktivnosti predstavila v dveh možnostih. Lahko je rekreacijske ali tekmovalne narave.

Gibson (1998) je športni turizem predstavila v treh glavnih domenah: aktivni športni turizem (ang. active sport tourism), športni turizem dogodkov (ang. event sport tourism) ter nostalgični turizem (ang. nostalgia sport tourism). Prva domena se navezuje na športnike, ki potujejo zato, da sodelujejo v športu oziroma tekmujejo; druga domena se navezuje na ljudi, ki potujejo zato, da se udeležujejo velikih športnih dogodkov, kot so svetovna prvenstva, olimpijske igre in ostala tekmovanja; tretja domena pa se navezuje na ljudi, ki potujejo zato, ker si želijo obiskati športne muzeje, znane športne objekte, tematsko športno obarvane izlete, dvorane slavnih itd., torej potujejo zaradi želje po obisku znanih, s športom povezanih znamenitosti. Ob tem športni turizem primerno definira kot potovanje v prostem času, ko so posamezniki začasno zunaj svojega domačega okolja in sodelujejo v fizičnih aktivnostih, si ogledujejo fizične aktivnosti ali pa si ogledujejo znamenitosti, ki so povezane s fizičnimi aktivnostmi.

Kasneje je prispevek k definiciji športnega turizma pripravil tudi Pigeassou (2004). Ta meni, da je športni turizem ekonomska in družbena aktivnost na razpotju med športom in turizmom. Pravi, da je športni turizem segment turizma, s katerim so njegovi ekonomski prispevki močno porasli v zadnjih desetletjih. Doživetje športne kulture tako vpliva tudi na izbiro destinacije. Potrebno pa je razlikovati med željo po športnih dejavnostih na počitnicah in športnim turizmom. Prva se navezuje na aktivnost, za katero se odločimo na licu mesta in tisto, ki nam tisti trenutek najbolj ustreza. Druga pa se navezuje na počitnice, za katere se odločimo zaradi želje po doživetju športne kulture. Doživetje športne kulture ima več oblik. Ob tem je predstavil štiri tako imenovane družine:

- Treniranje fizičnih sposobnosti in/ali športnih aktivnosti.
- Sodelovanje na dogodku ali razstavi povezani s športom – tekmovanja, razstave, šovi, turnirji. Tukaj je pomemben tudi čustveni pristop.

- Znanje in/ali spominjanje se zgodovinskih in sodobnih športnih dogodkov – predstavlja bolj kognitivni pristop k športni kulturi. To se kaže predvsem v radovednosti in strasti ljudi do določenega športa.
- Sodelovanje v športni administraciji – potovanje kot turist, pri čemer so ljudje odgovorni za športno administracijo ali za treninge in treniranje, npr. osebje športnega tima.

Zasledila sem tudi članek, ki govori o tem, da športni turizem lahko tako imenujemo le, ko se osredotoča na tekmovalni šport, kot so atletika, nogomet, košarka itd., ne pa tudi na rekreativne aktivnosti, kot sta na primer skok s padalom in rekreativna hoja. Eden izmed glavnih problemov pri definiciji športnega turizma je tako motivacija za sodelovanje. Ta mora biti načrtna in glavni vzrok pri odločitvi za takšno potovanje (Deery, Jago & Fredline, 2004).

Šport v turizmu definirajo tudi Berčič, Sila, Slak in Pintar (2010). Najprej interpretirajo oblike športa, ki se nato povežejo s turizmom. Tako ločijo tri osnovne oblike – športna rekreacija, tekmovalni in vrhunski šport ter športna vzgoja. Športna rekreacija lahko predstavlja aktivni oddih, lahko kot zdravstveno preventivni ali pa le kot rekreativno gibanje (plavanje, smučanje, tek na smučeh itd.). V tekmovalni in vrhunski šport spadajo športniki, ki potujejo na različna tekmovanja, spremljevalci, ki spremljajo športnike, to so trenerji, menedžerji, zdravniki, fizioterapevti in drugi, ter gledalci, ki si ogledujejo različna tekmovanja, prvenstva, turnirje, svetovne pokale, olimpijske igre. Športno vzgojo pa predstavljajo predvsem športni dnevi, šole v naravi, šolska športna tekmovanja in drugo. Vse to spada pod pojem športni turizem.

Nekaj let kasneje Maravič, Bednarik in Lesjak (v Plevnik, Retar, Pišot & Obid, 2015) v svoji raziskavi o konkurenčnosti slovenskih športno turističnih destinacij (ang. Analysis of the Competitiveness of Slovenian Sport Tourism Destinations) trdijo, da se športni in aktivni turizem nanaša na turiste, ki potujejo z razlogom sodelovanja v športnih aktivnostih. Med športne turiste, tiste, ki odhajajo na potovanja zaradi športnih prireditvev, pa ne štejejo tudi vrhunskih športnikov, ki se udeležujejo tekmovanj, ter delavcev na prireditvah. Te uvrščajo v posebno skupino, v skupino poslovnih športnih turistov, saj so tekmovanja in delo na takih prireditvah njihova služba oziroma poklic.

Gibsonova (1998) se v svojem delu malo bolj dotakne tudi športnega turizma dogodkov. Pravi, da ima ta veliko pozitivnih posledic. Zaradi obiska kakšnega velikega dogodka se ljudje lahko vračajo nazaj na kraj, kjer je dogodek potekal, na drugačne počitnice, ali pa dogodek zaradi velikega ogleda pritegne tudi ostale ljudi na počitnikovanje v te kraje. Takšen dogodek nekako promovira kraj, kjer se je vse dogajalo.

Ker se je želelo, da bi veliki dogodki, kot so olimpijske igre, ustvarili željo ljudi obiskati ta kraj oziroma skupnost, sta se začela prepletati športni turizem dogodkov ter nostalgичni turizem. Obiskovalci si želijo ogledati stadione in prizorišča, kjer so tekmovanja potekala

oziroma kjer bodo potekala. Zato je veliko prizorišč odprtih tudi za obiskovalce, ki si jih tako lahko ogledajo ali pa celo preizkusijo. Vse to predstavlja nostalgični turizem, kot ga je opisala Gibsonova (1998), s prepletanjem športnega turizma dogodkov.

Getz in McConnell (2011) sta se v svojem članku osredotočila tudi na turizem športnih dogodkov, pri čemer sta analizirala dogodek rekreativnih gorskih kolesarjev, ki traja več dni. Zelo zanimiva ugotovitev se nanaša na starost udeležencev. Iz raziskave sta razbrala, da se različnih športnih dogodkov udeležijo predvsem starejši športniki nad tridesetim letom starosti. Tako opazimo močno razliko med starostjo športnikov v svetu nasploh ter starostjo športnikov, ki se udeležujejo športnih dogodkov tudi izven svojih krajev. Tukaj najdeta še možnosti za razvoj športnega turizma športnih dogodkov. Seveda pa ne smemo pozabiti, da so rezultati precej logični, saj, kot omenjata tudi Getz in McConnell (2011), je potreben malo večji strošek za obisk različnih krajev in plačilo štartnin za take dogodke. Če bi želeli povečati prihod mlajših tekmovalcev, bi morali nujno vzeti v obzir tudi ta dejavnik. V omenjenem članku pa opomnita tudi na to, da resni športni turisti pogosto razvijejo svoj portfelj športnih tekmovanj, ki navadno izpolnjujejo podobne potrebe med seboj. V svoji raziskavi samo še potrđita trditev Gammona, da so aktivni športni turisti tisti, ki potrebujejo tekmovanja, oziroma želijo tekmovati ter izboljšati svoje fizične sposobnosti.

Kot vidimo, je velik poudarek pri razlagi in definiranju športnega turizma namenjen turizmu športnih dogodkov. Predvsem se veliko raziskav obrača na organizacijo velikih dogodkov, kot so olimpijske igre, svetovna prvenstva, svetovni pokali, največji maratoni na svetu itd.

Kaplanidou in Vogt (2010) pa sta se želela osredotočiti tudi na manjše športne dogodke, saj verjameta, da tudi ti veliko pripomorejo k povečanju športnega turizma. Raziskavo sta naredila na kolesarjih, večinoma moških, ki so bili stari med 19 in 80 let in so aktivni športni turisti. Želela sta ugotoviti, kaj jih pritegne k takim dogodkom. V obzir sta vzela dva dogodka in po koncu s športniki naredila raziskavo. Ugotovila sta, da ljudje obožujejo naravo, v kateri kolesarijo, in se takih dogodkov udeležujejo zaradi svojega zdravja in neke privlačnosti k fizičnemu naporu, ki jim daje užitek. Ob tem želita trgovcem, ki se ukvarjajo s promocijo krajev, destinacij in dogodkov, na podlagi ugotovitev sporočiti, da je pametno samo promocijo povezati z izpopolnjevanjem in zdravo aktivnostjo. Udeležencem športnih dogodkov je potrebno prikazati zanimive vsebine, vsebine, ki takšne športne navdušence pritegnejo k obisku.

Pokazalo se je, da ima športni turizem velik vpliv na ekonomijo, ne samo v primeru gostovanja velikih dogodkov, kot so na primer olimpijske igre, temveč tudi pri razvoju športnih resortov ter športnih atraktivnosti (Kurtzman & Zauhar, 2000).

Športni turizem je postal ogromen in pomemben posel za ekonomsko in trženjsko strategijo za destinacije, hotelirje, resorte, dogodke in korporacije. Vedno več je priložnosti, ki so povezane z dogodki in aktivnimi športnimi potovalnimi paketi, saj tudi vedno več ljudi išče

izkušnje za izboljšanje svojega življenja ter za povečanje svojih fizičnih sposobnosti. Pomembno je, da odgovorni v različnih industrijah, športih in turizmu pri organiziranju velikih športnih dogodkov sodelujejo med seboj in s tem pridejo do skupnih rešitev, torej kaj potrošniki potrebujejo ter kaj vse lahko šport doprinese turističnim destinacijam. To zahteva predvsem razumevanje obstoječih in nastajajočih trgov športnega turizma (Higham, 2005).

Raziskave so pokazale, da je skozi leta vse več potovanj zaradi športnega turizma oziroma vedno več je športnih turistov. Vsako leto je narejenih vsaj 12 milijonov športno turističnih potovanj, kar predstavlja kar 14 % delež globalnih potovanj in turističnega trga nasploh. Te številke se vsakoletno še dvigujejo. Beckford (predsednik organizacije Business of Sport in publicist Usaina Bolt) pravi, da bi prav zaradi tega morali na Karibih začeti s promocijo športnega turizma in športnih legend tistega področja, kar bi jim prineslo tudi veliko prihodkov (Springer, 2012). Na enak način bi lahko njegovo trditev preneseli na primer Slovenije, ki je postala veliko bolj prepoznavna zaradi velikih imen v svetu športa, kot so Tina Maze, Peter Prevc, Luka Dončić, Goran Dragič, Primož Kozmus, Primož Roglič in drugi.

1.2 Zgodovina športnega turizma

Prvi poizkus obrazložitve športnega turizma je bil verjetno s strani Glyptis (v Weed & Bull, 2009) po tem, ko je naredila raziskavo med športom in turizmom v petih evropskih državah. Predlagala je pet različnih tipov potrošnikov: športno treniranje, »up market« športne počitnice (športne počitnice na trgu), aktivne počitnice, športne priložnosti na običajnih počitnicah ter ogled športa/tekem. Čeprav so bili tipi predstavljeni s strani povpraševanja, so kasneje ugotovili, da bolj predstavljajo ponudbo športnih počitnic. Dva glavna koncepta, ki ju je predstavila Glyptis, pa poudarjata, da je športni turizem lahko aktiven ali pasiven. O aktivnem govorimo, ko so stranke same vpletene v različne aktivnosti, o pasivnem pa, ko je stranka le gledalec. Prav tako omenja tudi delitev, kjer je strankin primarni namen počitnic udeležba v športnih dejavnostih ali pa je ta le naključna in imajo počitnice druge glavne namene (npr. sprostitve).

Šport poznamo že od antične Grčije. Začetki so v bistvu predstavljali urjenje vojaka, ki je moral biti spreten, poslušen, socializiran in telesno vzdržljiv. To je še posebej veljalo za mestne države, kot so bile Šparta, Atene in Rim. Z začetki olimpijskih iger naj bi začeli že več kot 700 let pred našim štetjem ali celo še prej. Vendar pa je leta 394 rimski cesar Teodozij prepovedal vse prireditve, med katere so seveda spadale tudi športne (Šugman, Bednarik & Kolarič, 2002, str. 36–39).

V nadaljevanju predstavim zgodovinski razvoj povezave med športom in turizmom s poudarkom na olimpijskih igrah, zaradi katerih se je ukvarjanje s športom tako močno razvilo.

1.2.1 Starodavni svet

Že v starodavni Grčiji so se kazale povezave med športom in turizmom. Starodavne olimpijske igre so se izvajale na vsake štiri leta in so trajale več kot tisoč let. Prvič naj bi se izvedle že leta 776 pr. n. š. (Finley & Pleket, 1976 v Standeven & De Knopp, 1999, str. 14). Trajale so pet dni in so predstavljale prvo povezavo med športom in turizmom. Pojavljali pa so se problemi, saj je prihajalo več tisoč športnikov in gledalcev, vendar ni bilo zagotovljeno zadostno število prenočišč, zato so nekateri morali spati na prostem. Šele v 4. stoletju pr. n. š. so odprli prvi hostel (Finley & Pleket, 1976 v Standeven & De Knopp, 1999, str. 14). Rimljani pa so bili tisti, ki so kot udeleženci zelo uživali v kopanju oziroma termah, kot gledalci pa so najbolj uživali v gledanju gladiatorskih iger. Prav ta današnja popularizacija kopanja in iger z žogo je verjetno posledica potovalnih navad Rimljanov (Standeven & De Knopp, 1999; str. 15).

1.2.2 Srednji vek in renesansa

V poznem srednjem veku je najprej cerkev v samostanih uvedla prostore za igre z žogo. Na žalost so nato verske reforme privedle do obdobja puritanske prepovedi v poznem 16. in zgodnjem 17. stoletju (Baker, 1982 v Standeven & De Knopp, 1999). V vmesnem času so se razvile tudi viteške igre, od katerih so nekateri vitezi živeli in hodili od turnirja do turnirja. V obdobju renesanse so promovirali šport za zdravje mladih gospodov. Zelo popularni športi so bili ples, rokoborba, tenis, lokostrelstvo in sabljanje. Na Nizozemskem in Škotskem se je razvil tudi golf (Baker, 1982 v Standeven & De Knopp, 1999, str. 16).

Med aristokrati v 16. stoletju se je močno razvil tudi pravi tenis, ki je šel prek državnih meja. Potreba po osnovnih pravilih, ki so bila prvič objavljena v Italiji leta 1555 in pred koncem stoletja tudi prevedena v večino evropskih jezikov, potrjuje, da je bila igra privlačna širokemu spektru ljudi in prav tako povezana s turizmom (Standeven & De Knopp, 1999, str. 16).

1.2.3 Predmoderna doba (1600–1800)

V tem obdobju so se kot turistične destinacije močno razvili spa centri oziroma terme. Zdravniki oziroma vsi, ki so bili v stroki medicine, so začeli poudarjati zdravilne učinke termalne vode. Razvijala so se spa mesta, kjer so ljudje počitnikovali in se poleg tega ukvarjali z rekreacijo. To so postali tako socialni centri kot tudi letovišča zdravja (Walton, 1983 v Standeven & De Knopp, 1999, str. 17).

Nekje v sredini 18. stoletja je začelo zdravstvo poudarjati tudi zdravilne učinke kopanja v morski vodi. Poleg tega so ugotavljali, da letovanje ob morju priskrbi tudi bolj svež morski zrak in več možnosti za rekreacijo. Tako so termalni centri prišli pred izziv in začela so se izvajati počitnikovanja ob morju (Walton, 1983 v Standeven & De Knopp, 1999, str. 17).

1.2.4 19. in zgodnje 20. stoletje

Zaradi revolucije na področju industrije sta se v 19. stoletju močno razvila tako šport kot turizem. Iz starejših držav, večinoma evropskih, sta se šport in turizem močno geografsko razširila na novejša država, evropske kolonije v Afriki, Avstraliji in Novi Zelandiji, v Kanado itd. Zaradi hitrega industrijskega razvoja se je začela urbanizacija družbe, saj so vsi silili v mesta, kjer so iskali boljše službe in delovna mesta. S tem pa so iskali relaksacijo tudi v športu in se veliko bolj začeli zavedati prednosti podeželja. Tako je urbanizacija zelo pripomogla k razvoju športa in turizma v tem stoletju. Poleg tega je močno pripomogel k razvoju športnega turizma izum parnega vlaka. Športni udeleženci in gledalci so lahko z njim potovali v različne, tudi bolj oddaljene kraje (Standeven & De Knopp, 1999, str. 18–20). To obdobje je predstavljalo socialno razširjenost in močan razvoj masovnega turizma ter masovnega športa. Športni turizem je postal razširjen pojav (Standeven & De Knopp, 1999, str. 39).

1.2.5 Moderne olimpijske igre

Olimpijske igre moderne dobe so se začele 6. aprila 1896 v Atenah. Takratni francoski baron Pierre de Coubertin se je odločil, da bi olimpijske igre ponovno oživel, in s pomočjo 79-ih delegatov iz devetih držav so na konferenci v Parizu junija leta 1894 njegovo pobudo sprejeli (A&E Television Networks, LLC, brez datuma). Tako so se ponovno začele olimpijske igre, na katerih so tekmovali le moški, ki so zastopali 13 držav. Nastopalo je 280 športnikov, od tega je bilo največ Grkov. Veliko je bilo tudi Nemcev, Francozov ter Britancev. Takrat je bilo za Grke najpomembnejše tekmovanje v maratonu, saj je bil ta za njih zgodovinsko pomemben. Na veselje vseh je zmagal Grk Spyridon Louis. Sicer pa so nastopali v 43-ih športih. Edino orožje, ki je prisotno na olimpijskih igrah že od leta 1896, je sablja, ki se jo uporablja pri sabljanju v parih (The international olympic committee, brez datuma).

Športi, predstavljeni na omenjenih olimpijskih igrah, so bili atletika, kolesarjenje, plavanje, gimnastika, dvigovanje uteži, tenis, rokoborba, sabljanje in streljanje. S prižigom olimpijskega ognja so pričeli šele leta 1928 na igrah v Amsterdamu. Čeprav so skladali skladbo za igre že v Atenah, je bila uradna skladba Samarasa/Palamasa, ki je še danes uradna olimpijska himna, prvič odigrana na igrah v Rimu leta 1960. Ena od zanimivosti je tudi ta, da sta medalji dobila le prva dva uvrščena. Zmagovalec je prejel srebrno medaljo z Zevsovim obrazom ter napisom »Olympia«, na hrbtni strani pa je bilo zapisano ime kraja, kjer so igre potekale. Oba sta prejela tudi znamenito oljčno vejico ter priznanje. Tako kot danes pa so se tudi takrat olimpijske igre pričele z otvoritveno parado in zabavo dobrodošlice, predvsem za tuje športnike, končale pa so se z zaključno prireditvijo, na kateri so predstavili vse dobitnike medalj (Tolić, 2016).

Prve olimpijske igre, s katerimi so prebrodili težke začetke ponovnega obujanja iger, so bile leta 1924 v Parizu. Takrat se je predstavilo več kot 3.000 športnikov iz 44-ih držav, med katerimi je bilo tudi več kot 100 žensk. Prav tako so se istega leta prvič začele tudi zimske olimpijske igre. Coubertin je tako prebrodil začetna težka leta z uvajanjem modernih iger in se nato leta 1925 upokojil, toda igre so se nadaljevale in bile na sporedu vsake 4 leta (A&E Television Networks, LLC, brez datuma).

1.3 Športni turizem v Sloveniji

Športni turizem je v Sloveniji prisoten že od nekdaj. Veliko turistov je k nam prihajalo na obisk gora poleti in pozimi, tudi obisk morja ter ostalih krajev. Že dolgo k nam prihajajo tudi športniki na športne priprave, predvsem na Roglo in Pokljuko.

Berčič, Sila, Slak in Pintar (2010), predstavijo začetke športnega turizma v Sloveniji. Ti segajo že v leto 1968, ko so v Poreču v turističnem centru Plava laguna osnovali ekonomsko enoto »Šport«. S tem se je nato odprla pot razvoja športa in športne rekreacije v turizmu. Kmalu za tem so se tudi v Sloveniji odpirala športno turistična središča, kot je športno rekreacijski center v Luciji pri Portorožu. Prvi strokovni posvet, ki bi povezoval šport in turizem pri nas, se je zgodil leta 1996 na Rogli. Berčič (v Berčič, Sila, Slak in Pintar, 2010) tudi navaja, da sta »šport in turizem usmerjena v medsebojno povezovanje tako, da šport bogati turizem in obratno turizem bogati šport«. S tem v obziru so na posvetu dognali, da sodelovanje teh dveh področij lahko obema prinese hitrejši razvoj.

Še bolj pomembna pot k razvoju športa in turizma pa gre mimo vladnih organizacij. Sklenile so, da mora biti turizem temeljna smer gospodarskega razvoja in ob tem mora imeti šport pomembno vlogo. Ugotovljeno je bilo, da šport še ni dovolj vključen v turistične programe, zato je slovenski parlament leta 1995 sprejel Resolucijo o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje. V resoluciji je bilo navedeno, da se morajo državne in druge institucije povezovati s posameznimi področji, med njimi tudi s športom (Berčič, Sila, Slak & Pintar, 2010).

Leta 1997 je bil v Sloveniji drugi strokovni posvet, ki se je odvijal v Portorožu, njegov naslov pa je bil Slovenija, dežela aktivnega oddiha. S tem posvetom so želeli še bolj povezati šport in turizem. Ugotovili so, da šport lahko prispeva k podaljšanju turistične sezone, torej ne samo v času poletja in zime, vendar tudi izven klasične sezone, spomladi in jeseni. Želeli so spodbuditi tudi poslovneže v turizmu in športu, da bi začeli s skupnimi projekti in tako obogatili turistične ponudbe. Zavedali so se, da je športno-turistična ponudba zelo pomembna, saj so jim takrat največje turistične trge predstavljale države, kot so Nemčija, Avstrija, Belgija in Nizozemska, kjer se je šport močno razvil. Za promocijo Slovenije so se odločili tudi s pomočjo različnih športnih dogodkov, kot je že takrat bil Giro di Italia ter tudi druge predvsem kolesarske prireditve. Kolesarjenje je bil takrat zelo priljubljen in razširjen rekreativni šport, predvsem v Sloveniji (Berčič, Sila, Slak & Pintar, 2010).

Leta 1998 se je strokovni posvet odvijal v Mariboru, saj so se vladne organizacije pripravljale na akcijo Leto športa v turizmu. Ponovno so želeli poudariti povezanost športa in turizma. Šport je predstavljal področje, ki ponuja turizmu različne športne storitve in produkte. Ti so izhajali iz različnih segmentov v športu. Najbolj zanimiv za turizem je zagotovo rekreacijski šport, saj predstavlja najbolj množično obliko športa. Tu so tudi različni športni programi za otroke in mladino, ki se lahko izvajajo v šolah v naravi in podobnih taborih, in pa vrhunski šport. Vedeli so, da priprave športnikov lahko potekajo v različnih športno-turističnih središčih, ti pa so zanimivi tudi zaradi različnih športnih prireditev. Tako so oblikovali slogan celotne akcije, ki se je glasil Slovenija – dežela aktivnega oddiha (Berčič, Sila, Slak & Pintar, 2010).

Začetki ustvarjanja dokumenta Strategija razvoja slovenskega turizma so nam pokazali opredelitev športnega turizma ter njegov razvoj. To se je zgodilo, ko je Slovenija začela z znamko I feel Slovenia v letu 2006 in s tem postala bolj prepoznavna v svetu. Kasneje, v letu 2010, pa se je znamka začela uporabljati tudi v športu, kjer je bila vključena v pomembnejše športne dogodke, kot so zimske olimpijske igre, svetovno prvenstvo v nogometu in svetovno prvenstvo v košarki, kar je pripeljalo do nove promocije naše države (Brezovec & Pak, 2011).

Tudi v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 se avtorji zavedajo pomembnosti športnega turizma, saj je prisoten prav v vseh delih Slovenije. Zato so ustvarili vizijo do leta 2021 na temo športnega turizma. Želja je povečati raznolikost športnih dogodkov z različnimi športi, tudi adrenalinskimi, v čim večjem številu slovenskih krajev. Izboljšati želijo tudi športno infrastrukturo za športnike, ki prihajajo k nam na priprave, poleg tega pa profesionalno voditi dogodke in tržiti vse produkte za športnike na športnih pripravah pri nas (Mihalič in drugi, 2017).

1.4 Športne priprave

Kljub temu, da je izraz »športne priprave« pogosto rabljen v pogovornem jeziku in je poznan med udeleženci veliko različnih športov, je strokovna literatura v povezavi s terminom skromna. Definicijo pa vseeno lahko najdemo opredeljeno v slovarjih, kot sta Collins English Dictionary in Macmillan Dictionary pod angleško besedno zvezo »training camp«. Če upoštevamo angleško definicijo tega termina, lahko sklenemo, da so športne priprave organizirano obdobje treningov na določenem območju oziroma priprave na območju, kjer športni timi preživijo predsezonsko obdobje za treniranje in pripravljanje na novo sezono (Training Camp, brez datuma a). Prav tako jih lahko interpretiramo tudi kot priprave, na katerih športniki začasno živijo in se učijo oziroma razvijajo svoje sposobnosti v športu (Training Camp, brez datuma b). Športne priprave so namenjene tudi druženju ekipe, spoznavanju sotekmovalcev in primernemu počitku med treningi. Športniki se na športnih pripravah lahko nemoteno osredotočijo na treniranje brez razmišljanja o vsakodnevnih

obveznostih, ki jih imajo doma. Prav zaradi tega se treningi lahko izvajajo tudi večkrat dnevno, kar kasneje privede do boljše pripravljenosti atleta.

2 TRŽENJE V TURIZMU, TRŽENJE DESTINACIJ

2.1 Trženje v turizmu

Maja Konečnik Ruzzier (2010) ta pojem opredeli kot »proces prostovoljne menjave med porabniki in ponudniki turističnih izdelkov/storitev/doživetij, pri čemer morata biti obe smeri v danem procesu izmenjave zadovoljni«. Trženje v turizmu predstavlja vez med ponudniki in porabniki. Ponudniki so v tem primeru turistična podjetja, organizacije in destinacije, porabniki pa turisti, gosti ter obiskovalci. Če gledamo porabnike turističnih izdelkov/storitev/doživetij, se ti ločijo med seboj. Obiskovalci so tisti, katerih namen je potovanje, turisti so tisti, ki na destinaciji tudi prenočijo, izletniki pa tisti, ki obiščejo kraj zaradi znamenitosti in ga še isti dan zapustijo. Med ponudniki pa ločimo podjetja nastanitvenega sektorja, torej hoteli, apartmaji; podjetja, ki upravljajo s privlačnostmi, kot so muzeji, tematski parki; transportna podjetja, torej letalske družbe, avtobusni in železniški prevozniki; podjetja, ki organizirajo potovanja, kot so turistične agencije; ter turistične organizacije, ki so vezane na turistično destinacijo – s tem so mišljene nacionalne in lokalne turistične organizacije (Konečnik Ruzzier, 2010).

Ko govorimo o destinaciji, je nujno spremljanje okolja, saj se stalno spreminja. V turizmu ločimo mikrookolje in makrookolje. Pod mikrookolje spadajo podjetja, kupci, konkurenca, dobavitelji, posredniki in javnosti. Pod makrookolje pa sodijo ekonomski dejavniki, primerjalne cene, demografski, geografski, socio-kulturni dejavniki, dejavniki posameznikove mobilnosti, dejavniki regulative, množični mediji, informacijska in komunikacijska tehnologija ter strategije, ki ohranjajo okolje (Konečnik Ruzzier, 2010).

Pomembno je tudi vedeti, kakšni so motivi turistov/ljudi za potovanja. Glavne motive lahko opredelimo s petimi skupinami. Pod prvo spadajo oddih, rekreacija in počitek, pod drugo obiskovanje prijateljev in sorodnikov, pod tretje potovanja zaradi posla in poklica, pod četrto zdravstveni razlogi ter pod peto religiozni razlogi. Poleg tega obstaja še šesta skupina, v katero spadajo vsi drugi motivi, ki jih ne bi mogli uvrstiti v nobeno od prvotnih navedenih skupin. Večinoma pa se v realnosti motivi med seboj prepletajo in ima turist lahko več kot samo enega od naštetih (Konečnik Ruzzier, 2010).

Turistični proizvod predstavlja vse, kar turistom ponudimo in s čimer želimo zadovoljiti njihove potrebe in želje. Je tako skupek doživetja, izdelka in storitev. Z vidika turista je turistični proizvod celotno doživetje od takrat, ko zapusti svoj dom, do trenutka, ko se vanj vrne. Če pa na to pogledamo z vidika turističnega ponudnika, je zanj turistični proizvod posamezna storitev ali skupek večih storitev (Konečnik Ruzzier, 2010).

2.2 Trženje destinacij

Turistično destinacijo opredelimo kot geografski prostor, ki ga turist izbere za svoj potovalni cilj. Danes se destinacijo obravnavana bolj kot kompleksno entiteto, ki je sestavljena iz več različnih izdelkov, storitev in doživetij in jo vodi veliko število interesnih skupin, kot so turistični in javni sektor, vlada, različne organizacije ter lokalni prebivalci. Ob vsem tem je nadzorovana s strani turistov, lokalnih prebivalcev ter menedžerjev destinacije. Pomembno vlogo pri turistični destinaciji imajo tudi turistične privlačnosti. Sem spadajo različni muzeji, galerije, kulturne in zgodovinske znamenitosti ter zabavišni, tematski in narodni parki. S tem destinacije med seboj še bolj konkurirajo. Zato je trženje določene destinacije močno odvisno tudi od trženja turističnih privlačnosti na določeni destinaciji (Konečnik Ruzzier, 2010).

Destinacije, kot so države, mesta, regije ali celo manjše enote, so kmalu ugotovile, da je za obstoj na trgu potrebno trženjsko razmišljanje. Trženje destinacij se nanaša na posredovanje podobe in sporočil o destinaciji njenim ciljnim skupinam. Za trženje destinacij sta poleg osnovnih elementov izdelčnega (4P – izdelek, tržne poti, cena, trženjsko komuniciranje) in storitvenega (3P – udeleženci, postopki, fizični dokazi) trženjskega spleta pomembna še dva dodatna. To sta politika in majhna količina sredstev. Politika predstavlja posamezna podjetja, javni sektor in vlado. Pri trženju turistične destinacije je potrebno upoštevati želje različnih deležnikov. Zato poleg posameznih interesnih skupin velja upoštevati tudi želje podjetij, javnega sektorja in vlade. Potrebno je dobro razmisliti, na katere značilnosti destinacije se je potrebno osredotočiti, in jo tako kar se da dobro tržiti, ob vsem tem pa misliti na proračun, ki je po navadi nizek. Zato je zadnji element še majhna količina sredstev. Načrtovalci akcij za trženje destinacij morajo poiskati kombinacijo trženjskega komuniciranja, ki bo v določenem proračunu in bo vsebovala značilnost destinacije ter njene ciljne trge na najbolj učinkovit način (Konečnik Ruzzier, 2011).

Deležnike turistične destinacije lahko opredelimo s šestimi skupinami: turisti, lokalni prebivalci, turistični sektor, javni sektor in vlada, destinacijske organizacije ter ostale skupine, kot na primer okoljevarstveniki. Vsaka skupina ima svoje interese in koristi od turistične destinacije, prav tako pa tudi odgovornost do nje (Konečnik Ruzzier, 2010).

Turistična destinacija je povezana z dvema funkcijama, to sta menedžment in trženje. Menedžment mora ohranjati konkurenčnost in trajni razvoj destinacije. Če je destinacija uspešno konkurenčna na trgu, prinaša pozitivno dobičkonosnost. S pojmom trajnega razvoja destinacije pa opisujemo zagotavljanje kakovostnih virov destinacije. Funkcija trženja je v svojih začetkih predstavljala trženjsko komuniciranje destinacije, pri čemer je bilo potrebno oblikovanje in posredovanje sporočil o destinaciji njenim ciljnim skupinam. Danes je potrebno usmerjanje še na razvoj posameznega turističnega produkta, ugotavljanje ciljnih trgov, povezovanje med različnimi ponudniki na destinaciji idr. (Konečnik Ruzzier, 2010).

2.3 Trženje športnega turizma in športnih priprav

Trženje obsega veliko korakov, kot so raziskovanje trga, tržno načrtovanje, pripravo trženjskih aktivnosti, izvajanje trženjskih aktivnosti, spremljanje uspešnosti trženjskih aktivnosti, neposredno prodajanje in kontrola navedenih področij (Potočnik, 2004, str. 178–179).

Maja Konečnik Ruzzier (2011) opredeli trženje kot »proces prostovoljne menjave med ponudniki in porabniki izdelkov/drugih entitet, pri čemer morata biti obe strani v danem procesu menjave zadovoljni«.

Zelo pomembni so trženjski instrumenti, ki jih povezujemo v trženjski splet storitev in ponazarjajo 8P – izvedba storitve, cena, tržno komuniciranje, tržne poti, udeleženci, storitveni proces, fizični dokazi opravljene storitve ter produktivnost in kakovost (ang. 8P – product, price, promotion, place, participants, process, physical evidence in productivity and quality) (Potočnik, 2004, str. 224).

Tržno komuniciranje predstavlja proces, v katerega spadajo organizacija, sredstva, metode in sporočila, s katerimi daje podjetje smernice porabnikom za hitrejši in lažji nakup. Tržno komuniciranje sestavlja pet dejavnosti. To so osebna prodaja, oglaševanje, neposredno in elektronsko trženje, stiki z javnostmi in pospeševanje prodaje (Potočnik, 2004, str. 245).

Gibsonova (1998) v svojem članku prikaže trženje športnega turizma prek velikih športnih dogodkov, kot so na primer olimpijske igre. Zaradi obiska tega velikega dogodka se obiskovalci lahko kasneje vračajo nazaj na počitnice, oziroma dogodek zaradi velikega ogleda pritegne tudi ostale na počitnikovanje v kraje, v katerih je dogodek potekal. Veliki dogodki ustvarijo željo v ljudeh, da obiščejo kraj dogodka oziroma njegovo skupnost. To se navezuje na nostalgčni športni turizem, saj si obiskovalci želijo ogledati stadione in prizorišča, kjer so tekmovanja potekala, oziroma kjer bodo potekala. Zato je veliko prizorišč odprtih za obiskovalce, ki si ta lahko ogledajo ali pa jih celo preizkusijo.

Ramshaw in Gammon (2015) predstavita razmišljanje o športni dediščini skozi prepoznavne znamenitosti, kot so muzeji, športna prizorišča, stadioni ter športni dogodki, ki temeljijo na športni dediščini. Ramshaw in Gammon (2017) nato opredelita športno dediščino s tremi tipologijami. Delimo jih na: oprijemljive nepremične (ang. tangible immovable), oprijemljive premične (ang. tangible movable), neoprijemljive (ang. intangibles) ter blago in storitve s sestavinami dediščine (ang. goods and services with heritage components). Kategorija oprijemljive in nepremične športne dediščine se največkrat navezuje na športne objekte in kraje, kamor spadajo na primer različni zgodovinski stadioni, torej objekti, ki ostajajo na svojem mestu in se jih ne da premakniti. Pod oprijemljive premične športne dediščine štejeta artefakte, ki so športne narave in jih najdemo na primer v muzejih. Prav tako pravita, da so že športniki sami oprijemljiva premična športna dediščina.

Neoprijemljiva športna dediščina pa so tiste tradicije in rituali, ki so povezani s samimi športnimi kraji, vendar se jih ne da oprijeti. Take so recimo športne pesmi oziroma himne nogometnih stadionov/klubov. Blago in storitve s sestavinami dediščine pa predstavljajo predvsem retro oblačila, ki nosijo imena klubov, ali pa replike različnih tekmovalnih dresov. Trženje športnega turizma je tako možno še na novejša načina in s še več različnimi možnostmi, z več različnimi znamenitostmi.

Dober začetek še večjega razvoja trženja športnih priprav za vrhunske športnike je naredil tudi Borut Pahor, ki je dal »pobudo za dejavno trženje Slovenije kot destinacije za pripravo vrhunskih športnikov in kot privlačno prizorišče množičnih športno-rekreativnih prireditev« (Svenšek, 2017).

3 PREDSTAVITEV JAVNEGA ZAVODA ŠPORT LJUBLJANA

Vse več ljudi se je skozi čas športno udejstvovalo, kar je privedlo do tega, da se je šport širil. S tem pa so se pojavili tudi interesi in potreba po tem, da se šport sistematizira, informatizira, vodi, uredi in organizira, kar je privedlo do športnega menedžmenta ali menedžmenta športne dejavnosti. Kot aktivne uporabnike športnega menedžmenta se predpostavlja tudi vodje športnih organizacij in športnih objektov (Šugman, Bednarik & Kolarič, 2002, str. 19–21).

Ker se raziskovalni del magistrskega dela večkrat nanaša na Javni zavod Šport Ljubljana, so informacije o njem predstavljene v nadaljevanju. Podatke sem poiskala na njihovi spletni strani.

Javni zavod Šport Ljubljana je bil ustanovljen za upravljanje, urejanje in vzdrževanje športnih objektov. Objekti spadajo pod Mestno občino Ljubljana, ki ureja pomembne vidike turizma v mestu.

V tabeli 1 so predstavljeni vsi centri in parki s svojimi objekti, ki spadajo pod Javni zavod Športa Ljubljane.

Tabela 1: Parki in centri Športa Ljubljana

Parki in centri Športa Ljubljana	Objekti
Center Stožice	Dvorana Stožice, ogrevalna dvorana Stožice, stadion Stožice

se nadaljuje

Vir: Šport Ljubljana (brez datuma a).

Tabela 1: Parki in centri Športa Ljubljana (nadaljevanje)

Parki in centri Športa Ljubljana	Objekti
Park Tivoli	Fitnes Tivoli, teniška igrišča Tivoli, kopališče Tivoli, savna Zlati klub, Hala Tivoli, kotalkališče Tivoli
Park Vič in Gimnastični center Ljubljana	Športni park Svoboda, kopališče Kolezija, fitnes Vič, Šport hotel Ljubljana, gimnastični center Ljubljana
Park Kodeljevo	Kopališče Kodeljevo, športni park Kodeljevo, športna dvorana Kodeljevo, večnamenska dvorana Kodeljevo, igrišča Štepanjsko naselje, ŠRC (Športno-rekreativni center) Fužine - Brodarjev trg
Mladinski golf center Stanežiče	V zimskem času proga za tek na smučeh
Park Zalog	Dvorana Zalog, Oaza klub Zalog
Park Ježica	Dvorana Ježica, dvorana Maksa Pečarja, dvorana Vižmarje Brod, hipodrom Stožice, igrišča Savsko naselje II, igrišča v BS - 3, košarkarsko igrišče Tesovnikova, športni center BS - 7, športni center Savsko naselje, kegljišče in dvorane Staničeva, BMX (Bicycle MotoCross) steza Bežigrad
Park Šiška	Športni park Ljubljana, trikotnik, kajak kanu center Tacen, metališča Mostovna, skakalni center Mostec, športni center Tesovnikova baseball, športni center Tesovnikova nogomet, trim otoki (večna pot) in trim steza Mostec
Park Rudnik	Strelišče, športna dvorana Krim, kajak kanu center Livada, teniška igrišča Murgle I, košarkarska in teniška igrišča Murgle II, igrišča Krim - Rakovnik

Vir: Šport Ljubljana (brez datuma a).

3.1 Zgodovina Javnega zavoda Šport Ljubljana

Vse skupaj se je začelo leta 1957, ko so oblikovali projekt Športni park Tivoli. Želeli so, da bi bil park namenjen rekreativcem, vrhunskim športnikom in otrokom ter da bi bili objekti v uporabi skozi celo leto. Začeli so z izgradnjo igrišč za različne športe, kot so košarka, rokomet, odbojka, nogomet, tenis itd., kasneje pa so zgradili tudi pokrito dvorano, mini golf, pokrite bazene in poslovne prostore. Ker je bilo potrebno upravljanje samih objektov, je leta 1962 takratni ljubljanski mestni svet ustanovil Zavod Stanka Bloudka (Šport Ljubljana, brez datuma b).

Največji pomen športu v tistem času in njegovi širitvi je bila pridobitev dvorane. Gradili so jo do 4. aprila 1965, ko je v dvorani Tivoli potekalo svetovno prvenstvo v namiznem tenisu, kasneje, leta 1966, pa so gostovali tudi svetovno prvenstvo v hokeju na ledu. Dvorana se razdeli na veliko ali ledeno ter na malo dvorano. V tistih časih je bila to ena večjih dvoran v Evropi in s tem razpoznavna povsod. Namenjena je bila predvsem hokejistom, umetnostnim drsalcem, košarkarjem, rokometašem ter občasno tudi drugim športnikom. Veliko se je uporabljala tudi za različne prireditve in koncerte. Zaradi vseh različnih evropskih tekem in pokalov, različnih prireditev in proslav, je ljubljanska »Hala« Tivoli postala mednarodno prepoznavna tako v športu kot v kulturi. Zaradi premajhne kapacitete dvorane Tivoli so kasneje začeli z gradnjo objekta Stožice. Zgrajen je bil leta 2010 in s tem so tudi košarkarji KK Union Olimpije dobili svoj prostor ter rešili zagato zaradi prenatrpanosti (Šport Ljubljana, brez datuma b).

Leta 1975 so infrastrukturo športnega parka Tivoli dopolnili z bazenskim kompleksom. Kompleks je bil postavljen pod okrilje Zavoda Stanka Bloudka, ki pa je bil istega leta preimenovan v Športno-rekreativni center (v nadaljevanju ŠRC) Tivoli. V začetku leta 2008 je zavod pričel z upravljanjem še drugih športnih objektov in parkov, kot so Kodeljevo, drsališče v Zalogu, ŽAK Ljubljana, športni objekti in centri za Bežigradom, v Šiški, na Viču in Rudniku, poleg seveda športnih parkov Tivoli. Leta 2011 se je ŠRC Tivoli preimenoval v zdajšnji Javni zavod Šport Ljubljana. Tako ima Šport Ljubljana v lasti več različnih objektov, kot so različni atletski in nogometni stadioni, dvorane za različne priložnosti, gimnastične dvorane, fitnesi, bazeni itd. (Šport Ljubljana, brez datuma b).

3.2 Poslanstvo in vizija Javnega zavoda Šport Ljubljana

Šport Ljubljana je zavod, v katerega so vključeni skoraj vsi športni objekti v Ljubljani. Upravitelji zavoda se zavedajo svojih prednosti in želijo vplivati na prebivalce Ljubljane ter druge obiskovalce. V svoji viziji opisujejo, da bi se želeli še dodatno tržiti ter povečati nekatera povezovanja z drugimi panogami, med katerimi je tudi turizem, kar glede na razširjenost turizma v Ljubljani ni presenetljivo.

Poslanstvo: »Poslanstvo Javnega zavoda Šport Ljubljana je ohranitev in izboljšanje obstoječega stanja športnih objektov in kakovostnejše načrtovanje mreže športnih objektov v Mestni občini Ljubljana (v nadaljevanju MOL) ter zagotavljanje izvajanja kakovostnih programov in pogojev za razvoj športa in mladine, vrhunske športne dosežke in športno rekreacijo za zdrav način življenja« (Šport Ljubljana, brez datuma a).

Vizija: »Vizija Javnega zavoda Šport Ljubljana je uveljavljanje blagovne znamke Javnega zavoda Šport Ljubljana, ki bo omogočila meščanom in obiskovalcem, da si poiščejo športno ponudbo po svoji izbiri in trenutnih željah na enem mestu. Za organsko rast in uveljavitev svoje blagovne znamke, mora Javni zavod Šport Ljubljana okrepiti svoje delovanje usklajeno z vrednotami MOL (zeleno, varno čisto in prijazno vsem skupinam prebivalcev in obiskovalcev). Z dodatnim tržnim komuniciranjem, dopolnitvijo določenih programov in raznovrstne ponudbe ter povezovanjem z drugimi panogami (turizem, gospodarstvo, kultura, promet, okolje, kultura, urbanizem ...) in s kvalitetnim izvajanjem storitev povečevati kakovost življenja v Ljubljani« (Šport Ljubljana, brez datuma a).

3.3 Zgodovina stadiona ŽAK v Šiški

Ker se v nadaljevanju magistrsko delo večkrat navezuje tudi na atletski stadion ŽAK ter njegove pričakovane prenove, na tej točki sledi kratek opis njegove zgodovine.

Prvi stadion, ki je stal na enaki lokaciji kot sedaj, je bil zgrajen leta 1931. Zgrajen je bil med gorenjsko in kamniško železnico. Že takrat so postavili nogometno igrišče ter okoli igrišča 400 metrov dolgo tekaško progo. To je bil takrat eden največjih objektov pri nas. Leta 1940 so nato zgradili pravi stadion, ki je imel prostor za 20–30 tisoč gledalcev, okrog igrišča pa je bila atletska steza, zraven pa še kolesarsko in motociklistično dirkališče. Stadion je dobil še lesene tribune, prav tako pa so uredili tudi igrišči za košarko in odbojko (T. D. L., 2019). Obnovili so ga po drugi svetovni vojni leta 1952 in takrat je stadion dobil pokrito tribuno. Nazadnje pa so ga posodobili leta 1986 in zgradili še dvorano pod tribuno ter umetno tekmovalno površino ali tartansko stezo. To se je zgodilo zaradi organizacije prvega velikega atletskega tekmovanja pri nas, Balkanijade (AD Mass, brez datuma).

4 METODOLOGIJA RAZISKAVE

4.1 Raziskovalna vprašanja

S svojo raziskavo želim ugotoviti, česa nam v Ljubljani primanjkuje za povečanje športnega turizma, ter najti vzroke za pomanjkanje prihoda atletov k nam na športne priprave, poleg tega pa najti tudi ideje, na kakšen način bi jih lahko privabili. Poskušala sem izvedeti tudi, kaj je tisto, kar atlete in trenerje na splošno privlači pri določenih krajih, kjer športne priprave že opravljajo, kot so Kanarski otoki, Makarska, Medulin, Beograd itd. S tem bom prišla tudi do ugotovitev, katere infrastrukture nam primanjkuje ter kateri so tisti dejavniki, poleg

podnebja in območja treniranja, ki prav tako pripomorejo k odločitvam, kot so npr. cena, hrana, prenočitev, dodatne storitve, okoliško dogajanje itd.

Na podlagi teh razmišljanj sem sestavila 5 raziskovalnih vprašanj:

- Ali turisti Ljubljano raje obiščejo za ogled kulture in znamenitosti in ne kot destinacijo za športne priprave?
- Ali bi razvoj in modernizacija športne infrastrukture ter povezava med njimi pripomogla k razvoju športnega turizma in športnih priprav?
- Ali je zdajšnja infrastruktura primerna za izvajanje športnih priprav pri nas?
- Ali je krožna 200-metrška dvorana pomemben dejavnik pri izbiri destinacije za športne priprave atletov v zimskem obdobju?
- Ali cena športnih priprav predstavlja pomemben dejavnik pri odločanju o izbiri najboljše destinacije za športnike?

4.2 Vzorčenje

V vzorec sem zajela atletske trenerje, katerih kontakte sem dobila na straneh nacionalnih panožnih zvez ali pa klubov oziroma društev. Slovenija, in s tem Ljubljana, je premajhna za prepoznavnost drugje po svetu kot država za obisk in trženje športnih priprav, zato sem želela pridobiti odgovore evropskih trenerjev in se odločila poslati ankete njim. Moji anketiranci so bili trenerji in ne atleti, saj se navadno prav trenerji odločajo o izbiri lokacije športnih priprav.

4.3 Opis vzorca

Atletika velja za kraljico športov. Tak naziv je dobila, ker je prisotna povsod po svetu, ima bogato zgodovino in predstavlja temelj številnim drugim športom. Prav tako je to šport, kjer ni sodnikov, ki bi lahko krojili rezultate, saj sta pomembna le štoparica oziroma meter (Kastelic, 2014). Vedno se je govorilo, da teče lahko vsak. Za treninge atletike ni potrebno veliko opreme, le športni copati. Zato se je atletika razvijala povsod, v vseh državah sveta. Tudi če ni bilo športnih copat, so ljudje tekli, pa čeprav bosi. Seveda je to veljalo predvsem za revnejše države, kot so afriške države. V teh državah je to razvidno še danes in nekateri pravijo, da so prav zaradi tega Afričani tako dobri tekači na dolge proge. Čeprav atletika ni tako priljubljena kot nekateri drugi ekipni športni, se njena priljubljenost vseeno pokaže na vsakih olimpijskih igrah, kjer je to najbolj gledan šport z najbolj polnimi tribunami. To potrjuje tudi dejstvo, da je v Mednarodno atletsko zvezo IAAF vključenih kar 213 nacionalnih panožnih atletskih zvez (Kastelic, 2014).

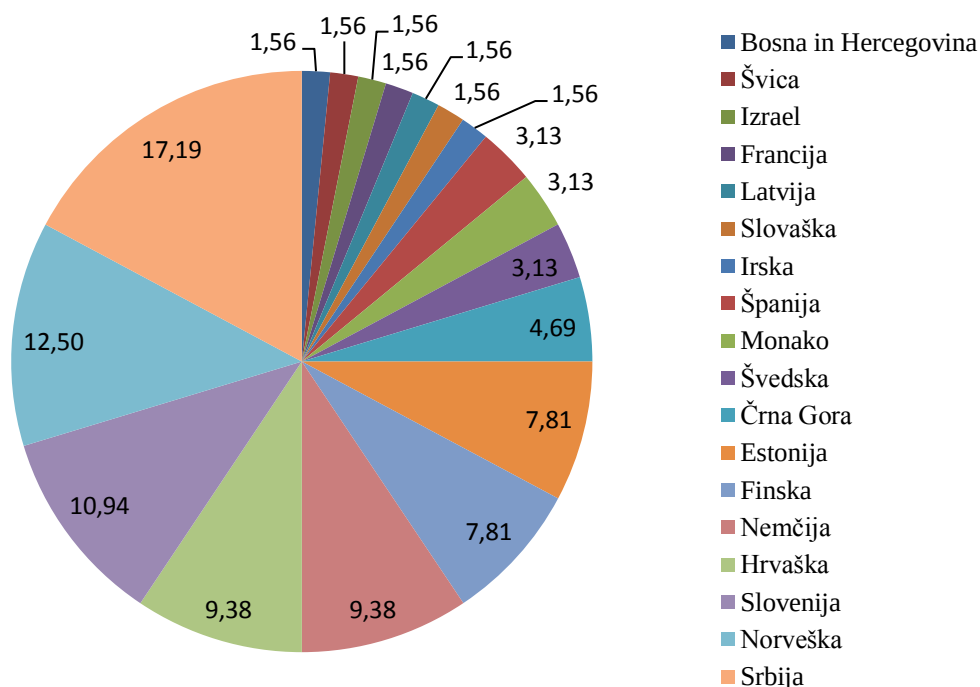
Zato sem se odločila, da poskusim pridobiti odgovore trenerjev atletike iz različnih držav in tako poskušam pridobiti več različnih pogledov na atletiko in športne priprave.

V svojem anketnem vprašalniku sem anketirance na koncu povprašala po nekaterih socialno demografskih značilnostih. Vzorec merjencev, ki so odgovarjali na slovensko anketo, je zajemal 20 trenerjev. V osnovi je bil namenjen slovenskim trenerjem, vendar pa sem jih poslala tudi trenerjem, katerim bi lahko slovenščina in odgovarjanje v slovenskem jeziku bolj ustrezalo kot angleščina. V tej anketi je sodelovalo največ Srbov (8), nato Slovencev (7) ter nekaj Hrvatov (3) in Črnogorcev (2). Anketiranci so bili vsi trenerji, ki se ukvarjajo z atletiko, drugih pogojev za sodelovanje ni bilo. Na slovensko anketo so odgovarjali samo moški.

Pri anketi, pripravljeni v angleščini, sem prejela odgovore od 44-ih trenerjev iz celotne Evrope. V tej anketi je sodelovalo največ Norvežanov (8), nato so bili Nemci (6) ter Estonci in Finci (oboje po 5), tudi trije Srbi in trije Hrvati so odgovorili na anketo v angleškem jeziku, 2 Španca, 2 Šveda in 2 trenerja iz Monaka ter po 1 trener iz Bosne in Hercegovine, Švice, Izraela, Francije, Latvije, Črne Gore, Slovaške in Irske. Za vzorec sem dobila zelo raznoliko skupino ljudi.

Odgovore sem dobila iz kar 18-ih držav. Na sliki 2 so prikazani odstotki anketirancev, ki so odgovarjali na anketo, po državah.

Slika 2: Države, iz katerih prihajajo anketiranci (v %)



Vir: lastno delo.

Vzorec raziskave spletnega anketiranja je zajel 64 trenerjev. Tabela 2 prikazuje število sodelujočih v raziskavi po spolu. Prevladuje moški spol z 92 %, ženski delež trenerjev pa je predstavljalo 8 %.

Tabela 2: Struktura anketirancev v raziskavi glede na spol

Spol	Količina	Odstotki
Ženski	5	8
Moški	59	92
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Pred začetkom pisanja sem pričakovala, da bo na anketo odgovarjalo več moških udeležencev. To se je tudi zgodilo in to kar s precejšnjo razliko. Iz lastnih izkušenj vidim, da je veliko več trenerjev moškega spola, vsaj za starejše tekmovalce in tiste, ki se s športom ukvarjajo bolj profesionalno. Kot sama opažam, so ženske trenerke navadno bolj prisotne pri mlajših generacijah, torej pri otrocih, saj nekateri verjamejo, da znajo z njimi bolje in lažje delati. Ne verjamem pa, da to pomeni, da ženske s starejšimi in profesionalnimi tekmovalci ne bi znale sodelovati. To dokazuje tudi trenerka Wayde van Niekerk-a Tannie Ans, ki je svojega varovanca pripeljala do svetovnega rekorda v teku na 400 m. Tannie Ans oziroma Anna Sofia Botha verjame, da je potrebno v treningih uživati, predvsem pa se izogniti vsem poškodbam in poslušati atletovo telo (Cairns, 2017). Iz tega lahko sklepam, da je za atleta pravi trener tisti, ki mu najbolj ustreza, oziroma ima zanj najboljši pristop, pa če gre za žensko ali moškega.

Razlike se kažejo tudi v starosti anketirancev. Ljudje imamo drugačne poglede na šport in treninge v različnih obdobjih svojega življenja. Zato sem tudi postavila vprašanje glede starosti anketirancev. Povprečna starost anketirancev je tako znašala 44,1 let. Najmlajši trener, ki je odgovarjal na anketo, šteje 23 let, najstarejši pa kar 68 let. Zanimivo je videti tak razpon med trenerji v starosti ter kakšne so razlike v njihovem razmišljanju.

Prav tako se načini treningov in načini razmišljanja glede priprav spreminjajo glede na to, katero starostno skupino trenerji trenirajo. Eno od socialno demografskih vprašanj se je tako nanašalo na starost varovancev trenerjev. Njihova starost je v povprečju znašala 20,8 let. Najstarejši varovanci imajo po odgovorih trenerjev v povprečju 45 let, najmlajši pa 12.

Če primerjamo dve skrajni točki, v našem primeru trenerja, starega 23 let, in trenerja, starega 68 let, rezultati kažejo, da mlajši trenerji, vsaj pri svojih začetkih, večinoma delajo tudi z mlajšimi varovanci. Seveda pa to ni pogoj, je le bolj pogost pristop. Verjetno gre tukaj predvsem za to, da se mora trener najprej dokazati in pridobiti izkušnje, da kasneje lahko trenira tudi starejše in izkušenejše atlete ter jih poskuša privedi na visok nivo atletike.

4.4 Zbiranje podatkov

Podatke sem zbirala s pomočjo anketnega vprašalnika, ki sem ga izdelala sama na podlagi svojih ciljnih vprašanj. Odgovore na anketni vprašalnik sem zbirala od junija do decembra 2018, največ sem jih prejela prav konec leta 2018, torej novembra in decembra. Z vprašalnikom sem ugotavljala navade trenerjev pri izbiri destinacij za njihove športne priprave.

Vprašalnik sem ustvarila s pomočjo do takrat prebrane literature in znanja o tej tematiki, predvsem pa sem uporabila svoje znanje in lastne izkušnje, ki sem jih pridobila tekom svoje športne kariere. Vprašalnik je bil dobro sestavljen in poskušala sem zajeti vse potrebne spremenljivke. Ker so bila večinoma vprašanja z več možnimi odgovori, sem vsakemu dodala tudi možnost »drugo«, da so anketiranci lahko podali še druge zanimive odgovore oziroma še kakšno pomembno spremenljivko, na katero sama nisem pomislila.

Želela sem pridobiti sodelovanje čim več trenerjev tudi izven Slovenije, zato sem anketni vprašalnik pošiljala na vse evropske atletske zveze in tamkajšnjim trenerjem, ki sem jih na straneh evropskih zvez in klubov uspela najti. Poleg tega sem se odločila tudi za uporabo slovenskega anketnega vprašalnika. Ko sem svojo atletsko kolegico, ki trenira na Hrvaškem, prosila za pomoč in ji predala anketni vprašalnik za njenega trenerja, me je ta prosila za slovensko verzijo, saj naj bi njen trener tako lažje odgovarjal. Zato sem se odločila, da naredim vprašalnik tudi v slovenskem jeziku in tako nekaterim ponudim več možnosti za odgovarjanje v jeziku, ki jim bolj ustreza. Nekaj odgovorov na slovenski vprašalnik sem tako dobila tudi s strani trenerjev bližnjih držav, ki jim je slovenščina bolj domača kot angleščina, kot so na primer Hrvati, Črnogorci in Srbi. Poleg tega sem nato prosila tudi nekaj slovenskih trenerjev, ki niso iz Ljubljane, da odgovorijo na enako anketo in mi s tem pomagajo priti do željene količine rešenih anket, kar mi je prineslo boljši vpogled v samo tematiko.

Za svojo magistrsko delo sem uporabila spletni anketni vprašalnik. Ker sem želela pridobiti čim več trenerjev tudi iz drugih držav po Evropi, sem tako izbrala spletni vprašalnik, ki sem ga lahko pošiljala prek spletnih naslovov.

Vsi sodelujoči so v raziskavi sodelovali prostovoljno. Njihovi podatki so ostali anonimni in so bili uporabljeni zgolj za namen raziskovalnega dela.

5 REZULTATI RAZISKAVE

Šport je postal del vsakdana velikega števila populacije. Vse več je opaziti ljudi, ki se športno udeležujejo čez dan. Fitnesi in drugi športni objekti se stalno polnijo. Ljudje verjamejo v zdrav način življenja in se po najboljših močeh trudijo ostati aktivni. Velikokrat zasledimo

tudi v različnih televizijskih in radijskih oddajah, kako promovirajo šport kot pomembno dejavnost za ohranjanje zdravega telesa in duha. To nam je prišlo že v navado, zato se velikokrat želimo športno udeleževati tudi na počitnicah. Brez športa si dneva velikokrat niti več ne predstavljamo. Ker je šport postal tako pomemben dejavnik velike populacije, so morale tudi turistične destinacije in agencije to začeti upoštevati. Zato je danes športni turizem še toliko bolj v porastu.

Slovenija je športno in atletske zelo uspešna država z veliko uspešnimi in zelo dobrimi športniki/atleti, čeprav smo precej manjši glede na ostale konkurenčne države. Poleg tega pa tudi naši športni objekti niti približno niso tako razviti, kot v drugih državah, kjer je atletika manj popularna, manj razvita, ter ima manj uspešnih športnikov na tem področju (npr. Srbija – Beograd).

To potrjuje tudi Eva Štravs Podlogar (v Svenšek, 2017), saj omenja, da Slovenija potrebuje predvsem ustrezno infrastrukturo, ki bo pritegnila več športnikov k nam na tekmovanja in priprave.

Razmerje med ceno in kakovostjo pri nas je dobro, vseeno pa Slovenija ne velja za poceni destinacijo. Slovenija je nekakšna alternativa dražjim destinacijam, saj k nam navadno prihajajo iz ekonomsko manj razvitih držav. Izven sezone je športni turizem in organizacija športnih priprav dobra priložnost za dodaten zaslužek. Največjo konkurenco vidimo predvsem v Avstriji, Nemčiji, Turčiji, nekaterih vzhodnih državah ter hrvaški Istri. Tradicija še vedno igra ključno vlogo pri privabljanju športnih turistov. Torej, ko je športnikom in njihovim trenerjem nekaj všeč, se tja radi vračajo. So pa športniki zahtevni gostje, ki pričakujejo kakovostne storitve, prilagodljivo ponudbo, mir ter vse ostalo za nemoteno delovanje. Vse podredijo športnim pripravam, zato mora biti vse na visoki ravni (Svenšek, 2017).

5.1 Razlogi za obisk določenih krajev za športne priprave

Ljudje na splošno izbiramo različne kraje za izvedbo počitnic ali izletov. Zakaj se nekam odpravljamo, je popolnoma odvisno od naših samostojnih preferenc. Prav tako pa se razlikujejo tudi razmišljanja trenerjev, zakaj se nekam odpravijo na športne priprave. Seveda so tukaj razlogi tudi drugačni in dobro premišljeni, saj morajo ustrezati predvsem atletom, ki bodo v takšnih pogojih trenirali.

Zato sta se moji prvi dve anketni vprašanji nanašali najprej na to, kam se atletske trenerji s svojimi varovanci najpogosteje odpravljajo na priprave poleti in pozimi. Dobila sem kar nekaj različnih odgovorov. Na odgovore je verjetno vplivalo tudi to, iz katere države anketiranci prihajajo, tako zaradi stroškov, ki jih imajo z odhodom v različne kraje in hotele, kot tudi zaradi bližine določenih destinacij. S stroški predvsem mislim na to, katera država ima socialni standard višji in tako lažje pošlje svoje atlete na športne priprave na bolj

prestižne destinacije s strani urejenosti kompleksov in oddaljenosti destinacije oziroma katera ima nižji socialni standard, kjer si morajo atleti sami plačevati stroške, ki jih le-to prinese. Razlike se kažejo tudi v tem, na kateri stopnji je atlet, ali je vrhunski atlet ali ne, in kdo mu tako lahko pokrije stroške odhoda, na primer različni sponzorji, državna atletska zveza in drugi.

Prvo postavljeno vprašanje je torej bilo, **kam se atleti in njihovi trenerji navadno odpravljajo na športne priprave v poletnem času**. V tabeli 3 so prikazane države in kraji, ki jih navadno obiskujejo anketiranci v času športnih priprav.

Tabela 3: Obisk poletnih športnih priprav

Država	Kraj	Frekvenca	Odstotki
Španija	Sierra Nevada	1	1,30
Španija	Torre Vieja	1	1,30
Španija	Tenerife	1	1,30
Španija	južni del	1	1,30
Španija	Barcelona	1	1,30
Portugalska	Monte Gordo	5	6,50
Portugalska	Albufeira	1	1,30
Turčija	Belek	1	1,30
Turčija	Ni podatka	2	2,60
Italija	Formia	1	1,30
Italija	Bolzano	1	1,30
Italija	Cattolica	1	1,30
Italija	Ni podatka	1	1,30
Francija	Gap	2	2,60
Francija	Font-Romeu	2	2,60
Ciper	Nikozija	2	2,60
Švica	St. Moritz	2	2,60
Švica	Tenero	1	1,30
Hrvaška	Makarska	1	1,30
Hrvaška	Bjelolasica	2	2,60
Hrvaška	Medulin	3	3,90
Hrvaška	Pula	2	2,60
Hrvaška	Split	1	1,30
Hrvaška	Sljeme	1	1,30
Hrvaška	Ni podatka	1	1,30
Srbija	Planina Kopaonik	3	3,90
Srbija	Bajina Basta	1	1,30

se nadaljuje

Vir: lastno delo.

Tabela 3: Obisk poletnih športnih priprav (nadaljevanje)

Država	Kraj	Frekvenca	Odstotki
Srbija	Planina Zlatibor	1	1,30
Srbija	Aleksinac	1	1,30
Srbija	Zlatar	1	1,30
Srbija	Ni podatka	2	2,60
Črna Gora	Žabljak	2	2,60
Črna Gora	Bar	2	2,60
Črna Gora	Krnovo	1	1,30
Črna Gora	Ni podatka	1	1,30
Bosna in Hercegovina	Sokolac	1	1,30
Makedonija	Ohrid	1	1,30
Finska	Kuortane	1	1,30
Estonija	Rakvere	1	1,30
Estonija - ne čez mejo	Nacionalni trening kampi	1	1,30
Estonija	Ni podatka	2	2,60
Latvija - ne čez mejo	Nacionalni trening kampi	1	1,30
Švedska	Ni podatka	1	1,30
Grčija	Kreta	1	1,30
Južna Afrika	Stellenbosch	1	1,30
Norveška	Oslo	1	1,30
Slovenija	Rogla	2	2,60
Nikamor	Ostanejo doma	10	13,00
Skupaj		77	100,00

Vir: lastno delo.

Največ jih je odgovorilo, da hodijo na športne priprave v poletnem času na Hrvaško. Druga zelo priljubljena država je Srbija, nato Portugalska, Španija, Italija, Francija in Črna Gora.

Iz odgovorov je razvidno, da se v poletnem času odhaja na športne priprave predvsem v hribe oziroma na višjo nadmorsko višino, temu pogovorno rečemo tudi »višinske priprave«. To pripomore k športnikovi vzdržljivosti, enako pa so tudi vremenske razmere in temperature bolj primerne v gorah v tem letnem času. Še vedno pa se jih veliko odpravlja tudi na morje.

Veliko je bilo že narejenih raziskav o tem, zakaj so višinske priprave dobra izbira za atlete in druge športnike. Navadno takšne priprave uporabljajo predvsem pri vzdržljivostnih športih. Laično povedano bo športnik, ki bo treniral na višini, kjer je manj kisika, lažje in bolje prenašal treninge in tekme na višinah oziroma nižinah, kjer je kisika več. Suchy in

Opočensky (2015) sta izvedla raziskavo na smučarskih tekačih. Potekala je 10 dni na višinskih pripravah na 1.850 metrih nadmorske višine, osredotočili pa so se predvsem na aerobne treninge. Z uporabo različnih testov so prišli do rezultatov, ki so pokazali izboljšanje atletov po vrnitvi na za njih normalno nadmorsko višino. Čeprav so bili testi najslabši tretji in četrti dan, so se znatno izboljšali osmi dan treningov. To je prineslo tudi zelo dobre rezultate pri pogojih, v katerih so bili športniki navajeni trenirati in tekmovati.

V osnovi je potrebno vedeti, da je za vse vzdržljivostne športe pomembno, da je obremenjena mišica oskrbovana z zadostnimi količinami kisika. Kisik pa je potreben, da poglobitni procesi v mišicah sploh delujejo. Torej, ko športniki pridejo na višjo nadmorsko višino, najprej začne naraščati vrednost eritropoetina, to se začne dogajati že šest ur po prihodu. Eritropoetin pa vpliva na množenje eritrocitov. In več, kot jih je, boljša je oskrba mišic s kisikom. Vrednost hemoglobina, ki je rdeče krvno barvilo eritrocita, začne naraščati šele po nekaj tednih bivanja na višini. Hemoglobin tako doseže najvišje vrednosti šele po približno šestih tednih. Ta povišana vrednost pa ostane po prekinitvi vpliva nadmorske višine, ali kot temu pravijo, po prekinitvi hipoksije, še približno šest tednov. Tako so ugotovili, da bivanje v višinskih razmerah prinese boljše športne rezultate. Ob vsem tem pa znanstveniki vseeno ugotavljajo, da bi bilo za športnika najbolj idealno spanje na višini in treniranje na nižini. Ker pa je to v realnem svetu težje izvedljivo, so prišli do različnih idej, kako bi to lažje udejanjili. Tako so si znanstveniki izmislili različne sisteme, kot so na primer posebne podtlačne komore, višinski šotori, višinske sobe, obrazne maske ali ustniki itd. (Šinkovec, 2013).

Flaherty, O'Connor in Johnston (2016) so opozorili tudi na težave, ki jih lahko prinesejo treningi na višini. Zaradi višinske razlike se tako športno zmogljivost lahko omeji in pride do višinske bolezni, izgube telesne teže, motenj spanca in poslabšanja imunskega sistema. Ob tem vedenju je ponovno dobro razmisliti o alternativah, ki so si jih znanstveniki izmislili za enake učinke, kot jih imajo priprave v hribih.

Kar nekaj odgovorov na to, kam se odpravljajo na poletne priprave, je bilo tudi, da ne gredo nikamor, oziroma ostanejo raje doma. To je dokaj razumljivo, saj navadno ni velike spremembe v vremenu v tistem času, če treniraš doma ali kje drugje. Poleg tega pa se kmalu začne tudi poletna sezona tekmovanj.

Prisotni so tudi drugi dejavniki, ki vplivajo na to, ali oditi na priprave poleti ali ne. Kar nekaj športnikov meni, da je pametno zamenjati domači kraj oziroma stadion vsaj za nekaj časa, preizkusiti tudi druge stadione in tekaške podlage, predvsem pa se osredotočiti le na treninge. Ko se športnik odpravi na športne priprave, brez težav in motenj trenira dvakrat na dan, vmes pa ima dovolj časa za počitek, brez dodatnih opravil in stresa. Športniki na športnih pripravah zato velikokrat uporabljajo besedno zvezo »eat, sleep, train, repeat«. Poletne športne priprave služijo tudi kot priprava na naslednjo sezono oziroma zimsko

sezono, saj se nekateri odpravljajo na športne priprave po končani poletni sezoni, ki je navadno končana konec avgusta ali septembra.

Kot že omenjeno, se nekateri tudi v poletnem času odpravljajo na morje in tam trenirajo. Razlogi so lahko različni, mogoče imajo nekateri malo hladneje v svojem domačem kraju in gredo raje v toplejša območja, predvsem pa je razlog tudi infrastruktura, ki jo ponujajo v teh krajih. Na primer, veliko atletov, tudi slovenskih, se odpravlja na Tenerife na športne priprave, saj imajo tam dobro infrastrukturo in je dobro poskrbljeno za vse, kar potrebujejo. Prav tako je tudi na Portugalskem v Monte Gordo in na Cipru, kjer so razvijali celoten kompleks in infrastrukturo za športne priprave v letu pred olimpijskimi igrami v Atenah 2004. Ciper je bil takrat izbran s strani britanskega olimpijskega komiteja za trening območje za priprave športnikov. Takrat je Ciper šele začel s konceptom uvedbe športnega turizma, vendar pa so verjeli, da bi takšna promocija pripeljala več športnih turistov v državo (Kartakoullis & Karlis, 2002). Očitno je bil koncept dobro zasnovan, saj je Ciper zdaj območje za športne priprave veliko športnikom, med drugim tudi atletom, kot je razvidno iz rezultatov.

V naslednjem vprašanju sem anketirance povprašala tudi po obisku športnih priprav v zimskem času. Po odgovorih je razvidno, da je zimski čas tisti, ko so športne priprave bolj primerne. Večina se v zimskem obdobju poskuša odpraviti v tople kraje, kjer imajo boljše pogoje za treniranje in manj možnosti za poškodbe ob zimskih razmerah. Obstajajo tudi atletske dvorane, v katerih atleti trenirajo, vendar pa morajo biti treningi zaradi dvorane še vedno malo bolj prilagojeni, kot če se trenira zunaj na stadionu s 400-metrskim krogom. Prav tako je manj atletov, ki tekmujejo v dvorinah. Nekateri se pripravljajo le na zunanjo sezono. To je lahko razvidno tudi iz obiskov večjih tekmovanj. V dvoranski atletiki navadno vidimo manj tekmovalcev, prav tako je tudi manj disciplin, saj je steza za tekmovanja drugačna (nagnjena steza z 200-metrskim krogom). Nad pomembnostjo take dvorane sem se spraševala tudi v prihajajočih vprašanjih.

Torej, vprašanje se je glasilo **kam se navadno odpravljajo na priprave v zimskem času**. Rezultati so prikazani v tabeli 4.

Tabela 4: Obisk zimskih športnih priprav

Država	Kraj	Frekvenca	Odstotki
Južna Afrika	Stellenbosch	4	4,80
Južna Afrika	Ni podatka	2	2,40
Španija	Tenerife	11	13,10
Španija	Malaga	1	1,20
Španija	Fuerteventura	1	1,20

se nadaljuje

Vir: lastno delo.

Tabela 4: Obisk zimskih športnih priprav (nadaljevanje)

Država	Kraj	Frekvenca	Odstotki
Španija	Mar de Pulpi	1	1,20
Španija	Huelva	1	1,20
Španija	Alfaz del Pi	1	1,20
Španija	Kanarski otoki	1	1,20
Španija	Castellon	1	1,20
Španija	Ni podatka	2	2,40
Portugalska	Monte Gordo	7	8,30
Portugalska	Albufeira	3	3,60
Portugalska	Lizbona	1	1,20
Portugalska	Ni podatka	5	6,00
Italija	Formia	2	2,40
Italija	Ni podatka	1	1,20
Hrvaška	Medulin	2	2,40
Hrvaška	Makarska	1	1,20
Hrvaška	Vrsar	1	1,20
Hrvaška	Opatija	1	1,20
Hrvaška	Gorski Kotar	1	1,20
Srbija	Beograd	3	3,60
Srbija	Novi Sad	1	1,20
Srbija	Aleksinac	1	1,20
Srbija	Deliblatska peščara	1	1,20
Srbija	Ni podatka	1	1,20
Črna Gora	Ulcinj	4	4,80
Črna Gora	Bar	5	6,00
Črna Gora	Ni podatka	2	2,40
Bolgarija	Sofija	1	1,20
ZDA	Clermont - Florida	1	1,20
ZDA	Chula Vista	1	1,20
ZDA	Ni podatka	1	1,20
Kenija	Iten	1	1,20
Nemčija	Kienbaum	1	1,20
Finska	Kuortane	1	1,20
Ciper	Nikozija	1	1,20
Slovaška	Vysoke Tarty	1	1,20
Francija	Ni podatka	1	1,20
Nikamor	Ostanejo doma	5	6,00
Skupaj		84	100,00

Vir: lastno delo.

Največ jih je odgovorilo Španija. Španija je destinacija, ki ima v zimskem času precej dobro vreme za treniranje na prostem. Največ jih je odgovorilo, da odhajajo v Španijo na otok Tenerife, kjer imajo dober kompleks za atlete in dober sistem trženja športnih priprav. Druga zelo priljubljena destinacija je Portugalska, sledijo ji še Črna Gora, Srbija, Hrvaška in Južna Afrika. V Južni Afriki se najbolj pogosto odpravljajo v kraj Stellenbosch, ki je obkrožen z gorami. Torej je tudi zimski čas primeren za višinske priprave, predvsem v toplejših območjih. Še vedno pa se nekateri odločijo ostati doma, oziroma imajo reprezentančne priprave v svojih krajih.

Za Slovence in prebivalce nekaterih drugih bližnjih držav je prav tako zelo privlačen Beograd v Srbiji. Kar nekaj atletov se je večkrat odločilo oditi v Beograd na športne priprave, saj so tam postavili krožno dvorano z nagnjeno 200-metrsko stezo nekaj let pred nami, Srbija pa je bila takrat najbližja in je predstavljala najcenejšo možnost za treninge v takšni dvorani. Če želiš uspešno tekMOVATI tudi v dvoranski atletiki, je nujno trenirati tudi v krožni dvorani, saj se zelo razlikuje od zunanjih treningov. Predvsem je razlika v krivini atletske steze, ki je malo nagnjena, torej pod kotom, ter v samem tlaku zraka v dvorani. Tako se v zimskem času ne odpravljajo vedno vsi le na morje in v toplejše kraje, temveč tudi v kraje, kjer je postavljena takšna posebna dvorana. Za slovenske atlete bo to od letošnjega leta drugače, saj so takšno atletsko dvorano zgradili v Novem mestu.

Zaradi zelo raznolikih odgovorov, ki sem jih tudi pričakovala, glede na to, da trenerji prihajajo iz različnih držav, se je naslednje vprašanje nanašalo na razloge za obisk omenjenih držav in krajev za športne priprave.

Kot sta zapisala Swarbrooke in Horner (2007), turisti vedno kupujejo ne samo nek turistični produkt, ampak celotno doživetje. To doživetje se deli na fazo pričakovanja pred odhodom, fazo porabe med počitnikovanjem ter fazo spominjanja po končanih počitnicah. Turistovo zadovoljstvo tako vpliva na celotni produktni proces v turizmu. Glede na njegovo počutje in doživetje, bo turist ocenil določeno destinacijo in jo predlagal drugim ali pa delil negativne informacije naprej. Enako velja tudi pri športnem turizmu, le da so preference športnih turistov navadno drugačne.

Torej moje naslednje vprašanje je bilo, **zakaj se odpravljajo ravno tja na športne priprave**. Vprašanje je imelo možnost izbire več možnih odgovorov in je prikazano v tabeli 5.

Tabela 5: Razlogi za obisk določenih krajev za športne priprave

Odgovor	Dejavnik	Frekvenca	Odstotki
a	podnebje	58	26,5
b	cena	40	18,3
c	hrana	16	7,3
d	infrastruktura (dvorana, stadion, fitnes/utežarna)	53	24,2
e	urejene tekaške poti	17	7,8
f	zdravstvena pomoč/fizioterapija	10	4,6
g	trenerji	6	2,7
h	tekmovalci/ konkurenca	5	2,3
i	drugo	14	6,4
Skupaj		219	100,0

Vir: lastno delo.

Tako pri slovenski kot pri angleški anketi so anketiranci odgovorili, da jim je daleč najpomembnejše podnebje oziroma vreme, takoj za tem pa infrastruktura na območju, kjer trenirajo. Tudi cena športnih priprav je prav tako prejela kar nekaj potrditev. Zanimive odgovore so anketiranci vpisali pod točko »drugo«, na katere se sama nisem osredotočila. Kar nekaj odgovorov ima skupni imenovalc nadmorska višina, o kateri sem že govorila v eni od prejšnjih točk. Torej priprave na višini so dobre za atlete in njihovo pripravljenost, tako kot tudi sestava kisika na višini. Poleg tega pa je nekaterim pomembna tudi bližina dvorane oziroma kompleksa za treniranje, lahkota potovanja, letalske povezave, sama plaža, dobre naravne tekaške poti tudi po pesku in svež zrak. Nekateri se v določene kraje zelo radi vračajo, zato pravijo, da je razlog za odhod na tista območja prav to, da kraj in infrastrukturo že poznajo, ter tudi nekakšna podpora s strani lokalnih organizatorjev, ki je lahko zelo pomembna, če želimo res kvalitetno trenirati in se pripravljati na prihajajoča tekmovanja.

Odgovori me niso presenetili, saj je večinoma jasno, da se športniki želijo odpravljati na športne priprave nekam, kjer so pogoji boljši kot doma. Kot sem že omenila, nekateri obiščejo druge kraje tudi zato, da zamenjajo okolje in preizkusijo še druge tekaške podlage. To sem največkrat zasledila pri tekmovalcih in trenerjih, ki treninge posvečajo skokom. Največkrat pa si večina želi obiskati destinacije, kjer je toplo podnebje, ko je v domačem kraju zima, ali pa kjer je boljši zrak, to je lahko na višini ali ob morju.

Zasledila sem tudi, da športniki veliko pridobijo iz treningov na soncu oziroma v lepših pogojih. Mrzlo vreme zategne mišice, kar lahko pripelje do poškodb. Iz enakega razloga se moramo pred vsako dejavnostjo dobro ogreti. Prav tako s soncem dobimo več vitamina D, kar naj bi po nekaterih raziskavah izboljšalo reakcijske čase, mišično moč, hitrost ter vzdržljivost (Detur Sports, brez datuma).

5.2 Obisk Slovenije in Ljubljane ter možnosti za razvoj športnih priprav pri nas

V naslednjem odseku vprašanj sem želela izvedeti, ali je mogoče privabiti športnike turiste tudi v Ljubljano. Vemo, da se jih kar nekaj odpravlja k nam na Roglo, toda ali je mogoče, da bi se v prihodnosti lahko odločili tudi za obisk Ljubljane kot destinacije za športne priprave. Poskušala sem ugotoviti, kaj bi jih k nam privabilo ter kaj bi predvsem morali za to spremeniti. Nekateri razlogi so nemogoči in nespremenljivi, kot je na primer podnebje tukaj, vendar pa imamo tudi kar nekaj infrastrukture, ki bi se lahko bolj povezala in tako privabila več športnikov. Več pa v nadaljevanju in skozi določena vprašanja.

Najprej sem začela s splošnimi vprašanji, **ali so že bili v Sloveniji** in nato, **ali so že obiskali Ljubljano**.

Tabela 6: Obisk Slovenije

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	42	66
NE	22	34
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Tabela 7: Obisk Ljubljane

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	35	55
NE	29	45
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Tabeli (6 in 7) prikazujeta, da je kar nekaj anketirancev že obiskalo Slovenijo, ne pa tudi Ljubljane. Dejstvo je, da so odgovarjali na anketo tudi Slovenci, zaradi česar so številke verjetno malo višje, kot bi bile sicer pri omenjenih vprašanjih. Zanimivo pa je, da je 24 tujih trenerjev, ki so odgovarjali na angleško anketo, že bilo v Sloveniji in od tega 19 v Ljubljani.

Na podlagi teh vprašanj sem nato postavila vprašanja o športnih pripravah pri nas. Torej najprej je nastopilo vprašanje, **ali so že bili kdaj na športnih pripravah v Sloveniji in kje so bili**, ter nato še naslednje enako vprašanje za **Ljubljano**.

Tabela 8: Odstotek ljudi, ki so že bili v Sloveniji na športnih pripravah

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	18	28
NE	46	72
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Rezultati v tabeli 8 kažejo, da se je 28 % anketirancev že odločilo priti v Slovenijo na športne priprave. Z odgovorom DA so dobili tudi vprašanje, kje so torej bili pri nas na športnih pripravah. Ponudili so mi veliko odgovorov in možnosti za športne priprave pri nas v Sloveniji. Poleg vsem poznane Rogle, ki je prejela največ točk, hodijo na športne priprave tudi na Pohorje, v Koper, Tolmin, Kranjsko Goro, Brežice, Velenje, Celje, Kranj, Postojno, Novo mesto, Novo Gorico, Ljubljano in Maribor. Drugi pa so zraven šteli še različna tekmovanja, ki se prav tako obravnavajo kot športni turizem ali kot krajše športne priprave, če je temu tako. Eden od trenerjev je omenil ljubljanski maraton, drugi pa dve veteranski Balkanijadi, ki sta potekali v Celju v letih 1987 in 2018.

Tabela 9: Odstotek ljudi, ki so že bili v Ljubljani na športnih pripravah

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	6	9
NE	58	91
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Rezultati, navedeni v tabeli 9, prikazujejo, da Ljubljana ni znana kot območje za izvajanje športnih priprav. Vseeno pa je razvidno, da nekateri vendarle se odločijo za Ljubljano, torej obstajajo možnosti za razvoj na tem področju.

Na podlagi zgornjih odgovorov sem želela izvedeti, **zakaj so se nekateri trenerji odločili priti v Ljubljano na športne priprave**. Rezultate sem prikazala v Tabeli 10. S tem sem želela pridobiti nek oris tega, s čim bi se lahko Ljubljana kot športna destinacija izboljšala in s čim bi lahko privabili več atletov.

Tabela 10: Razlogi za obisk Ljubljane za športne priprave

Odgovor	Dejavnik	Frekvenca	Odstotki
a	ker so mi Ljubljano priporočili znanci	1	10
b	ker imate boljšo infrastrukturo, kot jo imamo pri nas	3	30
c	cene so nižje kot kje drugje	0	0
d	zaradi poznanih trenerjev	4	40
e	zaradi poznanih tekmovalcev	0	0
f	zaradi priznanih fizioterapevtov	1	10
g	drugo	1	10
Skupaj		10	100

Vir: lastno delo.

Največ odgovorov za obisk Ljubljane je dobila trditev, da prihajajo k nam oziroma so prišli k nam na športne priprave »zaradi priznanih trenerjev«. Sledila je trditev »zaradi boljše infrastrukture« ter tudi »zaradi naših priznanih fizioterapevtov« in »ker so mi tako priporočili«. Nekdo je celo napisal, da zato, ker imamo lep grad. Morda je vprašanje zamešal in se je osredotočil le na Ljubljano kot turistično destinacijo ali pa je vzpon na grad vzel tudi kot dober trening teka v klanec z zaključkom na vrhu ob gradu in z lepim razgledom.

Za tem je sledilo vprašanje za vse, ki so na vprašanje o obisku Ljubljane kot športne destinacije odgovorili z NE. Torej **zakaj se niso še nikoli odpravili v Ljubljano na športne priprave**. Rezultati so prikazani v tabeli 11.

Tabela 11: Kakšni so razlogi, da se anketiranci še niso odločili priti v Ljubljano na športne priprave

Odgovor	Dejavnik	Frekvence	Odstotki
a	nikoli nismo o tem razmišljali	47	45,60
b	ne zdi se nam primerna infrastruktura	5	4,90

se nadaljuje

Vir: lastno delo.

Tabela 11: Kakšni so razlogi, da se anketiranci še niso odločili priti Ljubljano na športne priprave (nadaljevanje)

Odgovor	Dejavnik	Frekvence	Odstotki
c	nikoli nismo dobili nikakršne ponudbe/priporočil	21	20,40
d	ni primerno podnebje	9	8,70
e	nihče se ne odpravlja na športne priprave v Ljubljano	11	10,70
f	ne zdi se nam zanimiva	4	3,90
g	drugo	6	5,80
Skupaj		103	100,00

Vir: lastno delo.

Največ odgovorov je dobila trditev, da o tej opciji sploh niso razmišljali. Sledila je trditev, da o tej možnosti nikoli niso dobili nikakršnih ponudb oziroma priporočil. Nekaj več odgovorov sta dobili tudi trditvi, da nihče ne odhaja v Ljubljano na športne priprave ter da vreme oziroma podnebje tukaj ni primerno za priprave. Ponovno zanimivi pa so bili odgovori, ki jih trenerji napišejo sami pod točko »drugo«. Tako so napisali, da je za nekatere pot do sem predolga, saj bi morali z letalom trikrat prestopiti. Nekateri so ponovno poudarili hladno vreme v času priprav oziroma vreme, ki je enako tistemu, kot ga imajo doma. Zanimiva je tudi opazka, da k nam ne hodijo na priprave, ker je preveč gneče na sami infrastrukturi. Zadnji podan odgovor pa je bil, da pri nas nimamo plaže in da so hotelski standardi vprašljivi.

Podnebje pri nas res ni primerno za vsakega, še posebej, če se od domačega ne razlikuje. Definitivno pa bi z novo infrastrukturo lahko olajšali predvsem gnečo, saj bi bila infrastruktura večja in bi atleti imeli več možnosti in prizorišč za sam trening. Poleg tega tudi menim, da imamo v Ljubljani kar nekaj hotelov, ki bi lahko zadovoljili standarde športnikov, v tej smeri le še nismo dovolj razmišljali. Možnosti je absolutno dovolj.

Če se vrnem nazaj k novi infrastrukturi, je bilo v zadnjem času mogoče večkrat zaslediti novice o tem, da se bo gradnja atletskega centra počasi začela, oziroma predvsem je veliko govora o tem, kje naj bi vse skupaj bilo postavljeno ter kakšni bodo objekti. To je že samo po sebi velik dosežek, saj lahko rečemo, da je napredek po večletnih obljubah končno zaznan. Na spletni strani Ljubljana Times, kjer opisujejo načrte za novo infrastrukturo na atletskem stadionu ŽAK v Šiški, trdijo, da naj bi atletski center Ljubljana dobil nov glavni

stadion s tribunami za 5.000 gledalcev, nov pomožni stadion, atletsko krožno dvorano za 1.500 gledalcev ter center za mete (Ljubljana Times, 2017).

Slika 3: Skica atletskega centra ŽAK za prihodnost



Vir: Ljubljana Times (2017).

To bi zagotovo prineslo kar nekaj veselja vsem atletom, ki bi lažje trenirali in imeli boljše pogoje za trening. Prav tako bi tak center lahko predstavljal veliko odskočno desko za povečanje športnega turizma pri nas. Čeprav nekateri v anketnem vprašalniku omenjajo gnečo na trenutni infrastrukturi, bi se ta v primeru takšne gradnje zmanjšala, oziroma bi se atleti razporedili po večji površini in bi tako bili treningi lažje in neovirano izvedeni. Prav tako bi taka dvorana pripomogla k boljšim rezultatom tudi v dvoranski atletiki. Zdaj je dvorana v Ljubljani primerna le za krajše sprinte do 100 m, kar zadostuje le za nekatere atlete, predstavlja pa tudi zavetje pred slabim vremenom. Z novo dvorano bi lahko tudi ostali tekači na srednje in dolge proge lažje trenirali in imeli več prostora za trening. Ob vsem tem pa bo izjemnega pomena tudi organizacija celotnega centra.

5.3 Pomembna infrastruktura za izvedbo športnih priprav in kaj bi pripomoglo k povečanju števila le teh

Najprej sem želela poizvedeti, ali bi bila trenerjem dovolj že zdajšnja infrastruktura in urejene poti v bližini stadiona za samo izvajanje športnih priprav. Vprašanje se je glasilo: **V Ljubljani že imamo dober stadion, fitness in utežarno, notranjo dvorano dolgo 120 m ter različne makadamske/urejene tekaške poti v središču mesta, toda še vedno v naravi.**

Bi bili pripravljeni zaradi tega priti k nam na športne priprave? Rezultati so bili zelo pozitivni. Kar 64 % jih je potrdilo, da bi bili pripravljeni priti k nam zaradi naše krajše dvorane, fitnesa in utežarne, stadiona ter urejenih tekaških poti. To nam pokaže, da ima Ljubljana vse potrebno za promocijo destinacije kot športnega mesta za atlete. Seveda verjamem, da bo vse skupaj še bolj mamljivo ob sami prenovi in nadgradnji, vendar pa, po rezultatih sodeč, je že zdaj možnosti veliko in bi bilo potrebno le še vse skupaj urediti in realizirati.

Naslednje vprašanje se je nanašalo na izgradnjo 200-metrške krožne dvorane v Ljubljani. Trenerje sem torej vprašala, **ali je za njihove kakovostne športne priprave pomembna tudi takšna dvorana.** Rezultati so prikazani v tabeli 12.

Tabela 12: Pomembnost krožne 200-metrške dvorane na športnih pripravah

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	31	48
NE	33	52
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Rezultati prikazujejo, da skoraj polovica anketirancev potrjuje pomembnost atletske krožne dvorane na svojih športnih pripravah, ostali tega ne potrebujejo. Vendar pa se pri tem vprašanju vidi razlika med odgovori na slovensko in angleško anketo. V angleški anketi so trenerji na to vprašanje 19-krat odgovorili z DA in 25-krat z NE, pri slovenski anketi pa je bilo razmerje ravno obratno, kjer jih je 12 odgovorilo z DA in 8 z NE. Takšna razlika je razvidna predvsem zato, ker slovenski atleti in trenerji take dvorane dolgo niso imeli. Tujim trenerjem pa takšne infrastrukture verjetno ne primanjkuje, zato se lahko v času športnih priprav osredotočijo tudi na druge stvari, ne le na tek po nagnjeni krivini. Tako bi bila krožna 200-metrška dvorana predvsem pomembna za slovenske trenerje ter za nekatere bližnje države.

Večina je pritrdilno odgovorila tudi na vprašanje, **ali bi zaradi takšne dvorane bili pripravljeni priti v Ljubljano na športne priprave.** Na vprašanje so odgovarjali le tisti, ki potrebujejo takšno krožno dvorano v sklopu svojih priprav. Rezultati so prikazani v tabeli 13.

Tabela 13: Pripravljenost obiska Ljubljane za športne priprave ob možnosti uporabe krožne 200-metrške dvorane

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	25	81
NE	6	19
Skupaj	31	100

Vir: lastno delo.

Kot sem napisala v prejšnji točki, že potekajo postopki k izgradnji takšnega kompleksa. S tem, poleg boljših pogojev za domače športnike, vidimo napredek tudi k povečanju športnega turizma. Verjamem, da takšen kompleks ne bi izboljšal pogojev za treniranje le atletom, temveč tudi drugim športnikom, kot so na primer nogometaši (nogometna kluba Olimpija in Bravo trenirata na istih stadionih kot atleti treh ljubljanskih atletskih klubov), smučarji, smučarski skakalci in drugi. Te športnike je mogoče zaslediti na atletskih stadionih, kjer izvajajo treninge za kondicijsko pripravo in podobno.

Da pa bi se ljudje, in s tem trenerji, odločali med različnimi možnostmi za obisk različnih krajev za športne priprave, je potrebno željeno destinacijo oziroma kompleks tudi promovirati. Ljubljana bi morala postati vidna športna destinacija, če bi se odločili za tako obliko športnega turizma. Za uspešno promocijo destinacije je potrebno ciljno trženje. To se začne s segmentacijo trga, pri kateri se najprej opazuje trg, nato se oblikuje skupine turistov oziroma segmentov ter na koncu oblikuje še profile za izbrane tržne segmente. Sledi postopek ciljanja, pri katerem se podjetje odloči, na kateri tržni segment bo ciljalo. Na koncu pa še proces pozicioniranja, pri katerem se dogovori, katere izdelke/storitve/doživetja se bo ponudilo izbranemu tržnemu segmentu, da bo ta raje izbral destinacijo podjetja kot konkurenco (Konečnik Ruzzier, 2010). V mojem primeru bi tako bili tržni segment športniki/atleti in njihovi trenerji, na katere bi z našo ponudbo ciljali.

Pri tem je dobro vedeti tudi, kakšna je osebnost športnikov ter kako razmišljajo. Lazarević in Havelka (v Tušak, 2003, str. 11) sta opravila raziskavo na področju osebnosti športnikov. Razlikovala sta med tremi skupinami: vrhunski športniki, športniki, ki se aktivno ukvarjajo s športom ter nešportniki. Ugotovila sta, da je dve tretjini vrhunskih športnikov visoko inteligentnih, imajo višje izražen super-ego in so nekoliko manj samokritični. Športniki se bolj nagibajo k praktičnemu svetu in so bolj odporni ter lažje prilagodljivi kakor nešportniki. Hkrati pa so tudi bolj veseli in sproščeni, kar dokazuje pozitivne učinke vadbe. Najbolj odprti, torej ekstravertirani, so vrhunski športniki, najmanj pa nešportniki. Po drugi strani pa so športniki bolj odvisni od skupine.

Zaradi izbire načina ciljnega trženja sem s svojim naslednjim vprašanjem želela izvedeti, **kaj bi jih prepričalo, da bi se odločili zamenjati svojo lokacijo priprav.** S tem bi lahko dobili še boljši vpogled v to, česa si športni turisti želijo in kaj najbolj potrebujejo, oziroma

kaj je tisto, kar jih prepriča pri izbiri določene destinacije. V tabeli 14 so prikazani rezultati na omenjeno vprašanje.

Tabela 14: Opredelitev anketirancev do razlogov za možnost obiska drugih krajev za športne priprave

Odgovor	Dejavnik	Frekvenca	Odstotki
a	ugodna cena	56	26
b	dobra medicinska pomoč	13	6
c	raznolika izbira infrastruktur (možnost ponudbe bazenov, različnih stadionov, fitnesov itd.,)	44	21
d	dobra hrana	27	13
e	dobra in nova infrastruktura	30	14
f	konkurenca na treningih	13	6
g	pomoč drugih/lokalnih trenerjev	13	6
h	drugo	17	8
Skupaj		213	100

Vir: lastno delo.

Veliki večini je najbolj pomembna ugodna cena destinacije športnih priprav, poleg tega pa tudi raznolika izbira infrastruktur, kot je možnost uporabe različnih stadionov, fitnesov, bazenov in drugo. S tem odgovorom anketiranci potrjujejo, da bi bilo pametno ustvariti nekakšno povezavo med vsemi športnimi centri v Ljubljani – to bi na primer bila možnost nakupa nekakšne kartice, ki omogoča vstop v vse te centre in njihove objekte. Zelo pomembna je anketirancem tudi dobra in nova infrastruktura ter dobra hrana. Sicer pa so vse trditve dobile vsaj manjšo potrditev, tako da bi bila verjetno najbolj učinkovita prav povezava med vsemi omenjenimi trditvami. Trenerji si torej želijo tudi dobre medicinske pomoči v bližini, konkurence na treningih ter pomoč drugih/lokalnih trenerjev.

Ko anketiranci uporabijo odgovor »drugo« in zapišejo še svoje ideje/mnenja, opozorijo še na nekatere spremenljivke, ki niso velikokrat predstavljene in izpostavljene. Tako sem ponovno dobila zelo zanimive odgovore in ideje, na katere sama nisem pomislila. Velikokrat se osredotočamo pri atletiki le na tek in skoke, ne smemo pa pozabiti tudi na mete ter skok s palico, ki je posebna disciplina sama po sebi. Kar trije odgovori, ki so jih trenerji sami zapisali, so se nanašali na dobro organizirano območje za metalce diska, kladiva, kopja in

krogle. V krožni dvorani je navadno postavljeno metališče za metalce krogle, predvsem pa je za metalce pomembna dobro opremljena utežarna, saj je dvigovanje težkih uteži sestavni del njihovega treninga. Ob gradnji novega kompleksa ne smemo pozabiti tudi na kakovosten zunanji center za mete. Pri naših načrtih je razvidno, da so ta faktor ustrezno upoštevali.

Kot sem že omenila, je skok s palico specifična disciplina. Ker je to ena težjih disciplin v smislu koordinacije celega telesa in vseh mišic, je ob tem zelo pomemben trening gimnastike. Gimnastika je osnova tega športa in trenerji za svoje atlete tako potrebujejo tudi bližino gimnastične dvorane. Ponovno lahko rečemo, da s tem ne bi smeli imeti pretiranih težav, saj se gimnastična dvorana nahaja v sami bližini stadiona, Športno društvo GIB, za katerega verjamem, da bi se tam lahko organiziralo treninge tudi za tuje atlete. V sklopu Javnega zavoda Šport Ljubljana pa imamo tudi odličen gimnastični center na Viču. Eden od odgovorov je tako bil, da je za njihove priprave pomemben dober objekt oziroma prostor za skok s palico ter prostor za gimnastiko.

Nekateri drugi odgovori so bili tudi: oddaljenost kraja; dobre letalske povezave oziroma lahkota potovanja; dobre, naravne in mehke tekaške poti – za kar mislim, da sta recimo bližnja Tivoli in Pot spominov in tovarištva (v nadaljevanju PST) dobra izbira; sposojevalnica koles; dobra nastanitev; tiho območje za dober spanec; krio-terapija oziroma ledena kopel za regeneracijo; mednarodni trenerji. Pojavilo se je še nekaj odgovorov o dejavnikih, na katere žal nimamo vpliva, oziroma jih je nemogoče spremeniti. To so dobre vremenske razmere v času priprav, celotna infrastruktura in plaža morajo biti v sami bližini ter višja nadmorska višina destinacije.

Ker ima Javni zavod Šport Ljubljana v svojem sklopu infrastruktur veliko različnih kompleksov, ki so namenjeni različnim športom in športnim dejavnostim, me je zanimalo, **če bi si na pripravah želeli tudi obiska bazenov.** Ta zamisel se mi je porodila, ker sem videla ogromno atletov, ki so v času poškodb treninge izvajali tudi v vodi. Nekateri pa bazen uporabljajo za treninge tudi vsak teden kot del priprav na stezo. Upor vode otežuje izvedbo treninga v bazenu in s tem poskrbi za napredek v moči in kondiciji atleta. V bazenih se aktivirajo različne mišične skupine, obenem pa se stopala in gležnji ter vse mišice, kite in vezi, odpočijejo od nenehnega udarjanja po trdnih tleh, s čimer se lahko izognemo poškodbam. Ker je verjetno tudi za nekatere druge trenerje pomembna bližina bazenov in možnost treniranja v njih, sem sklenila zastaviti omenjeno vprašanje.

Prejela sem kar nekaj potrditev, da je zamisel dobra. Za obisk kopališč bi se odločilo kar 64 % anketirancev. Skupni rezultati so predstavljeni v tabeli 15.

Tabela 15: Obiskovanje kopališč kot možnost regeneracije ali drugačne vrste treninga

Odgovori	Frekvenca	Odstotki
DA	41	64
NE	23	36
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Nato sem nadaljevala s podobnim vprašanjem, ki pa se je nanašalo na obisk različnih stadionov, fitnessov in kopališč. Torej, **ali bi jih kaj takega na pripravah zanimalo, da bi lahko preizkusili različno infrastrukturo.** Že v začetku sem omenila, da se atleti in trenerji velikokrat odpravljajo na priprave tudi zaradi same menjave okolja ter menjave podlage. Tako se mi je zdelo zanimivo, da bi na pripravah v Ljubljani preizkusili tudi različne stadione, ki niso tako zelo oddaljeni en od drugega (v mislih imam na primer stadiona ŽAK in Kodeljevo). Enako je tudi s fitnessi, nekateri so boljše opremljeni kot drugi, ter različnimi kopališči. Kot omenjeno, sem za vse to imela v mislih predvsem navedeni lokaciji, lahko pa bi jima dodali še kakšno. V tabeli 16 so predstavljeni odgovori na zgornje vprašanje.

Tabela 16: Obisk različnih stadionov, kopališč, fitnessov idr. na športnih pripravah

Odgovori	Frekvenca	Odstotki
DA	48	75
NE	16	25
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Rezultati prikazujejo, da je za takšno obliko povezovanja in uporabe različnih športnih kompleksov veliko zanimanja. Anketiranci so s 75 % potrdili, da bi jih na športnih pripravah zanimal obisk različnih stadionov, fitnessov, kopališč. Odgovori na to vprašanje dokazujejo, da bi moj predlog povezovanja različnih centrov in prizorišč pripomogel k povečanju športnega turizma s pomočjo športnih priprav v Ljubljani.

V nadaljevanju magistrskega dela sem želela izvedeti tudi, **koliko denarja anketiranci navadno zapravijo za priprave.** S tem sem želela dobiti podatek o tem, o kakšni ceni lahko razmišljamo tudi sami, če bi se odločili za tovrstno trženje destinacije. Rezultati so prikazani v tabeli 17.

Tabela 17: Vrednosti višine zneska športnih priprav

Veljavno	Št. enot	Povprečje	Std. Odklon	Minimum	Maksimum
64	67	498,75 EUR	1.274,83 EUR	0 EUR	9.000 EUR

Vir: lastno delo.

Rezultati prikazujejo, da anketiranci v povprečju za športne priprave odštejejo približno 500 EUR. V prilogi 3 je prikazana tudi tabela s cenami, ki jo je zapisal vsak posameznik. Ob podrobnejši analizi rezultatov sem zasledila, da nekatere evropske države zapravijo več za odhod na športne priprave v primerjavi Slovenijo in drugimi državami bivše Jugoslavije. Za obisk priprav v določenih krajih zapravijo kar nekaj denarja, na primer Norvežan je za znesek priprav napisal kar 9.000 EUR. Verjamem, da je pri odločitvi o obisku kraja športnih priprav in njihove cene pomemben tudi prihodek atletov, ki se s tem športom resno ukvarjajo oziroma pomoč atletskih zvez in klubov pri odhodu na takšna potovanja.

Cena je velikokrat odločilna za odhod na določeno destinacijo. Pri športnih pripravah ni dosti drugače. Velja pa, da je zelo pomembnih tudi kar nekaj drugih dejavnikov. To sem želela prikazati že z vprašanji v osrednjem delu ankete. Kasneje sem trenerje povprašala še o tem, **ali bi bili pripravljeni priti v Ljubljano na priprave, če bi bila pri nas cena nižja od tiste, ki jo navadno izberejo.** Rezultati so prikazani v tabeli 18.

Tabela 18: Opredelitev anketirancev do trditve, da nižje cene povečajo možnost prihoda k nam na športne priprave

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	45	70
NE	19	30
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Kar 70 % anketirancev je odgovorilo z DA ter 30 % z NE. Nekateri so z obiskom športnih priprav, kamor že sedaj odhajajo, zelo zadovoljni. Odgovori prikazujejo dejstvo, da je Ljubljana lahko dobra destinacija za športne priprave ob upoštevanju vseh možnosti, ki sem jih anketirancem postavila v prejšnjih vprašanjih. Zagotovo bo pri takšnem trženju turizma potrebno tudi dobro razmisliti o cenah za komplekse, ki jih atleti potrebujejo, ter cenah ostale turistične ponudbe.

Večinoma sem se v svojem magistrskem delu in anketnem vprašalniku posvetila stadionu in njegovi izgradnji. Zavedam pa se, da za potrebe treningov športniki ne potrebujejo vedno le tartanske steze. Nekaterim so dovolj že razne dobro urejene tekaške poti, stadion imajo namreč tudi v domačem kraju. Ker iz lastnih izkušenj vem, da predvsem tekači na daljše

proge ne potrebujejo vedno stadiona in se raje zatečejo na mehkejšo podlago, se je moje naslednje vprašanje nanašalo tudi na to. Zanimalo me je, **ali za potrebe športnih priprav potrebujejo stadion**. Rezultati so prikazani v tabeli 19.

Tabela 19: Za potrebe športnih priprav je potreben stadion

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
DA	55	86
NE	9	14
Skupaj	64	100

Vir: lastno delo.

Rezultati kažejo, da je kar 55 anketirancev odgovorilo z DA in le 9 z NE. To je za tako raziskavo precej dobro, saj je obisk tujih atletov v Ljubljani močno odvisen od stadiona in nove dvorane, ki sta v nastajanju. Kot že omenjeno, imamo kar nekaj možnosti za kvalitetne tekaške treninge s tekaškimi potmi, bazeni, fitnesi itd., vendar pa velikokrat to ni dovolj in so stadioni ter atletska dvorana izrednega pomena. Zato največjo priložnost za obisk Ljubljane kot destinacije za športne priprave vidim predvsem v gradnji novega atletskega centra. Seveda pa je bližina ostale infrastrukture in naravnih poti enako pomembna in tako daje le dodatno prednost lokaciji športnih priprav.

Zadnje vprašanje, ki ga obravnavam v magistrskem delu, je vprašanje trenerjem – **s katerim sklopom disciplin se ukvarjajo**. Tako sem posredno dobila še povratno informacijo o tem, zakaj so nekaterim trenerjem določene stvari bolj pomembne kot drugim.

Za lažjo predstavo na kratko opisujem razdelitev atletskega sklopa po določenih sklopih. Pod tehnično disciplino metov spadajo met kladiva, met kopja, suvanje krogle ter met diska. Pod tehnično disciplino skokov spadajo skok v višino, skok v daljino, troskok in skok s palico. Tekiške discipline razvrstimo v tri sklope, to so sprinti, teki na srednje proge in teki na dolge proge. Pod sprinte uvrščamo teke, dolge do 400 m, tako da imamo krajši sprint, kot sta teka na 100 m in 200 m, ter daljši sprint na 400 m. Pod sprinte lahko uvrstimo tudi teke z ovirami, kot sta teka na 100 m z ovirami pri ženskah in 110 m z ovirami pri moških ter teka na 400 m z ovirami. Lahko pa teka čez ovire uvrstimo tudi v posebno vrsto tekaške discipline, saj je za ovire potrebno kar nekaj tehnične spretnosti. Enako velja za teka na 3.000 m z zaprekami. Ta disciplina spada že pod teke na dolge proge, kamor navadno uvrščamo teke med 3.000 in 10.000 m. Kar je daljše od tega, kot sta na primer polmaraton in maraton, predstavlja že ultra dolge teke. Teki na srednje proge pa so tako discipline, ki spadajo vmes, torej teki od 800 m do 2.000 m. Posebni disciplini, ki sta redkeje omenjeni, sta tudi sedmerboj za ženske in deseterboj za moške. Ti dve disciplini vključujeta več sklopov disciplin skupaj, od skokov, metov, sprintov, tekov z ovirami ter tekov na srednje proge. Čeprav imajo teki tudi različne podsklope, atletske discipline največkrat delimo na spodaj omenjenih 5 sklopov disciplin.

Rezultati ankete na omenjeno vprašanje so predstavljeni v tabeli 20.

Tabela 20: Kateri sklop disciplin anketiranci poučujejo

Odgovor	Frekvenca	Odstotki
Tehnične discipline – meti	13	10
Tehnične discipline – skoki	28	22
Sprinti	31	24
Teki na srednje proge	32	25
Teki na dolge proge	26	20
Skupaj	130	100

Vir: lastno delo.

Največ anketirancev se ukvarja s teki na srednje proge ter sprinti. So pa nekateri sklopi med seboj tudi tesno povezani, zato se veliko trenerjev ukvarja s treniranjem več disciplin skupaj. Trenerji imajo tako lahko nekatere varovance, ki trenirajo teke na srednje proge, ter nekatere, ki trenirajo sprint. Dobro se med seboj recimo prepletajo discipline, kot so skoki in sprinti ali pa daljši sprinti in teki na srednje proge, poleg tega pa tudi teki na srednje in na dolge proge. Zato sem trenerjem omogočila, da se pri tem vprašanju opredelijo z več odgovori. Rezultati kažejo, da so nekateri izbrali več disciplin, s katerimi se ukvarjajo, in je tako skupno število odgovorov presegalo število 64, ki je bilo število vseh sodelujočih v anketi.

6 DISKUSIJA NA TEMELJU RAZISKAVE

Z magistrskim delom sem želela razviti in preučiti idejo o povečanju športnega turizma v Ljubljani s pomočjo povečanja števila športnih priprav atletov. Ob sestavljanju vprašanj ankete sem v mislih že imela predvidene možne odgovore, vendar pa je vsak pogled na športne priprave lahko drugačen, še posebej, ko gre za različne države po celotni Evropi. Vesela sem, da sem dobila odgovore od več evropskih trenerjev. S treniranjem atletike se že sam zavedaš, da si za športne priprave želiš boljše podnebje, več sonca, toplejše vreme, da so lahko tako treningi še bolj učinkoviti. Zato je razumljivo, da atleti in atletske klubi ne prihajajo k nam, vsaj ne v Ljubljano. Kot smo videli pri rezultatih anket, pa se jih kar nekaj odloča priti v Slovenijo na višinske priprave na Rogli, kar je definitivno za nas dobra popotnica za naprej. Če pa se osredotočimo na Ljubljano in športne priprave tukaj, bi gradnja celotnega kompleksa na stadionu ŽAK v Šiški pripomogla k večji udeležbi športnikov atletov. Kot je že načrtovano, Javni zavod Šport Ljubljana planira gradnjo kompleksa (Brkić, 2016; Jesenšek, 2015), kjer naj bi imeli nov zunanji atletske stadion ter zraven še krožno dvorano z 200-metrsko atletske stezo in seveda še vse, kar spada zraven v tak kompleks. Ko sem anketirancem omenila omenjeno krožno dvorano, se je več ljudi zanimalo tudi za obisk Ljubljane, ko bo omenjena infrastruktura zgrajena. Še vedno so bolj zainteresirani tisti, ki v svoji državi take dvorane nimajo, in v to skupino žal spadamo tudi mi. V letošnjem letu se je pri nas, natančneje v Novem mestu, odprla pokrita krožna dvorana skupaj z velodromom.

Za slovenske atlete je to odlična opcija za boljše treninge pozimi, vendar pa menim, da Novo mesto nima tako velikega potenciala za razvoj športnega turizma, če bi to bilo mestni občini sploh zanimivo.

Ob tem razmišljanju lahko odgovorim na svoje 4. raziskovalno vprašanje: **Ali je krožna 200-metrška dvorana pomemben dejavnik pri izbiri destinacije za športne priprave atletov v zimskem obdobju?**

Na to vprašanje lahko odgovorim s pomočjo anketnega vprašanja, pri katerem sem anketirance vprašala, ali jim je pri obisku športnih priprav pozimi pomembna krožna 200-metrška dvorana. 31 jih je odgovorilo z DA in 33 z NE. Torej bi pri nekaterih trenerjih dvorana absolutno pripomogla k odločitvi prihoda na športne priprave k nam, pri drugih pa krožna dvorana ne bi imela nikakršnega vpliva. Vseeno menim, da je takšna dvorana odlična pridobitev za naše mesto in športnike, uporablja pa se lahko v različne namene.

Že v začetkih pisanja svojega magistrskega dela sem dobila idejo, ki bi jo lahko povezala z odprtjem in gradnjo dvorane v Ljubljani. Kot sem prikazala v poglavju o predstavitvi Javnega zavoda Šport Ljubljana, ima ta v lasti kar nekaj infrastrukture, ki bi lahko bile med seboj bolj povezane. Iz lastnih izkušenj vem, da so že različne podlage stadionov lahko zelo zanimive in učinkovite za treniranje, prav tako vse tekaške in sprehajalne poti, ki jih imamo na primer v Tivoliju in na Poti spominov in tovarštva, ter seveda tudi bazeni, saj so ti dobri za regeneracijo mišic in prav tako za drugačne vrste treningov ali pa rehabilitacijo in dodatni trening ob poškodbi. Za tak pristop sem največkrat slišala od ljudi, ki so trenirali v Ameriki. Tam je seveda vse precej drugače, vendar pa je za športnike zelo dobro poskrbljeno celo že v času študija, ko imajo na voljo skorajda vse, kar si zamislijo. Menim, da je ta način zelo uspešen, saj je trenerjem in njihovim varovancem ponujeno vse, kar potrebujejo za uspešne treninge. S pomočjo skupinskega trženja kompleksov in infrastrukture Športa Ljubljane bi lahko pripomogli k povečanju športnega turizma ne le s pomočjo atletov, temveč tudi športnikov z drugih področij. Prav tako menim, da je Ljubljana pravi kraj za to, saj imamo ogromno možnosti za prenočišča, še posebej v primerjavi z Novim mestom, kjer so nam, zgolj za primerjavo, ponudili en hotel. Prav tako je mesto zanimivo za raziskovanje in, kot že večkrat omenjeno s strani turističnih vodičev in agencij, hitro dostopno z vseh koncev Slovenije.

V nadaljevanju odgovorim na svoje drugo raziskovalno vprašanje: **Ali bi razvoj in modernizacija športne infrastrukture ter povezava med njimi pripomogla k razvoju športnega turizma in športnih priprav v Ljubljani?**

Prvo anketno vprašanje, ki mi je dalo pritrdilne odgovore, se je nanašalo na povezovanje med različnimi športnimi objekti. Zanimalo me je, ali bi trenerje na športnih pripravah zanimal obisk različnih stadionov, fitnessov in kopališč. Z DA je odgovorilo 38 anketirancev. Zaradi možnosti povezave med objekti sem jih povprašala tudi o obiskovanju kopališč kot

vrste treninga, regeneracije ali rehabilitacije. Ponovno so pokazali kar nekaj zanimanja za tako možnost, saj je z DA odgovorilo 43 anketirancev. Ker sem želela ugotoviti tudi, ali sta pomembna dejavnika tudi razvoj in modernizacija športne infrastrukture, sem jih povprašala o potrebi stadiona za kakovost njihovih priprav. Odgovori so bili zopet pritrdilni, kar 57 od 64-ih se jih je opredelilo z DA. Kot zadnje pa mi je pomagalo vprašanje o krožni 200-metrski dvorani. Tiste, ki so na vprašanje o tem, ali potrebujejo takšno dvorano na svojih športnih pripravah, odgovorili z DA, sem povprašala tudi, če bi se v tem primeru odločili priti v Ljubljano na športne priprave, ko bo dvorana postavljena. Od 31-ih jih je 25 odgovorilo pritrdilno. Iz tega je razvidno, da sta razvoj in modernizacija infrastrukture ter povezava med različnimi infrastrukturami lahko pomembna prednost pred drugimi športno-turističnimi destinacijami.

Ob vsem skupaj ne smemo pozabiti, da športni turizem predstavljajo tudi vse tekaške prireditve pri nas, ki pa jih ni malo. Od najbolj prepoznavnega in tudi najbolj obleganega Ljubljanskega maratona, do Bussiness run-a, DM teka, Teka trojk, teka Wings for life in drugih. S promocijo tekaških prireditev lahko tudi tako privabimo več ljudi v Ljubljano in s tem povečamo športni turizem. Poleg tega pa s temi prireditvami predvsem udeleženci pridobijo nekakšen vpogled v Ljubljano kot športno mesto, kjer so dobre tekaške poti in predvsem veliko možnosti za atletske izboljšanje.

Prepričana sem v to, da bi Ljubljana lahko ponovno bila dobra lokacija za obisk športnih priprav. Kot sem izvedela od starejših trenerjev tukaj pa tudi kakšnih atletov, so k nam zahajali na priprave iz različnih držav. Med njimi so države Oman, Jemen in Mehika. Zelo zanimivo je tudi to, da je iz Mehike prav k nam hodila nekdanja svetovna prvakinja v teku na 400 m Ana Guevara. Prav tako so v zadnjih mesecih pri nas v Sloveniji bili tudi atleti iz reprezentance Katarja. Razvidno je torej, da Ljubljana oziroma Slovenija predstavlja dobro lokacijo za uspešne treninge. Ne smemo pa pozabiti omeniti, da imajo veliko zaslug za prepoznavnost Slovenije tudi odlični slovenski športniki, med katerimi so tudi atleti, ki definitivno pripomorejo k promociji naših krajev – s tem pa tudi njihovi trenerji, ki spadajo med najboljše na svetu. Ni torej presenetljivo, da športniki radi prihajajo sem in se tako tudi učijo od najboljših.

Ob vsem tem so mi trenerji še omenili, da so se števila takšnih priprav zmanjšala, čeprav so tujci z veseljem prihajali sem, saj imamo predrago in prestaro infrastrukturo, da bi lahko zadovoljili želje atletov in njihovih trenerjev. Verjamem, da se to lahko spremeni že z gradnjo novega kompleksa na stadionu ŽAK v Šiški.

Zaradi omenjene trditve, se je moje tretje raziskovalno vprašanje glasilo: **Ali je zdajšnja infrastruktura primerna za izvajanje športnih priprav?**

Sama sem bila nad odgovori v tem primeru malo presenečena. Z vprašanjem, v katerem sem najprej podala vsa prizorišča, ki jih Ljubljana ima in so lahko pomembna za atlete, torej

dober stadion, fitnes in utežarna, notranja dvorana, dolga 120 m, ter različne makadamske/urejene tekaške poti v središču mesta, toda še vedno v naravi, sem želela izvedeti, ali takšni objekti in prizorišča zadostujejo za odhod na športne priprave. Kar 64 % jih je odgovorilo z DA. S tem so mi pokazali, da je Ljubljana že dovolj dobro opremljena s športno infrastrukturo. Potrebno jo je le modernizirati in malo nadgraditi.

Ker je športna ponudba v Ljubljani že zelo raznolika in lahko zadovolji potrebe vsakega športnika, bi poleg promocije samih športnih objektov in povezave med njimi bilo potrebno tudi sodelovanje s turističnimi agencijami in turističnimi ponudniki. Torej da bi se turistične ponudbe še bolj povezale s športnimi ponodbami mesta. Ker je sodelovanje športa in turizma vedno bolj v porastu, bi se Šport Ljubljana lahko v to še bolj vključil. Vse moje predpostavke so le plod lastnega razmišljanja in plod tega, da se Ljubljano med evropskimi državami prepozna kot športno mesto, tudi za možnost atletskih športnih priprav. Kot vemo, ima hotel na Rogli dobro zasnovan koncept športnega turizma. V Ljubljani take povezave med hoteli ni. Seveda imajo ponudbe za udejstvovanje pri različnih športnih aktivnosti, vendar pa se ne osredotočajo na možnosti prihoda športnikov za potrebe športnih priprav. Nekateri hoteli in zavod Šport Ljubljana bi tako lahko vzpostavili nova sodelovanja. Hoteli bi k svoji ponudbi dodali ponudbo za skupine športnikov, ki bi obiskali Ljubljano za športne priprave, Šport Ljubljana pa bi ponudil različne možnosti za njihovo nemoteno treniranje. Kot primer lahko pogledamo prav hotel Rogla. Seveda ima ta drugačne razsežnosti, vendar pa je trženje športnih priprav lahko zelo podobno. Na njihovi spletni strani lahko vidimo, da imajo predstavljen zavihek za vrhunske športnike. Prikazano je, kaj vse lahko ponudijo športnikom, ki bi se odločili priti k njim na športne priprave, od različnih športnih objektov, do sob in športne prehrane (Unitur d. o. o., brez datuma). V Ljubljani bi bil koncept malo drugačen, toda če bi se različne nastanitve želele odločiti za tak pristop k trženju športnega turizma, bi morale upoštevati tudi druge potrebe športnikov. Torej poleg same športne ponudbe tudi ponudbo športne prehrane ter možnost dobrega počitka. Potrebno se je še zavedati, da športniki na športnih pripravah potrebujejo mirno okolje za počitek med treningi, da se lažje in bolje pripravijo na naslednjega. Zato bi priporočila takšno izvajanje ponudbe tistim hotelom in drugim nastanitvam, ki se ne nahajajo ravno v središču mesta, torej v samem centru, ampak morda le malo izven in še vedno v bližini glavnih športnih objektov. Torej ali blizu območja parka Tivoli ali pa v bližini stadiona Kodeljevo. Tu se predvsem osredotočam na razmišljanje o dobrih pogojih za športnike atlete.

Ob vsem tem je potrebno paziti tudi na cene. S svojim petim raziskovalnim vprašanjem sem se posvetila prav cenam športnih priprav. Raziskovalno vprašanje: **Ali cena športnih priprav predstavlja pomemben dejavnik pri odločanju o izbiri najboljše destinacije za športnike?**

Na raziskovalno vprašanje sem odgovorila s pomočjo treh postavljenih vprašanj v svoji anketi. Prvo se je nanašalo na razloge, zaradi katerih se anketiranci odpravljajo na določeno destinacijo na športne priprave. Kot zelo pomemben razlog so izpostavili prav ceno, ta

odgovor je obkrožilo skupno 40 anketirancev. Nato sem dodatno potrditev dobila z vprašanjem o razlogih za odločitev, da bi se na športne priprave odpravili tudi drugam. Želela sem izvedeti, kaj bi jih lahko prepričalo v menjavo lokacije in odgovor »ugodna cena« je bil ponovno deležen precejšne potrditve, saj je kar 56 anketirancev obkrožilo to opcijo. Zadnjo potrditev pa mi je dalo še vprašanje o tem, ali bi prišli k nam na športne priprave, če bi bile cene tukaj nižje kot na destinacijah, ki jih navadno izberejo. Pri tem vprašanju je 35 trenerjev odgovorilo z DA. Ob vsem te je razvidno, da ima cena močan vpliv na izbiro destinacije za športne priprave.

Potrebno pa se je še zavedati, da je Ljubljana kulturno in zgodovinsko mesto in da bo tako tudi ostalo. Zato moramo pri razmišljanju o Ljubljani kot športni destinaciji misliti na povezavo oziroma sožitje kulturne in športne ponudbe mesta. Tako bi lahko športnikom in trenerjem na športnih pripravah ponujali ogled mesta in/ali kulturnih in zgodovinskih znamenitosti Ljubljane ob njihovih prostih dnevih. Poleg tega zaradi bližine centra Ljubljane ne bi porabili veliko energije za pot in ogled.

Za potrditev svoje trditve o Ljubljani kot kulturnem in zgodovinskem mestu, sem postavila prvo raziskovalno vprašanje: **Ali ljudje Ljubljano obiščejo za ogled kulture in znamenitosti in ne kot destinacijo za športne priprave?**

Poleg tega, da je že splošno znano, da k nam prihajajo turisti zaradi vseh znamenitosti, ki jih Ljubljana ponuja, so mi to potrdili tudi anketirani trenerji. Ko sem jih povprašala o tem, ali so že kdaj obiskali Ljubljano, jih je kar nekaj odgovorilo pritrdilno. Po rezultatih sodeč jih je Ljubljano obiskalo 35 od skupno 64 vprašanih. Od tega jih je le 6 prišlo v Ljubljano na športne priprave. Lahko sklepam, da so trenerji Ljubljano večinoma obiskali zaradi kulturnih in zgodovinskih znamenitosti, ki jih naše mesto ponuja.

SKLEP

V svojem magistrskem delu sem v začetku predstavila kar nekaj oblik športnega turizma, ki sem jih spoznala s pregledom različne literature. Športni turizem je dejavnost, ki je obravnavana že zelo dolgo. Vidimo pa lahko, da se vedno razvija in nam ponuja dodatne možnosti trženja te dejavnosti. Težko se je osredotočiti na vse oblike športnega turizma skupaj, zato je potrebno ciljati na tisto ali pa skupek tistih, ki nam najbolj ustreza, oziroma za katero imamo lahko najlažje dodelan konkurenčni načrt.

V svetu imamo na eni strani vsakoletno povečanje trenda nezdravega načina življenja, na drugi strani pa se vedno več ljudi tega tudi zaveda in se športno udejstvuje. Zato turisti odhajajo na počitnice v kraje, kjer si dneve lahko zapolnijo tudi s športnimi aktivnostmi. Naloga ponudnikov destinacij je predstaviti turistom športno aktivne ponudbe v času počitnikovanja. S tem vidimo porast športnega turizma. Ljudje na svojih počitnicah redko le lenarijo in počivajo na plaži, temveč odhajajo na različne izlete, pohode, druge športne

aktivnosti, se športno aktivno zabavajo na plaži ter se udeležujejo počitniških turnirjev na primer v nogometu in odbojki, ki največkrat potekajo v kampih. To je trend športnega turizma, ki je seveda prisoten tudi v vseh drugih letnih časih, ne le poleti. Že od nekdaj so zelo popularne zimske počitnice, ko družine in ostali turisti hodijo na tedenski oddih na različna smučišča. To so seveda le nekatere izmed zvrsti aktivnosti, ki jih turisti opravljajo na počitnicah, vendar pa potrjujejo pravilo, da je trend športnega turizma močno v porastu.

Ker verjamem, da se tega zavedajo že vsa turistična podjetja, sem se v svojem magistrskem delu bolj osredotočila na športne turiste – vrhunske športnike. Te poleg samih potovanj zaradi različnih tekmovanj potujejo tudi zaradi priprav na prihajajočo tekmovalno sezono. Športniki in njihovi trenerji, včasih tudi fizioterapevti in ostalo spremljevalno osebje, odhajajo na športne priprave v različne kraje, kjer jim je ponujeno vse potrebno za dobro opravljanje treningov. Želela sem torej ugotoviti, kakšne so možnosti za izvajanje športnih priprav v Ljubljani, kjer tega ne vidimo več, vsaj ne v atletskih vodah. Verjamem, da bi se naše mesto lahko osredotočilo tudi na ta omenjeni segment, saj imamo vse potrebno za takšno pozicioniranje na trgu.

V magistrskem delu sem se osredotočila na Ljubljano kot možnost za športno destinacijo. Ob tem ima pomembno vlogo Javni zavod Šport Ljubljana. Če želimo destinacijo predstaviti kot športno destinacijo za obisk športnih priprav, je nujno potrebno sodelovanje z zavodom Šport Ljubljana. Vsa potrebna infrastruktura za izvajanje športnih priprav atletov je v njihovi domeni. Tako je sodelovanje neizogibno, vendar donosno za obe strani, tako za turistična podjetja kot tudi za Šport Ljubljana.

Zavedam se, da ima moja raziskava nekaj omejitev in tako tudi nekaj možnosti za nadaljnje raziskovanje. Kot prvo omejitev lahko omenim napačno interpretiranje vprašanja o ceni storitev športnih priprav s strani anketirancev. Ob pisanju rezultatov sem ugotovila, da je bilo verjetno moje vprašanje napačno zastavljeno. Morala bi anketirancem ponuditi točno določen časovni okvir, za katerega sem želela, da mi napišejo približno oceno njihovih stroškov športnih priprav. Tako sem prejela odgovore z dvomestnimi do štirimestnimi številkami, ob čemer menim, da dvomestne številke predstavljajo ceno športnih priprav na noč in ne cene celotnih priprav. To bi bila prva omejitev in prva možna izboljšava v mojem magistrskem delu. Manjšo omejitev raziskave je predstavljalo tudi zbiranje podatkov. Trenerji so bili sprva zelo neodzivni, ko sem prek mednarodnega kontakta poslala anketo trenerjem, ki so vključeni v mednarodno atletsko zvezo. Po več kot 200 poslanih sporočil prek elektronske pošte sem nato končno prejela željeno količino odgovorov, vendar se je predvideno obdobje za analizo podatkov že močno zamaknilo. V primeru širitve raziskave bi bilo potrebno dobro razmisliti o načinu zbiranja podatkov. Mogoče bi bilo hitreje, če bi raziskavo opravili prek telefona ali pa kar osebno na prizorišču kakšnega mednarodnega tekmovanja.

Za nadaljnje raziskovanje je možnosti ogromno. Svoje magistrsko delo sem skrčila le na območje Ljubljane in le na en šport, to je atletika. Zelo zanimivo bi bilo dodatne raziskave najprej narediti tudi za vse ostale športe ter jih potem razširiti na območje celotne Slovenije. Kot sem omenila, ima Slovenija veliko že uveljavljenih območij in krajev, kjer športniki lahko izvajajo svoje športne priprave. Zato se je potrebno od njih učiti in to znanje širiti naprej. Tako bi za nadaljnje raziskovanje lahko analizirala ponudnike, ki se s tem že ukvarjajo, ter nato začela raziskovati tudi območja, ki bi bila lahko zanimiva in uspešna za izvajanje športnih priprav. Moje raziskovalno magistrsko delo bi bilo torej mogoče razširiti v več smeri in bi lahko pripomoglo k širšemu razmišljanju o športnem turizmu s trženjem športnih priprav v Sloveniji.

LITERATURA IN VIRI

1. AD Mass. (brez datuma). *Zgodovina*. Pridobljeno 4. avgusta 2019 iz <https://www.admass.si/klub/zgodovina/>
2. A&E Television Networks, LLC. (2009, 24. november). *First Modern Olympic Games*. Pridobljeno 5. maja iz <http://www.history.com/this-day-in-history/first-modern-olympic-games>
3. Beashel, P. & Taylor, J. (1996). *Advanced Studies in Physical Education and Sport*. Cheltenham: Nelson.
4. Berčič, H., Sila, B., Slak, N. V. & Pintar, D. (2010). *Šport v turizmu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
5. Brezovec, T. & Pak, M. (2011). *20 let slovenskega turizma*. Urad vlade RS za komuniciranje in Služba za državne proslave. Pridobljeno 18. junija 2019 iz <http://www.dvajset.si/o-strani/>
6. Brkić, V. (2016, 12. december). Ljubljanska občina je objavila javni natečaj za obnovo atletskega stadiona ŽAK. *Dnevnik*. Pridobljeno 10. junija 2019 iz <https://www.dnevnik.si/1042756451>
7. Cairns, P. (2017, 7. avgust). Meet Tannie Ans – Wayde Van Niekerk`s 75-year-old Coach. *Runner`s world*. Pridobljeno 6. junija 2019 iz <https://www.runnersworld.co.za/motivation/meet-ans-botha-wayde-van-niekerks-75-year-old-coach/>
8. Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2004). Sport Tourism or Event Tourism: Are They One and the Same? *Journal of Sport & Tourism* 9(3), 235–245.
9. Detur Sports. (brez datuma). *Why Training Camp*. Pridobljeno 5. julija 2019 iz <http://detursports.com/why-training-camp>
10. Flaherty, G., O'Connor, R. & Johnston, N. (2016). Altitude Training for Elite Endurance Athletes: A Review for the Travel Medicine Practitioner. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 14(3), 200–211.
11. Getz, D. & McConnel, A. (2011). Serious Sport Tourism and Event Travel Careers. *Journal of Sport Management*, 25, 326–338.

12. Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76.
13. Higham, J. (2005). *Sports Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis*. Routledge: Oxford.
14. Hinch, T. D. & Higham, J. E. S. (2001). Sport Tourism: A framework for Research. *International Journal of Tourism Research* (3), 45–58.
15. Jesenšek, M. (2015, 10. september). Prenova stadiona ŽAK naj bi se začela v letu dni. *Delo*. Pridobljeno 10. maja 2019 iz <https://www.delo.si/novice/ljubljana/prenova-stadiona-zak-naj-bi-se-zacela-v-letu-dni.html>
16. Kaplanidou, K. & Vogt, C. (2010). The Meaning and Measurement of a Sport Event Experience Among Active Sport Tourists. *Journal of Sport Management*, 544–566.
17. Kartakoullis, N. L. & Karlis, G. (2002). Developing Cyprus as a Sport Tourism Destination: The Results of a Swot Analysis. *Journal of Sport & Tourism*, 7(4), 3–17.
18. Kastelic, P. (2014, 11. avgust). Zakaj je atletika kraljica športov. *Siol.net: Sportal*. Pridobljeno 6. junija 2019 iz <https://siol.net/sportal/atletika/zakaj-je-atletika-kraljica-sportov-320355>
19. Konečnik Ruzzier, M., (2010). *Trženje v turizmu*. Ljubljana: Meritum.
20. Konečnik Ruzzier, M., (2011). *Temelji trženja: Pristop k trženjskemu načinu razmišljanja v 21. stoletju*. Ljubljana: Meritum.
21. Kristan, S. (2000). *Športoslovje na slovenskem danes*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
22. Kurtzman, J. & Zauhar, J. (2000). Sports Tourism. V J. Jafari (ur.) *Encyclopedia of Tourism* (str. 553). London: Routledge.
23. Ljubljana Times. (2017, 17. junij). Izbrana rešitev za ureditev Atletskega centra Ljubljana »ŽAK«. Pridobljeno 25. julija 2019 iz <https://lj-times.com/izbrana-resitev-za-ureditev-atletskega-centra-ljubljana-zak/>
24. Mihalič, T., Knežević Cvelbar, L., Novak, M., Kuščer, K., Šegota, T., Bratec, M., Dragičević, M., Topolović, S., Tutek, E., Rašica, I., Šimetić, A., Pandur, I., Kaurin Knežević, N., Žagar, V. & Bilgram, W. (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.
25. Pigeassou, C. (2004). Contribution of Sport Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 287–289.
26. Plevnik, M., Retar, I., Pišot, R. & Obid, A. (2015). *Sustainable Development of Sport Tourism*. Koper: University of Primorska.
27. Potočnik, V. (2004). *Trženje storitev* (druga, dopolnjena izdaja). Ljubljana: Založba GV.
28. Ramshaw, G. & Gammon, S. (2015). *Heritage and Sport*, 2. London: Palgrave Macmillian.
29. Ramshaw, G. & Gammon, S. J. (2017). Towards a Critical Sport Heritage: Implications for Sport Tourism. *Journal of Sport & Tourism* 21(2), 115–131.
30. Springer, B. (2012). Caribbean update: Sports Tourism. *The New York Amsterdam News*, str. 16.
31. Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. United States: Human Kinetics.

32. Suchy, J. & Opočensky, J. (2015). Usefulness of Training Camps at High Altitude for Well-trained Adolescents. *Acta Gymnica*, 45(1), 13-20.
33. Svenšek, K. (2017, 14. avgust). Športni turizem je magnet za evre. *Svet kapitala: Delo*. Pridobljeno 5. avgusta 2019 iz <https://svetkapitala.delo.si/trendi/sportni-turizem-je-magnet-za-evre-128088>
34. Swarnbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism* (2. izd.). Oxford: Elsevier Ltd.
35. Šinkovec, M. (2013, 9. maj). Bistvo višinskih treningov. Aktivni.si. Pridobljeno 27. junija 2019 iz <https://www.aktivni.si/ostali-sporti/bistvo-visinskih-treningov/>
36. Škof, B. (2010). *Spravimo se v gibanje, za zdravje in srečo gre: Kako do boljše telesne zmogljivosti slovenske mladine?* Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
37. Šport. (2014). V *Slovar slovenskega knjižnega jezika, Pe-Ž*. Ljubljana: Cankarjeva založba – Založništvo, d.o.o.
38. Šport Ljubljana. (brez datuma). *Poslanstvo in vizija*. Pridobljeno 4. avgusta 2019 iz https://www.sport-ljubljana.si/Poslanstvo_in_vizija/
39. Šport Ljubljana. (brez datuma b). *Zgodovina*. Pridobljeno 4. avgusta 2019 iz <https://www.sport-ljubljana.si/Zgodovina/>
40. Šugman, R., Bednarik, J. & Kolarič, B. (2002). *Športni menedžment*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
41. T. D. L. (2016, 1. November). *Zgodovina: Predvojni stadioni in igrišča na Slovenskem*. Pridobljeno 5. avgusta 2019 iz <https://snportal.si/zgodovina/zgodovina-predvojni-stadioni-in-igrisca-na-slovenskem/>
42. The international olympic committee. (brez datuma). *Athens 1896*. Pridobljeno 7. maja 2019 iz <https://www.olympic.org/athens-1896>
43. Tolić, S. (2016, 6. april). Prve olimpijske igre moderne dobe. Pridobljeno 5. maja 2019 iz <http://zgodovina.si/prve-olimpijske-igre-moderne-dobe/>
44. Tomassini, K. J. & Janžekovič, M. (2015). *Geografija 9, i-učbenik za geografijo v 9. razredu osnovne šole*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.
45. Training camp. (brez datuma a). V *Collins English Dictionary*. Pridobljeno 23. aprila 2018 iz <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/training-camp>
46. Training camp. (brez datuma b). V *Macmillan Dictionary*. Pridobljeno 23. aprila 2018 iz <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/training-camp>
47. Tušak, M. (2003). *Strategije motiviranja v športu*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
48. Unitur d. o. o. (brez datuma). *Vrhunski šport*. Pridobljeno 5. avgusta 2019 iz <https://www.rogla.eu/si/aktivnosti/vrhunski-sport>
49. World Tourism Organization. (brez datuma). *Why Tourism*. Pridobljeno 10. junija 2019 iz <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
50. Weed, M. & Bull, C. (2009). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers* (2 izd.). Elsevier: Oxford.

51. Zorko, M. (2017, 15. september). Slovenski športniki ustvarjajo izjemno prepoznavnost Slovenije. *STA*. Pridobljeno 28. avgusta 2019 iz <https://www.sta.si/2428774/slovenski-sportniki-ustvarjajo-izjemno-prepoznavnost-slovenije>

PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik v slovenskem jeziku

Pozdravljeni, sem Brina Mljač, študentka turizma na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Za namene magistrske naloge sem sestavila anketo, s katero želim izvedeti, na podlagi česa se atletske trenerji odločajo, kam bodo svoje varovance odpeljali na športne priprave. Rezultate bom tako lahko uporabila v našo prid, prid Ljubljane, ter poskušala ugotoviti česa nam primanjkuje in kaj je tisto, kar nam lahko pomaga do večjega prihoda atletov. Anketa je kratka in Vam bo vzela le nekaj minut časa. Reševanje ankete je anonimno, rezultati ankete pa se bodo uporabili le v raziskovalne namene te magistrske naloge. Za sodelovanje se Vam že vnaprej iskreno zahvaljujem!

1 - Kam se navadno odpravljate na športne priprave poleti (napišite kraj in državo)?

2 - Kam se navadno odpravljate na športne priprave pozimi (napišite kraj in državo)?

3 - Označite razloge, zaradi katerih se odpravljate ravno tja na športne priprave (možnih je več odgovorov).

- ☐ podnebje
- ☐ cena
- ☐ hrana
- ☐ infrastruktura (dvorana, stadion, fitnes/utežarna)
- ☐ urejene tekaške poti
- ☐ zdravstvena pomoč/fizioterapija
- ☐ trenerji
- ☐ tekmovalci/konkurenca
- ☐ drugo:

4 - Ali ste bili kdaj v Sloveniji?

- ☐ DA
- ☐ NE

5 - Ste bili kdaj v Sloveniji na športnih pripravah?

- ☐ DA
☐ NE

6 - Če ste na 5. vprašanje odgovorili z DA, kje ste bili?

7 - Ali ste bili kdaj v Ljubljani?

- ☐ DA
☐ NE

8 - Ste bili kdaj v Ljubljani na športnih pripravah?

- ☐ DA
☐ NE

9 - Če ste na 8. vprašanje odgovorili z DA, zakaj ste se odločili priti k nam?

Možnih je več odgovorov.

- ☐ Ker so mi Ljubljano priporočili znanci.
☐ Ker imate boljšo infrastrukturo, kot jo imamo pri nas.
☐ Cene so nižje kot kje drugje.
☐ Zaradi poznanih trenerjev.
☐ Zaradi poznanih tekmovalcev.
☐ Zaradi priznanih fizioterapevtov.
☐ Drugo:

10 - Če ste na 8. vprašanje odgovorili z NE, zakaj ne?

Možnih je več odgovorov.

- ☐ Nikoli nismo o tem razmišljali.
☐ Ne zdi se nam primerna infrastruktura.
☐ Nikoli nismo dobili nikakršne ponudbe/priporočil.
☐ Ni primerno podnebje.
☐ Nihče se ne odpravlja na športne priprave v Ljubljano.
☐ Ne zdi se nam zanimiva.
☐ Drugo:

11 - V Ljubljani že imamo dober stadion, fitnes in utežarno, notranjo dvorano, dolgo 120 m ter različne makadamske/urejene tekaške poti v središču mesta, toda še vedno v naravi. Bi bili pripravljeni zaradi tega priti k nam na športne priprave?

- ☐ DA
☐ NE

12 - Ali je za Vaše kakovostne priprave pomembna tudi krožna dvorana?

- ☐ DA
☐ NE

13 - Če ste na 12. vprašanje odgovorili z DA, ali bi bili pripravljeni priti v Ljubljano na športne priprave, če bi tu imeli krožno dvorano?

- ☐ DA
☐ NE

14 - Kaj bi Vas lahko prepričalo v to, da se odločite iti na priprave tudi drugam, ne le v kraje, kamor ste navadno namenjeni?

Možnih je več odgovorov.

- ☐ ugodna cena
☐ dobra medicinska pomoč
☐ raznolika izbira infrastruktur (možnost ponudbe bazenov, različnih stadionov, fitnesov itd.)
☐ dobra hrana
☐ dobra in nova infrastruktura
☐ konkurenca na treningih
☐ pomoč drugih/lokalnih trenerjev
☐ drugo:

15 - Javni Zavod Šport Ljubljana zavzema veliko infrastruktur v ljubljanski regiji. Bi Vam bilo zanimivo tudi obiskovanje kopališč kot na primer možnost regeneracije ali drugačne vrste treninga?

- ☐ DA
☐ NE

16 - Ali bi vas v primeru, da bi se odločili priti na priprave v Ljubljano, zanimalo

preizkusiti več različnih stadionov, fitnessov, kopališč itd.?

☐ DA

☐ NE

17 - Koliko približno zapravite za priprave tam, kjer jih navadno izvajate?

18 - Če bi bile pri nas cene nižje od tistih, ki jih navadno izberete, ali bi to povečalo možnost prihoda k nam?

☐ DA

☐ NE

19 - Iz katere države prihajate?

20 - Koliko časa ste že v trenerskih vodah?

21 - S katerim sklopom disciplin se ukvarjate?

Možnih je več odgovorov

☐ tehnične discipline – meti

☐ tehnične discipline – skoki

☐ sprinti

☐ tek na srednje proge

☐ tek na dolge proge

22 - Ali potrebujete stadion, ko se odpravite na športne priprave?

☐ DA

☐ NE

23 - Vaš spol:

☐ moški

☐ ženski

24 - Spol vaših varovancev?

☐ ženski

☐ moški

☐ oboje

25 - Vaša starost:

26 - Povprečna starost vaših varovancev:

Priloga 2: Anketni vprašalnik v angleškem jeziku

Hello, my name is Brina Mljač and I am a student of tourism at Faculty of Economics in Ljubljana. For the purposes of the Master's thesis, I prepared a survey, which is oriented into finding out the main reasons that track and field coaches are looking for before selecting the place of training camps for competitors. The results will help me state the missing points of Ljubljana for this matter and help figure what we need to attract more athletes. The survey is short and will only take you a few minutes to answer. It is anonymous and the results will be solely used for the purposes of this Master thesis. I would like to thank you in advance for your cooperation!

1 - What is your usual destination for summer training camps (write down place and country)?

2 - What is your usual destination for winter training camps (write down place and country)?

3 - Why do you go there?

Multiple answers are possible.

- ☐ weather
- ☐ food
- ☐ price
- ☐ infrastructure (stadium, fitness/weight lifting room, track and field hall)
- ☐ organised running routes
- ☐ medical help, physiotherapy
- ☐ coaches
- ☐ competitors
- ☐ other (write down):

4 - Have you ever been in Slovenia?

- ☐ YES
- ☐ NO

5 - Have you ever been in Slovenia on a training camp?

- ☐ YES
- ☐ NO

6 - If you answered the 5th question with YES, where have you been?

7 - Have you ever been in Ljubljana?

- ☐ YES
- ☐ NO

8 - Have you ever been in Ljubljana on training camp?

- ☐ YES
- ☐ NO

9 - If you answered the 8th question with YES, why did you choose to come here?

Multiple answers are possible.

- ☐ Because it was recommended to me by the people i know.
- ☐ Because you have better infrastructure than we do.
- ☐ Because the prices are lower than anywhere else.
- ☐ Because of the known coaches.
- ☐ Because of the known competitors.
- ☐ Because of the known physiotherapists.
- ☐ Other (write down):

10 - If you answered the 8th question with NO, why haven't you been here?

Multiple answers are possible.

- ☐ We never thought about this option.
- ☐ The infrastructure is not good enough for us.

- ☐ We never got any recommendations or offers.
- ☐ The weather doesn't suit us.
- ☐ Nobody goes on training camps to Ljubljana.
- ☐ We don't find it interesting enough.
- ☐ Other (write down):

11 - We have good outdoor stadiums, fitness and weight-lifting room, indoor stadium with 120 m long track, and also different kinds of organised macadam running routes in the nature, few steps away from centre of Ljubljana. Would you be interested in coming here due to these reasons?

- ☐ YES
- ☐ NO

12 - Is it important for you to have 200 m long circle indoor track for quality trainings at training camp?

- ☐ YES
- ☐ NO

13 - If you answered the 12th question with YES, would you be interested to come to Ljubljana for a training camp?

- ☐ YES
- ☐ NO

14 - What would convince you to choose a different destination for a training camp?
Multiple answers are possible.

- ☐ good price
- ☐ good medical help
- ☐ different choices of infrastructure (possibility of swimming pools, different stadiums, fitnesses, etc.)
- ☐ good food
- ☐ good and new infrastructure
- ☐ competitors on trainings
- ☐ help of other/local coaches
- ☐ other (write down):

15 - Public institution Šport Ljubljana has a lot of infrastructure in Ljubljana region. Would you be interested in visiting swimming pools for different kinds of trainings

and regeneration?

- ☐ YES
☐ NO

16 - If you choose to come to Ljubljana for training camps, would you be interested in experiencing different stadiums, fitness centres, swimming pools, etc.?

- ☐ YES
☐ NO

17 - What is the usual price for a destination you usually choose for a training camp (per person, cca)?

18 - If our prices were lower than those you usually have, would this increase the chances of you coming to Ljubljana?

- ☐ YES
☐ NO

19 - Where do you come from (which country)?

20 - How many years have you been a coach?

21 - Which set of disciplines do you coach?

Multiple answers are possible.

- ☐ technical disciplines – throws
☐ technical disciplines – jumps
☐ sprints
☐ middle distances
☐ long distances

22 - Do you need a stadium for your training camps?

☐ YES

☐ NO

23 - Your gender:

☐ male

☐ female

24 - Gender of your competitors:

☐ female

☐ male

☐ both

25 - Your age:

26 - Average age of your competitors:

Priloga 3: Tabela cen športnih priprav

Tabela 1: Zneski, ki so jih anketiranci napisali za cene njihovih športnih priprav

Vprašanec	Odgovor	Država
1	700	Nemčija
2	45	Nemčija
3	50	Hrvaška
4	30	Hrvaška
5	15	Bosna in Hercegovina
6	30	Hrvaška
7	100	Španija
8	40	Estonija
9	800	Srbija
10	320	Švedska
11	1000	Švedska
12	300	Slovaška
13	350	Srbija
14	65	Finska
15	20	Črna Gora
16	45	Francija
17	0	Finska
18	15	Srbija
19	800	Finska
20	50	Monako
21	55	Nemčija
22	900	Nemčija
23	700	Nemčija
24	500	Monako
25	500	Finska
26	5000	Norveška
27	1200	Norveška
28	9000	Norveška
29	500	Norveška
30	60	Irska
31	450	Norveška
32	900	Norveška
33	50	Latvija
34	60	Norveška
35	50	Španija

se nadaljuje

*Tabela 1: Zneski, ki so jih anketiranci napisali za cene njihovih športnih priprav
(nadaljevanje)*

Vprašanec	Odgovor	Država
36	65	Nemčija
37	400	Estonija
38	15	Norveška
39	400	Estonija
40	30	Estonija
41	700	Izrael
42	750	Estonija
43	1000	Švica
44	75	Finska
45	300	Hrvaška
46	35	Slovenija
47	35	Slovenija
48	240	Slovenija
49	300	Slovenija
50	35	Slovenija
51	8	Hrvaška
52	10	Srbija
53	10	Srbija
54	2	Črna Gora
55	10	Črna Gora
56	500	Srbija
57	27	Srbija
58	400	Slovenija
59	800	Slovenija
60	20	Srbija
61	21	Srbija
62	22	Srbija
63	10	Srbija
64	1000	Hrvaška

Vir: lastno delo.

Tabela 2, v kateri sem približno preračunala, koliko bi športne priprave stale trenerje, če bi se jih udeležili za čas enega tedna, torej 7 noči. Nekateri anketiranci so napisali dvomestno števila za ceno priprav, kar je najverjetneje cena nočitve na noč.

Tabela 2: Vrednosti za zneske športnih priprav s pomnožitvijo nekaterih zneskov na 7 noči

Povprečje	612,19 EUR
Standardni odklon	1.242,11 EUR
Minimum	0 EUR
Maksimum	9.000 EUR
Število enot	64

Vir: lastno delo.