

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**IDENTIFIKACIJA DEJAVNIKOV ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV  
ŠPORTNO REKREACIJSKIH DEJAVNOSTI V PARKU TIVOLI**

Ljubljana, september 2015

IRENA VRTAČNIK DUJIĆ

### **IZJAVA O AVTORSTVU**

Spodaj podpisana Irena Vrtačnik Dujić, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Identifikacija dejavnikov zadovoljstva uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti v parku Tivoli, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Vesno Žabkar.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
  - o poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - o pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v besedilu, v katerem sem to tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, 3. 9. 2015

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

## KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1 ŠPORT, ŠPORTNA REKREACIJA IN ŠPORTNA DEJAVNOST.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Opredelitev pojmov .....</b>	<b>2</b>
1.1.1 Rekreacija in šport.....	2
1.1.2 Športna rekreacija.....	3
1.1.3 Športna dejavnost .....	5
<b>1.2 Športna dejavnost v Evropi, Sloveniji in Ljubljani.....</b>	<b>5</b>
1.2.1 Športna dejavnost prebivalcev Evrope.....	5
1.2.2 Športna dejavnost prebivalcev Slovenije .....	6
1.2.3 Športna dejavnost prebivalcev Ljubljane .....	8
<b>2 POMEN TRŽENJA ŠPORTA IN ŠPORTNE DEJAVNOSTI .....</b>	<b>10</b>
<b>3 TRŽENJE V JAVNEM ZAVODU ŠPORT LJUBLJANA.....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Poslanstvo in vizija.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2 Organizacijska struktura .....</b>	<b>18</b>
<b>3.3 Športne površine in infrastruktura v upravljanju.....</b>	<b>18</b>
<b>3.4 Delitev na javno in tržno dejavnost.....</b>	<b>20</b>
<b>3.5 Tržna dejavnost zavoda.....</b>	<b>21</b>
<b>3.6 Povzetek trženjske strategije zavoda .....</b>	<b>23</b>
<b>4 RAZISKAVA DEJAVNIKOV ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV ŠPORTNO REKREACIJSKIH DEJAVNOSTI V PARKU TIVOLI .....</b>	<b>27</b>
<b>4.1 Rezultati raziskave.....</b>	<b>29</b>
4.1.1 Analiza skupinske razprave.....	29
4.1.2 Analiza anketiranja.....	34
<b>4.2 Ugotovitve in priporočila.....</b>	<b>51</b>
<b>SKLEP.....</b>	<b>55</b>
<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>57</b>
<b>PRILOGE</b>	

## KAZALO SLIK

Slika 1: Športni programi in njihova povezanost.....	4
Slika 2: Brysonov model procesa strateškega planiranja v nepridobitni organizaciji .....	13
Slika 3: Deleži trženjskih prihodkov JZ Šport Ljubljana.....	22
Slika 4: Prikaz razvrstitve dejavnikov, pomembnih za ukvarjanje s športom in z rekreacijo .	30
Slika 5: Prikaz razvrstitve dejavnikov, pomembnih za obisk športne dejavnosti.....	31
Slika 6: Najpogostejše športno rekreacijske dejavnosti.....	37
Slika 7: Dejavniki in razlogi za ukvarjanje s športom in z rekreacijo .....	39
Slika 8: Dejavniki in pogoji, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti .....	40
Slika 9: Primerjava ocen dejavnikov, ki so pomembno vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom, po športnih dejavnostih.....	41
Slika 10: Prikaz razlik v ocenah dejavnikov, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom	42
Slika 11: Primerjava ocen dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti .	43
Slika 12: Prikaz razlik v ocenah dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti .....	44
Slika 13: Deleži anketiranih uporabnikov po posameznih športno rekreacijskih dejavnostih v Parku Tivoli .....	46
Slika 14: Povprečne ocene zadovoljstva za posamezne dejavnike .....	48
Slika 15: Primerjava ocen zadovoljstva po športnih dejavnostih .....	49
Slika 16: Prikaz razlik v ocenah zadovoljstva uporabnikov z dejavniki.....	50

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Pregled prednosti in slabosti notranjega okolja JZ Šport Ljubljana .....	23
Tabela 2: Strateški cilji in kazalniki za kontrolo in nadzor.....	24

## UVOD

V sodobnem okolju se neprestano pojavljajo novi izzivi, ki zahtevajo spremembe in prilagajanje ponudnikov željam in potrebam trga. Za doseganje visokega zadovoljstva in izpolnitev pričakovanj uporabnikov je treba raziskati in poslušati potrebe trga ter zagotoviti pogoje za zadovoljevanje potreb uporabnika (Cronin, Brady, & Hult, 2000; Kotler, 2004).

Obravnava v magistrskem delu je usmerjena na področje ponudbe športne rekreacije Javnega zavoda Šport Ljubljana (v nadaljevanju JZ Šport Ljubljana), katerega primarno poslanstvo je sicer upravljanje in skrb za športno infrastrukturo v lokalnem okolju, vendar ob tem izvaja in skrbi tudi za pestro ponudbo športno rekreacijskih dejavnosti v svojih objektih in na površinah. Zavod deluje v skladu z načeli in s strateškimi cilji razvoja športa v Mestni občini Ljubljana, kot tudi sooblikuje, razvija in udejanja pogoje za izvajanje nacionalnega programa športa v Sloveniji. Namen usklajevanja javne in tržne dejavnosti zavoda je uresničevanje poslanstva javnega interesa in vizije, da postane mednarodno uveljavljen ponudnik sodobne športne infrastrukture pod svojo blagovno znamko Šport Ljubljana, ki bo meščanom in vsem obiskovalcem omogočila poiskati ponudbo po svoji izbiri in željah na enem mestu (JZ Šport Ljubljana, 2014). Ob tem je pomembno, da sledi tržnim potrebam uporabnikov in izkoristi potencial športne infrastrukture za oblikovanje dostopnih ponudb, ki bodo zadovoljile pričakovanja udeležencev športno rekreacijskih dejavnosti.

Namen magistrskega dela je odkriti dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti, ker želim ugotoviti, kako izboljšati ponudbo športne rekreacije glede na specifičnost posamezne športno rekreacijske dejavnosti. Raziskava je osredinjena na športne rekreativce v Parku Tivoli, ki so udeleženci posameznih športno rekreacijskih dejavnosti v sklopu tržne ponudbe dejavnosti JZ Šport Ljubljana (plavanja, fitnesa, vodene vadbe, tenisa in dvoranske rekreacije – iger z žogo, npr. malega nogometa, košarke, rokmeta, odbojke itd.).

Cilji magistrskega dela so spoznati in opredeliti segmente uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli glede na demografske značilnosti in posebnosti, opredeliti potrebe in njihova pričakovanja pri obisku posamezne športno rekreacijske dejavnosti, oceniti njihovo zadovoljstvo ter identificirati ključne dejavnike, ki so pomembni in vplivajo na zadovoljstvo.

Pri obravnavi problematike sem v prvem delu uporabila metodo iskanja sekundarnih podatkov, objavljenih v bibliografskih datotekah, javnih občilih, v spletu in internem gradivu. Pri tem sem zajela strokovno literaturo in podatke tujih in domačih avtorjev kot tudi interno gradivo JZ Šport Ljubljana in Mestne občine Ljubljana. V drugem delu sem v sklopu metode zbiranja primarnih podatkov izvedla empirično raziskavo, ki je potekala v dveh fazah. V prvi fazi sem izvedla kvalitativno raziskavo v obliki skupinske razprave z udeleženci fokusne skupine, zatem pa sem izvedla še kvantitativno raziskavo v obliki spletne in pisne ankete med uporabniki

športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli. Pridobljene podatke sem analitično obdelala s statističnimi metodami in v računalniškem statističnem programu SPSS.

Struktura magistrskega dela je poleg uvoda in sklepa razdeljena na štiri poglavja. V uvodu povzamam problematiko obravnavane teme ter predstavim namen, cilje in metode dela ter strukturo magistrske naloge. V prvem poglavju opredelim ključne pojme obravnavane teme športa in pregled stanja glede športne dejavnosti prebivalcev v Evropi, Sloveniji in Ljubljani. V drugem poglavju obravnavam pomen trženja športa in športne dejavnosti ter temeljne sodobne trženjske koncepte, specifičnost usklajevanja javne in tržne dejavnosti v nepridobitnih organizacijah, pristope in izhodišča za proučevanje trga in ključnih ciljnih trgov ter opredelim orodja in metode za spremljanje zadovoljstva uporabnikov. V tretjem poglavju predstavim trženjsko dejavnost JZ Šport Ljubljana, njegovo poslanstvo in vizijo, organiziranost, športno infrastrukturo v upravljanju, deleže javne in tržne dejavnosti ter tržno ponudbo in opredeljene ključne trge. Ob koncu poglavja povzamem opredelitve v trženjski strategiji zavoda ter predstavim ocene prednosti in pomanjkljivosti notranjega okolja kot tudi zastavljene strateške cilje s kazalniki za spremljanje in nadzor. V četrtem poglavju predstavim celoten proces raziskave dejavnikov zadovoljstva uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli. Najprej opredelim namen, cilje in raziskovalne metode, zatem pa povzamem in predstavim analizo rezultatov skupinske razprave in anketiranja. Na koncu na podlagi celostne obravnave problema in dobljenih rezultatov raziskave strnem ugotovitve ter podam priporočila za izboljšanje kakovosti ponudbe in razvoj pogojev za večje zadovoljstvo športnih rekreativcev v Ljubljani. V sklepnem delu povzamem sklepne misli in zaključke iz obravnavane teme, navedem uporabljeno literaturo in vire ter priloge.

## **1 ŠPORT, ŠPORTNA REKREACIJA IN ŠPORTNA DEJAVNOST**

### **1.1 Opredelitev pojmov**

#### **1.1.1 Rekreacija in šport**

Kent (1998) pojem rekreacije razlaga kot aktivni prosti čas (angl. *active leisure*), medtem ko po definiciji, zapisani v Slovarju slovenskega knjižnega jezika (Rekreacija, 2015), rekreacijo pojmuje kot dejavnost, s katero se človek telesno, duševno sprosti in okrepi. Izraz rekreacija (lat. *recreare*, v prevodu razvedriti, sprostiti, osvežiti) je torej širok pojem, saj zajema vse dejavnosti, s katerimi se sproščamo, krepimo ali pa tudi samo osvežimo, razvedrimo, zabavamo ipd. (Kristan, 2010). Sem štejemo veliko različnih dejavnosti, kot so na primer sprehajanje, zbiranje znamk, slik ipd., ribarjenje, nabiranje gob, delo na vrtu, šport, šah, različne igre, obiskovanje ljubiteljskih krožkov, gojenje rož ipd., torej vse dejavnosti in opravila, ki nam pomenijo razvedrilo v prostem času. Raziskav na temo rekreacije je v današnjem času veliko, kar pomeni, da je rekreacija v sodobnem življenju izjemno pomembna, saj se proučujejo različne vrste dejavnosti, s katerimi se ljudje v prostem času ukvarjamo.

Šport je v Slovarju slovenskega knjižnega jezika (Šport, 2015) opredeljen kot telesna dejavnost, ki se izvaja po ustaljenih pravilih in katere namen je krepitev telesne zmogljivosti, kot tudi tekmovanje in razvedrilo. V Resoluciji o nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023 (v nadaljevanju Resolucija NPS v RS) se šport opredeljuje kot vrsta dejavnosti, ki dopolnjuje kakovost življenja vsakega posameznika, in kot temeljna pravica vsakega človeka oziroma skupin ljudi, npr. otrok, mladostnikov, odraslih in starostnikov, kot tudi vseh oseb s posebnimi potrebami (Ur. l. RS, št. 26/2014). Pojmovanje športa temelji na opredelitvi Evropske listine o športu (1992), po kateri šport predstavlja vse opredeljene oblike gibalne dejavnosti, potrjene v športni stroki. Lahko so organizirane in neorganizirane, pomembno pa je, da so usmerjene k izražanju ali izboljševanju telesne pripravljenosti, k duševnemu blagostanju in oblikovanju družbenih odnosov ter doseganju rezultatov na različnih ravneh tekmovanj. Značilni so tudi drugi izjemni družbeni učinki športa, saj združuje ljudi in doseže vsakogar, ne glede na razlike (npr. starost, spol, socialno pripadnost, gibalno omejenost oseb s posebnimi potrebami ipd.), zelo pomembna je njegova vloga za splošno telesno in duševno zdravje, spodbuja k solidarnosti, strpnosti, odgovornosti in pozitivni naravnosti.

Med najpomembnejše funkcije oz. cilje športa uvrščamo tiste, ki predstavljajo korist na najsplošnejši ravni, kot so telesna, mentalna, socialna in materialna korist. Koristnost športa je za družbo večja od koristnosti za potrošnika samega, zato šport predstavlja javno dobrino in s tem tudi javni interes (Kolar, Jurak, & Kovač, 2010).

### **1.1.2 Športna rekreacija**

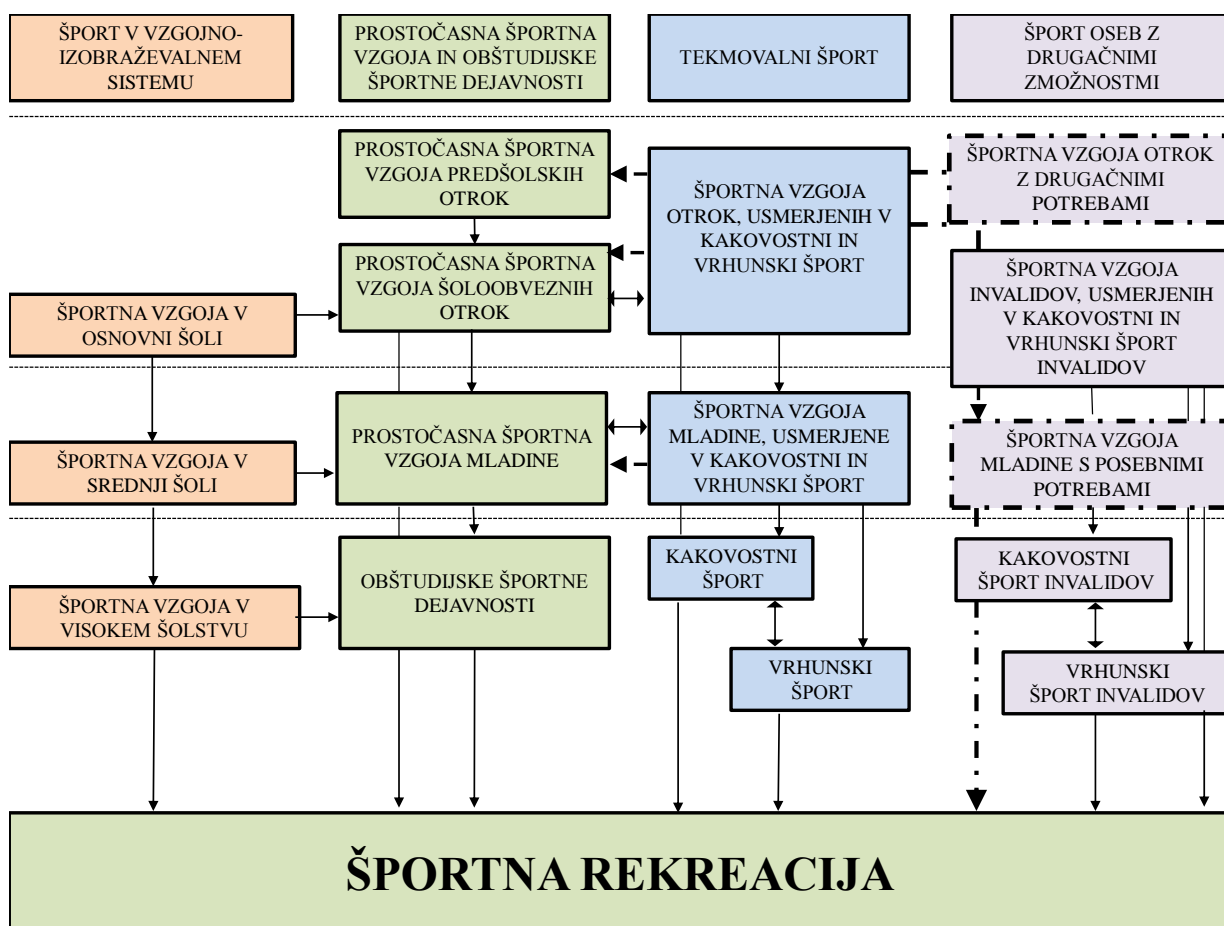
Zakon o športu (Ur. l. RS, št. 22/1998) opredeljuje športno rekreacijo kot športno dejavnost odraslih vseh starosti in družin. Športna rekreacija je ena od zvrsti rekreacije in združuje pojmovanje športa in rekreacije. Pri športni rekreaciji gre za poudarek na motoričnih sposobnostih. Motorične sposobnosti so opredeljene kot fizične, psihofizične in gibalne sposobnosti ter jih po klasični delitvi razvrščamo glede na hitrost, moč, spretnost in vzdržljivost. Pri opravilih, delu in športu je gibanje človeka odvisno od njegovih naravno danih sposobnosti in značilnosti ter pridobljenega znanja. Gibalne sposobnosti so skupek notranjih dejavnikov, ki kažejo razlike v gibalni učinkovitosti, razlikujejo pa se po tem, da niso prirojene v enaki meri, in tudi po tem, koliko so pridobljene ali jih je možno pridobiti. S treningom je na primer mogoče razviti še enkrat toliko moči, kolikor je že prirojene, zato so učinki vadbe pri razvoju moči vidni že v krajšem času in večjem obsegu, medtem ko s treningom lahko pridobimo le pet odstotkov hitrosti, preostalih petindevetdeset pa nam je prirojeno (Pistotnik, Sila, & Jarnovič, 2003).

Bartoluci (2003) je športno rekreacijo definiral kot ustvarjalen izkoristek prostega časa po lastnem izboru in željah, s ciljem izboljšanja zdravja ali aktivnega oddiha, kar na koncu predstavlja pomembno obliko za izboljšanje kakovosti življenja. Športna rekreacija je v razvitem svetu postala način življenja, saj je zadovoljitev človekovih potreb usmerjena k ohranjanju in izboljšanju zdravja, motoričnih sposobnosti, vzdrževanju kondicije in dobrega

razpoložnja ter sprostitev po napornih delovnih nalogah, družinskih obvezah in hitrem stresnem tempu življenja.

V analizi Nacionalnega programa športa v Republiki Sloveniji 2000–2010 (2010) avtorji ugotavljajo, da športna rekreacija postaja vedno bolj množična. Udejstvovanje je sicer odvisno od osebnega standarda ljudi in gospodarskega stanja, saj šport pri tistih, ki se bojujejo za preživetje, zagotovo ni v ospredju. Med temeljne usmeritve, ki so zastavljene kot ključne strateške točke razvoja slovenskega športa, se uvršča tudi množična športna rekreacija na splošno, kar pomeni, da je športna rekreacija kot ena od oblik športa zelo pomembna za vse državljanke in državljanke, zato jo podpirajo, spodbujajo, financirajo in organizirajo na več ravneh – od državne do lokalnih skupnosti.

Slika 1: Športni programi in njihova povezanost



Vir: Resolucija o nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023, Ur. l. RS, št. 26/2014, str. 9, sl. 3.

V trenutno aktualni Resoluciji NPŠ v RS (Ur. l. RS, št. 26/2014) je opredeljeno, da športna rekreacija odraža navade ljudi za zdrav življenjski slog in pozitivno naravnost, ki si jih pridobijo skozi vpliv, povezovanje in prepletanje športnega udejstvovanja v različnih pojavnih oblikah organizirane športne dejavnosti oziroma programov športa. Povezanost športnih programov in športne rekreacije je predstavljena na zgornji sliki (Slika 1: Športni programi in



njihova povezanost). Programi so prilagojeni različnim skupinam ljudi, njihovi starosti in zmožnostim, zato so tudi cilji organiziranosti različni. Ob tem velja poudariti, da so vsem športnim programom in dejavnostim kljub razlikam enaki skupni cilji, na primer trajne navade glede športne dejavnosti, motiviranost za zdravo, zanimivo in dejavno preživljanje prostega časa, vzdrževanje in pridobivanje telesne kondicije, skrb za svoje zdravje in dobro počutje ter možnost samopotrjevanja.

Povzamem lahko, da športna rekreacija pomeni aktivno telesno dejavnost za razvedrilo, sprostitvev, gibanje, telesno krepitev ter vzdrževanje kondicije v prostem času. Športna rekreacija je vsak dan pomembnejša za ohranjanje kakovosti življenja, osebnega zadovoljstva, zdravega počutja in za zmanjševanje stresa kot tudi za graditev medsebojnih odnosov, socializacije oz. druženja ter za doseganje osebnih uspehov in napreden razvoj posameznika v različnih starostnih obdobjih.

### **1.1.3 Športna dejavnost**

Športna dejavnost je vrsta dejavnosti, ki je organizirana po določenih pravilih, lahko je namenjena posameznikom ali pa skupinam. Športno dejavnost lahko razumemo kot posamezno zvrst športa oziroma športne panoge kot tudi športno dejavnost tistih, ki se s športom ukvarjajo.

V aktualni Resoluciji NPS v RS (Ur. l. RS, št. 26/2014) je navedeno, da je športna dejavnost zelo pomembna za blaginjo prebivalcev Slovenije, saj vpliva na razvoj človeka in s tem tesno povezano oblikovanje zdravega življenjskega sloga ter pridobivanje socialnih kompetenc. Športni programi in dejavnosti so praviloma strokovno organizirani in večinoma pomenijo vodeno športno vadbo.

Po opredelitvi različnih avtorjev so funkcije in cilji športne dejavnosti različni, npr. razvedrilo, sprostitvev, ohranjanje telesne pripravljenosti, skrb za zdravje, rehabilitacija po poškodbah kot tudi učenje športnih veščin in spretnosti, doseganje dobrih uvrstitev na tekmovanjih, ustvarjanje dohodka in predvsem način življenja, ki v »kaotičnem smislu« vsebuje vsebine pojma »kakovost življenja« (Chelladurai, 1992; De Knop et al., 1996).

## **1.2 Športna dejavnost v Evropi, Sloveniji in Ljubljani**

### **1.2.1 Športna dejavnost prebivalcev Evrope**

Po navedbah, zapisanih v Beli knjigi o športu (Komisija evropskih skupnosti, 2007), šport pomembno vpliva na združevanje ljudi in doseže vsakogar ne glede na starost ali socialno pripadnost. Po analizah se nad športom navdušuje več kot polovica evropskih državljanov, saj se jih večina redno udeležuje različnih športnih prireditev in dejavnosti. Med ljudmi šport združuje pomembne vrednote, kot so na primer solidarnost, strpnost in poštena igra, timski duh ipd., te pa posledično veliko prispevajo k osebnemu razvoju vsakega posameznika.

Podatki iz raziskave Special Eurobarometer (2014), izvedene med državami članicami Evropske unije konec leta 2013, kažejo, da je delež prebivalcev Evropske unije, ki so športno dejavni vsaj enkrat na teden, sicer 41-odstoten, vendar se je delež popolnoma nedejavnih prebivalcev v primerjavi z rezultati iz leta 2009 dvignil z 39 na 42 odstotkov. Najpogostejši razlogi, da se ukvarjajo s športno dejavnostjo, so skrb za zdravje in izboljšanje zdravja (62 odstotkov), izboljšanje telesne pripravljenosti in splošne kondicije (40 odstotkov), sprostitev (36 odstotkov) in zabava (30 odstotkov). Glede na spol so moški bolj športno dejavni kot ženske, glede na starost pa raziskava kaže, da pogostost športne dejavnosti z leti pada, saj je nad 55. letom kar 70 odstotkov moških in 71 odstotkov žensk, ki so zelo redko športno dejavni ali pa so popolnoma nedejavni. Skoraj tri četrtine prebivalcev Evropske unije (74 odstotkov) ni včlanjenih v noben klub, kar je bistveno več kot leta 2009, ko je bil delež 67-odstoten. V posameznih državah so športno najdejavnejši (vsaj enkrat tedensko) prebivalci Švedske (70 odstotkov), Danske (68 odstotkov), Finske (66 odstotkov), Nizozemske (58 odstotkov) in Luksemburga (54 odstotkov) ter Irske (52 odstotkov) in Slovenije (51 odstotkov). Največji deleži športno nedejavnih prebivalcev so v Bolgariji (78 odstotkov), na Malti (75 odstotkov), Portugalskem (64 odstotkov), v Romuniji in Italiji (v obeh 60 odstotkov), v Sloveniji pa je delež športno nedejavnih prebivalcev 22-odstoten.

Iz teh ugotovitev lahko povzamem, da sta ozaveščanje prebivalcev in skrb za promocijo športne dejavnosti zelo pomembna, kajti sporočilo o pomembnosti športa in telesne dejavnosti za ohranjanje dobrega počutja in zdravja še ni doseglo večine segmentov prebivalcev Evropske unije.

### **1.2.2 Športna dejavnost prebivalcev Slovenije**

Večletno spremljanje športno dejavnih prebivalcev v Sloveniji kaže, da njihov delež narašča (Kustec Lipicer & Slabe Erker, 2012), nedavna raziskava glede povezanosti športne dejavnosti s stresom in z zadovoljstvom z življenjem pa je pokazala, da so športno dejavnejši odrasli Slovenci manj pod stresom in zadovoljnejši s svojim življenjem, vendar je ta vpliv ob upoštevanju vpliva starosti, spola in izobrazbe razmeroma majhen (Planinšek, Škof, Leskošek, Žmuc, & Pori, 2013).

Po podatkih raziskave Delež športno dejavnih Slovencev in pogostost njihove športne dejavnosti, izvedene v letu 2008, se je, kot navaja Sila (2010), s športom redno, vsak dan oz. večkrat tedensko ukvarjalo 33,2 odstotka Slovencev, občasno, tj. enkrat tedensko ali enkrat do trikrat mesečno, pa 30,7 odstotka prebivalcev, medtem ko je bilo športno popolnoma nedejavnih Slovencev 28,9 odstotka, v preostalih 7,2 odstotka pa gre za športno dejavne le enkrat do nekajkrat na leto, kar je na splošno boljše kot pred leti.

Porast športne dejavnosti med Slovenci kažejo tudi podatki zadnje raziskave Special Eurobarometer (2014). Slovenija se uvršča med športno dejavnejše države Evropske unije. Kot je že bilo omenjeno, je 22 odstotkov športno popolnoma nedejavnih prebivalcev, med vsemi športno dejavnimi pa so visoki deleži pogosteje dejavnih, saj je 22 odstotkov prebivalcev

športno dejavnih vsaj enkrat do trikrat tedensko, 14 odstotkov od trikrat do štirikrat tedensko, 15 odstotkov prebivalcev pa se s športno dejavnostjo ukvarja več kot petkrat na teden. Delež prebivalcev, ki so športno dejavni trikrat mesečno ali manj, je 27-odstoten.

Dober odnos do športne dejavnosti med prebivalci Slovenije ugotavljata tudi avtorici Kustec Lipicer in Slabe Erker (2012) v Zaključenem poročilu ciljno raziskovalnega projekta Učinkovita državna podpora za športno aktivnost državljanov, na podlagi rezultatov, ki so bili pridobljeni med zbranimi poročili projekta, med drugimi tudi s spletnim anketnim vprašalnikom Vsakdan in gibanje v mesecih marcu, aprilu in maju 2012. Rezultati anketiranja kažejo (Kustec Lipicer, Kroprivnik, & Čehovin, 2012), da se je dobra polovica anketiranih prebivalcev Slovenije opredelila kot rekreativni športnik brez tekmovalnih motivov, petina kot občasni, priložnostni športnik, dobra desetina kot rekreativni športnik s tekmovalnim motivom, le pet odstotkov pa kot športno nedejavnih, z namero postati dejaven v tem pogledu. Glede vrste telesne oz. športne dejavnosti med anketiranci prevladuje sprehajanje, sledijo vadba doma, tek v naravi in kolesarjenje ter vadba v športnih objektih. Med motivi za ukvarjanje s športom prevladujejo zdravje, kakovostno preživljanje prostega časa, osebna rast in zadovoljstvo ter boljša pripravljenost v šoli in pri delu, med največjimi ovirami za ukvarjanje s športom pa anketirani navajajo šolske in službene obveznosti, pomanjkanje časa na splošno, pomanjkanje denarja in družinske obveznosti. Zanimivo je, da kot posebej pomembne skrbnike za spodbujanje športne dejavnosti ljudi anketiranci navajajo, da je to vsak posameznik sam, šolski sistem, država in občine ter delodajalci, medtem ko so športna društva, športne zveze in klubi, športni centri ter Evropska unija med manj pomembnimi skrbniki. Na spodbujevalno vlogo države in lokalnih skupnosti anketirani gledajo pozitivno ter zaželeno in bi jo v veliki meri podprli tudi v prihodnje, še posebej v okviru spodbujanja športa otrok in mladine, rekreativnega športa ter športa starejših in invalidov.

Po podatkih analize stanja športnih objektov v Sloveniji v obdobju od leta 1975 do 2012 Starček in Petrovič (2013) navajata, da sta se število in površina vseh pokritih in nepokritih športnih objektov v Sloveniji z leti pomembno povečala, saj je bilo v tem obdobju zgrajenih skoraj pet milijonov kvadratnih metrov vadbenih površin, kar pomeni okoli 135.000 m<sup>2</sup> na leto, vendar bo treba za primerljivost z drugimi državami v Evropi vlaganje v športno infrastrukturo nadaljevati. Pregled stanja kaže, da je v Sloveniji skupaj približno 660.000 m<sup>2</sup> pokritih in več kot sedem milijonov kvadratnih metrov nepokritih športnih objektov. Ob tem velja omeniti, da v analizi niso bili upoštevani podatki o smučiščih, igriščih za golf, zelenih poteh v mestih, plezališčih, pohodniških poteh in vodnih površinah, namenjenih športu in rekreaciji, kot tudi ne gozdne površine, ki so prosto dostopne in na katerih se izvaja pomemben del športno rekreacijskih dejavnosti Slovencev.

V zadnjih letih je bilo na lokalnih ravneh precej investiranja v športno infrastrukturo, vendar v mednarodnih primerjavah še vedno zaostajamo glede razporeditev površin na prebivalca. Težava je ta, da ni vzpostavljenega učinkovitega pregleda vseh pokritih in nepokritih športnih površin po regijah, ki bi omogočal smotno in načrtovano izpopolnjevanje pokritosti po vsej

državi. Dostopnost in prostorska razporeditev, število objektov in športnih površin je merilo kakovosti športnega prostora kot tudi pomemben dejavnik za razvoj športa, s športom povezanih dejavnosti in kakovosti življenja na splošno, zato je skrb za športno infrastrukturo izjemno pomembna (Kolar, Jurak, & Kovač, 2010; Starček & Petrovič, 2013; Ur. l. RS, št. 26/2014).

V povzetku stanja v aktualni Resoluciji NPS v RS (Ur. l. RS, št. 26/2014) je navedeno, da organiziranost športa v Sloveniji v zadnjih desetih letih narašča. Deluje več športnih organizacij in društev, število kategoriziranih športnikov se je povečalo, prav tako pa je več vrhunskih športnikov in več športnih panog. Izboljšali so se tudi infrastrukturni pogoji za športno dejavnost, predvsem je bila gradnja večnamenskih športnih objektov področno razpršena, še vedno pa je glede na število prebivalcev premalo športnih površin v Ljubljani in Mariboru. Zadnji aktualni podatki iz resolucije, predstavljeni v prilogi, kažejo (Priloga 1: Slovenski šport v številkah), da se za šport nameni skoraj 155 milijonov evrov, kar je le 0,86 odstotka bruto domačega proizvoda (BDP). V ta sredstva štejemo vsa sredstva lokalnih skupnosti, Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport RS ter drugih področnih ministrstev, Fundacije za šport, Fundacije za financiranje invalidskih in humanitarnih organizacij v RS, Evropskega sklada za regionalni razvoj ter Evropskega socialnega sklada. V povprečju to pomeni, da za šport namenimo 75 evrov na prebivalca. V primerjavi z drugimi razvitimi evropskimi državami v tem pogledu zaostajamo tako za Estonijo in Ciprom (z našemu primerljivim BDP) kot tudi za Belgijo, ki na primer v povprečju nameni 85 evrov na prebivalca, in Irsko, ki v povprečju nameni kar 304 evrov na prebivalca. Ne glede na to pa druge mednarodne primerjave kažejo, da smo v Sloveniji pri vrhu glede na uporabo naravnih športnih površin kot tudi glede na športno dejavnost prebivalcev, saj se s športom redno ukvarjata dve petini prebivalcev, vsaj občasno pa sta športno dejavni skoraj dve tretjini prebivalcev (Ur. l. RS, št. 26/2014).

### **1.2.3 Športna dejavnost prebivalcev Ljubljane**

V publikaciji Mestne občine Ljubljana Telesna in športna aktivnost v Ljubljani (2008) avtorji poudarjajo pomembnost športne dejavnosti za vse prebivalce Ljubljane ne glede na njihovo starost, spol, zdravstveno in gibalno zmogljivost, socialno-ekonomski status oziroma različne potrebe in želje. Ljubljana je mesto, ki se trudi zagotoviti čim več možnosti za športno rekreacijo različnih skupin prebivalcev. V Ljubljani je za telesno gibanje in športno rekreacijo vseh na voljo veliko parkovnih površin s sprehajalnimi in kolesarskimi stezami, priročnimi napravami za fitnes na prostem, z urejenimi trim stezami in otoki športa ter zunanjimi športnimi površinami za različne športe v urbanih naseljih. Na spletnih straneh mestne občine so dostopne vse informacije o možnostih športne rekreacije v Ljubljani za različne skupine prebivalcev. Posebna skrb se namenja športni rekreaciji za starejše osebe kot tudi športni rekreaciji za osebe z različnimi ovirami. Organizirane so številne oblike prilagojene športne vadbe glede na zmožnosti vadečih. Programe uresničujejo na podlagi posebnih športnih in socialnih programov ob sodelovanju številnih organizacij, kot so Športna zveza Ljubljane, različni športni klubi in društva, dnevni centri za starejše, Mestna zveza društev upokojencev

Ljubljana, Zveza za šport invalidov Slovenije, Društvo paraplegikov ljubljanske pokrajine in druge. Ljubljana veliko truda namenja tudi podpori pri organizaciji množičnih športno rekreacijskih prireditvev, kot so na primer Ljubljanski maraton, Pot ob žici, tek za ženske DM, kolesarski Maraton Franja ipd., saj je želja spodbujati k športni dejavnosti, športni tekmovalnosti in zdravemu načinu življenja (Športna rekreacija v Ljubljani, 2015).

Po podatkih zadnje raziskave Šport v Mestni občini Ljubljana (2013) se s športom in z rekreacijo ukvarja vsaj enkrat tedensko kar 68 odstotkov prebivalcev Ljubljane, dobra polovica vseh dejavnih pa je športno dejavna redno, vsaj dvakrat do trikrat tedensko. Najbolj razširjene dejavnosti med Ljubljančani so hitra hoja, sprehajanje, kolesarjenje, fitness, tek v naravi ter jutranja gimnastika oziroma vadba doma. Pri večini dejavnosti gre za neorganizirano vadbo. Med mlajšimi, starimi do 34 let, je nadpovprečno veliko takih, ki se s športom in z rekreacijo ukvarjajo redno, vsaj dvakrat tedensko, medtem ko je med starejšimi, starimi od 45 do 65 let, nadpovprečno veliko takih, ki so športno dejavni redko ali pa sploh ne. Dejavniki se v glavnem odločajo za gibanje, šport in rekreacijo zaradi skrbi za zdravje, zaradi pridobivanja kondicije in za zmanjševanje stresa. Pomembnost skrbi za zdravje in pridobivanje kondicije je povezana s pogostostjo dejavnosti. Čim pogosteje so posamezniki športno dejavni, tem pomembnejša sta zanje omenjena dejavnika. Pomembnost dejavnikov se razlikuje tudi glede na starost, tako je na primer zmanjševanje stresa nadpovprečno pomembno starim od 25 do 45 let, zunanji videz je nadpovprečno pomemben starim od 15 do 34 let, priporočilo zdravnika pa je nadpovprečno pomembno starim od 45 do 65 let. Anketirani v največji meri za ukvarjanje s športom uporabljajo površine na prostem. Najvišjo stopnjo zadovoljstva so izrazili glede dostopnosti objektov in površin, sledi zadovoljstvo z urejenostjo in s količino, najnižja stopnja zadovoljstva pa je izražena glede kakovosti objektov in površin. Še vedno si želijo izboljšav, predvsem večje površine ter več urejenosti in organiziranosti. Več kot polovica anketiranih prebivalcev Ljubljane meni, da bi morala mestna občina sredstva namenjati športu otrok in mladine ter množičnemu športu in rekreaciji. Anketirani tudi menijo, da mesto skozi leta postaja vse bolj športno, ljudje športne prireditve sprejemajo pozitivno in so na splošno zadovoljni s ponudbo športno rekreacijskih površin in objektov v mestni občini.

Čeprav se zadovoljstvo prebivalcev Ljubljane in pozitivna naravnost do športa na splošno zvišujeta, pa je stanje v Ljubljani v primerjavi z drugimi mesti glede športne infrastrukture na prebivalca še vedno izjemno slabo. Starček in Petrovič (2013) ugotavljata, da med vsemi mestnimi občinami v Sloveniji Ljubljana dosega najnižje razmerje površin športnih objektov na prebivalca, Čater (2010) pa v svoji študiji Model upravljanja športne infrastrukture v Ljubljani po gradnji športnega Centra Stožice navaja, da je Ljubljana z gradnjo športnih površin v Stožicah sicer pridobila kar 35-odstotno povečanje športnih površin dvoran in 27,1-odstotno povečanje športnih površin stadionov, vendar kljub temu v primerjavi z drugimi mestnimi občinami ostaja na repu opremljenosti s športno infrastrukturo. Slabšo opremljenost glede športne infrastrukture na prebivalca Čater (2010) ugotavlja tudi na podlagi mednarodne primerjave Ljubljane z dvema okrajema v Veliki Britaniji, South Ribble in Allerdale, saj tudi

po gradnji Centra Stožice Ljubljana zaostaja za obema, razen po površini športnih dvoran na prebivalca v primerjavi z okrajem South Ribble.

## **2 POMEN TRŽENJA ŠPORTA IN ŠPORTNE DEJAVNOSTI**

Trženje športa in športne dejavnosti je pomembno za uresničevanje javnega interesa na področju športa po načelih in usmeritvah nacionalnega programa, saj športna dejavnost prebivalcev širše vpliva na družbene vrednote, na splošno zdravje in počutje ljudi, na preživljanja prostega časa in tudi na trajnostni razvoj družbe.

Aktualna Resolucija NPS v RS (Ur. l. RS, št. 26/2014) na področju športa povzema vrsto ciljev (Priloga 2: Temeljni cilji nacionalnega programa športa v Sloveniji in njihova povezanost z ukrepi in družbenimi področji), ki so pomembni za spodbujanje gibanja in zagotavljanje zdravega življenja, predvsem glede športnih programov, športnih objektov in športne dejavnosti za vse prebivalce. Če izpostavimo le prve tri cilje, ki zajemajo področje športne rekreacije, lahko ugotovimo, da so usmerjeni k širši dostopnosti do športnih dejavnosti, k spodbujanju ozaveščenosti prebivalcev, da je športna dejavnost zanje pomembna (zaradi zdravja, vitalnosti, socializacije ipd.), kot tudi k večji vlogi športa na splošno. Sledenje zastavljenim ciljem vključuje vse deležnike na področju športa, posebna pa je tudi vloga prav upravljavcev športne infrastrukture ter izvajalcev športnih programov in športnih dejavnosti. Ti lahko veliko prispevajo k izboljšanju stanja in odnosa na področju športa, še posebej, če se zavedajo pomembnosti uresničevanja zastavljenih ciljev za dobrobit javnega interesa in spremljajo sodobne trženjske usmeritve. Trženjsko razmišljanje in načrtovani pristopi na področju športne dejavnosti prispevajo k temu, da se šport približa širši populaciji, da je dostopen vsem starostnim skupinam, da se prebivalci več ukvarjajo s športno dejavnostjo in da imajo zaradi večje športne dejavnosti manj zdravstvenih težav ter zato živijo bolj kakovostno osebno življenje. Poleg tega športna dejavnost predstavlja tudi športni turizem (domači in tuji), ki pospešuje promocijo naravnih lepot, okolice in površin športne infrastrukture ter tako predstavlja lokalno okolje kot tudi prednosti in kapacitete države v mednarodnem okolju.

Na področju športa večinoma delujejo nepridobitne organizacije, zato je toliko pomembnejše zavedanje tržnih zakonitosti in tržnega pristopa. V nadaljevanju naloge zato povzemam nekaj pomembnih sodobnih pristopov v procesu trženja več različnih avtorjev, ki se navezujejo na specifičnost trženja športne dejavnosti v javni nepridobitni organizaciji.

Kotler (2004) omenja več opredelitev trženja, med drugim navaja, da je trženje družbeni proces, s katerim posamezniki in skupine dobijo, kar potrebujejo in želijo, tako da ustvarijo, ponudijo in z drugimi svobodno izmenjujejo izdelke in storitve z vrednostjo, kot tudi, da je trženje proces načrtovanja in izvedbe koncepta, cen, trženjskega komuniciranja in distribucije v zvezi z idejami, izdelki in s storitvami, da pride do menjave, ki zadovolji cilje posameznikov in organizacij. Pomen sodobnega trženja je v proučevanju tržnih dejavnikov in zadovoljevanju potreb trga, trženjsko razmišljanje pa je naravnano h kupcu. Trženjski koncept mora tudi v

nepridobitnih organizacijah temeljiti na štirih stebrih: ciljnih trgih, potrebah kupcev, usklajenem trženju in dobičku kot posledici zadovoljstva. Izhodišči sta izbira ciljnih trgov in priprava prilagojenih tržnih ponudb, zatem je pomembna osredinjenost na potrebe kupcev, ki jih skušamo prepoznati in razumeti ter uskladiti vse dejavnosti v organizaciji, na ravni vseh oddelkov in timskega dela, s ciljem zadovoljiti uporabnikove interese in s končnim namenom pridobivanja sredstev oziroma prihodkov iz naslova zadovoljnih kupcev (Kotler, 2004; Piercy, 2009).

Piercy (2009) opozarja, da se je treba v sodobnem trženju zavedati ključnih sprememb in trendov trga ter vedenja porabnikov in sprejeti izzive z novimi inovativnimi pristopi in rešitvami. Tudi na področju športa in športne dejavnosti sta izjemno pomembna uporaba novih orodij in pristopov za zadovoljitev uporabnikov na trgu in ustvarjanje novih ponudb. Slediti je treba sodobnim konceptom, izkoristiti moč znanja, ustvarjalnosti ter potenciala zmožnosti in virov ter ustvarjati celovito vrednost za uporabnika. Da se tržniki lahko odzovejo na izražene želje in potrebe ter ponudijo uporabnikom, kar želijo, morajo uporabnika spremljati, spoznavati in poslušati, ocenjevati njegovo zadovoljstvo in skušati s ponudbo storitev preseči njegova pričakovanja.

Usklajevanje javne in tržne dejavnosti v nepridobitnih organizacijah na področju športa in športne dejavnosti je pomembna, a tudi izjemno zahtevna naloga. Javna dejavnost je temeljno poslanstvo, zaradi katerega je nepridobitna organizacija ustanovljena, tržna dejavnost pa se pojavlja kot dopolnilna dejavnost, da s prodajo zagotavlja več finančnih sredstev za pokrivanje stroškov poslovanja. Še pred časom je prevladovalo prepričanje, da v nepridobitnih organizacijah ni možno uvajanje tržnih metod poslovanja, ker bi s tem izgubile smisel svojega poslanstva in osnovnih ciljev izvajanja dejavnosti. V zadnjem času se je to spremenilo in prevladalo je spoznanje, da tudi nepridobitne organizacije potrebujejo novo znanje vodenja. Pomembnost javnega sektorja narašča, s tem pa se kaže potreba po racionalnih mehanizmih reševanja težav v teh dejavnostih, saj porabniki za zadovoljevanje svojih potreb zahtevajo kakovostno ponudbo vseh proizvodov in storitev, ker stremijo k bolj kakovostnemu življenju (Kovač, 1997).

Na trgu deluje veliko različnih organizacij, iz različnih sfer in z različnih področij. Kavčič in Smodejeva (2003) opredeljujeta, da meje med področji sicer niso povsem jasne in nedvoumne, vendar jih glede na namen delovanja, cilje organizacij, način delovanja in pridobivanja sredstev lahko razdelimo na tri temeljna področja:

- tržni sektor, ki obsega dejavnosti prodaje izdelkov in storitev na trgu z namenom pridobivanja prihodka in ustvarjanja dobička. Sestavljajo ga različne, predvsem gospodarske in zasebne družbe.
- javni sektor, v katerega spadajo organizacije in ustanove, ki jih organizira in financirajo predvsem država in lokalne skupnosti. Zanj je značilna nepridobitnost, saj temeljni namen ni ustvarjanje dobička, temveč zadovoljevanje javnih potreb.

- tretji sektor, za katerega je prav tako značilna nepridobitnost, gre pa za organizacije, ki so namenjene za pomoč drugim ljudem. Od javnega sektorja se razlikuje zlasti po tem, da vpliva vlade v teh organizacijah sploh ni ali pa je izjemno majhen, ter po načinu financiranja, saj se sredstva večinoma zagotavljajo iz zasebnih donacij in z veliko prostovoljnega dela.

Podrobnejšo delitev organizacij, ki so hkrati tudi zavezanke za poročanje in oddajo letnih poročil, lahko opredelimo kot naslednje skupine poslovnih subjektov (AJPES<sup>1</sup>, 2015):

- gospodarske družbe (kapitalske družbe, osebne družbe, zadruga, podružnice tujega podjetja, gospodarska interesna združenja in druge organizacijske oblike, ki vodijo poslovne knjige in sestavijo letna poročila na način, kot velja za gospodarske družbe);
- zadruga;
- samostojni podjetniki (zavezanci za oddajo poročil so vsi razen samostojnih podjetnikov, ki so obdavčeni na podlagi ugotovljenega dobička z upoštevanjem normiranih odhodkov);
- pravne osebe javnega prava (določeni in drugi uporabniki enotnega kontnega načrta), to je javne zavode, proračune in druge pravne osebe javnega prava;
- nepridobitne organizacije – pravne osebe zasebnega prava (ustanove, politične stranke, sindikati itd.);
- društva.

V literaturi se za potrebe strateškega načrtovanja v javnem sektorju kot v praksi učinkovit omenja Brysonov model (Slika 2: Brysonov model procesa strateškega planiranja v nepridobitni organizaciji).

Proces načrtovanja je po modelu razdeljen na posamezne korake (Pučko, Čater, & Rejc, 2009):

- organizacijo procesa strateškega managementa – začetni dogovor, s katerim se opredelijo namen in natančen proces dela, faze, dejavnosti, nosilci in viri;
- opredelitev pooblastil organizacije, pri čemer se določijo vsa formalna in neformalna pooblastila in ki so običajno zapisana v predpisih, statutih, pravilnikih ipd.;
- identifikacijo poslanstva organizacije, ki v povezavi s pooblastili govori o smislu obstoja in trajnega namena organizacije (odgovori na vprašanja: kaj je poslovno področje, s čim se bomo ukvarjali, kaj je osnovni smisel obstoja, kolikšna bo širina dejavnosti in na katerih trgih, kateri so osnovni smotri, kako bomo dosegali svoj konkurenčni položaj, koliko in katere enote bomo razvijali, kakšne temeljne odnose bo gojil s svojimi udeleženci, kakšna je filozofija – vrednote, prepričanja, norme vedenja);

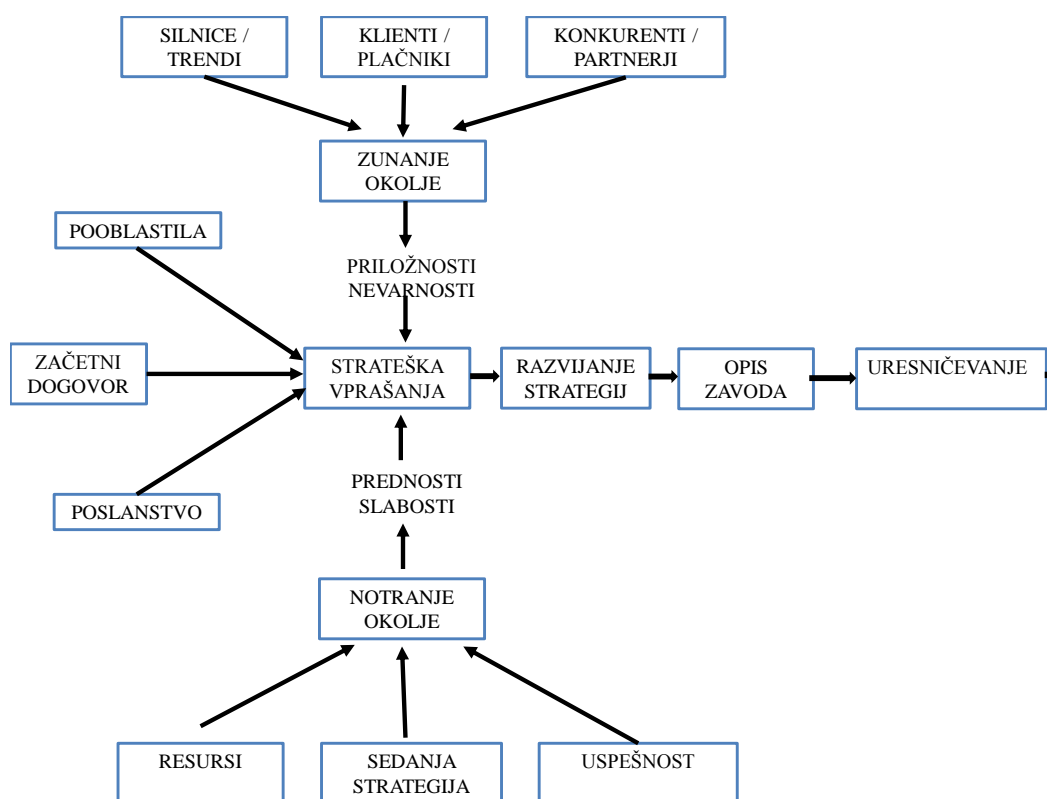
---

<sup>1</sup> AJPES – Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve, pooblaščenca za zbiranje, obdelovanje in posredovanje podatkov iz letnih poročil poslovnih subjektov v skladu z zakoni ter za javno objavljanje letnih poročil in drugih podatkov gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov in drugih poslovnih subjektov v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah in drugimi zakoni.



- oceno zunanjega okolja organizacije, s katero se opredelijo vse priložnosti in nevarnosti v okolju (tendence v najširšem okolju, analiza odjemalcev, analiza konkurentov in partnerjev);
- oceno notranjega okolja organizacije, s katero se opredelijo vse lastne prednosti in slabosti (ocenjevanje resursov, ocena obstoječe strategije, uspešnost poslovanja);
- identifikacijo strateških vprašanj, pri čemer se določijo strateški cilji;
- razvijanje strategij (identifikacijo alternativ, ugotavljanje ovir, končne predloge za uresničitve);
- opis organizacije v prihodnosti in uresničevanje strategij (določitev nosilcev uresničevanja, organiziranje uresničevanja, razvijanje programov, predračunov, projektov, akcijskih načrtov, opredelitev problematike kadrovanja in usmerjanja ter sprotno kontroliranje uresničevanja strategij).

Slika 2: Brysonov model procesa strateškega planiranja v nepridobitni organizaciji



Vir: M. J. Bryson, *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*, 1995, str. 71; D. Pučko, T. Čater & A. B. Rejc, *Strateški management 2*, 2009, str. 131, sl. 30.

Pri proučevanju uresničevanja zastavljenih ciljev in oceni uspešnosti poslovanja nepridobitne organizacije se pojavlja problem izražanja uspešnosti zaradi uporabe različnih meril in ker je odgovornost za rezultate manj jasna ali pa se spreminja. Glede na merila je treba pregledati in izraziti stanje kazalnikov skozi zadnja leta poslovanja in ugotoviti tendence uspešnosti (Pučko et al., 2009).

V procesu strateškega načrtovanja se pojavljajo tudi poslovne spremembe, ki se oblikujejo kot določene konkurenčne prednosti nepridobitne organizacije. Pomembno je, kako vodilni povezujejo strateško vodenje z operativnim uresničevanjem poslovnih načrtov. Vsako vodenje in management sta povezana tudi z motiviranjem in obvladovanjem ljudi. Pri tem je še posebej pomembno, da se podjetniška iniciativnost in inovativnost razvijata tudi v nepridobitnih organizacijah. Nepridobitne dejavnosti so polne neizkoriščenih konkurenčnih prednosti, poslovnih priložnosti kot tudi odgovornosti do poslovnih partnerjev in končnih uporabnikov. Običajno je treba v nepridobitnih organizacijah zaradi odsotnosti tržne konkurence veliko pozornosti nameniti poslovni odličnosti in kriterijem njenega merjenja ter motiviranju in obvladovanju zaposlenih (Kovač, 1997).

Največja težava nepridobitnih organizacij je pogosto iskanje ravnovesja med javno dobro usmerjenim poslanstvom in tržno naravnostjo poslovanja. Javne organizacije ne ponujajo zgolj storitev ali izdelkov, temveč soustvarjajo skupaj z uporabniki humano in socialno življenje prebivalcev, zato je usmerjenost k uporabniku tu še nujnejša kot v pridobitnih organizacijah. Celostni pristop k proučevanju trga organizacije zajema analizo trga, segmentiranje in ciljanje tržnih skupin, raziskave potreb in navad uporabnikov ter oblikovanje storitev ali izdelkov za njihovo zadovoljevanje. Treba se je približati uporabnikovim potrebam in željam ter zadovoljiti njegova pričakovanja na čim bolj kakovosten način (Kovač, 1997). Pri udeležanju tržnega poslovanja ne smemo pozabiti na potencial in dobičkonosnost ciljnih skupin, saj organizacije, ki so usmerjene zgolj na uporabnike, ki jih je lažje pridobiti in zadržati, in ne upoštevajo tudi dobičkonosnosti posameznih skupin, ne izkoriščajo svojih resursov tako učinkovito in smotrno, kot bi jih lahko (Thomas, Reinartz, & Kumar, 2004).

Pri opredeljevanju ključnih trgov in kupcev raziskujemo potencialne tržne segmente. Opredelitev ključnih trgov je pomembna, saj se s pozicioniranjem na trgu kaže vsa podana ponudba, ob tem pa sta vključeni tudi zaznana podoba organizacije in podoba blagovne znamke, ki na ciljnem trgu zavzame poseben položaj. Pomembno je ponuditi ustrezno vrednost storitve, ki bo uspešno zadovoljila potrebe kupca. Vrednost za kupca je rezultat vseh dobljenih koristi in cene, ki jo za dobljeno ponudbo plača, ter stroškov, ki jih ob nakupu ali sklenitvi posla ima (Kotler, 2004; Piercy, 2009).

Pristop na ciljnih trgih je usmerjen na različne skupine oziroma segmente uporabnikov. Analiza segmentov na izbranem trgu pove, kdo so potencialni odjemalci in uporabniki. Tržne segmente ločimo glede na značilnosti in skupne lastnosti kot tudi glede na podobnosti v vedenju in odzivih pri nakupnem procesu. Ločimo segmentiranje s strateškega in segmentiranje z izvedbenega vidika. Strateška segmentacija omogoča pogled trga z vidika odjemalcev, izkorišča prednosti z izbiro primernih tržnih segmentov, razvija strategije glede na pričakovanja na trgu in odkriva vrzeli za nove priložnosti, izvedbena segmentacija pa se naslanja na izbiro različnih osnov in kriterijev, kot so demografske značilnosti (starost, spol, geografsko področje, subkultura ipd.), psihografske značilnosti (življenjski slog, zanimanja,

stališča, dejavnosti – npr. klasifikacija VALS<sup>2</sup>), socialno-ekonomske značilnosti (status, poklic, dohodek, izobrazba ipd.). Za tržne segmente je značilno, da so navznoter homogeni, med seboj pa heterogeni. Učinkovito segmentiranje je dinamično, ko se osredinja na uporabnikove potrebe, vedenje in stališča ter ko skupine ustrezno preoblikuje glede na pogoje in dogajanje na trgu, kot so npr. nihanja gospodarskih razmer, nove nastajajoče niše potrošnikov, nove tehnologije ipd. (Hutt & Speh, 2010; Jobber, 1995; Kotler, 2004; Yankelovich & Meer, 2006).

Chalmeta (2006) za učinkoviti strateški pristop glede odnosov z uporabniki opredeljuje tri ključne korake, ki jih mora organizacija uresničiti:

- identifikacijo uporabnikov, pri kateri se ugotovi, kdo so uporabniki izdelka ali storitev, nato pa se osredini le na uporabnike, na katerih vedenje organizacija lahko vpliva;
- analizo dobičkonosnosti uporabnikov, pri čemer so uporabniki razvrščeni v skupine glede na dohodek, nato se ocenijo stroški in vsi faktorji za posamezni segment, zatem pa se določita potencial in dobičkonosnost posamezne skupine glede na velikost in skupni potencial dobička;
- definiranje ciljev uporabnikov, pri katerem se opredelijo kratkoročni, srednjeročni in dolgoročni potenciali dobičkonosnosti posameznih segmentov glede na ugotovljene predhodne analize.

Avtorji naštevajo najrazličnejše metode za pridobivanje informacij, najpogostejše pa so zagotovo raziskave trga, analiza potreb in zadovoljstva uporabnikov, njihovih nakupnih navad in vedenja, skupinske razprave, intervjuji, razprave, testiranja, navidezno nakupovanje, spremljanje pritožb in predlogov, sledenje trendom kot tudi analize podatkovnih zbirk in spremljanje uporabnikov, ki kupujejo izdelke oziroma se odločajo za storitve konkurence na trgu.

Cronin, Brady in Hult (2000), Oliver (1997), Patterson (1995) in Söderlund (1998) navajajo, da je spremljanje zadovoljstva uporabnikov za ponudnika izdelkov ali storitev zelo pomembno, saj relativno zanesljivo kaže namene, želje in potrebe uporabnikov ter omogoča izboljšanje storitev in pripravljanje novih ponudb v prihodnosti. Poleg spremljanja zadovoljstva sta pomembna tudi celovita razlaga in razumevanje stopnje zadovoljstva. Ocena mora vsebovati opredelitev najmočnejših in najšibkejših področij ter področja, na katerih je lahko učinek izboljšav za povečanje zadovoljstva uporabnikov najmočnejši. Patterson in Spreng (1997) opredeljujeta, da je zadovoljstvo uporabnikov občutek, ko so izpolnjene potrebe in pričakovanja glede ključnih dejavnikov in kakovosti podanih storitev, to pa vodi k splošnemu zadovoljstvu s storitvijo. Zadovoljni uporabniki se bodo verjetneje vrnil ali priporočili storitev drugemu potencialnemu uporabniku.

---

<sup>2</sup> VALS<sup>TM</sup> Survey – razvrščanje glede na osem profilov porabnikov ter kritična dejavnika klasifikacije, razlaga in podrobnosti so dosegljivi na spletni strani (US Framework and VALS<sup>TM</sup> Types, 2015).

Med zadovoljstvom in kakovostjo je bistvena razlika. Zadovoljstvo uporabnika po Kotlerju (2004) lahko opredelimo kot razliko med zaznanim delovanjem izdelka oziroma zaznano prejeta storitvijo in njegovimi pričakovanji, medtem ko kakovost storitve ali izdelka lahko označimo kot povzetek značilnosti in lastnosti, ki vplivajo na zmožnost zadovoljitve porabnikovih potreb. Uporabnik zazna zadovoljstvo na podlagi čustev, pri tem pa lahko občuti zadovoljstvo tako, da je zadovoljen in celo navdušen ali pa razočaran glede na svoja pričakovanja ob nakupni izkušnji. Kakovost uporabnik sprejema racionalno, saj se odraža kot odličnost in izvrstnost, in ni obvezno, da temelji na zaznanem delovanju izdelka ali prejeti storitvi. Uporabniki kakovost velikokrat sprejemajo tudi na podlagi priporočil, čeprav nimajo svoje izkušnje. Zato ne moremo reči, da je izdelek ali storitev nekakovostna, če je uporabnik nezadovoljen, kot tudi ne, da je res kakovostna, če je uporabnik zadovoljen. Pomembno je, da se osredinimo na kakovost izdelka ali storitve na najvišji ravni, da bi zadovoljili pričakovanja, potrebe in želje uporabnikov, ter skušamo poiskati rešitve za težave in zahteve uporabnikov (Cronin et al., 2000; Piercy, 2009; Sheth & Sisodia, 1999; Kotler, 2004).

Kotler (2004) za spremljanje zadovoljstva uporabnikov navaja tudi različna učinkovita orodja in metode (Priloga 3: Orodja in metode za spremljanje zadovoljstva uporabnikov), s katerimi pridemo do pomembnih informacij.

Poleg opredelitve zadovoljstva uporabnikov je treba razumeti tudi, kaj predstavlja in zajema pojem potrebe uporabnikov. Peppers in Rogersova (2004) opredeljujeta potrebe uporabnikov kot tisto, kar hočejo, čemur dajejo prednost in bi si želeli imeti, ter poudarjata, da je enako pomembno, kako uporabniki želijo kupovati, kot tudi, zakaj si to želijo. Bistvo je, da potreb ne obravnavamo le kot uporabe izdelka ali odločitve za storitev, temveč kot širšo potrebo oziroma kot kombinacijo uporabnosti izdelka ali koristnosti storitve, možnosti nakupa dodatkov k izdelku ali storitvi in dodatnih podpornih storitev, na primer za vzdrževanje izdelka ali dopolnitev osnovnih potreb uporabnika.

Ponudniki športnih dejavnosti iz javnih zavodov lahko glede na svoje poslanstvo veliko prispevajo k večjemu zadovoljstvu in zadovoljevanju potreb po športni dejavnosti prebivalcev v lokalnem okolju. Načrtovana gradnja in obnova športne infrastrukture, upoštevanje trženjskih konceptov, spremljanje trga, trendov in zadovoljstva uporabnikov ter prilagojena ponudba bodo izpolnili pričakovanja in omogočili ohranjanje zvestih, zadovoljnih, športno dejavnih obiskovalcev. Kot je opredeljeno v priročniku za spremljanje zadovoljstva (Ministrstvo za gospodarstvo RS, 2007), je zadovoljstvo uporabnika zagotovo eden ključnih konceptov sodobne trženjske teorije in prakse. Prizadevanja ponudnikov morajo biti usmerjena in uporabnika zadovoljiti tako, da se bo vračal in ostajal dolgoročno zvest.

### **3 TRŽENJE V JAVNEM ZAVODU ŠPORT LJUBLJANA**

Javni zavod Šport Ljubljana je ljubljanski zavod za upravljanje s športnimi objekti in površinami, ki so v lasti Mestne občine Ljubljana. V predstavitvi zavoda na podlagi zbranih

podatkov iz internega gradiva in s spletne strani zavoda povzemam bistvo njegove ustanovitve in delovanja, poslanstva in vizije, predstavitev organiziranosti s pregledom športnih objektov in površin v upravljanju kot tudi delitev javne in tržne dejavnosti, njegovo tržno ponudbo, opredeljene trge in zastavljene strateške cilje.

Po Zakonu o športu (Ur. l. RS, št. 22/1998) javne zavode za šport lahko ustanovi država ali lokalna skupnost za opravljanje administrativnega, strokovnega, organizacijskega, tehničnega in drugega dela. Poleg države ali lokalnih skupnosti so soustanovitelji zavodov lahko tudi druge pravne in fizične osebe, vendar je pomembno, da se v primeru več ustanoviteljev določijo medsebojne pravice in obveznosti z aktom o ustanovitvi.

Pod okriljem JZ Šport Ljubljana potekajo športne prireditve svetovnega in evropskega pomena, državna in mednarodna tekmovanja, vadba in treningi vrhunskih ekip športnih klubov in društev, tekmovanja panožnih zvez ter tudi različni programi športnih vadb, programi za šole in vrtce, programi za gibanje in prosti čas ter programi rekreacije in sprostitev za različne ciljne skupine uporabnikov. Ustanovljen je bil z namenom opravljanja dejavnosti upravljanja, urejanja in vzdrževanja športnih objektov, ki so v lasti ustanoviteljice in so namenjeni izvajanju letnega programa športa Mestne občine Ljubljana, ki je v javnem interesu (JZ Šport Ljubljana, 2015).

### **3.1 Poslanstvo in vizija**

JZ Šport Ljubljana sooblikuje, razvija in udejanja športno in širšo nacionalno identiteto. Kot upravljevec upravlja in vzdržuje infrastrukturo za šport in prosti čas, omogoča letni program športa v mestni občini, organizira športno vzgojo, interesne dejavnosti, športno vadbo, rekreativni šport in ponuja pestro dogajanje kulturnih, zabavnih, koncertnih in družabnih prireditev. Izvaja svoje poslanstvo javnega interesa na osnovi letnega programa športa ter spodbuja in krepi športno dejavnost, skrbi za ohranjanje in popularizacijo športa ter soustvarja pogoje za razvoj športnih dejavnosti (JZ Šport Ljubljana, 2015).

Poslanstvo JZ Šport Ljubljana je ohranjanje in izboljšanje stanja športnih objektov, kakovostno načrtovanje mreže športnih objektov v Mestni občini Ljubljana ter zagotavljanje izvajanja kakovostnih programov in pogojev za razvoj športa otrok in mladine, omogočanje pogojev za vrhunske športne dosežke ter športno rekreacijo za zdrav način življenja (JZ Šport Ljubljana, 2015).

Vizija zavoda je postati mednarodno uveljavljen ponudnik sodobne športne infrastrukture pod svojo blagovno znamko Šport Ljubljana, ki bo meščanom in vsem obiskovalcem omogočila iskanje ponudbe po svoji izbiri in trenutnih željah na enem mestu (JZ Šport Ljubljana, 2015).

## **3.2 Organizacijska struktura**

Za sodobne organizacijske strukture je značilno, da struktura temelji na horizontalnih tokovih dela ali procesov dela, in ne na vertikalnem delegiranju in hierarhiji. Pomembno se je zavedati, da so zaposleni eden od najpomembnejših virov v organizaciji, še posebej, če njena dejavnost temelji na izvajanju storitev. Organizacijo sestavljajo strukture, politike in kultura organizacije. Opredeljujejo jih zaposleni s svojimi izkušnjami, zgodovino, prepričanjem in delujoča pravila znotraj organizacije. Kultura se razvija in oblikuje samodejno z močnim vplivom osebnosti in navad direktorja. Pomemben je poudarek na osebnostnem razvoju vodilnih, ki temelji na zavezanosti visokim etičnim standardom in pristnih medsebojnih odnosih s sodelavci. (Dimovski, Penger, & Peterlin, 2009; Dimovski, Penger, & Škerlavaj, 2007; Kotler, 2004).

V JZ Šport Ljubljana je redno zaposlenih nekaj več kot sto ljudi. Organizacijska struktura je prikazana v prilogi (Priloga 4: Organigram JZ Šport Ljubljana). V upravi in podpornih službah (finančno-računovodski službi, službi za trženje, odnosih z javnostmi in gostinstvu) je zaposlena slaba četrtnina vseh zaposlenih. Gledano po parkih in enotah, je dobra četrtnina zaposlenih v Parku Tivoli, Center Stožice, Park Kodeljevo, Park Šiška in Park Ježica pa zaposlujejo vsak po slabo desetino zaposlenih. Preostala desetina zaposlenih je razporejena v parkih Rudnik, Zalog in Vič. Problematiko premalo zaposlenih v zavodu rešujejo s pogodbeno zaposlenimi oziroma z zaposlenimi po posredovanju študentskega servisa.

Glede na strukturo zaposlenih po delovnih mestih je zaposlenih največ (dobra tretjina) vzdrževalcev športne infrastrukture (strojnikov, električarjev, pomožnih delavcev in specialistov za urejanje in vzdrževanje zelenih športnih površin). Sledijo jim receptorji, čistilno osebje, gostinski delavci in administrativne podporne službe. Dobra desetina zaposlenih je srednjega vodstvenega kadra (vodje objektov in vodje podpornih služb), v upravi pa sta zaposlena direktorica zavoda in direktor področja. Kljub pretežnemu zaposlovanju mladih v zadnjih letih je starostna struktura zaposlenih v zavodu še vedno visoka, saj je starejših od 40 let tri petine zaposlenih, starih od 30 do 40 let je dobra petina, mlajših od 30 let pa le slaba petina zaposlenih. Izobrazbena struktura v zavodu je na razmeroma nizki ravni, saj je petina zaposlenih pridobila le osnovnošolsko izobrazbo ali je brez izobrazbe, dobre tri petine zaposlenih je s poklicno ali srednješolsko izobrazbo, le slaba petina pa je pridobila višjo, visoko ali univerzitetno izobrazbo (JZ Šport Ljubljana, 2015).

## **3.3 Športne površine in infrastruktura v upravljanju**

Med športne objekte in površine po Zakonu o športu (Ur. l. RS, št. 22/1998) štejemo vse za športno dejavnost opremljene in urejene površine in prostore. Kot javne zakon opredeljuje vse športne objekte, ki so državna lastnina ali lastnina lokalnih skupnosti. Javni športni objekti in površine se morajo uporabljati v javno dobro in za namen, za katerega so bili zgrajeni in urejeni, če pa se namembnost javnega športnega objekta spremeni, je treba zagotoviti nadomestni javni športni objekt.

JZ Šport Ljubljana trenutno vodi in upravlja 83 športnih objektov in površin v lasti Mestne občine Ljubljana (Priloga 5: Seznam objektov in površin v upravljanju JZ Šport Ljubljana), število pa se bo v letu 2015 povečalo, saj je v gradnji novi gimnastični center na Viču, popolnoma prenovljeno pa bo tudi kopališče Kolezija. Na objektih in površinah zavod omogoča izvedbo različnih športnih dejavnosti, kot so športi z žogo (košarka, odbojka, rokomet, nogomet), atletika, športna in ritmična gimnastika, tenis, hokej, drsanje, curling, strelstvo, plavanje, kotalkanje, borilni športi, trim vadba, fitnes, vodene vadbe, triatlon, jahanje, športno plezanje, smučarsko skakanje, veslanje, kolesarstvo ipd. Vadba je organizirana v sklopu programov športnih klubov, društev in drugih športnih subjektov kot tudi v oblikah športne rekreacije posameznikov in skupin (JZ Šport Ljubljana, 2015). Ocenjena vrednost objektov in površin v upravljanju zavoda je okoli 250 milijonov evrov, skupna površina vseh pokritih in nepokritih objektov in površin pa okoli 800.000 m<sup>2</sup>. Letno beležijo od 2,5 milijona do tri milijone obiskov. Objekti in površine so razvrščeni in združeni v naslednje športne parke oz. poslovne enote: Park Tivoli, Park Kodeljevo, Park Šiška, Park Rudnik, Park Vič, Park Ježica in RIC Sava, Center Stožice, Park Zalog in Hiša športa (JZ Šport Ljubljana, 2014).

V nadaljevanju naloge je izmed naštetih predstavljen le Park Tivoli kot podlaga za predmet obravnavane teme, vsi drugi parki in enote pa so opisani v prilogi (Priloga 6: Opis drugih parkov in enot JZ Šport Ljubljana).

## **Park Tivoli**

Kratek povzetek zgodovine v internem gradivu in na spletnih straneh zavoda kaže, da ima Tivoli dolgoletno tradicijo in pomembno vlogo v družbenopolitičnem in športnem dogajanju v Ljubljani. V sklopu parka je bilo leta 1929 zgrajeno letno kopališče Ilirija, na prostoru zdajšnjega telovadišča so uredili centralni stadion Ilirija, v drugem delu parka pa je bilo umetno drsališče na prostem s tribuno. V sedemdesetih letih so dogradili še športno dvorano in zimsko kopališče ter uredili druge športne površine in igrišča na prostem. Ljubljanski Tivoli je bil vedno prepoznaven kot prostor za šport, rekreacijo in razvedrilo meščanov in obiskovalcev različnih starosti. Skozi leta so odbori in sveti mesta Ljubljane določali in imenovali upravljavce športnih objektov, leta 1962 pa so ustanovili Zavod inženirja Stanka Bloudka, ki je v upravljanje in skrb prevzel več športno rekreacijskih objektov in površin na območju Tivolija. Zavod je pridobival pomembno vlogo v upravljanju in vzdrževanju objektov v lasti občine, leta 2008 pa z novim odlokom in reorganizacijo postal osrednji športni zavod ter v upravljanje prevzel tudi večino objektov in površin zunaj območja Parka Tivoli. Tako so se tivolskim objektom in površinam pridružili še številni drugi objekti, kot so nogometni stadion in zelene površine Železniškega atletskega kluba (ŽAK) v Šiški, športni park Slovan na Kodeljevem, športni center na Ježici, dvorana Krim na Rudniku, dvorana Zalog ter drugi večji in manjši objekti ter športne površine v Ljubljani.

Hala Tivoli v letu 2015 praznuje petdeseto obletnico obstoja. Z gradnjo dvorane Tivoli je Ljubljana pridobila objekt za organizacijo velikih športnih in tudi kulturnih prireditev. Njen prvi gost leta 1965 je bil sloviti ameriški jazzovski glasbenik Louis Daniel Armstrong, ki je v

takrat v Ljubljani gostoval že drugič. Skupaj s svojo spremljevalno ekipo je navdušil 6.000 gledalcev. Že prvi koncert je dvorano Tivoli simbolično zaznamoval, jazz je postal eden od zaščitnih znakov ljubljanske kulture, dvorana Tivoli pa priljubljeno mesto srečanj glasbenih skupin in njihovega občinstva. Še v istem mesecu je dvorana Tivoli gostila tudi prvi mednarodni športni dogodek, svetovno prvenstvo v namiznem tenisu, ki ga je v nekaj dneh obiskalo kar 160.000 gledalcev. V svoji zgodovini je Hala Tivoli gostila številne pomembne mednarodne dogodke in prireditve, kot so svetovna in evropska prvenstva v košarki, gimnastiki, namiznem tenisu, hokeju na ledu in umetnostnem drsanju, kot tudi številne koncerte, gledališke in baletne predstave, cirkuška gostovanja ipd. V objektu sta na voljo mala in velika športna dvorana. Ob dvoranah so tudi spremljajoči prostori za potrebe velikih športnih prireditev, npr. garderobe, sodniške sobe, sobe za delegate, sobe za prvo pomoč, prostori za organizacijski odbor, za novinarje, za pogostitve ipd. Poleg male in velike športne dvorane je v Hali Tivoli tudi veliko poslovnih prostorov za pisarniško dejavnost, ki jih uporabljajo predvsem poslovni subjekti, povezani s športom. Mala dvorana meri 1.500 m<sup>2</sup> in je namenjena predvsem športom z žogo in koncertno-zabavnim prireditvam. Gosti lahko 4500 obiskovalcev. Velika (ledena) dvorana meri 2.000 m<sup>2</sup>, v njej je 4.150 sedežev in je center za hokej, umetnostno drsanje ter rekreativno drsanje, namenjena pa je tudi za različne prireditve in koncerte za do 6.500 obiskovalcev. V sklopu objekta so na voljo tudi sejne sobe za seminarje, konference, sestanke, srečanja in pogostitve ob prireditvah.

V sklopu objektov je tudi kopališče Tivoli s tremi bazeni. Veliki plavalni bazen meri 25 x 21 m in omogoča vadbo športnim plavalcem, društvom, šolam ter rekreativcem oz. ljubiteljem plavanja. Poleg velikega plavalnega bazena sta na voljo tudi otroški in šolski bazen. V sklopu kopališča so še center za fitness, mala plesna dvorana, sprostitevni center s ponudbo turške savne ter finskih in infra savn, z zunanjo teraso in bazenom ter s ponudbo športne in relaksacijske masaže, bowling center, prostori za borilne športe, poslovni prostori, namenjeni pisarniški dejavnosti ter poslovni prostori namenjeni gostinski ponudbi, dnevni bar in nočni klub. Park Tivoli obsega tudi veliko zunanjih zelenih površin, večnamenska igrišča, kotalkališči, zunanje igrišče za mini golf ter kapacitete teniških površin, s šestimi peščenimi teniški igrišči ter z igriščem na umetni travi, ki skupaj merijo 7.554 m<sup>2</sup>. V upravljanje Parka Tivoli spadajo tudi Rastlinjak Tivoli, del zemljišča Kopališča Ilirija ter Letno telovadišče Ilirija (JZ Šport Ljubljana, 2015).

### **3.4 Delitev na javno in tržno dejavnost**

Ker je javnih sredstev in virov financiranja premalo, je za pozitivno poslovanje JZ Šport Ljubljana nujno vključevanje trženjskih dejavnosti z namenom pridobivanja dodatnih sredstev. Celotni prihodki zavoda se delijo na prihodke iz poslovanja na trgu (50 odstotkov) in prihodke financiranja iz sredstev Mestne občine Ljubljana (50 odstotkov), ki so namenjeni pokrivanju stroškov za izvajanje športne dejavnosti uporabnikov letnega programa športa ter za vzdrževanje objektov in nove investicije. Prihodki iz poslovanja na trgu zajemajo prihodke, ki jih zavod pridobi iz naslova javne službe (40 odstotkov, npr. doplačila uporabnikov letnega programa športa, ko porabijo dodeljene kvote ur uporabe objektov, najemnine in stroški



uporabe poslovnih prostorov, prihodki za izvajanje javnih programov športa, subvencije za športne prireditve ipd.), ter prihodke iz tržne dejavnosti (60 odstotkov), ki so podrobneje opredeljeni v nadaljevanju naloge. Namen usklajevanja javne in tržne dejavnosti zavoda je uresničevanje poslanstva in pridobivanje finančnih sredstev iz potenciala infrastrukture v upravljanju, za pokrivanje vseh tekočih stroškov vzdrževanja objektov in zagotavljanje kakovostne izvedbe programov športa (JZ Šport Ljubljana, 2015).

Poleg izvajanja osnovnih dejavnosti (Priloga 7: Osnovne dejavnosti JZ Šport Ljubljana) lahko zavod opravlja tudi trženjske dejavnosti, ki so namenjene izvajanju osnovnih dejavnosti in se financirajo izključno iz virov, pridobljenih na trgu.

### **3.5 Tržna dejavnost zavoda**

Tržna dejavnost zajema pregled ponudbe storitev in produktov, ki zavodu prinašajo tržne prihodke. V okviru izvajanja tržne dejavnosti se JZ Šport Ljubljana pojavlja kot ponudnik (JZ Šport Ljubljana, 2014):

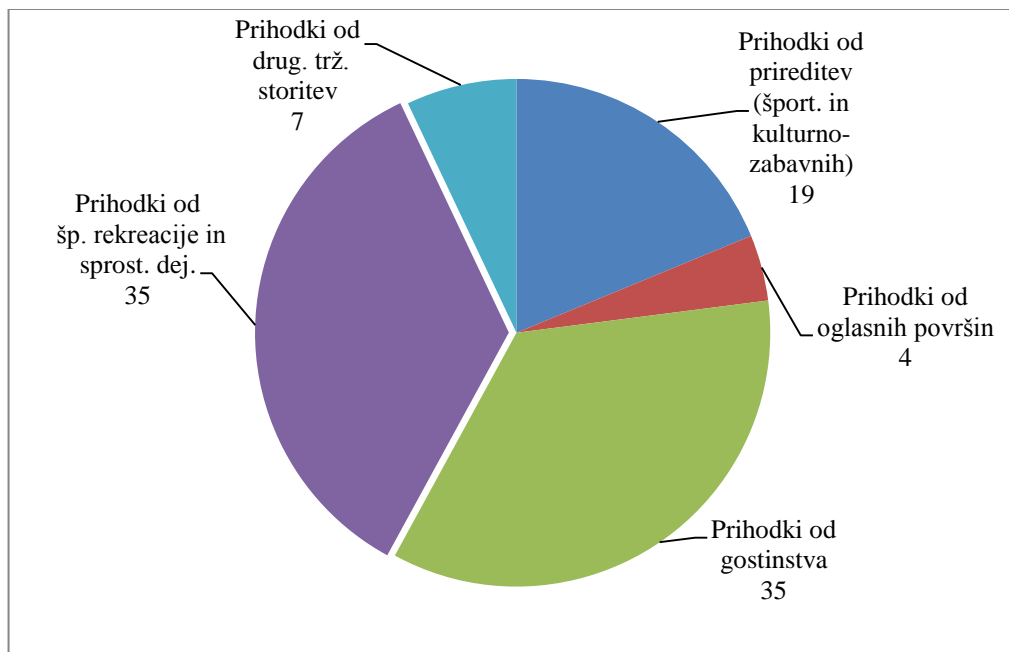
- športne in druge infrastrukture (z oddajanjem v uporabo za izvedbo prireditev in dogodkov);
- športno rekreacijskih dejavnosti in drugih storitev, povezanih s sprostitevni dejavnostmi (dvoranskih športov, atletike, namiznega tenisa, plavanja, drsanja, kegljanja, streljanja, tenisa, fitnesa in savne);
- prostorskih kapacitet, večinoma povezanih s športno infrastrukturo (z oddajanjem v uporabo prostorov in površin za konference, seminarje, snemanja, dopolnilne ponudbe zunanjih gostinskih ponudnikov hrane, masažnih storitev ipd.);
- drugih storitev in ponudbe opreme, večinoma povezanih z izvedbo prireditev (vodeni ogledov, čiščenja, odstranitve parketa, oddaje kombija in tovornega vozila, prevozov in dostave, izposoje opreme, dobave ledu, dodatnega hlajenja, ogrevanja, vzdrževalnih del ipd.);
- oglasnega prostora, večinoma v zvezi s športno infrastrukturo, ter
- gostinskih storitev, večinoma povezanih s prireditvami v športni infrastrukturi.

Kot je razvidno z naslednje slike (Slika 3: Deleži trženjskih prihodkov JZ Šport Ljubljana), zavod največ prihodkov pridobi iz naslova trženja dejavnosti športne rekreacije in sprostitevni dejavnosti (35 odstotkov) kot tudi iz naslova gostinske ponudbe (35 odstotkov), sledijo prihodki od prireditev, ki vključujejo tako športne kot tudi kulturno-zabavne prireditve (19 odstotkov), prihodki od drugih storitev (7 odstotkov) ter prihodki od oglasnih površin in zakupa imena (4 odstotki). Podrobna predstavitev ponudbe posameznih skupin je predstavljena v prilogi (Priloga 8: Tržna ponudba JZ Šport Ljubljana).

Razvoj dodatnih športnih programov in pridobivanje novih udeležencev športne rekreacije sta za zavod toliko pomembnejša, saj prinašata dobro tretjino vseh trženjskih prihodkov, ob tem pa se v zavodu zavedajo, da je zagotavljanje športne rekreacije, ki bo dostopna različnim

skupinam prebivalcev, eden od temeljnih ciljev njegovega poslanstva. JZ Šport Ljubljana mora ob velikem potencialu v športni infrastrukturi poskrbeti tudi za kakovostne programe, ki bodo dostopni in privlačni za uporabnike.

Slika 3: Deleži trženjskih prihodkov JZ Šport Ljubljana



Vir: JZ Šport Ljubljana, Osnutek trženjske strategije Javnega zavoda Šport Ljubljana za obdobje 2014–2019, 2014.

Pri oblikovanju posameznega tržnega pristopa glede na predstavljeno ponudbo zavod opredeljuje dva ključna ciljna trga (JZ Šport Ljubljana, 2014):

- medorganizacijski trg – kupci so organizacije ali samostojni podjetniki;
- porabniški trg – kupci so končni uporabniki izdelkov in storitev.

Na medorganizacijskem trgu je zavod osredinjen na naslednje segmente potencialnih kupcev (JZ Šport Ljubljana, 2014):

- organizatorje kulturno-zabavnih prireditev;
- organizatorje športnih prireditev (npr. agencij, panožnih zvez posameznega športa, športnih klubov in različnih športnih društev);
- agencije, ki se ukvarjajo z dejavnostjo produkcije filmov, oddaj, spotov ipd.;
- organizacije, ki skrbijo za športno rekreacijo svojih zaposlenih.

Skladno s strategijo in z usmeritvami na področju razvoja športa ter športne infrastrukture Mestne občine Ljubljana je na porabniškem trgu opredeljen ciljni segment potencialnih kupcev, ki jih kot skupino opredeljujejo naslednje značilnosti (JZ Šport Ljubljana, 2014):

- so prebivalci Mestne občine Ljubljana (stalni in začasni);

- pripadajo srednjemu družbenemu sloju, sicer so cenovno občutljivi, vendar so za dobro ponudbo z veliko možnostmi izbire pripravljene plačati več;
- zanimajo jih šport, rekreacija in sprostitev;
- zanje sta pomembna dobra telesna kondicija in zdrav življenjski slog;
- športu, rekreaciji in sprostitvi namenijo vsaj eno uro dvakrat tedensko.

Glede na široko paleto športno rekreacijskih in sprostitev dejavnosti v JZ Šport Ljubljana je zavod kljub raznolikosti ciljnih skupin prednostno usmerjen v trženje storitev, povezanih s športno rekreacijo. Pri tem si prizadeva oblikovati ponudbo, ki bo omogočila dostopne športne dejavnosti različnim udeležencem, kajti velik obisk in polna izkoriščenost ponujenih kapacitet znižujeta stalne stroške obratovanja in izvajanja programov.

### 3.6 Povzetek trženjske strategije zavoda

Priprava trženjske strategije izhaja iz celostnega procesa strateškega načrtovanja z izhodiščem opredelitve poslanstva in vizije zavoda, ki izraža smernice in načrtovano pot v prihodnost kot tudi analize stanja resursov, analize okolja ter zdajšnje ponudbe. Poslanstvo, vizija, organiziranost, kapacitete ter tržna ponudba in ključni trgi so povzeti v prejšnjih poglavjih, v nadaljevanju pa predstavljam povzetek iz osnutka trženjske strategije zavoda za obdobje 2014–2019, ki vključuje analizo okolja, z omejitvijo na oceno prednosti in slabosti, pregled zastavljenih strateških ciljev ter kazalnikov za kontrolo in nadzor. Namen pregleda notranjega okolja sta ocena prednosti, ki jih je dobro izkoristiti, in vplivanje na zavedanje o slabostih, ki bi jih bilo treba odpraviti. Pregled vseh opisanih prednosti in slabosti notranjega okolja predstavlja potencial in omejitve JZ Šport Ljubljana, povezane tudi z možnostmi izpopolnitve in širitve športne rekreacije, zato povzetek predstavljam v naslednji tabeli (Tabela 1: Pregled prednosti in slabosti notranjega okolja JZ Šport Ljubljana).

*Tabela 1: Pregled prednosti in slabosti notranjega okolja JZ Šport Ljubljana*

<b>PREDNOSTI</b>	<b>SLABOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• široka mreža sodobne športne in večnamenske infrastrukture</li> <li>• raznolika ponudba storitev in programov</li> <li>• prepoznavnost in uveljavljenost na trgu</li> <li>• zaposleni z dolgoletnimi izkušnjami (prenos znanja na mlade)</li> <li>• velika pogajalska moč, dobri poslovni odnosi z dobavitelji in s tem možnost znižanja nabavnih cen</li> <li>• stabilno pozitivno finančno poslovanje zavoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacijska struktura brez podpornih funkcijskih služb – nabavne, pravno-kadrovske in analitične službe</li> <li>• nezadostno število zaposlenih za posamezne objekte</li> <li>• nizka izobrazbena raven zaposlenih</li> <li>• nizka motiviranost zaposlenih</li> <li>• visoki stroški energentov in vzdrževanja objektov</li> <li>• pomanjkanje ustreznih informacijskih sistemov</li> </ul>

*Vir: JZ Šport Ljubljana, Osnutek trženjske strategije Javnega zavoda Šport Ljubljana za obdobje 2014–2019, 2014.*

V zvezi z zastavljeno trženjsko strategijo in v skladu s temeljnimi dolgoročnimi cilji zavoda so v osnutku strategije (JZ Šport Ljubljana, 2014) opredeljeni tudi najpomembnejši strateški cilji in kazalniki za kontrolo in nadzor (Tabela 2: Strateški cilji in kazalniki za kontrolo in nadzor).

*Tabela 2: Strateški cilji in kazalniki za kontrolo in nadzor*

<b>STRATEŠKI CILJ</b>	<b>KAZALNIK ZA KONTROLO IN NADZOR</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>dostopna ponudba športne rekreacije – šport za vse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>število uporabnikov rekreacijskih dejavnosti v objektih JZ ŠL</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ustvarjanje novih priložnosti za pridobivanje prihodkov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>trženjski prihodki iz naslova prodaje novih produktov, število uvedenih novosti v ponudbi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>razvoj prilagojenih celostnih ponudb po meri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>število realizacije posebnih dogovorov</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>kakovostno izvajanje ponudbe programov in storitev</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ocena zadovoljstva uporabnikov glede kakovosti izvedbe ponudbe</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>predstavitev ponudbe JZ ŠL na mednarodnem trgu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>število predstavitev na sejnih, število izvedenih mednarodnih tekmovanj in prireditev ter trženjski prihodki iz naslova mednarodnih prireditev</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>povečanje moči in prepoznavnosti blagovne znamke Šport Ljubljana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ocena ugleda in prepoznavnosti blagovne znamke med uporabniki</li> </ul>

*Vir: JZ Šport Ljubljana, Osnutek trženjske strategije Javnega zavoda Šport Ljubljana za obdobje 2014–2019, 2014*

Vsi zastavljeni cilji so posredno ali neposredno povezani s športno dejavnostjo, zato jih v nadaljevanju predstavljam podrobneje. Za vsak cilj posebej so zastavljeni merljivi kazalniki za kontrolo in nadzor, z letnimi podcilji, ki so specifičirani in določeni na podlagi analize rezultatov zadnjih let in predvidene rasti v naslednjih letih. Kazalniki so zastavljeni ambiciozno, so časovno opredeljeni in usklajeni s strateško usmerjenostjo tržne dejavnosti zavoda (JZ Šport Ljubljana, 2014).

### **Oblikovanje dostopne ponudbe športne rekreacije – šport za vse**

Oblikovanje dostopne ponudbe športne rekreacije – šport za vse je eden od temeljnih ciljev zavoda in sledi uresničevanju njegovega poslanstva. Namen je zagotoviti nizko, cenovno dostopno in ugodno ponudbo različnih možnosti rekreacije za širšo populacijo, kot so na primer simbolična vstopnina za rekreacijsko drsanje, nizke cene kopanja v poletnih mesecih, dostopne cene plavanja v zimskem bazenu, akcijske cene vadbe v fitnessu in sprostitve v savni in bazenih v poletnih mesecih, dostopne cene za igranje tenisa, kegljanja, simbolične cene za uporabo zunanjih kapacitet igrišč za odbojko na mivki, igranje badmintona in igre z žogo, znižane cene celotne rekreacije za različne ciljne skupine (upokojenca, študente, dijake) ipd. Kazalniki za merjenje opredeljujejo spremljanje števila uporabnikov rekreacijskih dejavnosti v objektih JZ Šport Ljubljana za rekreativne dejavnosti, rekreacijsko drsanje (ledena dvorana Tivoli in Zalog), rekreacijsko plavanje (zimski bazen Tivoli, letno kopališče Kodeljevo,

Kolezija in v primeru prejema v upravljanje tudi letno kopališče Ilirija), fitnes in vodeno vadbo (Tivoli), savne in masaže (Tivoli in Kolezija), tenis (igrišča Tivoli in Kodeljevo), rekreacijo skupin na igriščih in v dvoranah (npr. igre z žogo, namizni tenis ipd.), rekreativno športno streljanje (interaktivno strelišče, streljanje z zračno puško ali s pištolo) in rekreativno kegljanje. Letni indeksi rasti oz. povečanje števila uporabnikov za posamezno dejavnost so opredeljeni različno, glede na možnosti in kapacitete ter glede na načrtovane nove investicije za obdobje do leta 2019 (JZ Šport Ljubljana, 2014).

### **Ustvarjanje novih priložnosti za pridobivanje prihodkov**

Ustvarjanje novih priložnosti raznovrstnih ponudb programov in storitev s ciljem pridobivanja dodatnih trženjskih prihodkov temelji na izkoristku novih kapacitet in iskanju rešitev za zadovoljitev potreb in želja porabnikov na trgu. Z gradnjo novih ter modernizacijo in načrtovano celostno prenovo zdajšnjih objektov in površin se ustvarjajo nove priložnosti za ponudbo novih programov zdajšnjim in tudi novim uporabnikom. V letu 2014 so v zavodu pridobili novi mladinski center za golf ter posodobili in prenovili strelišče. V letu 2015 bosta največji pridobitvi novo zgrajeni Gimnastični center Cerar-Pegan-Petkovšek in prenovljeno Kopališče Kolezija. Kazalnik za kontrolo in nadzor doseganja zastavljenega cilja opredeljuje spremljanje rasti prihodkov tržne dejavnosti in je za posamezno leto opredeljen glede na načrtovane nove pridobitve objektov in glede na načrtovano ponudbo novih programov (JZ Šport Ljubljana, 2014).

### **Razvoj prilagojenih celostnih ponudb po meri**

Razvoj prilagojenih ponudb je namenjen poslovnim partnerjem iz medorganizacijskih trgov (npr. turističnim agencijam, hotelom, športnim društvom, športnim zvezam), ki se ukvarjajo s športnim turizmom in posebnimi športnimi dogodki. Ponudba temelji na zadovoljitvi posebnih potreb ozke skupine kupcev – strategiji tržne niše, osredinja se na celostno ponudbo uporabe športnih objektov z dodatnimi storitvami v sodelovanju z različnimi podizvajalci (kot so na primer organizacija športnih iger za podjetja, organizacija športnih priprav za reprezentance, dodatna ponudba pogostitve za udeležence, organizacija zaključne prireditve z zabavnim programom, organizacija prevozov udeležencev ipd.). S pripravo celostne ponudbe je zadovoljitev potreb zahtevnega kupca zagotovljena, zato so v zavodu pripravljene prilagoditi svoje storitve v skladu s pričakovanji in dopolnilno ponudbo poslovnih partnerjev v projektu. Na začetku leta 2015 so sklenili prvi partnerski dogovor z enim od ljubljanskih hotelov, ki trži športni turizem kot paket prilagojene ponudbe. Povezovanje bodo širili tudi s turističnimi agencijami, z zainteresiranimi hoteli in drugimi partnerji, kot so na primer nacionalne športne panožne zveze in Olimpijski komite Slovenije. Kazalnik za kontrolo uspešnosti zastavljenega cilja je spremljanje števila novih posebnih dogovorov s partnerji, ki tržijo športni turizem (JZ Šport Ljubljana, 2014).

## **Kakovostno izvajanje ponudbe programov in storitev**

Kakovostno izvajanje ponudbe programov in storitev bodo v zavodu zagotavljali s posodabljanjem objektov in površin v skladu s standardi in z normativi ter zakonskimi obvezami in s strokovnim usposabljanjem delavcev ter z motivacijo vsega zaposlenega osebja. Strokovno usposobljeni in motivirani zaposleni skrbijo za učinkovite procese dela, kar posledično pomeni tudi visoko zadovoljstvo uporabnikov in poslovnih partnerjev. Operativna cilja sta posodobitev objektov in strokovno usposabljanje zaposlenih, kazalniki pa spremljanje kakovosti izvajanja ponudbe programov in storitev z izvedbo anketiranja med uporabniki, ki bodo podali svojo oceno ter predloge in pripombe za izboljšanje (JZ Šport Ljubljana, 2014).

## **Predstavitev ponudbe na mednarodnem trgu**

Predstavitev JZ Šport Ljubljana kot ponudnika sodobne športne in večnamenske infrastrukture na mednarodnem trgu zajema različne oblike sodelovanja z deležniki iz mednarodnega okolja. Načrtovana sta predstavitev na mednarodnih sejmih in podobnih prireditvah kot tudi sodelovanje s panožnimi zvezami, ki kandidirajo na natečajih in razpisih za velika mednarodna tekmovanja. Predstavitev v mednarodnem okolju pomeni tudi sodelovanje s tujimi partnerji, ki organizirajo priprave tujih reprezentanc, mednarodna prijateljska srečanja, mednarodne mladinske športne kampe, mednarodna športna tekmovanja in prireditve ipd., kot tudi sodelovanje in sklepanje posebnih dogovorov z mednarodnimi organizatorji koncertnih in drugih komercialnih prireditev. Za kontrolo in nadzor uspešne predstavitve na mednarodnem trgu so opredelili naslednje kazalnike (JZ Šport Ljubljana, 2014); število udeležb in predstavitev na sejmih in podobnih prireditvah (npr. udeležba na sejmu Narava in zdravje, prireditvi Študentska arena, na Festivalu zdravja, predstavitev na mednarodnih sejmih v sodelovanju s Turizmom Ljubljana in z Mestno občino Ljubljana, predstavitev različnim agencijam in organizatorjem kulturno-zabavnih prireditev v regiji ipd.), število izvedenih mednarodnih tekmovanj in prireditev, prihodki od uporabe objektov za športne prireditve in dejavnosti uporabnikov iz mednarodnega okolja (priprave tujih reprezentanc, mednarodna prijateljska srečanja, mednarodni mladinski športni kampi, mednarodna športna tekmovanja in prireditve ipd.), prihodki od uporabe objektov za komercialno-zabavne in druge prireditve iz mednarodnega okolja (koncerte, festivale glasbe, cirkuške in gledališke predstave, borilne spektakle, snemanje oglasnih sporočil za mednarodna podjetja in družbe ipd.).

## **Povečanje moči in prepoznavnosti blagovne znamke Šport Ljubljana**

Uveljavitev in prepoznavnost blagovne znamke v zavodu načrtujejo z ustaljenim oglaševanjem športno rekreacijskih dejavnosti v različnih medijih, z označevanjem in s predstavitvijo blagovne znamke na vseh objektih in površinah v upravljanju kot tudi z oglaševanjem med televizijskim prenosom tekem domicilnih klubov, ob tiskovnih konferencah, z objavo PR-člankov in s pokroviteljstvom različnih odmevnih množičnih dogodkov. Operativni cilji in kazalniki za merjenje uspešnosti realizacije zastavljenega cilja so (JZ Šport Ljubljana, 2014);

priprava letnega načrta oglaševanja in spremljanje medijskih objav (objave v tiskanih medijih, na televiziji, spletnih straneh in v drugih medijih ter neposredna pošta), izvedba anketiranja na temo moči in prepoznavnosti blagovne znamke na letni ravni ter primerjava rezultatov.

#### **4 RAZISKAVA DEJAVNIKOV ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV ŠPORTNO REKREACIJSKIH DEJAVNOSTI V PARKU TIVOLI**

Raziskovanje in proučevanje, opredelitev in spoznavanje uporabnikov kot tudi razumevanje njihovih navad in pričakovanj so ključni dejavniki za zadovoljitev uporabnikovih potreb in želja. Uporabniki se med seboj razlikujejo glede na različne značilnosti, kot so življenjski slog, ekonomski status, starost in spol, kot tudi glede na želje, potrebe, prepričanja in stališča. Pomen proučevanja športnih rekreativcev v Parku Tivoli je z raziskavo pridobiti čim več informacij, spoznati in bolj razumeti uporabnike športno rekreacijskih storitev, ugotoviti, kako so zadovoljni s storitvami, kaj uporabniki želijo ali pogrešajo ter kaj pričakujejo.

V naslednjih poglavjih povzemam namen in cilje raziskave, raziskovalne metode ter analizo rezultatov. Glavni namen raziskave je opredelitev, kdo so uporabniki športno rekreacijskih dejavnosti JZ Šport Ljubljana v Parku Tivoli, kako so zadovoljni s ponudbo rekreativnih storitev in kateri so ključni dejavniki, ki vplivajo na njihovo zadovoljstvo.

Pomembni sta bili pridobitev informacij, mnenj, stališč in priporočil skupine uporabnikov iz skupinske razprave oz. fokusne skupine in pridobitev kvantitativnih podatkov uporabnikov športnih dejavnosti iz objavljene spletne ankete, z dopolnilno možnostjo samoizpolnitvene poštne ankete.

Cilji raziskave so bili:

- spoznati uporabnike in opredeliti segmente uporabnikov;
- opredeliti potrebe in pričakovanja uporabnikov ter oceniti stopnjo njihovega zadovoljstva;
- identificirati ključne dejavnike, ki so pomembni in vplivajo na zadovoljstvo;
- prepoznati vrzeli in oblikovati zamisli za izboljšanje ponudbe storitev.

Raziskava je potekala v dveh fazah. V prvi je bila izvedena kvalitativna raziskava v obliki skupinske raziskave z udeleženci fokusne skupine, zatem pa je bila izvedena kvantitativna raziskava v obliki ankete med uporabniki športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli.

Fokusna skupina je bila izvedena v skladu s priporočili in z nasveti v publikaciji Andragoškega centra Slovenije avtoric Klemenčič in Hlebec (2007) ter na podlagi vzorčnega gradiva iz raziskovalnega poročila (GfK Gral-Iteo, 2006), prav tako pa tudi na podlagi lastnih izkušenj iz sodelovanja pri podobni raziskavi. K razpravi je bilo povabljenih petnajst naključno izbranih uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli, in sicer trije predstavniki iz vsake

posamezne športno rekreacijske dejavnosti (plavanja, fitnesa, vodene vadbe, tenisa in dvoranske rekreacije). Od vseh vabljenih se je povabilu odzvalo osem uporabnikov.

Razprava je bila izvedena konec maja 2014 v prostorih JZ Šport Ljubljana. Organizirala sem jo sama, izvedla pa s pomočjo dveh sodelavk iz oddelka marketinga. Udeleženci so bili sproščeni, drug drugega so spodbujali k razpravi in se dopolnjevali v odgovorih na vprašanja. Zvočni zapis razprave in zapiski so bili ustrezno obdelani, pomembno je bilo analizirati komentarje, stališča, mnenja in priporočila ter oblikovati ugotovitve glede pozitivnih in negativnih mnenj kot tudi razlik in skupnih točk v razmišljanju posameznikov v zvezi z različnimi dejavnostmi.

Strukturiran vprašalnik za izvedbo anketiranja sem pripravila na podlagi nasvetov in priporočil v priročnikih različnih avtorjev (Berzelak, 2010; Bregar, Ograjenšek, & Bavdaž, 2005; Kaase, 1999; Ministrstvo za gospodarstvo RS, 2007). Vprašalnik je bil dopolnjen na podlagi ugotovitev iz skupinske razprave, testiran in dokončno popravljen pa v skladu s pripombami testnega anketiranja, v katerem je sodelovalo deset oseb.

Anketa je bila objavljena v spletu in dostopna tri mesece vsem uporabnikom športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli. Anketna vprašanja so bila sestavljena premišljeno, nekatera so bila zelo preprosta, druga pa kompleksna, z možnostjo večjega števila odgovorov, ter tudi odprta vprašanja.

Informacija o anketni raziskavi je bila poslana na vse znane elektronske naslove uporabnikov iz evidenc po posameznih dejavnostih. Dodatno je bila informacija o izvajanju ankete in o dostopu do spletne povezave objavljena tudi v vseh recepcijah v Parku Tivoli, za vse uporabnike, ki interneta ne znajo uporabljati oziroma ga ne uporabljajo, pa je bila pripravljena tiskana različica vprašalnika. Zaposleni v recepcijah so ob obisku uporabnike obveščali in spodbujali k izpolnitvi anketnega vprašalnika. Izpolnjenega so uporabniki lahko poslali po pošti ali oddali v recepcijah. Vsi prispeli vprašalniki so bili dodani in obdelani skupaj z drugimi podatki na spletnem portalu 1ka (1ka, 2014). Portal omogoča uporabo spletne programske opreme, vključno s pripravo in z oblikovanjem spletnega vprašalnika, časovno omejitev izvedbe anketiranja in zbiranja podatkov ter spletno statistično analizo podatkov, z možnostjo izvoza in izdelave tabel, slik in poročil.

Na podlagi dobljenih odgovorov (Priloga 14: Splošna analiza raziskave – grafični prikazi odgovorov na vprašanja) sem podatke obdelala v analitičnem programskem paketu SPSS v skladu z nasveti in s priporočili iz priročnika za uporabo programa SPSS (Field, 2009) in učbenika Statistična analiza (Rogelj & Marinšek, 2014). Vsi rezultati so zajeti in predstavljeni v prilogi (Priloga 15: Analitični pregled rezultatov in statistična obdelava podatkov). V nadaljevanju naloge so podatki povzeti in predstavljeni z opisno statistiko kot tudi izbranimi grafičnimi prikazi, s tabelami in statističnimi testi. Glede na značilnosti po posameznih dejavnostih sem rekreativce združila v razmeroma homogene skupine in ugotovila, kakšni tipi



uporabnikov obiskujejo športni center, kako so s storitvami zadovoljni ter kateri dejavniki so zanje najpomembnejši.

## **4.1 Rezultati raziskave**

### **4.1.1 Analiza skupinske razprave**

Skupinska razprava je bila izvedena konec maja 2014 v prostorih JZ Šport Ljubljana, v Hali Tivoli. Pri izvedbi fokusne skupine sta mi pomagali prej omenjeni sodelavki iz oddelka marketinga, ena v vlogi moderatorke, po izobrazbi diplomirana ekonomistka, z izkušnjami moderiranja, druga pa v vlogi zapisovalke za beleženje pripomb, odzivov in komentarjev.

Vabilu k sodelovanju (Priloga 9: Vabilo k sodelovanju v skupinski razpravi) se je izmed petnajstih povabljenih odzvalo osem uporabnikov, od tega dva iz dejavnosti plavanja, dva iz dejavnosti fitnesa, dva iz dejavnosti tenisa, po eden pa iz dejavnosti vodenih vadb in dvoranskega nogometa. Skupina je bila raznolika, sodelovalo je šest moških in ženski, v starostnem razponu med 19 in 78 let. Večina izmed njih je zaposlena, dva udeleženca še študirata, eden pa je že upokojen.

Enourna razprava je potekala s sodelovanjem moderatorke po vnaprej pripravljenem opomniku (Priloga 10: Opomnik za izvedbo razprave fokusne skupine). Razdeljena je bila na uvodni in zaključni del ter štiri časovno omejene sklope z uporabo različnih projekcijskih tehnik:

- uvodna predstavitev;
- zbiranje informacij glede ponudbe storitev, povezanih s športno rekreacijo;
- splošne navade in dejavniki, ki vplivajo na odločitev ukvarjanja s športom in z rekreacijo, ter dejavniki, ki so pomembni pri obisku športne dejavnosti (naštevaje, opis in ocena pomembnosti posameznega dejavnika);
- zadovoljstvo s ponudbo športne rekreacije v Parku Tivoli (priporočila, slabosti, pohvale in pomanjkljivosti, ocena in komentarji za vse podane dejavnike za vsako posamezno dejavnost);
- prepoznavnost blagovne znamke (asociacije na ključne besede);
- zaključek in zahvala.

### **Pridobivanje informacij**

V prvem delu razprave smo želeli ugotoviti, na kakšen način uporabniki zbirajo informacije o ponudbi športne rekreacije in katerim virom najbolj zaupajo.

Uporabniki so kot najpogosteje uporabljene vire navedli različne oglase, internet, socialna (družabna) omrežja ter priporočila prijateljev in znancev. Najbolj zaupanja vredni viri so priporočila nekoga, ki že ima izkušnjo, pa naj bo to znanec ali prijatelj, velikokrat pa

upoštevajo tudi mnenja v forumih in socialnih omrežjih. Oglasi, ki so zanimivi in provokativni, jih pritegnejo, zbudijo zanimanje, prepričajo jih ne, odločajo pa se glede na izkušnjo drugih.

## Športne navade in dejavniki, ki so pomembni

V drugem delu smo želeli ugotoviti uporabnikove športne navade in dejavnike, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo, ter dejavnike, ki so zanje pomembni za vključitev v dejavnost.

### a. Najpogostejše športno rekreacijske dejavnosti

Najpogostejši športi in dejavnosti, s katerimi se ukvarjajo, so tenis, hokej, smučanje, odbojka na mivki, fitnes, kolesarjenje, rolanje, plavanje, mali nogomet, badminton v dvorani, vodena vadba, vse vrste aerobike, tek v naravi in na smučeh.

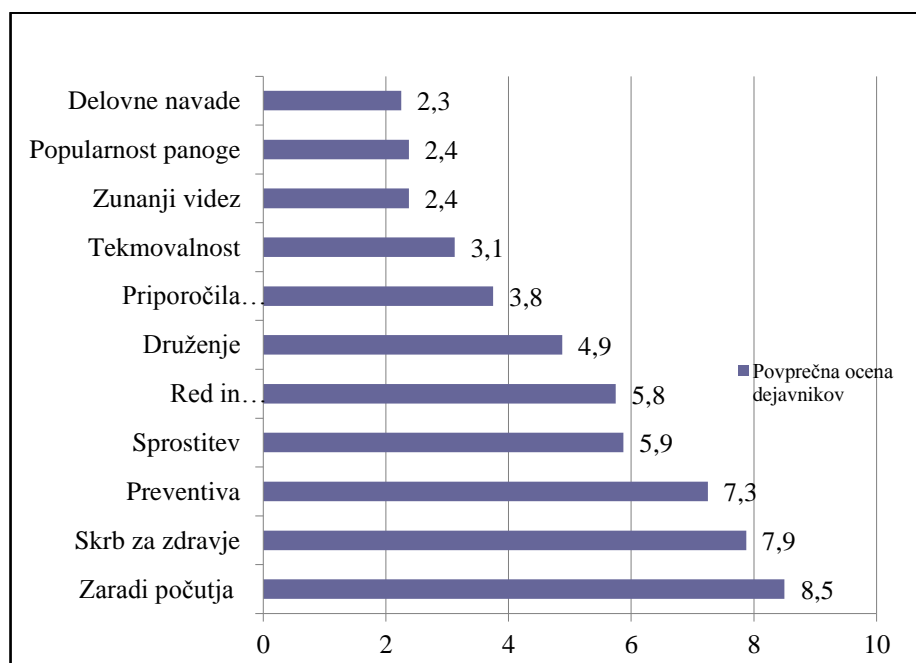
### b. Pogostost ukvarjanja s športom in z rekreacijo

Z rekreacijo se nekateri ukvarjajo vsak dan, nekateri pa le dvakrat do trikrat na teden. Na podlagi odgovorov ugotavljam, da so vsi udeleženci nadpovprečno dejavni.

### c. Dejavniki in razlogi za ukvarjanje s športom in z rekreacijo

Med dejavniki, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo, so sodelujoči našli v nadaljevanju navedene (Slika 4: Prikaz razvrstitve dejavnikov, pomembnih za ukvarjanje s športom in z rekreacijo) in jih zapisali na liste po pomembnosti od 1 do 10.

Slika 4: Prikaz razvrstitve dejavnikov, pomembnih za ukvarjanje s športom in z rekreacijo



Zaporedje naštetih dejavnikov od 1 do 10 sem ovrednotila s točkami (1 = 10 točk, 2 = 9 točk, 3 = 8 točk, 4 = 7 točk, 5 = 6 točk, 6 = 5 točk, 7 = 4 točke, 8 = 3 točke, 9 = 2 točki, 10 = 1 točka) in za njih izračunala povprečne vrednosti.

Udeleženci skupinske razprave se s športom in z rekreacijo ukvarjajo predvsem zaradi svojega počutja, skrbi za zdravje in iz preventivnih razlogov, ker se ob tem sproščajo, vzdržujejo red in disciplino, med ukvarjanjem s športom pa se tudi radi družijo in tekmujejo. Na odločitev za ukvarjanje s športno rekreacijo vplivajo tudi priporočila prijateljev, njihova želja po dokazovanju, ohranjanje dobrega videza kot tudi popularnost panoge in delovne navade.

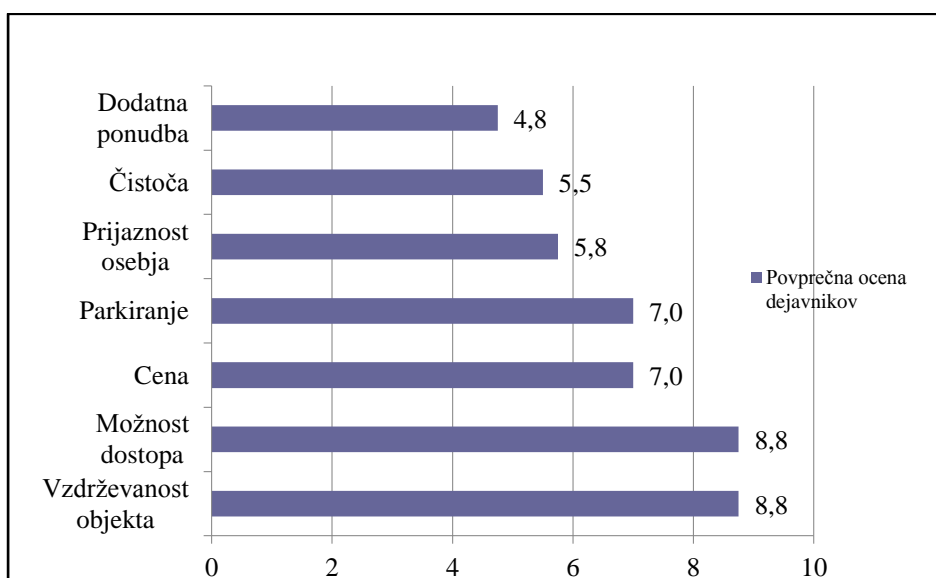
#### **d. Dejavniki in pogoji, ki so pomembni za obisk športne dejavnosti**

Naslednje vprašanje za uporabnike je bilo, kateri pogoji in dejavniki so zanje zelo pomembni pri odločitvi za obisk športno rekreacijske dejavnosti. Našteli so v nadaljevanju navedene dejavnike (Slika 5: Prikaz razvrstitve dejavnikov, pomembnih za obisk športne dejavnosti) in jih ponovno zapisali na liste po pomembnosti od 1 do 10.

Zaporedje naštetih dejavnikov od 1 do 10 sem ovrednotila s točkami (1 = 10 točk, 2 = 9 točk, 3 = 8 točk, 4 = 7 točk, 5 = 6 točk, 6 = 5 točk, 7 = 4 točke, 8 = 3 točke, 9 = 2 točki, 10 = 1 točka) in zanje izračunala povprečne vrednosti.

Ugotovila sem, da je za uporabnike najpomembnejše, kako so objekti vzdrževani in katere so možnosti dostopa do objekta, sledijo cena storitve in možnost parkiranja, prijaznost osebja in čistoča prostorov. Najmanj pomembno zanje je, da je v bližini dodatna ponudba, na primer gostinska ponudba, prostor za druženje, savna, masaža ipd.

*Slika 5: Prikaz razvrstitve dejavnikov, pomembnih za obisk športne dejavnosti*



## **Zadovoljstvo uporabnikov v Parku Tivoli**

V tretjem sklopu razprave smo želeli od udeležencev pridobiti mnenja in stališča za oceno stopnje njihovega zadovoljstva z obiskovanjem dejavnosti športne rekreacije v Parku Tivoli. Na tablo in na liste smo zapisali vse že v predhodni razpravi omenjene dejavnike in udeležence zaprosili, da na liste zapišejo svoje zadovoljstvo in pripombe glede obiskovanja dejavnosti. Ocenjevali so urejenost prostorov (recepције, garderobe, vadbenega prostora), dostopnost objekta, možnost parkiranja, čistočo prostorov (recepције, garderobe, vadbenega prostora), opremljenost s sodobno opremo, prijaznost osebja, strokovnost osebja, ceno storitve in plačilne pogoje, termine in delovni čas dejavnosti, dostopnost informacij o športni ponudbi, jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi, dodatno ponudbo različnih športnih dejavnosti, dodatno ponudbo gostinske dejavnosti. Ob koncu so v razpravi povedali tudi, s čim so najzadovoljnejši in kaj jih najbolj moti, ter izpostavili svoje predloge.

Pridobili smo vrsto informacij, ki jih povzemam v nadaljevanju, nekaj zanimivih dobesednih odgovorov udeležencev razprave pa navajam v prilogi (Priloga 11: Zanimivi odgovori udeležencev fokusne skupine).

Nekateri so uporabniki že vrsto let, nekateri se športne rekreacije v Tivoliju udeležujejo že več kot pet let, drugi le nekaj mesecev. Glede na pričakovanja so z obiskom na splošno zadovoljni, glede na izpostavljene dejavnike pa je bilo kar nekaj pripomb, predlogov in mnenj, povezanih s specifičnostjo vsake posamezne športne dejavnosti, ki se je udeležujejo.

Na tenisu so zadovoljni z igrišči in s številnimi možnostmi igranja z drugimi člani, predlagajo le, da bi se sezona odprla bolj zgodaj in končala bolj pozno ter da teniška igrišča ne bi bila zaprta ob vsakem dežju, temveč da bi bila odprta tudi ob manjših plohah in rahlem dežju. Predlagajo tudi ureditev nadstreška pri gostinskem lokalu, da v primeru dežja lahko posedijo in se družijo. Nezadovoljni so glede parkiranja, saj je to brezplačno le za imetnike letnih vstopnic, za druge pa je možno z doplačilom, kar večino članov moti. Moti jih tudi oddaljenost parkirnih mest, saj so včasih lahko parkirali pred Halo Tivoli, zdaj pa jim je dodeljeno parkirišče ob bazenu.

Obiskovalci fitnesa so v primerjavi s prejšnjim izvajalcem programa zelo zadovoljni, moti jih le, da je pri izrabi letne vstopnice v enem dnevu dovoljen le en vstop, kajti velikokrat si želijo vadbo podaljšati, vmes pa si privoščiti kosilo oziroma počitek. Opažajo, da so ženske sanitarije velikokrat poplavljene in da iz prhe teče neenakomeren curek, ki pa ga ne morejo usmerjati, ker so prhe postavljeni zelo visoko. Predlagajo tudi plačilo letne vstopnice v dveh obrokih in podaljšanje brezplačnega parkiranja z dveh na tri ure.

Plavalci so načeloma zadovoljni, opažajo pa, da se frekvenca obiskovalcev povečuje, veliko obiskovalcev je nediscipliniranih, pred vstopom v bazen se ne oprhajo in imajo neprimerno kopalno opremo (npr. dolge bermuda kopalke), zato bi bilo treba več pozornosti nameniti

higienskim razmeram ter upoštevanju navodil in pravil. Predlagajo tudi pogostejšo dezinfekcijo bazena, vključno s prhami in z garderobami.. Uporabniki bazena se med seboj zelo razlikujejo glede na znanje in spretnosti, zato predlagajo, da se za začetnike določi posebna proga.

Pričakovanja udeležencev vodene vadbe so izpolnjena. Predlagajo le, da bi bili dopoldanski termini vadbe, ki so slabše obiskani, predstavljeni tudi v spletu in da bi se oglaševalo glede na ciljne skupine posamezne vadbe, kajti gre za enega redkih fitnessov, ljudje pa niso obveščeni o tem. Želeli bi tudi klimo v dvoranah za vadbo.

Rekreacija dvoranskega nogometa je v skladu s pričakovanji, moti jih le pozni večerni termin, po enaindvajseti uri, ker je dvorana prej zasedena za klubske športe. Veliko terminov tudi odpade, če je v dvorani napovedana tekma ali druga prireditev. Težave so tudi v garderobah in med prhanjem, saj velikokrat ni mogoče nastaviti ustrezne temperature vode, voda pa je prevroča. Predlagajo, da bi se to uredilo oziroma raziskalo, zakaj ni hladne vode. Želeli bi tudi možnost pridobitve dovolilnic za brezplačno parkiranje.

### **Asociacije na besedne zveze**

V zadnjem, zaključnem, delu razprave smo želeli izvedeti, kakšne asociacije se porajajo ob besednih zvezah, ki predstavljajo blagovno znamko Šport Ljubljana.

Udeležencem smo na tablo zapisali besede ŠPORT, REKREACIJA, SPROSTITEV, LJUBLJANA in jih zaprosili, da na liste zapišejo prve asociacije, ki jim pridejo na misel.

Dobili smo naslednje odgovore: Tivoli. Najlepše mesto. Tivoli, fitnes, zrak. Fitnes, Jankovič. Tivoli, bazen, ugodje, zdravje, mali nogomet. Tivoli, hokej, plavanje. Vadbe TNZ (trebuh, noge, zadnjica, op. avt.), otroci, savna, lepo. Tivoli, Hala Tivoli, zelena pljuča Ljubljane.

Glede na te navedbe lahko povzamem, da jim podane besede (šport, rekreacija, sprostitvev in Ljubljana) kot prvo asociacijo predstavljajo Park Tivoli (kar pet udeležencev je omenilo Tivoli kot prvo, kar jim pade na misel), svež zrak, zdravje, gibanje, ugodje in lepoto mesta.

Sledilo je vprašanje, kje so že slišali za Šport Ljubljana ali kje so opazili logotip Šport Ljubljana. Odgovori so bili kratki in jedrnat. Opazili so ga v Stožicah, na majicah vaditeljev, na uniformi receptorjev pri blagajnah, nekateri pa tudi na avtomobilih in plakatnih mestih.

Za konec razprave smo udeležence povprašali, ali vedo, kateri objekti spadajo pod JZ Šport Ljubljana. Našteli so Stožice, Zalog, Kodeljevo, Ježico, Mostec, Krim, Murgle, Hipodrom, Ilirijo, Tivoli, Svobodo, Slovan, igrišča Črnuče in pokriti balon na Vodovodni.

O vseh drugih objektih, ki jih niso omenili, smo jih poučili, in presenečeni so bili nad velikim številom tistih, za katere niso vedeli, da so v Ljubljani.

Razpravo smo zaključili z zahvalo za sodelovanje ter jim obljubili, da bomo njihova mnenja in predloge upoštevali, kolikor je mogoče, ter v prihodnosti poskrbeli za izboljšave in dodatno ponudbo storitev.

#### **4.1.2 Analiza anketiranja**

Anketna raziskava je potekala od konca maja do konca avgusta 2014. Vabilo k izpolnjevanju spletnega anketnega vprašalnika (Priloga 12: Vabilo k sodelovanju v anketni raziskavi) je bilo poslano na individualne elektronske naslove uporabnikov iz evidenc po posameznih dejavnostih, dodatno pa je bila informacija o poteku in dostopu do raziskave objavljena tudi v vseh recepcijah v Parku Tivoli. Uporabnikom so bili poleg spletnega dostopa na voljo tudi vprašalniki v tiskani obliki, ki so jih lahko oddali po pošti ali v recepcijah v Parku Tivoli.

Anketni vprašalnik (Priloga 13: Anketni vprašalnik) je vseboval 28 vprašanj, ki so bila razdeljena v naslednje sklope:

- vprašanja, ki se nanašajo na ukvarjanje s športom in z rekreacijo na splošno;
- vprašanja, ki se nanašajo na zadovoljstvo uporabnikov športne rekreacije v Parku Tivoli;
- vprašanja, ki se nanašajo na demografske značilnosti.

V anketi je sodelovalo skupaj 334 respondentov, od tega jih je anketni vprašalnik ustrezno<sup>3</sup> izpolnilo 210. V drugem sklopu odgovorov na vprašanja, ki so se nanašala na zadovoljstvo uporabnikov športne rekreacije v Parku Tivoli, se je po posameznih športno rekreacijskih dejavnostih opredelilo skupaj 177 uporabnikov, od tega 30 plavalcev, 54 obiskovalcev fitnesa in 32 udeležencev vodene vadbe, 45 igralcev tenisa, 11 rekreativcev v dvoranskih športih – igrah z žogo ter pet udeležencev drugih športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli. V podrobno analizo uporabnikov po posameznih dejavnostih v Parku Tivoli sem skladno z ustrezno velikostjo vzorca zajela le igralce tenisa, udeležence fitnesa, vodene vadbe in plavalce. Druge sem zaradi premajhnega števila odgovorov iz primerjave izločila.

#### **Demografske značilnosti**

Opisane demografske značilnosti zajemajo primerjavo strukture vzorca vseh respondentov športno rekreacijskih dejavnosti in respondentov po posameznih dejavnostih. Zanimalo me je, kdo so uporabniki športno rekreacijskih storitev, podrobneje pa sem želela opredeliti tudi profile uporabnikov po posameznih športno rekreacijskih dejavnostih. S pregledom in z analitično obdelavo podatkov sem ugotovila razlike med demografskimi značilnostmi vseh uporabnikov in med profili uporabnikov po posameznih športnih dejavnostih (Priloga 15: Analitični pregled rezultatov in statistična obdelava podatkov).

---

<sup>3</sup> Ustrezne enote so anketni vprašalniki, v katerih je respondent odgovoril na vsa vprašanja (po sklopih). V vseh analizah so privzeto (angl. *default*) vključene le ustrezne enote (1ka, 2014).

Med vsemi anketiranci jih več kot 83 odstotkov živi blizu Parka Tivoli, v radiju razdalje do deset kilometrov. Vzorec sestavlja 62,5 odstotka moških in 37,5 odstotka žensk, med njimi jih je le 6,7 odstotka starih do 20 let, več kot polovica (57 odstotkov) jih je starih od 21 do 40 let, dobrih 29 odstotkov jih je starih od 41 do 60 let, starejših od 60 let pa je 7,3 odstotka. Višjo ali visoko šolo je dokončalo 60,7 odstotka anketirancev, štiriletno srednjo šolo 36 odstotkov, le 3,4 odstotka je z nižjo formalno izobrazbo. Več kot polovica jih je zaposlenih (62,6 odstotka), 23,5 odstotka je dijakov ali študentov, 7,8 odstotka upokojenih, 5 odstotkov brezposelnih, okoli odstotek pa drugih brez statusa ekonomske aktivnosti. Brez osebnih mesečnih dohodkov je 7,5 odstotka anketiranih, 15,5 odstotka jih prejema osebni mesečni dohodek do 400 evrov, 16,1 odstotka nad 400 do 800 evrov, največ (27 odstotkov) pa nad 800 do 1.200 evrov. Višje dohodke, nad 1.200 do 1.600 evrov, prejema 16,7 odstotka, več kot 1600 evrov pa 17,2 odstotka anketiranih. Za športno rekreacijsko dejavnost jih dobra polovica (50,9 odstotka) mesečno nameni nad 20 do 60 evrov, preostalih 9,6 odstotka porabi manj kot 20 evrov, skoraj dve petini (37,8 odstotka) pa več kot 60 evrov mesečno.

#### **a. Profil plavalcev**

Velika večina (96,7 odstotka) obiskovalcev bazena živi zelo blizu Parku Tivoli, le 3,3 odstotka jih živi na oddaljenosti več kot petnajst kilometrov. Skoraj dve tretjini plavalcev je moških (63,3 odstotka), dobra tretjina pa žensk (36,7 odstotka). Po starostni strukturi so plavalci v povprečju starejši in srednjih let, med 31. in 40. letom je tretjina plavalcev (33,3 odstotka), dobra četrtina (26,7 odstotka) jih je starih med 41. in 50. letom, četrtina (26,7 odstotka) pa več kot 50 let. Mlajših od 31 let je le 13,3 odstotka. Glede na formalno izobrazbo jih je 23,6 odstotka dokončalo več kot visoko šolo, polovica jih je z dokončano višjo ali visoko šolo, 26,7 odstotka pa jih je končalo štiriletno srednjo šolo. Med njimi je največ zaposlenih (73,3 odstotka), 10 odstotkov je dijakov ali študentov, 3,3 odstotka brezposelnih, 6,7 odstotka je upokojenih in enak delež preostalih brez statusa ekonomske aktivnosti. Brez osebnih mesečnih dohodkov je le 3,4 odstotka anketiranih, 6,9 odstotka prejema osebni mesečni dohodek do 400 evrov, 24,1 odstotka nad 400 do 800 evrov, največ (27,6 odstotka) pa nad 800 do 1.200 evrov. Višje dohodke, nad 1.200 do 1.600 evrov, prejema četrtina (20,7 odstotka), več kot 1.600 evrov pa 17,2 odstotka anketiranih plavalcev. Največ plavalcev (68,9 odstotka) za mesečne izdatke za športno rekreacijske dejavnosti nameni nad 20 do 60 evrov, petina jih nameni mesečno več kot 60 evrov, le 6,9 odstotka pa manj kot 20 evrov.

#### **b. Profil obiskovalcev fitnesa**

Več kot 60 odstotkov anketiranih obiskovalcev fitnesa v Tivoliju živi v bližini, oddaljeni so le do 5 kilometrov, skoraj tretjina (28,9 odstotka) je od Tivolija oddaljena od 6 do 15 kilometrov, 9,6 odstotka pa jih živi na razdalji več kot 15 kilometrov. Struktura po spolu kaže, da fitnes Tivoli obiskuje tri četrtine moških in le četrtina žensk. Po starostni strukturi so obiskovalci v povprečju mladi. Dobra polovica (54,9 odstotka) jih je mlajših od 31 let, četrtina je stara od 31 do 40 let, petina pa od 41 do 60 let. Več kot polovica (56,9 odstotka) je dokončala le štiriletno srednjo šolo, 5,9 odstotka ima pridobljeno manj kot štiriletno srednješolsko izobrazbo, skoraj petina (19,6 odstotka) je dokončala višjo ali visoko šolo, 17,6 odstotka pa več kot visoko šolo.

Dijakov ali študentov je 40 odstotkov, zaposlenih skoraj polovica (48,1 odstotka), 11,5 odstotka pa je brezposelnih. Med njimi je 12 odstotkov brez osebnih mesečnih dohodkov, enak delež (24 odstotkov) pa jih prejema dohodek pod 400 evrov, nad 400 do 800 evrov in nad 800 do 1.200 evrov. Višje dohodke, nad 1.200 do 1.600 evrov, prejema le 6 odstotkov obiskovalcev fitnesa, nad 1.600 evrov pa celih 10 odstotkov. Za mesečne izdatke za športno rekreacijo jih skoraj polovica (48,1 odstotka) nameni nad 60 do 80 evrov, 11,5 odstotka pa tudi več kot 80 evrov. Dobra petina (21,2 odstotka) jih nameni mesečno nad 40 do 60 evrov, 15,4 odstotka nad 20 do 40 evrov in le 3,8 odstotka do 20 evrov.

#### **c. Profil udeležencev vodene vadbe**

Tudi med anketiranimi udeleženci vodene vadbe večina živi v bližini Parka Tivoli (90 odstotkov), na razdalji do 10 kilometrov, 6,7 odstotka jih je oddaljenih do 15 kilometrov, le 3,3 odstotka pa več kot 15 kilometrov. Vodeno vadbo večinoma obiskujejo ženske (93,3 odstotka) in le peščica moških (6,7 odstotka). Starostna struktura kaže, da jih je več kot polovica (56,7 odstotka) starih nad 20 do 30 let, slaba tretjina (30 odstotkov) nad 30 do 40 let, enak delež (6,7 odstotka) pa je starih nad 40 do 50 let in nad 50 do 60 let. Večina je dokončala višjo ali visoko šolo (43,3 odstotka), dobra četrtnina (26,7 odstotka) več kot visoko šolo in dobra četrtnina le štiriletno srednjo šolo. Manj kot štiriletno srednješolsko izobrazbo je pridobilo le 3,3 odstotka udeležencev vodene vadbe. Med njimi jih je 60 odstotkov zaposlenih, ena tretjina (33,3 odstotka) dijakov ali študentov ter enak delež (3,3 odstotka) brezposelnih in upokojencev. Glede na povprečni osebni mesečni dohodek jih 31 odstotkov prejema manj kot 400 evrov in enak delež nad 800 do 1.200 evrov, 17,2 odstotka jih zasluži nad 400 do 800 evrov, 13,8 odstotka nad 1.200 do 1.600 evrov in 6,9 odstotka nad 1600 evrov. Skoraj polovica (48,3 odstotka) jih za športno rekreacijske dejavnosti mesečno nameni nad 20 do 40 evrov, skoraj četrtnina (24,1 odstotka) nad 40 do 60 evrov, 17,2 odstotka manj kot 20 evrov, preostalih 10,3 odstotka pa porabi mesečno več kot 60 evrov.

#### **d. Profil igralcev tenisa**

Med vsemi anketiranimi igralci tenisa jih kar 72,7 odstotka živi na razdalji le 5 kilometrov od Parka Tivoli, preostalih 15,9 odstotka v radiju razdalje do 10 kilometrov, 11,3 odstotka pa je oddaljenih več kot 10 kilometrov. Tenis igra tri četrtine moških (75,6 odstotka) in le slaba četrtnina žensk (24,4 odstotka). Po starostni strukturi jih je le 11,4 odstotka starih nad 30 do 40 let, enak delež (20,5 odstotka) jih je starih nad 20 do 30 let in nad 40 do 50 let, skoraj polovica (47,7 odstotka) pa več kot 50 let. Skoraj polovica jih je dokončala višjo ali visoko šolo (46,5 odstotka) in tretjina (32,6 odstotka) več kot visoko šolo, petina (20,9 odstotka) pa štiriletno srednjo šolo. Zaposlenih je 67,4 odstotka, 23,3 odstotka je upokojencev, 7 odstotkov je dijakov ali študentov in le 2,3 odstotka brezposelnih. Brez osebnih mesečnih dohodkov je le 2,4 odstotka anketiranih, enako nizek delež (7,4 odstotka) jih prejema osebni mesečni dohodek do 400 evrov in nad 400 do 800 evrov, skoraj četrtnina (23,8 odstotka) jih prejema nad 800 do 1.200 evrov in četrtnina nad 1.200 do 1.600 evrov, največ (35,7 odstotka) pa mesečno prejema več kot 1.600 evrov. Za športno rekreacijsko dejavnost jih skoraj polovica (48,8 odstotka)



mesečno nameni več kot 60 evrov, dobri dve petini (41,8 odstotka) nad 20 do 60 evrov, preostalih 9,3 odstotka pa porabi manj kot 20 evrov.

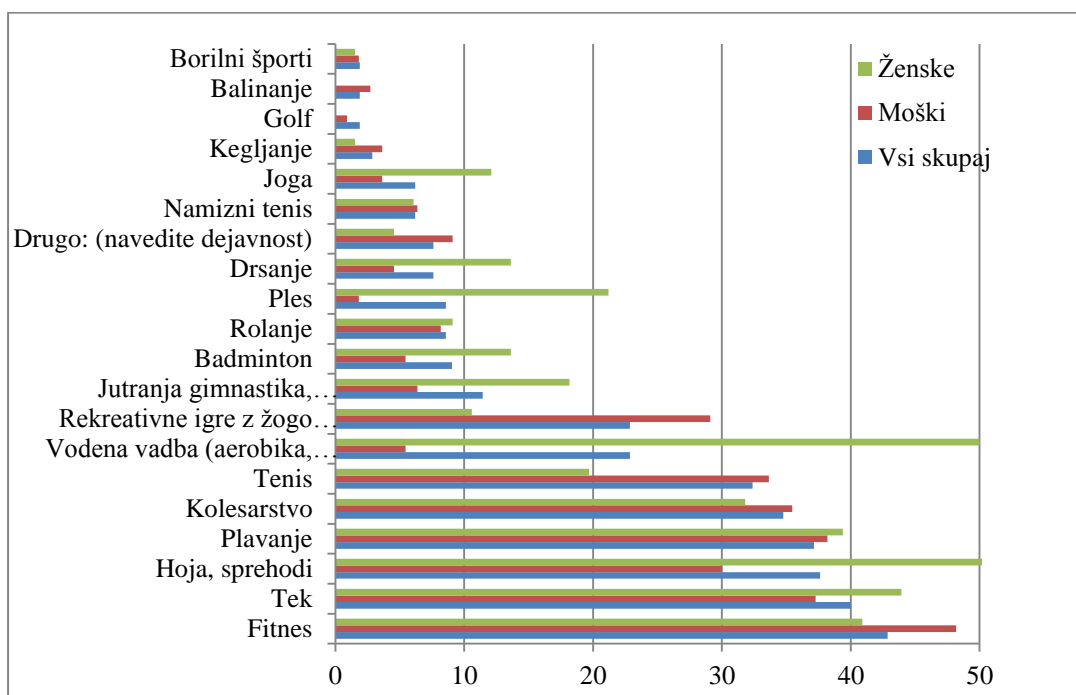
## Odnos do športa in rekreacije na splošno

V prvem sklopu anketnih vprašanj, ki so se nanašala na odnos do športa in rekreacije na splošno, sem želela ugotoviti, s katerimi športno rekreacijskimi dejavnostmi se respondenti v prostem času ukvarjajo ter kako pogosto in kdaj so športno dejavni. Poleg splošnih navad me je zanimalo, kateri so ključni dejavniki in razlogi za njihovo ukvarjanje s športom ter kaj je zanje pri obisku športno rekreacijske dejavnosti najpomembnejše. Posebej sem izvedla še analizo za moške in za ženske.

### a. Najpogostejše športno rekreacijske dejavnosti

Večina anketiranih se v prostem času ukvarja z več športno rekreacijskimi dejavnostmi hkrati, najpogosteje hodijo na fitnes (42,9 odstotka), tečejo (40 odstotkov), hodijo oz. se sprehajajo (37,6 odstotka), plavajo (37,1 odstotka), kolesarijo (34,4 odstotka) in igrajo tenis (32,4 odstotka). Dobra petina jih obiskuje vodeno vadbo (22,9 odstotka), enak delež pa jih rekreativno igra nogomet, košarko, odbojko ali rokomet. Dobra desetina (11,4 odstotka) jih vadi tudi doma, z drugimi športno rekreacijskimi dejavnostmi (z badmintonom, rolanjem, s plesom, z drsanjem, namiznim tenisom, jogo, s kegljanjem, z balinanjem in borilnimi športi ter drugim) pa se ukvarja manj kot desetina anketiranih. Pregled najpogostejših športno rekreacijskih dejavnosti je predstavljen na naslednji sliki (Slika 6: Najpogostejše športno rekreacijske dejavnosti).

Slika 6: Najpogostejše športno rekreacijske dejavnosti



Moški najpogosteje obiskujejo fitness (48,9 odstotka), plavajo (38,2 odstotka), tečejo (37,3 odstotka), kolesarijo (35,5 odstotka), igrajo tenis (33,3 odstotka), hodijo (30 odstotkov) in se rekreirajo z igrami z žogo (29,1 odstotka). Ženske pa najpogosteje hodijo (51,5 odstotka), obiskujejo vodeno vadbo (50 odstotkov), tečejo (43,9 odstotka), plavajo (39,4 odstotka) in kolesarijo (31,8 odstotka), tudi plešejo (21,2 odstotka), igrajo tenis (19,7 odstotka) in telovadijo doma (18,2 odstotka) ter obiskujejo jogo (12,1 odstotka).

#### **b. Pogostost ukvarjanja s športom in z rekreacijo**

Vzorec anketiranih je v prostem času zelo dejaven, saj se jih s športom in z rekreacijo največ (39,7 odstotka) ukvarja dvakrat do trikrat tedensko, kar 34,4 odstotka štirikrat do šestkrat tedensko in 13,9 odstotka vsak dan. Enkrat tedensko je športno dejavnih 8,1 odstotka, enkrat do trikrat mesečno 2,9 odstotka, enkrat do nekajkrat letno pa le odstotek vprašanih. Tudi ločena analiza za moške in za ženske ne kaže bistvenih odstopanj.

Moški se najpogosteje s športom ukvarjajo v enakem deležu (34,4 odstotka) dvakrat do trikrat tedensko ali štirikrat do šestkrat tedensko, 18,2 odstotka pa celo vsak dan. Ženske si za šport in rekreacijo najpogosteje vzamejo čas dvakrat do trikrat tedensko (43,9 odstotka), 31,8 odstotka pa se jih rekreira štirikrat do šestkrat tedensko.

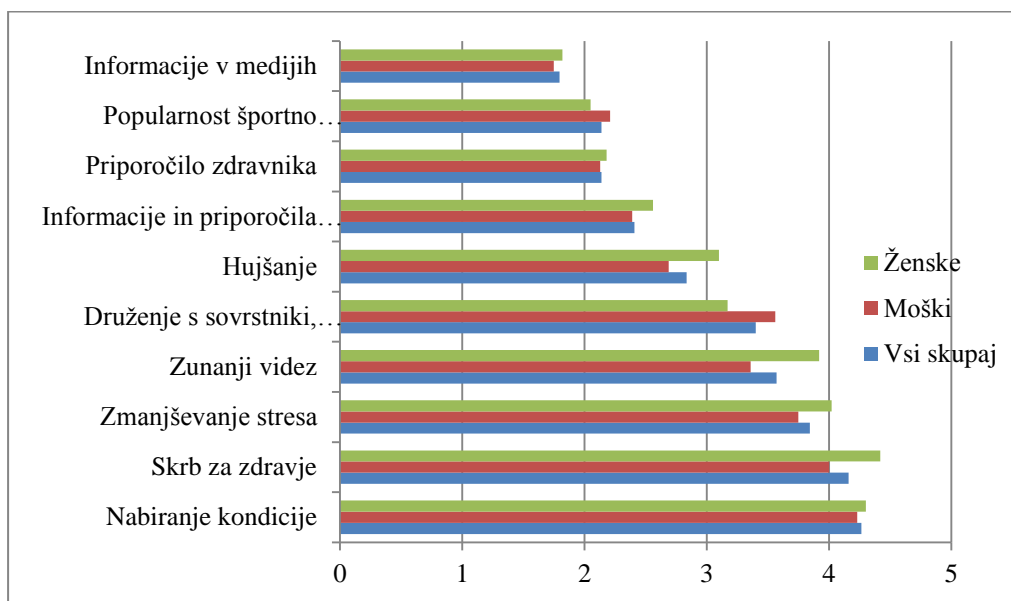
Na vprašanje, kdaj se najintenzivneje ukvarjate s športno rekreacijsko dejavnostjo, jih je skoraj polovica (47,8 odstotka) odgovorila, da takrat, ko utegnejo, 31,7 odstotka pa je odgovorilo, da med delovnim tednom (popoldne). V dopoldanskem času med delovnim tednom se jih s športom ukvarja 14,1 odstotka, ob koncu tedna pa le 6,3 odstotka.

#### **c. Dejavniki in razlogi za ukvarjanje s športom in z rekreacijo**

Najpomembnejši razlogi in dejavniki, ki so vplivali na odločitev vprašanih za ukvarjanje s športom in z rekreacijo so (Slika 7: Dejavniki in razlogi za ukvarjanje s športom in z rekreacijo) nabiranje kondicije (povprečna ocena 4,26), skrb za zdravje (povprečna ocena 4,16) in zmanjševanje stresa (povprečna ocena 3,84), manj pomembni so zunanji videz (povprečna ocena 3,57) in druženje s sovrstniki, prijatelji in z znanci (povprečna ocena 3,40), nepomembni pa hujšanje (povprečna ocena 2,83), priporočila sovrstnikov, prijateljev, sodelavcev (povprečna ocena 2,41) ter priporočilo zdravnika in popularnost panoge (za oba povprečna ocena 2,14) kot tudi informacije v medijih (povprečna ocena 1,8).

Za moške so najpomembnejši nabiranje kondicije (povprečna ocena 4,23), skrb za zdravje (povprečna ocena 4), zmanjševanje stresa (povprečna ocena 3,75), druženje (povprečna ocena 3,56) in zunanji videz (povprečna ocena 3,36). Za ženske so najpomembnejši skrb za zdravje (povprečna ocena 4,42), nabiranje kondicije (povprečna ocena 4,30), zmanjševanje stresa (povprečna ocena 4,02) in zunanji videz (povprečna ocena 3,92). Tako za moške kot za ženske je najmanj pomemben vpliv informacij iz medijev.

Slika 7: Dejavniki in razlogi za ukvarjanje s športom in z rekreacijo

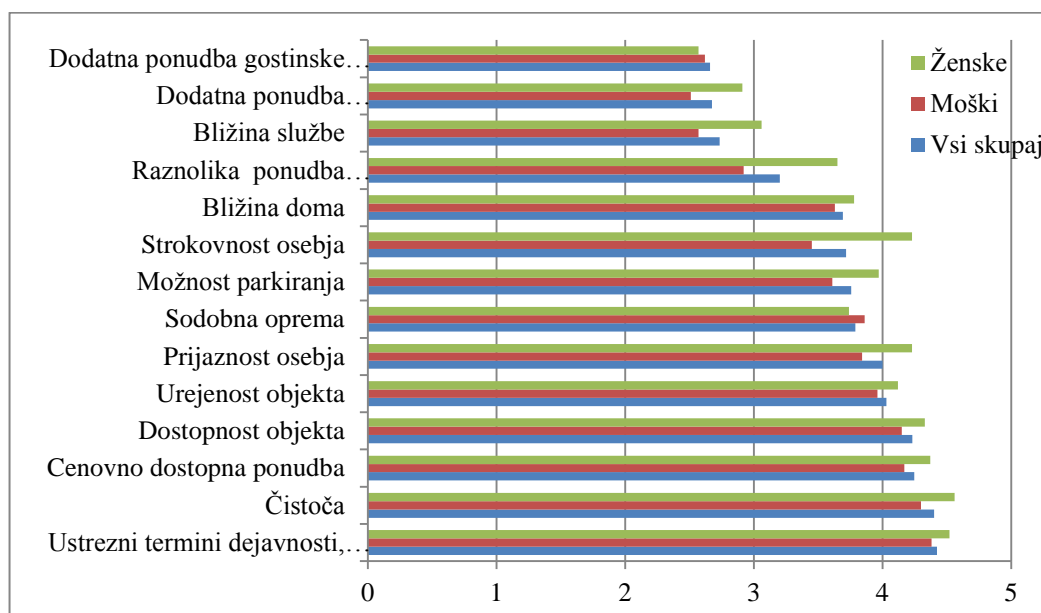


#### d. Dejavniki in pogoji, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti

Pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti je za respondente najpomembnejše (Slika 8: Dejavniki in pogoji, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti), da je dejavnost na voljo v ustreznih terminih oz. v ustreznem odpiralnem času (povprečna ocena 4,42), da so prostori čisti (povprečna ocena 4,40), da je dejavnost cenovno dostopna (povprečna ocena 4,25), da so objekti dostopni (povprečna ocena 4,23) in urejeni (povprečna ocena 4,03), prav tako pa je zanje pomembno, da je osebje prijazno (povprečna ocena 4). Manj pomembno zanje je, da je osebje strokovno (povprečna ocena 3,72), da je pri obisku na voljo sodobna oprema (povprečna ocena 3,79), da je omogočeno parkiranje (povprečna ocena 3,76), da je lokacija dejavnosti v bližini doma (povprečna ocena 3,69) in da je raznolika ponudba na enem mestu (povprečna ocena 3,20). Kot nepomembne dejavnike pri obiskovanju športne dejavnosti so navedli bližino službe (povprečna ocena 2,73), dodatno ponudbo sprostitev dejavnosti (povprečna ocena 2,67) in gostinske dejavnosti (povprečna ocena 2,66).

Za moške so najpomembnejši ustrezni termini in odpiralni čas (povprečna ocena 4,38), najmanj pa dodatna ponudba sprostitev dejavnosti (povprečna ocena 2,51). Za ženske je najpomembnejša čistoča prostorov (povprečna ocena 4,56), najmanj pa dodatna ponudba gostinskih storitev (povprečna ocena 2,57).

Slika 8: Dejavniki in pogoji, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti



### Razlike po športno rekreacijskih dejavnostih

Glede na prej navedene ugotovitve o vzorcu kot celoti sem podatke razvrstila tudi glede na uporabnike po posameznih športnih dejavnostih in poiskala razlike med uporabniki posameznih športno rekreacijskih dejavnosti ter ugotovila, kateri dejavniki so za uporabnike v posameznih dejavnostih najpomembnejši in kateri najmanj pomembni.

Osredinjena sem bila na:

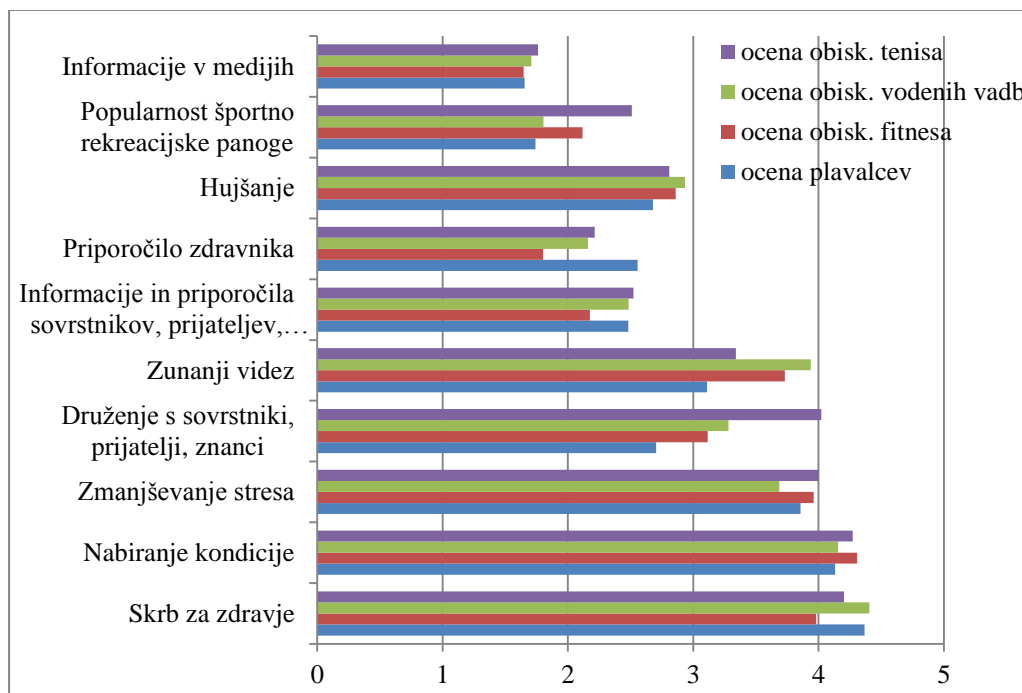
- ugotavljanje razlik pri ocenah dejavnikov, ki so pomembno vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo;
- ugotavljanje razlik pri ocenah dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti.

#### a. Razlike pri ocenah dejavnikov in razlogov, ki so pomembno vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo

Nazorna primerjava med ocenami uporabnikov glede pomembnosti posameznih dejavnikov in razlogov za ukvarjanje s športom in z rekreacijo je razvidna z naslednje slike (Slika 9: Primerjava ocen dejavnikov, ki so pomembno vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom, po športnih dejavnostih).

Za plavalce sta najpomembnejša razloga in dejavnika, ki sta vplivala na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo, skrb za zdravje in nabiranje kondicije (povprečni oceni nad 4), kot najmanj pomembne pa so navedli informacije v medijih in popularnost športno rekreacijske panoge (povprečni oceni pod 2).

Slika 9: Primerjava ocen dejavnikov, ki so pomembno vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom, po športnih dejavnostih



Obiskovalci fitnesa so kot najpomembnejši razlog in dejavnik za ukvarjanje s športom in z rekreacijo navedli nabiranje kondicije, kot najmanj pomembne pa informacije v medijih in priporočilo zdravnika.

Za udeležence vodene vadbe sta najpomembnejša razloga in dejavnika za ukvarjanje s športom in rekreacijo skrb za zdravje in nabiranje kondicije, najmanj pomembne pa so informacije v medijih in popularnost športno rekreacijske panoge.

Igralci tenisa se od vseh preostalih uporabnikov najbolj razlikujejo, saj so kot najpomembnejše razloge in dejavnike, ki so vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo navedli nabiranje kondicije, skrb za zdravje, druženje s sovrstniki, prijatelji in z znanci ter zmanjševanje stresa (povprečne ocene nad 4), kot najmanj pomembne pa informacije v medijih (povprečna ocena pod 2).

Povprečne vrednosti ocen dejavnikov, ki so vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo, med posameznimi dejavnostmi sem testirala še s Bonferronijevim *post hoc* testom, z enosmerno analizo variance (ANOVA).

Podatki in rezultati so predstavljeni v prilogi (Priloga 16: Izračuni povprečnih vrednosti ocen in rezultati Bonferronijevega *post hoc* testa, tabeli 11 in 12).

Razlike v povprečnih ocenah glede pomembnosti dejavnikov, ki so vplivali na odločitev za ukvarjanje s športno rekreacijo, med športnimi dejavnostmi so statistično pomembne (p manj kot 0,05) pri štirih od desetih navedenih dejavnikov, in sicer: druženje s sovrstniki, prijatelji in z znanci, zunanji videz, priporočilo zdravnika in popularnost športno rekreacijske panoge.

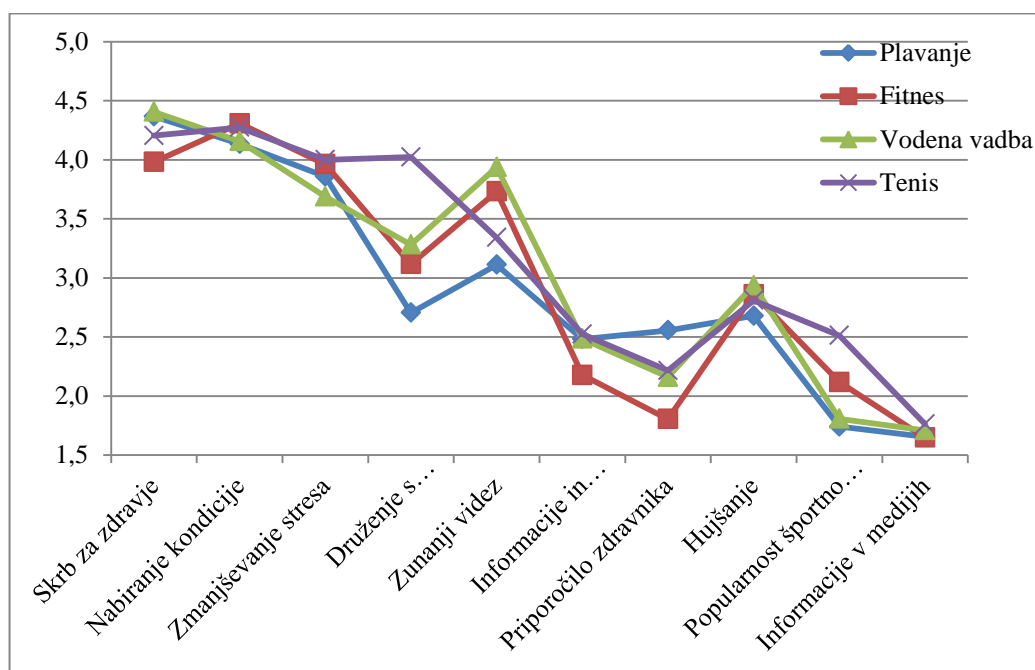
Ponazoritev ugotovljenih razlik v ocenah glede pomembnosti dejavnikov, ki so vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo, med posameznimi športnimi dejavnostmi (plavanjem, fitnesom, vodeno vadbo in tenisom) je razvidna z naslednje slike (Slika 10: Prikaz razlik v ocenah dejavnikov, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom).

Rezultati *post hoc* testa so pokazali, da se pri druženju s sovrstniki, prijatelji in z znanci igralci tenisa statistično pomembno (p manj kot 0,05) razlikujejo od vseh preostalih udeležencev športnih dejavnosti. Za igralce tenisa je možnost druženja s sovrstniki, prijatelji in z znanci pomembna in je vplivala na odločitev za ukvarjanje s to dejavnostjo, medtem ko je za vse preostale uporabnike ta dejavnik malo pomemben ali celo nepomemben.

Pri zunanjem videzu je statistično pomembna razlika (p manj kot 0,05) med udeleženci vodene vadbe in plavalci. Za udeležence vodene vadbe je zunanji videz pomemben in eden ključnih dejavnikov, ki je vplival na njihovo odločitev za ukvarjanje s to dejavnostjo, medtem ko je za plavalce veliko manj pomemben.

Pri priporočilu zdravnika je statistično pomembna razlika (p manj kot 0,05) med plavalci in udeleženci fitnesa. Pri plavalcih je priporočilo zdravnika kar pomembno vplivalo na odločitev za ukvarjanje s to dejavnostjo, pri udeležencih fitnesa pa je ta dejavnik nepomemben.

Slika 10: Prikaz razlik v ocenah dejavnikov, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom



Pri popularnosti športne panoge se pomembno razlikujejo ( $p$  manj kot 0,05) igralci tenisa od plavalcev in igralci tenisa od udeležencev vodene vadbe. Za igralce tenisa je popularnost športne panoge kar pomembna, za plavalce in udeležence vodene vadbe pa nepomembna.

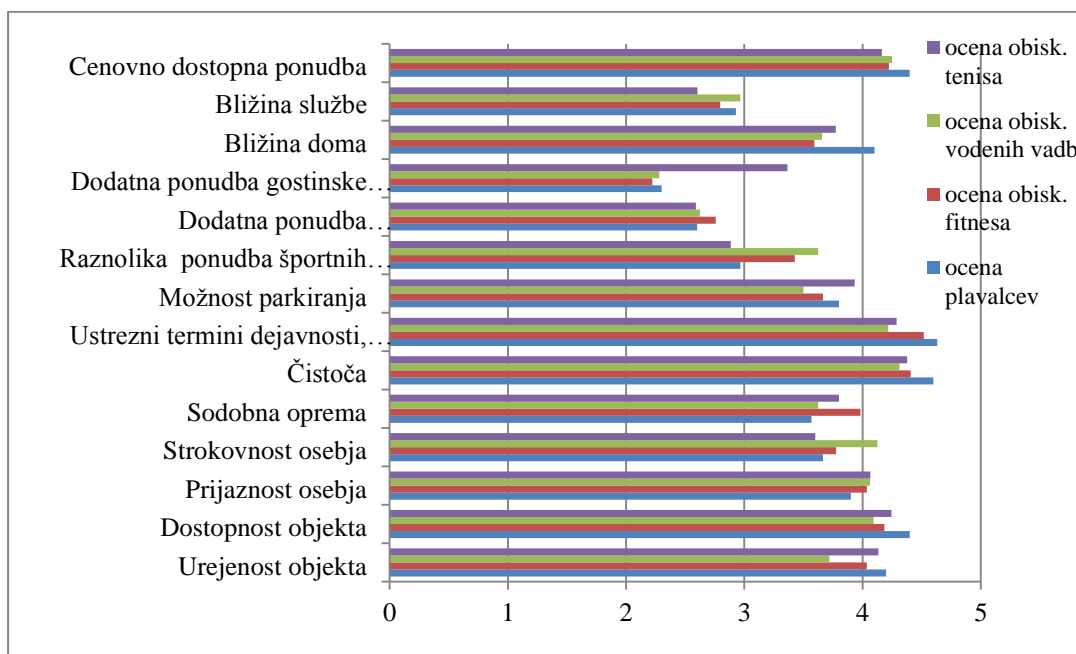
**b. Razlike pri ocenah dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti**

Nazorna primerjava med ocenami uporabnikov glede pomembnosti posameznih dejavnikov pri obiskovanju športne dejavnosti je razvidna z naslednje slike (Slika 11: Primerjava ocen dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti).

Za plavalce je pri obiskovanju športne dejavnosti najpomembneje, da je dejavnost na voljo v ustreznih terminih oz. v ustreznem odpiralnem času, da so prostori čisti, da so objekti dostopni, da je ponudba cenovno dostopna, da so objekti urejeni, da je dejavnost v bližini doma (povprečne ocene nad 4), najmanj pa je zanje pomembno, da je pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti na voljo dodatna gostinska ponudba (povprečna ocena pod 2,5).

Za obiskovalce fitnesa so najpomembnejši dejavniki pri obiskovanju športne dejavnosti ustrezni termini oz. ustrezen odpiralni čas, čistoča prostorov, cenovno dostopna ponudba, dostopnost objektov, prijaznost osebja, urejenost objektov (povprečne ocene nad 4), najmanj pomembni dejavnik pa, da je na voljo dodatna ponudba gostinske dejavnosti (povprečna ocena pod 2,5).

*Slika 11: Primerjava ocen dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti*



Za udeležence vodene vadbe so pri obiskovanju športne dejavnosti najpomembnejši čistoča prostorov, cenovno dostopna ponudba, ustrezni termini oz. ustrezen odpiralni čas, strokovnost osebja, dostopnost objektov in prijaznost osebja (povprečne ocene nad 4), najmanj pomembno pa, da je na voljo dodatna ponudba gostinske dejavnosti (povprečna ocena pod 2,5).

Za igralce tenisa so pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti najpomembnejši naslednji dejavniki: čistoča prostorov, ustrezni termini oz. ustrezen odpiralni čas, dostopnost objektov, cenovno dostopna ponudba, urejenost objektov in prijaznost osebja (povprečne ocene nad 4), najmanj pa sta zanje pomembni dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti in bližina službe (povprečni oceni pod 2,6).

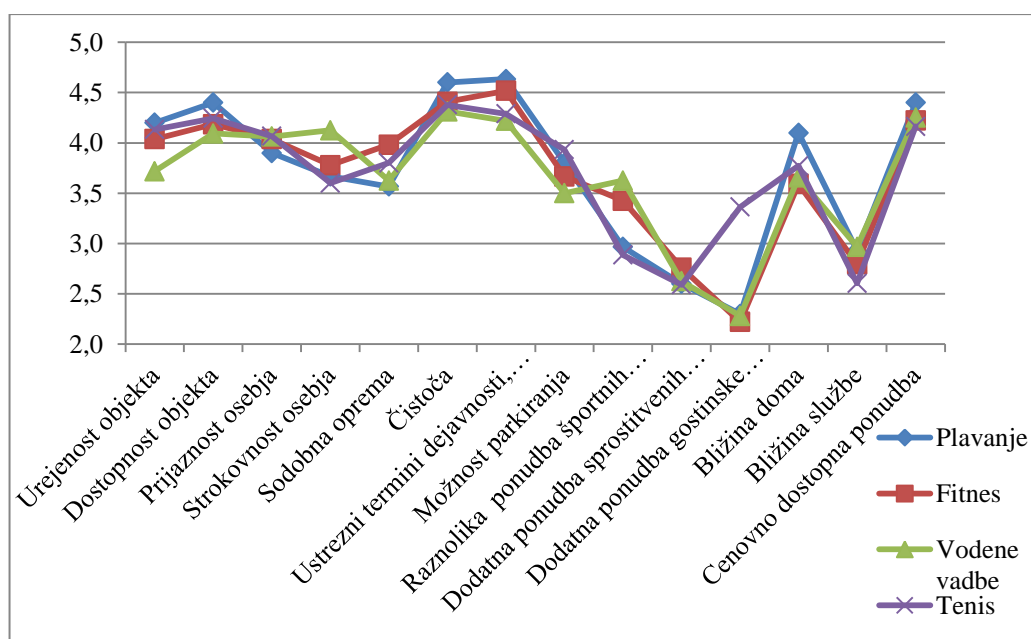
Povprečne vrednosti ocen dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti, sem testirala še z Bonferronijevim *post hoc* testom, z enosmerno analizo variance (ANOVA).

Razlike v povprečnih ocenah dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti, med posameznimi panogami so statistično pomembne pri dveh od štirinajstih navedenih dejavnikov, in sicer pri raznoliki ponudbi različnih športnih dejavnosti na enem mestu ter dodatni ponudbi gostinske dejavnosti.

Podatki in rezultati so predstavljeni v prilogi (Priloga 16: Izračuni povprečnih vrednosti ocen in rezultati Bonferronijevega *post hoc* testa, tabeli 13 in 14).

Ponazoritev ugotovljenih razlik v ocenah pomembnosti dejavnikov, pomembnih pri obiskovanju športno rekreativne dejavnosti, med posameznimi športnimi panogami (plavanjem, fitnessom, vodeno vadbo in tenisom) je razvidna z naslednje slike (Slika 12: Prikaz razlik v ocenah dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti).

*Slika 12: Prikaz razlik v ocenah dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti*





Rezultati *post hoc* testa so pokazali, da se pri dejavniku dodatne ponudbe gostinske dejavnosti igralci tenisa statistično pomembno ( $p$  manj kot 0,05) razlikujejo od vseh preostalih udeležencev športnih dejavnosti. Za igralce tenisa je dodatna gostinska ponudba pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti pomembna, medtem ko je za vse preostale uporabnike drugih dejavnosti ta dejavnik nepomemben.

Pri raznoliki ponudbi drugih športnih dejavnosti se statistično pomembno ( $p$  manj kot 0,05) razlikujejo udeleženci vodene vadbe od igralcev tenisa. Za udeležence vodene vadbe je raznolika ponudba drugih športnih dejavnosti pomembna, za igralce tenisa pa nepomembna.

### **Zadovoljstvo uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli**

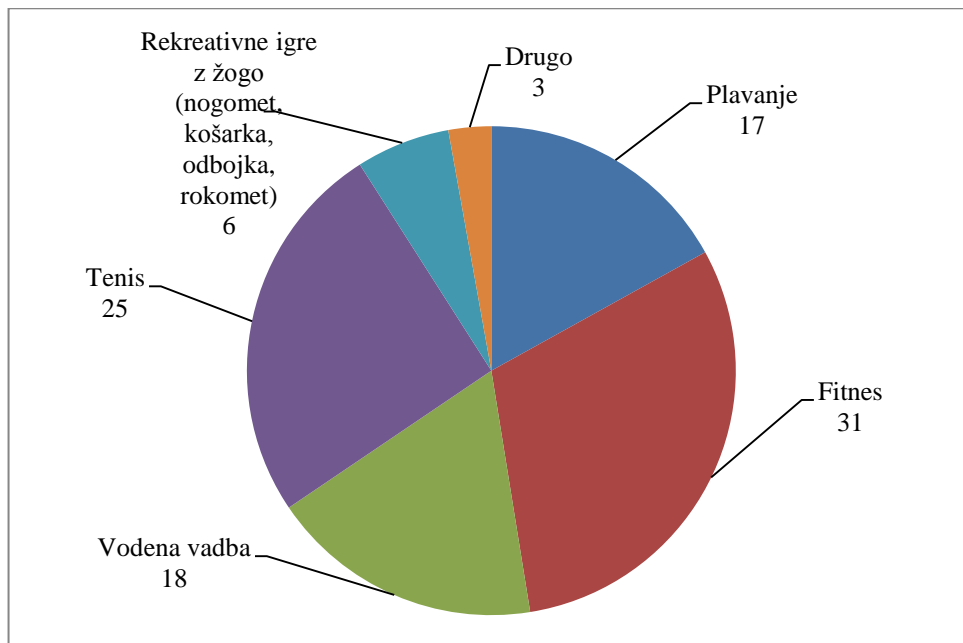
V drugem sklopu anketnih vprašanj, ki so se nanašala na zadovoljstvo uporabnikov športne rekreacije, še posebej obiskovalcev v Parku Tivoli, sem želela ugotoviti, kako so se uresničila njihova pričakovanja, kako so na splošno zadovoljni z obiskom športno rekreacijske dejavnosti v Tivoliju in kako so zadovoljni s posameznimi dejavniki pri vsaki od športno rekreacijskih dejavnosti posebej. Odgovori na vprašanja o zadovoljstvu so bili pogojeni z vprašanjem, ali so uporabniki katere od športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli (plavanja, fitnesa, vodene vadbe, tenisa, rekreativnih iger z žogo itd.). Med vsemi anketiranimi se jih je po posameznih športno rekreacijskih dejavnostih v Parku Tivoli opredelilo 84,2 odstotka, skupaj 177 uporabnikov. S pogojem sem v tem delu ankete izločila vse, ki niso uporabniki navedenih športnih dejavnosti v Parku Tivoli, in dobila ločene odgovore za vsako od športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli posebej. Rezultati so pomembni, saj sem tako lahko natančno ocenila, kako zadovoljni so uporabniki posamezne dejavnosti ter kakšne so njihove želje in pričakovanja.

Od skupaj 177 anketiranih uporabnikov športnih dejavnosti v Parku Tivoli je anketni vprašalnik izpolnilo 30 plavalcev, 54 obiskovalcev fitnesa in 32 udeležencev vodene vadbe, 45 teniških rekreativcev, 11 rekreativcev v dvoranskih športih – igrah z žogo (nogometu, košarki, odbojki, rokometu) ter pet udeležencev drugih dejavnosti (Slika 13: Deleži anketiranih uporabnikov po posameznih športno rekreativnih dejavnostih v Parku Tivoli).

Skoraj četrtina (23,7 odstotka) anketiranih je udeležencev športnih dejavnosti v Parku Tivoli več kot pet let, dobra petina (20,9 odstotka) od dve do pet let, 16,9 odstotka leto ali dve, dobra desetina (11,3 odstotka) od šest mesecev do enega leta, dobra četrtina (27,1 odstotka) pa manj kot šest mesecev.

37,9 odstotka anketiranih se rekreacije v Parku Tivoli udeležuje dvakrat do trikrat tedensko, 22 odstotkov štirikrat do šestkrat tedensko, malo manj kot četrtina (24,3 odstotka) pa le enkrat tedensko. Skoraj sedem odstotkov jih je športno dejavnih v Tivoliju vsak dan, 5,6 odstotka pa le enkrat do trikrat mesečno. Dejavnih le nekajkrat na leto je le 3,4 odstotka.

Slika 13: Deleži anketiranih uporabnikov po posameznih športno rekreativnih dejavnostih v Parku Tivoli



#### a. Uresničitev pričakovanj in splošno zadovoljstvo uporabnikov

Na osnovi izkušenj, priporočil, mnenj ali informacij iz medijev si uporabniki oblikujejo določena pričakovanja. Pričakovanja pri obiskovanju športne dejavnosti so se uresničila 92,1 odstotka anketiranim uporabnikom, od tega v okviru pričakovanega 58,8 odstotka uporabnikom, eni tretjini (33,3 odstotka) pa celo bolj od pričakovanega.

Vprašani so na splošno zadovoljni z obiskom športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli, saj je zadovoljnih 80,8 odstotka anketiranih, 10,2 odstotka pa je celo zelo zadovoljnih. Nezadovoljnih je 3,6 odstotka anketiranih, kar pa ni zanemarljivo. Pomembno je ugotoviti, s čim uporabniki niso zadovoljni, in to spremeniti, saj je namen izboljšati storitve in cilj povečati zadovoljstvo. Med vsemi respondenti jih poleg izbrane navedene dejavnosti tretjina plava v Tivoliju in na Kodeljevem, več kot četrtnina obiskuje še fitnes in vodeno vadbo v Tivoliju, petina igra tenis v Tivoliju in na Kodeljevem, skoraj dve petini pa se ne udeležujeta nobene druge dejavnosti v predstavljenih objektih.

Petina plavalcev se rekreacije v Parku Tivoli udeležuje že več kot pet let, skoraj tretjina (30 odstotkov) od dve do pet let, desetina leto ali dve, desetina od šestih mesecev do enega leta, dobra četrtnina plavalcev (26,7 odstotka) pa le tri do šest mesecev. Plavalci so zelo dejavni rekreativci, saj jih skoraj polovica (46,7 odstotka) plava vsaj dvakrat do trikrat tedensko, petina (20 odstotkov) štirikrat do šestkrat tedensko, 6,7 odstotka pa vsak dan. Pričakovanja so se uresničila vsem anketiranim, od tega 76,7 odstotka anketiranim v okviru pričakovanega, 23,3 odstotka vprašanim pa bolj od pričakovanega. S storitvijo so na splošno zadovoljni (96,6

odstotka), nezadovoljstva ni izrazil nihče izmed anketiranih. V Tivoliju obiskuje fitness 26,6 odstotka plavalcev, deset odstotkov jih tudi drsa, po enak delež (6,7 odstotka) pa se udeležuje vodene vadbe ali igra tenis. Med vsemi jih 30 odstotkov plava tudi na Kodeljevem, kar 40 odstotkov pa se ne udeležuje nobene dodatne dejavnosti na igriščih in v športnih objektih v upravljanju JZ Šport Ljubljana.

Malo več kot polovica obiskovalcev fitnesa je novih uporabnikov, saj so uporabniki manj kot leto. Med preostalimi se jih rekreacije v Parku Tivoli udeležuje leto ali dve, 27,8 odstotka, dobra desetina od dve do pet let in le 7,4 odstotka več kot pet let. Velika večina (90,8 odstotka) obiskovalcev fitnesa zelo pogosto vadi, 16,7 odstotka vsak dan, kar 38,9 odstotka štirikrat do šestkrat na teden, 35,2 odstotka pa dvakrat do trikrat tedensko. Več kot polovici (57,4 odstotka) so se pričakovanja uresničila v okviru pričakovanega, skoraj dvema petinama (37,1 odstotka) pa bolj od pričakovanega. Na splošno so s storitvijo zadovoljni (94,1 odstotka), nezadovoljstva ni izrazil nihče. Dobra četrtina (25,9 odstotka) obiskovalcev fitnesa tudi plava, polovica manj (13 odstotkov) tudi drsa, le 7,4 odstotka se jih udeležuje tudi vodene vadbe v Tivoliju. Tenisa v Tivoliju ne igra noben anketirani obiskovalec fitnesa, 29,6 odstotka pa se ne udeležuje nobene dodatne dejavnosti na igriščih in v objektih JZ Šport Ljubljana.

Tudi udeleženci vodene vadbe so večinoma novi uporabniki, saj jih je le dobra petina (21,9 odstotka), ki so uporabniki več kot eno leto. Med preostalimi se jih četrtina udeležuje rekreacije v Parku Tivoli od enega do treh mesecev, enak delež od tri do šest mesecev, 28,1 odstotka pa od šest mesecev do enega leta. Polovica udeležencev vodene vadbe vadbo obiskuje dvakrat do trikrat tedensko, 40,6 odstotka pa enkrat tedensko. Dobri tretjini (34,4 odstotka) so se pričakovanja uresničila, kar dobrima petinama (43,8 odstotka) pa bolj ter skoraj eni petini (18,8 odstotka) bistveno bolj, kot je pričakovala. S storitvijo vodene vadbe so v splošnem zadovoljni (76,7 odstotka), zelo zadovoljnih je petina (20 odstotkov), nezadovoljen pa je en anketiranec. V Tivoliju kar 28,1 odstotka udeležencev vodene vadbe tudi plava, dobra petina (21,9 odstotka) jih hodi tudi v fitness, 6,3 odstotka igra tudi tenis, pol manj (3,1 odstotka) pa se jih tudi udeležuje drsanja. Zanimivo je, da jih skoraj desetina (9,4 odstotka) tudi športno strelja na strelišču Rudnik, kar 46,9 odstotka pa se ne udeležuje nobene dodatne dejavnosti na igriščih in v športnih objektih JZ Šport Ljubljana.

Več kot polovica (53,3 odstotka) igralcev tenisa je udeležencev rekreacije v Parku Tivoli že več kot pet let. Med preostalimi se dobra četrtina (26,7 odstotka) rekreira od dve do pet let, 17,8 odstotka pa leto ali dve. Igralci tenisa igrajo zelo različno, skoraj tretjina (31,1 odstotka) jih igra enkrat tedensko, dobra četrtina (26,7 odstotka) dvakrat do trikrat tedensko, dobra petina (22,2 odstotka) štirikrat do šestkrat tedensko, 2,2 odstotka pa vsak dan. Malo več kot desetina (11,1 odstotka) jih igra le enkrat do trikrat mesečno, 6,7 odstotka pa le nekajkrat letno. Pričakovanja so se uresničila 80 odstotkom anketiranih, od tega 62,2 odstotka tako, kot so želeli, 17,8 odstotka vprašanim pa bolj. Slabšo izkušnjo od pričakovanega je izrazilo 13,3 odstotka anketiranih. Na splošno je s storitvijo zadovoljnih 79,1 odstotka igralcev tenisa, več kot desetina (11,6 odstotka) pa ni zadovoljnih. Med igralci tenisa jih dobra petina (22,2

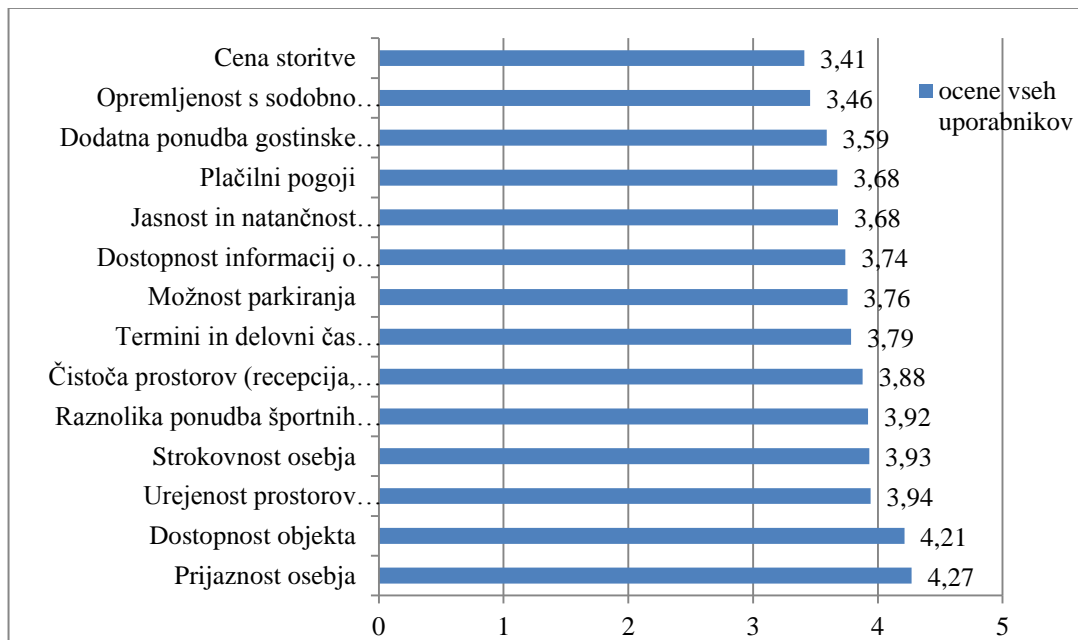
odstotka) igra tenis tudi na Kodeljevem, v Tivoliju jih plava 17,8 odstotka, drsa 8,9 odstotka, obiskuje fitnes 6,7 odstotka, vodene vadbe pa se udeležuje le 2,2 odstotka vprašanih. Tretjina igralcev tenisa v Tivoliju se ne udeležuje nobene druge dejavnosti na igriščih in v športnih objektih JZ Šport Ljubljana.

#### b. Zadovoljstvo s posameznimi dejavniki pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti

Anketirani so z ocenami od 1 do 5 ocenjevali zadovoljstvo s posameznimi dejavniki, pomen ocen pa je bil naslednji: 1 zelo nezadovoljen, 2 nezadovoljen, 3 niti zadovoljen niti nezadovoljen, 4 zadovoljen in 5 zelo zadovoljen.

Pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti (Slika 14: Povprečne ocene zadovoljstva za posamezne dejavnike) so uporabniki najmanj zadovoljni s ceno storitve, z opremljenostjo, s sodobno opremo ter z dodatno ponudbo gostinske dejavnosti (povprečne ocene pod 3,6). Malo višje so ocenjeni dejavniki plačilni pogoji, jasnost in natančnost informacij, dostopnost informacij o športni ponudbi, možnost parkiranja ter termini in delovni čas dejavnosti (povprečne ocene nad 3,6 in pod 3,8). Čistoča prostorov (recepције, garderobe in vadbenih prostorov), raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu, strokovnost osebja in urejenost prostorov so uporabniki ocenili s povprečno oceno nad 3,8 in pod 4. Najzadovoljnejši so s prijaznim osebjem in z dostopnostjo objekta (povprečna ocena nad 4).

Slika 14: Povprečne ocene zadovoljstva za posamezne dejavnike



#### c. Razlike pri ocenah zadovoljstva po športno rekreacijskih dejavnostih

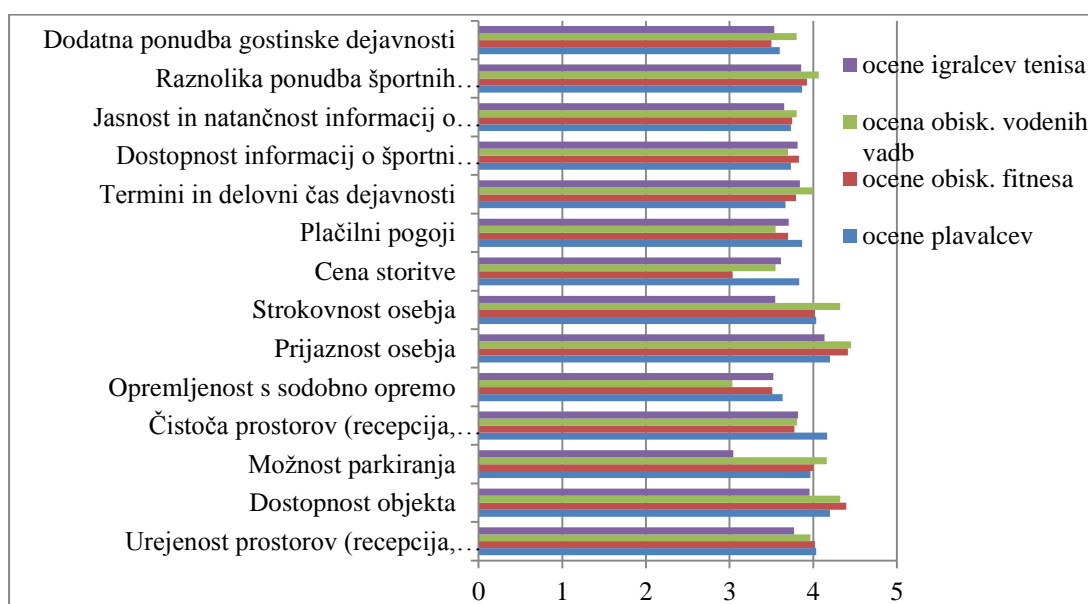
Glede na ugotovitve o vzorcu uporabnikov storitev v Parku Tivoli kot celote sem podatke razvrstila tudi glede na uporabnike po posameznih športnih dejavnostih (Slika 15: Primerjava

ocen zadovoljstva po športnih dejavnostih) ter poiskala in analizirala razlike in zadovoljstvo uporabnikov s posameznimi dejavniki v dejavnosti, ki se je udeležujejo.

Plavalci so najmanj zadovoljni s ponudbo gostinske dejavnosti, z opremljenostjo s sodobno opremo ter s termini in z delovnim časom izvajanja dejavnosti (povprečne ocene pod 3,7). Bolje so ocenili jasnost ter dostopnost informacij o športni ponudbi, ceno storitve in plačilne pogoje, raznoliko ponudbo športnih dejavnosti na enem mestu kot tudi možnost parkiranja (povprečne ocene nad 3,7 in pod 4). Najzadovoljnejši so s prijaznim osebjem in z dostopnostjo objekta, sledita čistoča prostorov ter strokovnost osebja in urejenost prostorov (povprečne ocene nad 4).

Obiskovalci fitnesa so najmanj zadovoljni s ceno storitve (povprečna ocena 3,04), sledijo dodatna gostinska ponudba s povprečno oceno 3,50 in opremljenost s sodobno opremo s povprečno oceno 3,51. Zadovoljnejši so glede plačilnih pogojev, jasnosti in natančnosti informacij o športni ponudbi, čistoče prostorov, dostopnosti informacij o športni ponudbi in glede raznolike ponudbe športnih dejavnosti na enem mestu (povprečne ocene med 3,7 in 4). Najzadovoljnejši so s prijaznostjo osebja in z dostopnostjo kot tudi s strokovnostjo osebja, z urejenostjo prostorov in možnostjo parkiranja (povprečne ocene nad 4).

Slika 15: Primerjava ocen zadovoljstva po športnih dejavnostih



Udeleženci vodene vadbe so najmanj zadovoljni z opremljenostjo s sodobno opremo (povprečna ocena 3,03), sledijo plačilni pogoji in cena storitve s povprečno oceno 3,55. Zadovoljnejši so z dostopnostjo informacij o športni ponudbi, dodatno gostinsko ponudbo, z jasnostjo informacij o športni ponudbi, s čistočo in z urejenostjo prostorov (povprečne ocene med 3,70 in 4). Najzadovoljnejši so s prijaznostjo osebja, z dostopnostjo objekta in s strokovnostjo osebja, sledijo pa možnost parkiranja, raznolika ponudba na enem mestu ter termini in delovni čas izvajanja dejavnosti (povprečne ocene nad 4).

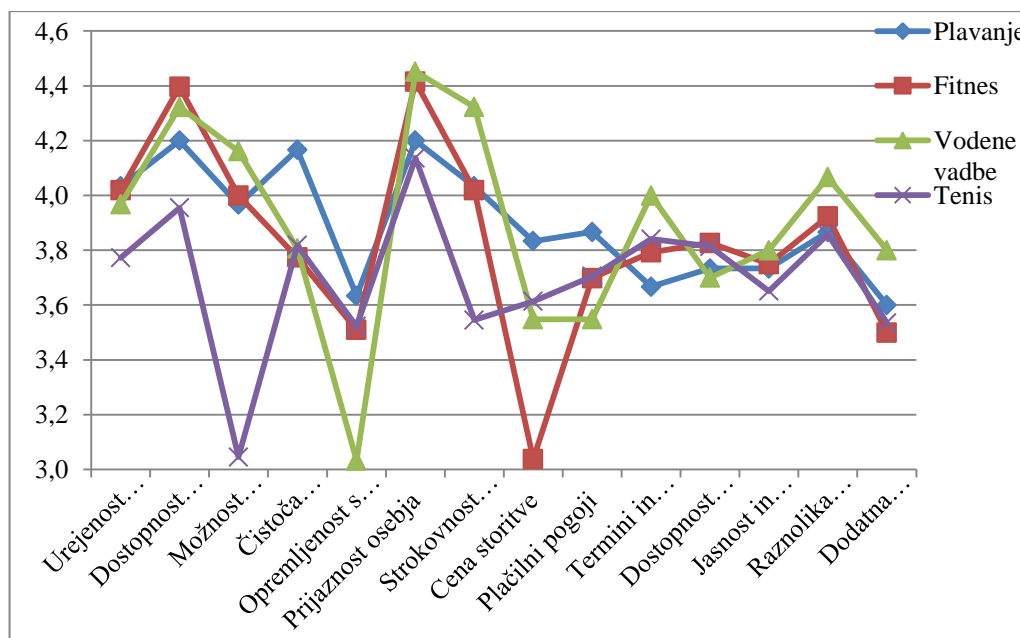
Igralci tenisa so najslabše ocenili možnost parkiranja (povprečna ocena 3,05), sledijo opremljenost s sodobno opremo (povprečna ocena 3,52), dodatna ponudba gostinske dejavnosti (povprečna ocena 3,53) in strokovnost osebja (povprečna ocena 3,55). Boljše ocene so dodelili ceni storitve, jasnosti in natančnosti informacij o športni ponudbi, plačilnim pogojem in urejenosti prostorov (povprečne ocene med 3,6 in 3,8), sledijo dostopnost informacij, čistoča prostorov, termini in delovni čas izvajanja dejavnosti, raznolika ponudba na enem mestu in dostopnost objektov (povprečne ocene med 3,8 in 4). Najzadovoljnejši so s prijaznostjo osebja (povprečna ocena 4,14).

Povprečne ocene dejavnikov, ki so vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo, med posameznimi dejavnostmi sem testirala še s Bonferronijevim *post hoc* testom, z enosmerno analizo variance (ANOVA).

Podatki povprečnih vrednosti ocen in rezultati *post hoc* so predstavljeni v prilogi (Priloga 16: Izračuni povprečnih vrednosti ocen in rezultati Bonferronijevega *post hoc* testa, tabeli 15 in 16).

Razlike v povprečnih ocenah zadovoljstva z dejavniki pri obiskovanju športno rekreacijskih dejavnosti med športnimi dejavnostmi so statistično pomembne pri šestih od štirinajstih navedenih dejavnikov, in sicer dostopnosti objekta, možnosti parkiranja, opremljenosti s sodobno opremo, prijaznosti osebja, strokovnosti osebja in ceni storitve.

Slika 16: Prikaz razlik v ocenah zadovoljstva uporabnikov z dejavniki



Ponazoritev ugotovljenih razlik v ocenah zadovoljstva dejavnikov, ki so pomembni pri obiskovanju športne dejavnosti, med posameznimi športnimi dejavnostmi (plavanjem,

fitnesom, vodeno vadbo in tenisom) je prikazana na zgornji sliki (Slika 16: Prikaz razlik v ocenah zadovoljstva uporabnikov z dejavniki).

Rezultati *post hoc* testa so pokazali, da se obiskovalci fitnesa pri dostopnosti objekta statistično pomembno ( $p$  manj kot 0,05) razlikujejo od igralcev tenisa. Obiskovalci fitnesa so z dostopnostjo objekta bistveno zadovoljnejši kot igralci tenisa.

Pri ocenah zadovoljstva z možnostjo parkiranja se igralci tenisa statistično pomembno razlikujejo ( $p$  manj kot 0,05) od vseh drugih udeležencev športnih dejavnosti. Igralci tenisa so glede možnosti parkiranja najmanj zadovoljni, vsi preostali pa so bistveno zadovoljnejši.

Pri ocenah glede opremljenosti s sodobno opremo se plavalci statistično pomembno razlikujejo ( $p$  manj kot 0,05) od obiskovalcev vodenih vadb. Plavalci so z opremljenostjo s sodobno opremo bistveno bolj zadovoljni kot obiskovalci vodenih vadb.

Pri prijaznosti osebja se statistično pomembno ( $p$  manj kot 0,05) razlikujejo udeleženci vodene vadbe od igralcev tenisa. Udeleženci vodene vadbe so s prijaznostjo osebja bistveno zadovoljnejši kot igralci tenisa.

Pri strokovnosti osebja je statistično pomembna razlika ( $p$  manj kot 0,05) med ocenami igralcev tenisa in ocenami vseh drugih udeležencev športnih dejavnosti. Igralci tenisa so s strokovnostjo osebja bistveno manj zadovoljni kot vsi preostali uporabniki.

Pri ceni storitve se statistično pomembno razlikujejo ( $p$  manj kot 0,05) obiskovalci fitnesa od plavalcev in obiskovalci fitnesa od igralcev tenisa. Obiskovalci fitnesa so bistveno manj zadovoljni s ceno storitve kot plavalci in igralci tenisa.

## **4.2 Ugotovitve in priporočila**

Z analizo raziskave ugotavljam, da so udeleženci športno rekreacijskih dejavnosti JZ Šport Ljubljana v Tivoliju v primerjavi s prebivalci Evrope, Slovenije in Ljubljane nadpovprečno dejavni, saj je športno dejavnih vsaj dvakrat do trikrat tedensko dve petini, pogosteje pa skoraj polovica vseh. Večina jih živi v bližini, zanimajo pa jih različne športne dejavnosti. Moški najpogosteje obiskujejo fitnes, plavajo, tečejo, kolesarijo in igrajo tenis, ženske pa najpogosteje hodijo, obiskujejo vodeno vadbo in fitnes, tečejo in plavajo. V povprečju se moški ukvarjajo s tremi, ženske pa kar s šestimi različnimi športno rekreacijskimi dejavnostmi. Glede udeleževanja posamezne športne dejavnosti se odločajo največ po priporočilu znancev in prijateljev, upoštevajo pa tudi mnenja v forumih in socialnih (družabnih) omrežjih. Večina jih je zaposlenih, starih od 21 do 40 let, so izobraženi, z dokončano najmanj višjo ali visoko šolo, z osebnimi mesečnimi dohodki nad 800 evrov, za športno rekreacijsko dejavnost pa namenijo do 60 evrov mesečno.

Športno dejavni so predvsem zato, da se dobro počutijo, krepijo telesno pripravljenost, nabirajo kondicijo in ohranjajo zdravje, da se sprostijo in zmanjšujejo stres in ker sta zanje pomembna zunanji videz in druženje kot tudi, da se v tekmovanjih dokazujejo, vzdržujejo red, disciplino in delovne navade. Za moške je najpomembnejše nabiranje kondicije, za ženske pa je najpomembnejša skrb za zdravje. Med posameznimi športnimi dejavnostmi so tudi pomembne statistično značilne razlike, kajti:

- za plavalce je priporočilo zdravnika statistično značilno pomembnejše kot za obiskovalce fitnesa;
- za udeležence vodene vadbe je zunanji videz statistično značilno pomembnejši kot za plavalce;
- za igralce tenisa je popularnost panoge statistično značilno pomembnejša kot za plavalce in udeležence vodene vadbe;
- za igralce tenisa je druženje statistično značilno pomembnejše kot za vse preostale uporabnike.

Za udeležence športno rekreacijskih dejavnosti je najpomembneje, da je dejavnost na voljo v ustreznih terminih oz. v ustreznem odpiralnem času, da so prostori čisti in da je cena dostopna, kot tudi, da so objekti dostopni in urejeni ter da je osebje prijazno. Za moške, ki večinoma plavajo, hodijo v fitnes in igrajo tenis, so najpomembnejši ustrezni termini in odpiralni čas ter čistost prostorov. Za plavalce in obiskovalce fitnesa je najmanj pomembna dodatna gostinska ponudba, za igralce tenisa pa dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti (masaža, savna ipd.). Za ženske, ki so večinoma tudi udeležence vodene vadbe, je najpomembnejša čistost prostorov, najmanj pa dodatna ponudba gostinskih storitev. Glede pomembnosti dejavnikov pri obisku športne dejavnosti so med posameznimi športnimi dejavnostmi tudi pomembne statistično značilne razlike, kajti:

- za igralce tenisa je dodatna gostinska ponudba statistično značilno pomembna, medtem ko je za vse preostale uporabnike nepomembna;
- za udeležence vodene vadbe je raznolika ponudba drugih športnih dejavnosti statistično značilno pomembna, za igralce tenisa pa nepomembna.

Uporabniki storitev v Parku Tivoli so na splošno večinoma zadovoljni, desetina jih je celo zelo zadovoljnih, nezadovoljnih je manj kot 4 odstotke uporabnikov. Po posameznih športnih dejavnostih odstopajo udeleženci vodene vadbe s petino zelo zadovoljnih in igralci tenisa z dobro desetino nezadovoljnih.

Uporabniki športno rekreacijskih dejavnosti so najmanj zadovoljni s ceno storitve in z opremljenostjo s sodobno opremo, najzadovoljnejši pa s prijaznim osebjem in z dostopnostjo objektov. Pregled po posameznih dejavnostih kaže, da so plavalci najmanj zadovoljni glede dodatne gostinske ponudbe in opremljenosti s sodobno opremo, obiskovalci fitnesa so najmanj zadovoljni s ceno storitve, z dodatno gostinsko ponudbo in s sodobno opremo, udeleženci



vodene vadbe so najmanj zadovoljni s sodobno opremo, ceno storitve in plačilnimi pogoji, igralci tenisa pa so najslabše ocenili možnost parkiranja, opremljenost s sodobno opremo, dodatno ponudbo gostinske dejavnosti in strokovnost osebja. V vseh športno rekreacijskih dejavnostih so obiskovalci najbolj zadovoljni s prijaznim osebjem in z dostopnostjo objektov.

Glede stopnje zadovoljstva po posameznih dejavnikih so med posameznimi športnimi dejavnostmi tudi statistično značilne razlike:

- udeleženci vodene vadbe so s prijaznostjo osebja statistično značilno zadovoljnejši kot igralci tenisa;
- obiskovalci fitnesa so z dostopnostjo objekta statistično značilno zadovoljnejši kot igralci tenisa;
- udeleženci vodene vadbe so glede opremljenosti s sodobno opremo statistično značilno manj zadovoljni kot plavalci;
- igralci tenisa so glede možnosti parkiranja statistično značilno najmanj zadovoljni, vsi preostali so zadovoljnejši;
- igralci tenisa so s strokovnostjo osebja statistično značilno manj zadovoljni kot vsi preostali uporabniki;
- obiskovalci fitnesa so statistično značilno manj zadovoljni s ceno storitve kot plavalci in igralci tenisa.

Vežano na vse ugotovitve podajam svoje mnenje glede na najpomembnejše motive za ukvarjanje s športom in dejavnike, ki posredno ali neposredno vplivajo na zadovoljstvo uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti, ter priporočam uvedbo dopolnitev, novosti in ukrepov za izboljšanje ponudbe športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli:

- Pomembna dejavnika za motivacijo: **skrb za zdravje in dobro počutje**  
Priporočam, da se za uporabnike organizira dodatna ponudba dopolnilnih storitev z namenom preventivnega pregleda zdravstvenega stanja in skrbi za zdravje. Omogoči se jim na primer brezplačno merjenje krvnega tlaka, holesterola, sladkorja v krvi, kostne gostote, strokovna predavanja o zdravi prehrani, pomembnosti gibanja, ohranjanja življenjske vitalnosti, o negi telesa ipd.
- Pomembni dejavniki za motivacijo: **nabiranje kondicije, sproščanje, druženje**  
Priporočam, da se za uporabnike organizira več dogodkov in športnih tekmovanj v različnih disciplinah posameznih športnih dejavnosti, npr. dan odprtih vrat Tivoli, novoletno druženje, tekmovanje v več disciplinah, turnir v tenisu, tekmovanje v dvigovanju uteži, hitrostno plavanje, vodena vadba več skupin z znanim voditeljem in animatorji na prostem, predstavitve in druženje z znanimi športniki ipd.
- Pomembna dejavnika, ki vplivata na zadovoljstvo: **ustrezni termini in odpiralni čas**  
Glede na možnosti in proste kapacitete priporočam, da se preučita možnost podaljšanja odpiralnega časa in možnost uvedbe dodatnih terminov po posameznih športno rekreacijskih dejavnostih.

- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **čistoča**  
Priporočam, da se poveča skrb za čistost prostorov, zagotovi se pogostejši pregled sanitarnih prostorov in prhe, predvsem v kopališču in fitnessu.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **cena storitve**  
Priporočam, da se za uporabnike pripravi več posebnih akcij in popustov vso sezono posamezne športne dejavnosti. Uporabnikom se pri obisku nove dejavnosti ponudijo dodatne ugodnosti. Poseben pregled cenovne ponudbe in plačilnih pogojev priporočam za fitness in vodeno vadbo.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **dostopnost objekta**  
Glede na možnosti priporočam, da se poskrbi za dostopnost za obiskovalce s posebnimi potrebami, urejenost in označitev dostopov ter poti, posebej v obdobju zimskih razmer (snega, ledu ipd.).
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **urejenost objekta**  
Glede na možnosti priporočam, da se poskrbi za redno vzdrževanje objektov in urejenost prostorov in zunanjih površin (košnja zunanjih površin za vadbo, pripravo in označitev zunanjih igrišč), preuči se možnost klimatiziranega prezračevanja dvoran za vodeno vadbo in drugih prostorov v sklopu objekta.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **prijaznost osebja**  
Priporočam, da se v organizaciji posveti več pozornosti motivaciji zaposlenih, prijaznosti, potrpežljivosti in ustrežljivosti (kot so npr. pohvale, nagrade, posebni seminarji o ravnanju z uporabniki, reševanju zapletov s težavnimi strankami ipd.).
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **sodobna oprema**  
Glede na možnosti priporočam, da se poskrbi za posodobitev opreme, predvsem v fitnessu, pri vodeni vadbi in tenisu.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **možnost parkiranja**  
Glede na možnosti priporočam, da se obiskovalcem ponudijo ugodnosti pri plačilu parkirnine, stalnim obiskovalcem z letnimi vstopnicami za vadbo pa se omogoči brezplačno parkiranje.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **strokovnost osebja**  
Priporočam, da se omogoči redno strokovno usposabljanje zaposlenih, v primeru zaposlenih zunanjih sodelavcev morajo ti imeti ustrezne licence.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu**  
Glede na možnosti in proste kapacitete priporočam, da se dodajo in uvedejo novi programi športnih dejavnosti, predvsem posebna vodena vadba, npr. za starejše, mamice z dojenčki, vadba v naravi, vadba v bazenu, vodna aerobika ipd.
- Pomemben dejavnik, ki vpliva na zadovoljstvo: **gostinska ponudba**  
Priporočam, da se posebna skrb nameni zdravi, osvežilni ponudbi pijač in prigrizkov, v skladu z možnostmi se preuči tudi podaljšanje obratovanja gostinskega lokala za igralce tenisa, da se bodo lahko družili tudi po zaključku športne dejavnosti.

## SKLEP

Športna rekreacija združuje šport in razvedrilo, kar pomeni telesno dejavnost po lastnem izboru v prostem času z namenom sprostitve, gibanja, dejavnega oddiha, telesne krepitve kot tudi ohranjanja zdravja in dobrega počutja. Pomembna je za ohranjanje kakovosti življenja, osebnega zadovoljstva, zdravega počutja in zmanjševanje stresa kot tudi za graditev medsebojnih odnosov, socializacije ter za doseganje osebnih uspehov in napreden razvoj posameznika v različnih starostnih obdobjih.

Podatki Evropske unije kažejo, da je sicer več kot polovica prebivalcev vsaj občasno športno dejavnih, vendar je delež nedejavnih v zadnjih letih narasel. Sporočilo o pomembnosti športa in telesne dejavnosti za ohranjanje dobrega počutja in zdravja še ni doseglo večine segmentov prebivalcev Evropske unije, in čeprav se Slovenija uvršča med športno dejavnejše države Evropske unije, je še vedno dobra petina vseh prebivalcev Slovenije športno nedejavnih. Med vsemi športno dejavnimi Slovenci so veliki deleži pogosteje dejavnih, saj je dobra polovica športno dejavnih večkrat tedensko ali celo vsak dan. Med motivi za ukvarjanje s športom prevladujejo zdravje, kakovostno preživljanje prostega časa, osebna rast in zadovoljstvo ter boljša pripravljenost v šoli in pri delu, med največjimi ovirami za ukvarjanje s športom pa Slovenci navajajo šolske in službene obveznosti, pomanjkanje časa na splošno, pomanjkanje denarja in družinske obveznosti.

Ljubljana je mesto, ki se trudi zagotoviti čim več možnosti za telesno gibanje in športno rekreacijo različnih skupin prebivalcev, ne glede na njihovo starost, spol, zdravstveno in gibalno zmogljivost, socialno-ekonomski status oziroma različne potrebe in želje. V Ljubljani je poleg športnih objektov in športnih površin na voljo veliko parkovnih površin s sprehajalnimi in kolesarskimi stezami, priročnimi napravami za fitnes na prostem, z urejenimi trim stezami in otoki športa ter zunanjimi športnimi površinami za različne športe v urbanih naseljih. S športom in z rekreacijo se vsaj enkrat tedensko ukvarja več kot dve tretjini prebivalcev Ljubljane, od tega jih je tri četrtine dejavnih večkrat tedensko. Najbolj razširjene dejavnosti med Ljubljančani so hoja in sprehodi, kolesarjenje, fitnes, tek v naravi in jutranja gimnastika oziroma vadba doma. Pri večini dejavnosti gre za neorganizirano vadbo. Odločajo se predvsem za šport in rekreacijo zaradi skrbi za zdravje, zaradi nabiranja kondicije in za zmanjševanje stresa. Ljubljančani so najzadovoljnejši glede dostopnosti objektov in površin ter z urejenostjo in s količino objektov in površin. Čeprav se zadovoljstvo prebivalcev Ljubljane glede športa na splošno zvišuje, pa je v Ljubljani v primerjavi z drugimi mesti glede športnih površin in infrastrukture na prebivalca še vedno slabše stanje.

Uporabniki športno rekreacijskih dejavnosti JZ Šport Ljubljana v Tivoliju so v primerjavi s prebivalci Evrope, Slovenije in Ljubljane nadpovprečno dejavni, saj je športno dejavnih vsaj dvakrat do trikrat tedensko dve petini, pogosteje pa skoraj polovica vseh anketirancev. V povprečju se moški ukvarjajo s tremi, ženske pa kar s šestimi različnimi športno rekreacijskimi dejavnostmi. Športno dejavni so predvsem zato, da se dobro počutijo, krepijo telesno

pripravljenost, nabirajo kondicijo in ohranjajo zdravje, da se sprostijo in zmanjšujejo stres in ker sta zanje pomembna zunanji videz in druženje kot tudi, da se v tekmovanjih dokazujejo, vzdržujejo red, disciplino in delovne navade. Pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti je zanje najpomembnejše, da je dejavnost na voljo v ustreznih terminih oz. v ustreznem odpiralnem času, da so prostori čisti in da je cena dostopna, prav tako pa tudi, da so objekti dostopni in urejeni ter da je osebje prijazno. Na splošno so uporabniki v Parku Tivoli večinoma zadovoljni, desetina jih je celo zelo zadovoljnih, nezadovoljnih je manj kot štiri odstotke uporabnikov. Po posameznih športnih dejavnostih odstopajo udeleženci vodene vadbe s petino zelo zadovoljnih in igralci tenisa z dobro desetino nezadovoljnih. Uporabniki športno rekreacijske dejavnosti so najmanj zadovoljni s ceno storitve in z opremljenostjo s sodobno opremo, najzadovoljnejši pa s prijaznim osebjem in z dostopnostjo objektov.

Obiskovalci posameznih športnih dejavnosti se med seboj razlikujejo, kajti zanje so pomembni različni dejavniki, povezani s stopnjo njihovega zadovoljstva. Spoznavanje želja, potreb in zahtev glede na specifičnost posamezne športno rekreacijske dejavnosti je ključno za pripravo in dopolnitev ponudbe, da bi bili uporabniki zadovoljni, priporočili storitve tudi znancem, prijateljem in sodelavcem ter dolgoročno ostali zvesti udeleženci športne rekreacije. Ugotovitve v magistrskem delu so dobra podlaga za spremljanje zastavljenih ključnih ciljev JZ Šport Ljubljana. Priporočila in predlagani ukrepi sledijo namenu izboljšanja ponudbe za izboljšanje zadovoljstva in zadovoljitev pričakovanj uporabnikov kot tudi možnosti povečanja obiska po posameznih športno rekreacijskih dejavnostih za racionalnejši izkoristek potenciala športne infrastrukture. Spremljanje, razvijanje in izpopolnjevanje športno rekreacijskih dejavnosti JZ Šport Ljubljana je pomembno za uresničevanje poslanstva zavoda, da spodbuja in krepi športno dejavnost, skrbi za ohranjanje in popularizacijo športa ter soustvarja pogoje za razvoj športnih dejavnosti, kot tudi za uresničevanje javnega interesa na področju športa po načelih in usmeritvah nacionalnega programa, saj športna dejavnost prebivalcev širše vpliva na družbene vrednote, na splošno zdravje in počutje ljudi, na preživljanja prostega časa kot tudi na trajnostni razvoj družbe.

## LITERATURA IN VIRI

1. Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. (2015). Letna poročila-Splošno. Najdeno 4. maja 2015 na spletni strani [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila/Splosno](http://www.ajpes.si/Letna_porocila/Splosno)
2. Bartoluci, M. (2003). *Ekonomika i menedžment sporta* (2. izd.). Zagreb: Informator Zagreb.
3. Berzelak, N. (2010). *Nekaj priporočil za pripravo in izvedbo spletnih anket* (interno gradivo za udeležence delavnice Spletno anketiranje v okviru predmeta Praksa v študijskem letu 2009/2010). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
4. Bregar, L., Ograjenšek, I., & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Bryson, M. J. (1995). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
6. Chalmeta, R. (2006). Methodology for Customer Relationship Management. *The Journal of Systems and Software*, 79, 1051–1024.
7. Chelladurai, P. (1992). A Classification of Sport and Physical Activity Services: Implications for Sport Management. *Journal of Sport Management*, 6(2), 38–51.
8. Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76, 193–218.
9. Čater, T. (2010). *Model upravljanja športne infrastrukture v Ljubljani po izgradnji športnega Centra Stožice* (študija). Ljubljana: Mestna občina Ljubljana.
10. De Knop, P., Van Meerbeek, R., Vanreusel, B., Laporte, W., Theeboom, M., Wwittock, H., & De Martelaer, K. (1996). Sports Clubs in Crisis? The Flamish Situation. *European Journal for Sport Management*, 2(2), 36–53.
11. Dimovski, V., Penger, S., & Peterlin, J. (2009). *Avtentično vodenje v učeči se organizaciji*. Ljubljana: Planet GV, poslovno izobraževanje.
12. Dimovski, V., Penger, S., & Škerlavaj, M. (2007). *Organiziranje in odločanje (izbrana poglavja za podiplomski študij)*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (3<sup>rd</sup> ed.). London: SAGE Publications Ltd.
14. GfK Gral-Iteo. (2006). *Percepcija izdelkov blagovne znamke Whirlpool v maloprodaji*. (raziskovalno poročilo). Ljubljana: GfK Gral-Iteo.
15. Hutt, M. D., & Speh, T. W. (2010). *Business Marketing Management: B2B* (10<sup>th</sup> ed.). Mason (Ohio) [etc.]: South-Western.
16. Javni zavod Šport Ljubljana. (2014). *Osnutek trženjske strategije Javnega zavoda Šport Ljubljana za obdobje 2014–2019* (interno gradivo). Ljubljana: Javni zavod Šport Ljubljana.
17. Javni zavod Šport Ljubljana. (2015). *Osnutek letnega poročila za leto 2014* (interno gradivo). Ljubljana: Javni zavod Šport Ljubljana.
18. Jobber, D. (1995). *Principles and Practice of Marketing*. London: McGraw-Hillbook Company.

19. Kaase, M. (1999). Kriteriji kvalitete pri anketah (neredigirano gradivo). Najdeno 10. aprila 2014 na spletni strani [http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/file/e-dokumenti/Kaase\\_Memorandum\\_Kriteriji\\_kvalitete\\_pri\\_anketah.pdf](http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/file/e-dokumenti/Kaase_Memorandum_Kriteriji_kvalitete_pri_anketah.pdf)
20. Kavčič, B., & Smodej, V. (2003). *Javni sektor*. Novo mesto: Visoka šola za upravljanje in poslovanje.
21. Kent, M. (2006). *The Oxford Dictionary of Sports Science & Medicine* (3<sup>rd</sup> ed.). Oxford: Oxford University Press.
22. Klemenčič, S., & Hlebec, V. (2007). *Fokusne skupine kot metoda presojanja in razvijanja kakovosti izobraževanja*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.
23. Kolar, E., Jurak, G., & Kovač, M. (ur.) (2010). Analiza Nacionalnega programa športa v Republiki Sloveniji 2000–2010. Najdeno 3. junija 2014 na spletni strani [http://www.fsp.unilj.si/COBISS/Monografije/Analiza.nac.prog.sporta2010\\_1.pdf](http://www.fsp.unilj.si/COBISS/Monografije/Analiza.nac.prog.sporta2010_1.pdf)
24. Komisija evropskih skupnosti. (2007). *Bela knjiga o športu*. Luxembourg: Urad za uradne publikacije Evropskih skupnosti.
25. Kotler, P. (2004). *Management trženja* (11. izd.). Ljubljana: Založba GV.
26. Kovač, B. (1997). *Menedžment neprofitnih organizacij* (vol. 1). Nova Gorica: Educa.
27. Kristan, S. (2010). Red v izrazju – red v glavah ... in nasprotno. *Šport*, 58(1/2), 39–48.
28. Kustec Lipicer, S., & Slabe Erker, R. (2012). *Učinkovita državna podpora za športno aktivnost državljanov. Zaključno poročilo ciljno raziskovalnega projekta*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Inštitut za družbene vede, Center za politološke raziskave, Inštitut za ekonomska raziskovanja.
29. Kustec Lipicer, S., Kropivnik, S., & Čehovin, G. (2012). *Vsak dan in gibanje. Temeljna statistična obdelava in interpretacija rezultatov. Projektno poročilo ciljno raziskovalnega projekta Učinkovita državna podpora za športno aktivnost državljanov*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Inštitut za družbene vede, Center za politološke raziskave.
30. Mestna občina Ljubljana. (2008). *Telesna in športna aktivnost v Ljubljani*. Ljubljana: Mestna občina Ljubljana.
31. Mestna občina Ljubljana. (2010). *Predlog sklepa o spremembah in dopolnitvah Sklepa o ustanovitvi javnega zavoda Športno rekreacijski center Tivoli* (interno gradivo). Ljubljana: Mestna občina Ljubljana.
32. Mestna občina Ljubljana. (2013). *Šport v Mestni občini Ljubljana* (raziskovalno poročilo). Ljubljana: Mestna občina Ljubljana.
33. Ministrstvo za gospodarstvo RS. (2007). Metodologija za stalno spremljanje zadovoljstva turistov. Priročnik. Najdeno 9. aprila 2014 na spletni strani [http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Prirocnik-metodologija\\_za\\_merjenje\\_zadovoljstva\\_EF\\_splet.pdf](http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Prirocnik-metodologija_za_merjenje_zadovoljstva_EF_splet.pdf)
34. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston, MA: McGraw-Hill.
35. Patterson, P. G. (1995). A Conceptual Model of Customer Satisfaction for Business-to-Business, Professional Services. *Advances in Services Marketing and Management*, 4, 169–193.

36. Patterson, P. G., & Spreng, R. A. (1997). Modeling the Relationship between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in a Business-to-Business, Services Context: An Empirical Examination. *International Journal of Service Industry Management*, 8(5), 414–434.
37. Peppers, D., & Rogers, M. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
38. Piercy, N. F. (2009). *Market-Led Strategic Change* (4<sup>th</sup> ed.). Oxford; Burlington (ZDA): Butterworth-Heinemann.
39. Pistotnik, B., Sila, B., & Jarnovič, Z. (2003). *Osnove gibanja* (2. pop. in dop. izd.). Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
40. Planinšek, S., Škof, B., Leskošek, B., Žmuc, T. M., & Pori, M. (2013). Povezanost športne dejavnosti s stresom in z zadovoljstvom z življenjem pri odraslih Slovencih. *Slovenian Journal of Public Health*, 53(1), 1–10. Najdeno 27. marca 2014 na spletni strani <http://www.degruyter.com/view/j/sjph.2014.53.issue-1/sjph-2014-0001/sjph-2014-0001.xml>
41. Pučko, D., Čater, T., & Rejc, B. A. (2009). *Strateški management 2*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
42. Rekreacija. (b.l.). V *SSKJ*. Najdeno 10. januarja 2015 na spletni strani <http://www.fran.si/iskanje?View=1&Query=rekreacija&All=rekreacija&FilteredDictionaryIds=130>
43. Resolucija o nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023. *Uradni list RS* št. 26/2014.
44. Rogelj, R., & Marinšek, D. (2014). *Statistična analiza: Zbirka rešenih primerov s komentarji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
45. Sheth, J. N., & Sisodia, R. (1999). Revisiting Marketnig's Lawlike Generalizations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(1), 71–78.
46. Sila, B. (2010). Delež športno dejavnih Slovencev in pogostost njihove športne dejavnosti. *Šport*, 58(1-2), 94–99.
47. Söderlund, M. (1998). Customer Satisfaction and its Consequences on Customer Behavior revisited: The Impact of Different levels of Satisfaction on Word-of-Mouth Feedback to the Supplier and Loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, 9(2), 169–188.
48. Special Eurobarometer. (2014). Sport and Physical Activity. Najdeno 3. junija 2014 na spletni strani [http://ec.europa.eu/sport/news/2014/eurobarometer-survey-sport-physical-activity\\_en.htm](http://ec.europa.eu/sport/news/2014/eurobarometer-survey-sport-physical-activity_en.htm)
49. Starček, S., & Petrovič, D. (2013). Prostorsko-časovna analiza stanja športnih objektov v Sloveniji v obdobju 1975–2012. *Geodetski vestnik*, 57(3), 544–560.
50. Šport. (b.l.). V *SSKJ*. Najdeno 10. januarja 2015 na spletni strani <http://www.fran.si/iskanje?FilteredDictionaryIds=130&View=1&Query=%C5%A1port>
51. *Športna rekreacija v Ljubljani*. Najdeno 10. januarja 2015 na spletni strani <http://www.ljubljana.si/si/zivljenje-v-ljubljani/sport/sportna-rekreacija-v-ljubljani/>

52. Thomas, J. S., Reinartz, W., & Kumar, V. (2004). Getting the Most out of All your Customers. *Harvard Business Review*, 82(7/8), 116–123.
53. *US Framework and VALS™ Types*. Najdeno 13. januarja 2015 na spletni strani <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml>
54. Zakon o športu. *Uradni list RS* št. 22/1998.
55. Yankelovich, D., & Meer, D. (2006). Rediscovering Market Segmentation. *Harvard Business Review*, 84(2), 122–131. Najdeno 13. januarja 2015 na spletni strani [http://viewpointlearning.com/wp-content/uploads/2011/04/segmentation\\_0206.pdf](http://viewpointlearning.com/wp-content/uploads/2011/04/segmentation_0206.pdf)
56. *Ika – Spletni portal za izvedbo spletnega anketiranja*. Najdeno 1. junija 2014 na spletni strani <http://www.ika.si/>



## **PRILOGE**



## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Slovenski šport v številkah .....	1
Priloga 2: Temeljni cilji nacionalnega programa športa v Sloveniji in njihova povezanost z ukrepi in družbenimi področji .....	2
Priloga 3: Orodja in metode za spremljanje zadovoljstva uporabnikov .....	4
Priloga 4: Organigram JZ Šport Ljubljana .....	5
Priloga 5: Seznam objektov in površin v upravljanju JZ Šport Ljubljana .....	6
Priloga 6: Opis drugih parkov in enot JZ Šport Ljubljana .....	9
Priloga 7: Osnovne dejavnosti JZ Šport Ljubljana.....	15
Priloga 8: Tržna ponudba JZ Šport Ljubljana .....	16
Priloga 9: Vabilo k sodelovanju v skupinski razpravi.....	17
Priloga 10: Opomnik za izvedbo razprave fokusne skupine .....	18
Priloga 11: Zanimivi odgovori udeležencev fokusne skupine .....	20
Priloga 12: Vabilo k sodelovanju v anketni raziskavi .....	22
Priloga 13: Anketni vprašalnik.....	23
Priloga 14: Splošna analiza raziskave – grafični prikazi odgovorov na vprašanja .....	28
Priloga 15: Analitični pregled rezultatov in statistična obdelava podatkov .....	37
Priloga 16: Izračuni povprečnih vrednosti ocen in rezultati Bonferronijevega post hoc testa .....	49



## Priloga 1: Slovenski šport v številkah

Tabela 1: Slovenski šport v številkah

Vsi javni izdatki za šport (v EUR)	154.910.945
Povprečna letna poraba gospodinjstva za šport (v EUR)	308,4
Število delujočih športnih organizacij	10.201
Število delujočih športnih društev in njihovih združenj	6.286
Skupni prihodki športnih društev in njihovih združenj (v EUR)	214.828.059
Sredstva letnega programa športa na prebivalca (v EUR)	75,36
Pokrite športne površine (m <sup>2</sup> na prebivalca)	0,33
Nepokrite športne površine (m <sup>2</sup> na prebivalca)	3,18
Planinske poti (v km)	9.000
in planinske kočje (število koč in bivakov)	176
Število ur obvezne športne vzgoje na teden v vzgojno-izobraževalnem sistemu (šolske ure – 45 min)	2–3*
	1–3**
*osnovne šole, **srednje šole, *** univerze	0***
Število minut izbirne športne vzgoje v vzgojno-izobraževalnem sistemu (v zadnjih treh razredih osnovne šole)	45–90
Delež odraslih prebivalcev, ki se ukvarjajo s športom (podatki za l. 2008 v odstotkih)	64
Število otrok v športnih programih Zlati sonček in Krpan	87.236
Število podeljenih priznanj v programih Ciciban planinec in Mladi planinec	8.464
Delež plavalcev med 12-letnimi otroki (v odstotkih)	92,60
Število registriranih športnikov v tekmovalnih sistemih nacionalnih panožnih športnih zvez, kjer tekmujejo za naslov državnega prvaka	122.052
Število kategoriziranih športnikov	5.110
Število vrhunskih športnikov	1.051
Število športnikov svetovnega razreda	131
Število športnih panog s kategoriziranimi športniki	115
Število občin s kategoriziranimi športniki	134

Opomba: Podatki so bili pridobljeni pri Zavodu za šport RS Planica in se nanašajo pretežno na leto 2012. Podatek o skupni višini javnofinančnih izdatkov za šport se nanaša na leto 2011, ker podatki lokalnih skupnosti za leto 2012 še niso na voljo. Podatki o obsegu športnih površin na prebivalca se nanašajo na leto 2010 (vir: MŠŠ). Podatki o prihodkih športnih društev so povzeti iz Ajpesove zbirke za leto 2010. Podatek Sursa o povprečni letni porabi gospodinjstva za šport, ki v to postavko šteje večjo opremo za šport in prosti čas, opremo za šport, lov, kampiranje in rekreacijo na prostem, storitve za šport in rekreacijo ter kolo, se nanaša na leto 2010. Podatek o deležu odraslih prebivalcev, ki se ukvarjajo s športom, je iz leta 2008 (vir: raziskava Slovensko javno mnenje). Število delujočih športnih organizacij je povzeto iz zbirke MNZ, število športnih organizacij iz zbirke Ajpesa, oba podatka pa se nanašata na leto 2012. Podatek o planinskih poteh in kočah je iz zbirke Planinske zveze Slovenije iz leta 2013.

*Vir: Resolucija o nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023, Ur. l. RS, št. 26/2014, str. 3.*

**Priloga 2: Temeljni cilji nacionalnega programa športa v Sloveniji in njihova povezanost z ukrepi in družbenimi področji**

*Tabela 2: Temeljni cilji*

<b>TEMELJNI CILJI</b>		<b>STANJE</b> (podatki za SLO za leto*2008, **2009, ***2012)	<b>CILJI</b> (do leta 2023)
Povečati delež športno dejavnih odraslih prebivalcev Slovenije – na 70 odstotkov.	(delež športno dejavnih odraslih v odstotkih)	64**	70
V skupnem deležu športno dejavnih odraslih prebivalcev Slovenije povečati delež redno športno dejavnih odraslih prebivalcev Slovenije – za 5 odstotkov.	(delež redno športno dejavnih odraslih v odstotkih)	33**	38
Povečati delež športno dejavnih prebivalcev v strokovno vodenih programih.	(delež športno dejavnih prebivalcev v strokovno vodenih programih v odstotkih)	25*	28
Povečati število športnikov v tekmovalnih sistemih - za 3 odstotke	(št. športnikov v tekmovalnih sistemih)	10.540***	112.727
Ohraniti število vrhunskih športnikov.	(št. vrhunskih športnikov)	1.051***	1051
Povečati prepoznavnost športa kot pomembnega družbenega podsistema		/	/

*Vir: Resolucija o nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023, Ur. l. RS, št. 26/2014, str. 7.*

*Slika 1: Povezanost temeljnih ciljev in ukrepov s področji, ki bodo z dejavnostmi izpeljale ukrepe NPŠ v Sloveniji*



Opomba: NPŠ – Nacionalni program športa, NPŠZ – Nacionalne panožne športne zveze

Vir: Resolucija o nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023, Ur. l. RS, št. 26/2014, str. 7.

### Priloga 3: Orodja in metode za spremljanje zadovoljstva uporabnikov

Tabela 3: Orodja in metode za spremljanje zadovoljstva uporabnikov

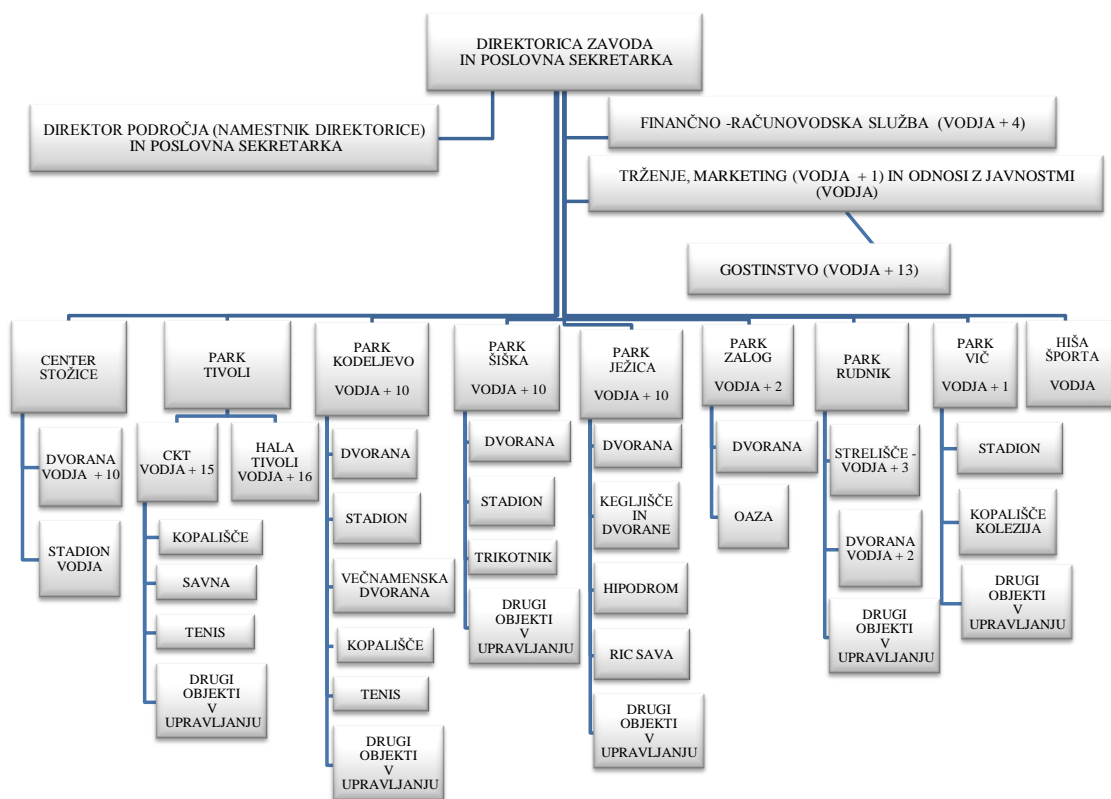
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sistemi za sprejem pritožb in predlogov</b></li></ul>	»Podjetje, ki se osredotoči na kupce poskrbi, da le ti brez težav izražajo predlog in pritožbe. Poleg tega za hitro obojestransko komuniciranje uporabljajo tudi spletne strani in elektronsko pošto.«
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ankete o zadovoljstvu kupcev</b></li></ul>	»Raziskave kažejo, da se le pet odstotkov kupcev pritoži, čeprav so kupci v povprečju nezadovoljni z vsakim četrtem nakupom. Večina kupcev preprosto kupuje manj ali zamenja ponudnika. Pametna podjetja neposredno merijo zadovoljstvo z izvajanjem periodičnih anket. Ko zbiramo podatke o zadovoljstvu, je smiselno kupce povprašati še po nakupnih namerah in verjetnosti ali njihovi pripravljenosti priporočiti podjetje ali blagovno znamko drugim ljudem.«
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Navidezno nakupovanje</b></li></ul>	»Podjetja lahko najamejo ljudi, ki po krinko nakupovalca izkusijo nakupovanje pri podjetju in njegovi konkurenci ter poročajo o močnih in šibkih točkah teh doživetij. Ti navidezni nakupovalci lahko celo preverijo, kako se prodajno osebje odziva v različnih okoliščinah. Tudi vodilni možje bi morali občasno zapustiti pisarne in se pod krinko odpraviti nakupovat v svojem in konkurenčnih podjetjih, da bi se sami prepričali kako se ravna s kupci. Ravnanje s klici kupcev bi na primer preverili tako, da bi kot kupec z vprašanji in pritožbami poklicali v lastno podjetje.«
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Analiza izgubljenih kupcev</b></li></ul>	»Podjetja bi morala poklicati kupce, ki so nehali kupovati ali so se preselili k tekmeccem, in preveriti, zakaj se je to zgodilo. Ne samo, da se je pomembno pogovarjati, ko kupec prvič neha kupovati, sproti moramo tudi spremljati odstotek izgubljenih kupcev.«

Vir: P. Kotler, *Management trženja*, 2004, str. 64, tabela 3.1.



## Priloga 4: Organigram JZ Šport Ljubljana

Slika 2: Organigram JZ Šport Ljubljana



Vir: JZ Šport Ljubljana, Osutek letnega poročila za leto 2014, 2015.

## Priloga 5: Seznam objektov in površin v upravljanju JZ Šport Ljubljana

Tabela 4: Seznam objektov in površin v upravljanju JZ Šport Ljubljana

Javni zavod ŠPORT	LJUBLJANA	
Zaporedna številka	Ime objekta	Naslov
<b>PARK TIVOLI</b>		
1	Športni park Tivoli – Hala Tivoli	Celovška cesta 25
1a	Športni park Tivoli – Kopališče Tivoli	Celovška cesta 25
2	Kopališče Ilirija	Celovška cesta 3
3	Rastlinjak Tivoli	Celovška cesta 25
4	Letno telovadišče Ilirija	Bleiweisova
<b>PARK KODELJEVO</b>		
5	Igrišča Moste (v sklopu ŠD Moste)	Proletarska 3
6	Igrišča Vodmat	Malenškova
7	Igrišča za ulično košarko Močnikova	Močnikova
8	Igrišče Zelena jama (v sklopu Partizan Zelena jama)	Pokopališka
9	Košarkarsko igrišče Gašperšičeva	Gašperšičeva
10	Košarkarsko igrišče Rožičeva	Rožičeva
11	Partizan Moste	Proletarska 3
12	Partizan Zelena jama	Pokopališka 35
13	Rokometno in košarkarsko igrišče Hrušica	
14	Športna igrišča Štepanjsko naselje 1	Ob Parmski ulici
15	Športna igrišča Štepanjsko naselje 2	Steletova
16	Športni center Sloga	Cesta na Brinovec
17	Športni park Kodeljevo	Gortanova 21
18	ŠRC Fužine	Archinetova ulica
19	ŠRC Fužine – tenis	Archinetova ulica
20	ŠRC Fužine Brodarjev trg	Brodarjev trg
21	ŠRC Poljane	Zarnikova 3
22	ŠRC Štepanjsko naselje	Ob Pesarski ulici
<b>PARK ŠIŠKA</b>		
23	Balinarska dvorana Šiška	Jezerska 5
24	Kajak kanu center Tacen	Marinovševa 8 a
25	Košarkarsko igrišče na Pečnikovi	Pečnikova
26	Košarkarsko igrišče Pustovrhovi	Pustovrhova
27	Košarkarsko in rokometno igrišče Dravlje	Vodnikova
28	Mostovna, Športni park Ljubljana	Milčinskega 2
29	Nogometno igrišče Črnuče	Dunajska 155
30	Nogometno igrišče Tabor 69	Na Gaju 2
31	Rekreacijski center Mostec	Mostec
32	Skakalni center Mostec	Vodnikova 155
33	Smučarski center Poseka Gunclje	Kosijeva 1
34	Športna igrišča Stanežiče	Stanežiče
35	Športni center Črnuče	Cesta 24. junija 15
36	Športni center Gameljne Rašica	Srednje Gameljne 50
37	Športni center Tesovnikova – baseball	Tesovnikova
38	Športni center Tesovnikova – nogomet	Tesovnikova

se nadaljuje

nadaljevanje

	39	Športni park Ilirija	Vodnikova 155
	40	Športni park Ljubljana – stadion	Milčinskega 2
	41	Športni park Ljubljana – Trikotnik	Milčinskega 2
	42	Športno igrišče Plešičeva	Plešičeva
	43	Teniška igrišča Dravlje	Smrtnikova
	44	Trim steza Tivoli	Celovška 25
<b>PARK RUDNIK</b>			
	45	Veslaški center Ljubljana	Velika čolnarska 20
	46	Centralno strelišče	Dolenjska 11
	47	Igrišča Krim (balinarska dvorana Krim)	Pot k ribniku 3
	48	Igrišča Krim – Rakovnik (v sklopu Krim balinarska dvorana Krim)	Pot k ribniku
	49	Kajak kanu center Livada	Livada 31
	50	Športna dvorana Krim	Ob dolenski železnici 50
<b>PARK VIČ</b>			
	51	Igrišča Kozarje	Cesta na ključ
	52	Kopališče Kolezija	Hajdrihova 21
	53	Košarkarsko igrišče Kolezija	Hajdrihova 21
	54	Košarkarsko igrišče v KS Zeleni log	Cesta dveh cesarjev
	55	Košarkarsko igrišče v Murglah (v sklopu Murgle II)	Murgle
	56	Partizan Vič	Tržaška 76
	57	Športni park Svoboda	Gerbičeva 61
	58	Teniška igrišča Murgle I	V Murglah 213
	59	Teniška in košarkarska igrišča Murgle II	V Murglah 95 a
<b>PARK JEŽICA</b>			
	60	Balinarska dvorana Zarja	Linhartova 47
	61	Balinišče BS-3	Baragova
	62	Družbeni dom stadion – telovadnice, kegljišče	Staničeva 41
	63	Dvorana Bu-Ba	Vodovodna 25
	64	Hipodrom Stožice	Stožice 28
	65	Igrišča v BS-3	Trebinjska - Puhova
	66	Igrišča v Savskem naselju 1	Mislejeva
	67	Igrišča v Savskem naselju 2	Šerkova
	68	Košarkarsko igrišče na Tesovnikovi	Tesovnikova
	69	Košarkarsko igrišče na Trtnikovi	Tratnikova
	70	Nogometno igrišče Jama	Vodovodna 25
	71	Nogometno igrišče Šmartno	Zabretova
	72	Rokometno in košarkarsko igrišče v Jami	Vodovodna 35
	73	Strelišče Tabor Ježica	Dunajska 230
	74	Športni center BS-7	Ulica Staneta Severja
	75	Športni center Ježica	Savlje 6
	76	Športni center Savsko naselje	Ob Stolpniški ulici
	77	Teniška igrišča Kvedrova	Kvedrova
<b>RIC SAVA</b>			
	78	Konjeniške športne površine PIP in RIC	Pot k Savi
	79	Športni center Tomačevski prod	Pot k Savi

se nadaljuje

nadaljevanje

<b>CENTER STOŽICE</b>		
80	Center Stožice	Vojkova 30
<b>PARK ZALOG</b>		
81	Drsališče Zalog	Hladilniška 36
82	Oaza Zalog	Hladilniška 36
<b>HIŠA ŠPORTA</b>		
83	Hiša športa	Breg 2

*Vir: JZ Šport Ljubljana, Osnutek trženjske strategije Javnega zavoda Šport Ljubljana za obdobje 2014–2019, 2014.*

## **Priloga 6: Opis drugih parkov in enot JZ Šport Ljubljana**

### **Park Kodeljevo**

Park Kodeljevo zajema parkovne površine z napravami za fitnes na prostem, teniška igrišča, letno kopališče in pokriti bazen za vadbo zunaj poletne sezone, namiznoteniško dvorano, težkoatletsko in večnamensko plesno dvorano, atletsko progo in nogometni stadion, nogometno igrišče z umetno travo, zunanja betonska igrišča in športno dvorano s pripadajočimi prostori.

Teniška igrišča obsegajo devet igrišč. Letno jih obiše okoli 25.000 uporabnikov. Igralna sezona poteka od aprila do oktobra. Štiri teniška igrišča so razsvetljena in omogočajo tudi večerno športno vadbo in tekmovanja v tenisu.

V poletnem kopališču sta dva velika plavalna in dva otroška bazena. Veliki olimpijski bazen meri 50 x 25 m. Poleg bazena je zgrajena tribuna, ki lahko sprejme do 500 gledalcev. Bazen je razsvetljen in omogoča večerne treninge in tekmovanja v vodnih športnih. Veliki rekreacijski bazen meri 50 x 20 m. Ob bazenu so dva tobogana in vodna drča, ki obiskovalcem omogočajo dodatno razvedrilo. Veliki otroški bazen meri 43 x 15 m. Mali otroški bazen je okrogle oblike s premerom 5 m. Ob bazenskih kapacitetah so obiskovalcem na voljo uporaba otroškega igrišča z igrali, veliko travnatih površin za igre z žogo ter ležalniki in senčniki za sproščanje in počitek. Pokriti bazen se postavi zunaj poletne sezone z montažo platnene strehe (balona) nad velikim plavalnim bazenom olimpijskih dimenzij in delom tribun. Športna vadba je namenjena plavalnim klubom in društvom in poteka na 50- ali 25-metrskih progah. V sklopu objekta je tudi namiznoteniška dvorana, ki omogoča športno vadbo in tekmovanja ter rekreacijo v namiznem tenisu ter dve prenovljeni dvorani, težkoatletsko in večnamensko dvorano, ki je namenjena suhim treningom plavalcev, vodeni vadbi, plesu in borilnim športom.

Atletski in nogometni stadion sestavljajo glavna tribuna, atletska proga in glavno nogometno igrišče z naravno travo. Na glavni tribuni je 1.500 sedežev. Na atletskem stadionu so šest 400-metrskih stez iz tartana, skakališče za skok v daljavo in metališče, ki omogoča vadbo meta krogle, kopja, diska in kladiva. Glavno nogometno igrišče meri 105 x 69 m. Pomožno nogometno igrišče z umetno travo meri 100 x 60 m in je razsvetljeno z reflektorji, zato je omogočena izvedba večernih rekreativnih dejavnosti, športne vadbe, treningov in tekmovanj.

Športna dvorana Kodeljevo obsega veliko in malo športno dvorano. Na tribunah v veliki športni dvorani je 1.540 sedišč. Dvorana je namenjena športni vadbi, tekmovanjem, rekreaciji ter različnim srečanjem, shodom in kulturno-zabavnim prireditvam. V mali športni dvorani, ki meri 20 x 10 m, potekajo dejavnosti športnih društev, ki organizirajo vadbo športnega plesa in borilnih športov. Drugi objekti v upravljanju so Igrišča Moste (v sklopu ŠD Moste), Igrišča Vodmat, Igrišča za ulično košarko Močnikova, Igrišče Zelena jama (v sklopu Partizan Zelena jama), Košarkarsko igrišče Gašperšičeva, Košarkarsko igrišče Rožičeva, Partizan Moste,

Partizan Zelena jama, Rokometno in košarkarsko igrišče Hrušica, Športna igrišča Štepanjsko naselje 1, Športna igrišča Štepanjsko naselje 2, Športni center Sloga, ŠRC Fužine, ŠRC Fužine – tenis, ŠRC Fužine Brodarjev trg, ŠRC Poljane, ŠRC Štepanjsko naselje.

### **Park Šiška**

V Park Šiška spada večje število objektov, tako športnih dvoran in stadionov kakor tudi zunanjih športnih igrišč, trim otokov, trim stez in drugih športno rekreacijskih površin. V parku so atletska dvorana, zunanje atletske površine, steza Holmer, glavni nogometni stadion, nogometna igrišča z umetno travo, teniška igrišča, pokrito balinišče in igrišče za odbojko na mivki.

V atletski dvorani je 60 metrov dolgo atletsko tekališče in skakališča za skoke v daljavo, v višino in skoke s palico. Dvorana je namenjena zimski športni vadbi atletov. Zunanje atletske površine merijo 33.843 m<sup>2</sup>, od tega je 15.843 m<sup>2</sup> atletske površine pokrite s politanskim tlakom. Metališča za vadbo meta krogle, kopja, diska in kladiva obsegajo 18.000 m<sup>2</sup>. Zunanje atletske površine so namenjene športni vadbi atletov.

Nogometne površine merijo 29.043 m<sup>2</sup> in zajemajo pet nogometnih igrišč: glavno nogometno igrišče v izmeri 6.798 m<sup>2</sup>, prvo pomožno nogometno igrišče v izmeri 6.936 m<sup>2</sup>, drugo pomožno nogometno igrišče v izmeri 6.000 m<sup>2</sup>, nogometno igrišče z umetno travo velikosti 108 x 70 m in malo nogometno igrišče z umetno travo velikosti 53 x 33 m. Nogometna igrišča so namenjena športni vadbi in tekmovanjem v nogometu ter nogometnim šolam. Na zunanjih površinah je na voljo še dvanajst zunanjih peščenih teniških igrišč, ki so namenjena športni vadbi in tekmovanjem v tenisu, teniškim šolam in rekreaciji. Drugi objekti v upravljanju so Balinarska dvorana Šiška, Kajak kanu center Tacen, Košarkarsko igrišče na Pečnikovi, Košarkarsko igrišče na Pustovrhovi, Košarkarsko in rokometno igrišče Dravlje, Nogometno igrišče Črnuče, Nogometno igrišče Tabor 69, Rekreacijski center Mostec, Skakalni center Mostec, Smučarski center Poseka Gunclje, Športna igrišča Stanežiče, Športni center Črnuče, Športni center Gameljne Rašica, Športni center Tesovnikova – baseball, Športni center Tesovnikova – nogomet, Športni park Ilirija, Športno igrišče Plešičeva, Teniška igrišča Dravlje, Trim steza Tivoli.

### **Park Rudnik**

Park Rudnik zajema kompleks športnih dvoran in zunanjih športnih površin na Galjevici in objekt Strelišče na Dolenjski cesti pod Golovcem.

Športno dvorano Krim na Galjevici sestavljata velika dvorana in namiznoteniška dvorana ter mala plesna dvorana. Velika dvorana meri 1.798 m<sup>2</sup>, v njej pa so montažne tribune, ki sprejmejo do 400 gledalcev. Programi v dvorani vključujejo šolske športne programe, športno vadbo in tekmovanja v košarki, rokometu in odbojki, badminton, ritmično gimnastiko ter

rekreativni šport in prireditve. Dvorano uporabljajo otroški vrtci, osnovne in srednje šole, športni klubi, druga društva in rekreativni športniki. Namiznoteniška dvorana meri 449 m<sup>2</sup>. V njej je postavljenih sedem namiznoteniških miz in montažne tribune, ki sprejmejo do 100 gledalcev. Dvorana je namenjena šolskim športnim programom, športni vadbi in tekmovanjem v namiznem tenisu ter rekreaciji. Dvorano uporabljajo otroški vrtci, osnovne in srednje šole, športni klubi, druga društva in rekreativni športniki. V sklop športne dvorane spadajo še zunanja igrišča. Skupna površina zunanjih igrišč obsega 2100 m<sup>2</sup>. Na voljo so igrišča za košarko, roket in nogomet. Pokrita so z asfaltom oziroma s športnim tlakom. Namenjena so športni vadbi športnikov in rekreaciji. Trenutno si veliko športno dvorano deli več športnih panog za igre z žogo in gimnastični klub. Gimnastiki je namenjena tretjina dvorane, drugim treningom klubov pa dve tretjini. Na tak način nobeni športni disciplini niso zagotovljeni ustrežni pogoji za izvajanje treningov. V namiznoteniški dvorani je strop prenizek, zato ta ostaja neizkoriščena. Namenjena je lahko le igri namiznega tenisa in borilnim športom. V namene zagotovitve ustrezne dvorane za ritmično gimnastiko in s tem sprostitev dvojne zasedenosti velike dvorane je načrtovana nadzidava namiznoteniške dvorane. S tem bi tudi zadostili standardu panožne zveze.

Strelišče je na Dolenjski cesti v Ljubljani in je namenjeno vsem ljubiteljem streljanja s kratkocevnim, z dolgocevnim orožjem ter zračnim in malokalibrskim orožjem. Streljanje z zračnim orožjem poteka v strelski dvorani, streljanje z drugim orožjem pa na prostem. Strelišče poleg nakupa ali najema opreme za streljanje ponuja ure rekreativnega streljanja in vodeno šolo streljanja. Možne so organizacija dogodkov in usposabljanja za podjetja, za varnostne službe, organizacija športnih dni za šole in izvedba raznih strelskih tekmovanj. V objektu so tudi različni poslovni prostori – trgovine, frizerski in masažni salon ter knjižnica. Območje strelišča obsega grajeni objekt strelišča, odprta strelišča, parkirišče ob strelišču in stranski objekt strelišča. Zunanja strelišča so 20-, 50- in 100-metrška. Na streliščih so tri prečne protistrelne pregrade z lesenimi oblogami, visoke od 2,8 do 7,2 metra, in vzdolžni zidovi na desni strani strelišča z lesenimi oblogami. Zidovi so visoki od 3,3 do 6,7 metra. Strelišče je bilo v letu 2014 prenovljeno. Posodobitev strelišča omogoča dodatne discipline streljanja na 300 m ter novo ponudbo laserskega streljanja. Prenova je omogočila tudi nižje stroške vzdrževanja objekta in izboljšala kakovost izvajanja programov. Drugi objekti v upravljanju so Veslaški center Ljublanica, Igrišča Krim (balinarska dvorana Krim), Igrišča Krim - Rakovnik (v sklopu balinarske dvorane Krim) in Kajak kanu center Livada.

## **Park Vič**

Park Vič tvori več objektov na območjih Vič, Trnovo, Murgle in Zeleni log. Glavni športni center parka je za zdaj Svoboda na Gerbičevi cesti v Ljubljani. Nogometni stadion Svoboda obsega igrišče z naravno travnato površino in s tribunami za približno do 1000 gledalcev. Nogometno igrišče je opremljeno z razsvetljavo, tako da je igranje nogometa možno tudi v večernih urah. Glavno nogometno igrišče uporabljajo nogometni klubi in društva ter tudi rekreativne skupine. Igrišču pripada še ustrezna infrastruktura (garderobe, sanitarije, pomožni

prostori). Zraven nogometnega stadiona je malo nogometno igrišče z umetno travo. Med nogometnimi igrišči in obema lokaloma je na čudovito urejenem parku nova zunanja plezalna stena, imenovana balvanska stena. V športnem parku so na voljo še balinišče, teniški center, ki obratuje le v poletnih mesecih, in dve igrišči za odbojko na mivki. V sklopu parka Vič se gradi novi športni gimnastični center, načrtovana pa je tudi gradnja novega teniškega centra s pokrito dvorano in z velikim številom zunanjih teniških igrišč.

Kopališče Kolezija bo v letu 2015 prenovljeno v sodobni plavalni kompleks z zunanjim olimpijskim bazenom, notranjim bazenom, otroškim bazenom, masažnim bazenom, s teraso za sončenje ter savnami in z gostinskim lokalom. Drugi objekti v upravljanju so Igrišča Kozarje, Košarkarsko igrišče Kolezija, Košarkarsko igrišče v KS Zeleni log, Košarkarsko igrišče v Murglah (v sklopu Murgle II), Partizan Vič, Teniška igrišča Murgle I ter Teniška in košarkarska igrišča Murgle II.

### **Park Ježica in RIC Sava**

Park Ježica obsega več športnih objektov, dvorano Ježica z zunanjimi igrišči, Rekreatijski center Savsko naselje, Rekreatijski center in kegljišče Staničeva, Hipodrom Stožice in Rekreatijsko-izobraževalni center Sava.

Športno rekreatijski center Savlje obsega športno dvorano Ježica, fitnes, savni, zunanji športni igrišči za košarko, igrišče za rokomet in igrišče za nogomet, pokriti igrišči za mali nogomet in otroško igrišče. Površina dvorane Ježica brez izvlečenih tribun je 34 x 26 m, ob izvlečenih tribunah pa 34 x 20 m. Tribune sprejmejo do 400 obiskovalcev. Dvorano uporabljajo otroški vrtci, osnovne in srednje šole ter fakulteta za šport, klubi za športno vadbo in tekmovanja v košarki, rokometu in odbojki. V objektu potekajo tudi športna rekreacija in razne prireditve. Zunanja športna igrišča so namenjena športni rekreaciji v košarki, rokometu in malem nogometu, šolskim programom in športni vadbi klubov.

Rekreatijski center Savsko naselje obsega zunanji športni igrišči za košarko, igrišče za rokomet in igrišči za mali nogomet, osem teniških igrišč in balinišče. Igrišča so namenjena športni rekreaciji v košarki, rokometu in malem nogometu. Na balinišču sta dve stezi, namenjeno pa je druženju in rekreaciji.

Rekreatijski center Staničeva obsega dve telovadnici in prenovljeno kegljišče. Telovadnici sta namenjeni predvsem rekreativnim in borilnim športom. Uporabljajo ju tudi otroški vrtci, šole, fakultete in klubi. V spodnjem delu objekta je popolnoma prenovljeno kegljišče, ki ustreza vsem mednarodnim predpisom in je primerno tako za domača kot tudi mednarodna tekmovanja.

Na hipodromu je prostor za namestitev 60 konj. Kasaški konji se lahko za svoja tekmovanja pripravljajo na tekmovalni stezi dolžine 1.000 m, za lažje treninge pa uporabljajo sodniško pot



dolžine 800 m na notranjem delu steze. Na hipodromu je dobro poskrbljeno tudi za vadbo konj in njihovih jahačev, ki se udeležujejo tekmovanj v dresurnem jahanju ali preskakovanju ovir. Na voljo sta glavno jahališče s povsem novo podlago iz mivke in šolsko jahališče. Novo postavljena pokrita jahalnica omogoča jahanje in vadbo v vseh vremenskih razmerah, z dodatno ureditvijo zaraščenih površin pa so jahalni športi pridobili nove površine za galopske dirke. Z ureditvijo novih jahalnih poti ob Savi je na voljo športno-izobraževalna pot za obiskovalce, ki omogoča krajše jahanje ali sprehajanja ob bregu Save, vse do RIC Sava, kjer sta otroško igrišče in živalska farma.

Rekreacijski in izobraževalni center Sava je nastal v sklopu evropskega projekta. Omogoča druženje na površinah za piknik, otroškem igrišču, peš in kolesarski poti ter mini živalski farmi. Gre za center, ki je namenjen izobraževanju in dejavnemu preživljanju prostega časa v naravi.

Rekreacijske in izobraževalne površine ob reki Savi potekajo od Tomačevega do Sneberij in obsegajo 144.618 m<sup>2</sup>, namenjene pa so otrokom, invalidom ter preostalim prebivalcem regije, obiskovalcem in turistom. Omogočajo rekreacijo in sprostitev v naravi, poudarek pa je na jahalnih športnih, vzgoji mladih v tem športu ter odgovornem odnosu do narave in okolja. Center je le streljaj od mesta, kjer so bili pred ureditvijo prostora barakarsko naselje in črna odlagališča odpadkov. Naravno okolje ob reki Savi je idiličen prostor za sprostitev, rekreacijo, izobraževanje in dejavni oddih. Drugi objekti v upravljanju so Balinarska dvorana Zarja, Balinišče BS-3, Dvorana Bu-Ba, Igrišča v BS-3, Igrišča v Savskem naselju 1, Igrišča v Savskem naselju 2, Košarkarsko igrišče na Tesovnikovi, Košarkarsko igrišče na Trtnikovi, Nogometno igrišče Jama, Nogometno igrišče Šmartno, Rokometno in košarkarsko igrišče v Jami, Strelišče Tabor Ježica, Športni center BS-7, Športni center Savsko naselje, Športni center Triglav, Teniška igrišča Kvedrova.

### **Center Stožice**

Center Stožice je novozgrajeni veličasten objekt, ki zajema večnamensko športno dvorano, ogrevalno dvorano, nogometni stadion in zunanja športna igrišča.

V večnamenski dvorani Stožice je 12.480 sedišč na treh nivojih (zeleni nivo, VIP-nivo in rdeči nivo). Dvorana se razprostira na 14.164 m<sup>2</sup>. Velikost večnamenske velike dvorane je 3.240 m<sup>2</sup> (72 x 45 m – betonska ploščad z umaknjenimi tribunami) oz. 1.124 m<sup>2</sup> (45 x 25 m – izmera parketne površine). Na srednjem nivoju dvorane je posebna centralna VVIP-loža s kapaciteto 150 stojišč oziroma 70 sedišč. Prostor je primeren za organizirana predavanja, konference, poslovna srečanja ob dogodkih v dvorani, zaključne zabave ipd. Na istem nivoju so tudi pisarne dvorane. Na kletnem nivoju je ogrevalna dvorana, ki je namenjena treningom in tekam selekcij domicilnih klubov ter rekreaciji občanov v prostih terminih. Velikost ogrevalne dvorane je 900 m<sup>2</sup> (dimenzij 45 x 20 m), na voljo je tudi montažna tribuna za 700

gledalcev. Na zgornji ploščadi je urejeno novo večnamensko asfaltno igrišče za igre z žogo. Igrišče je razsvetljeno, zato je omogočena vadba tudi v večernih urah.

Na stadionu Stožice je 16.038 sedišč na tribunah, 558 VIP-sedežev, 210 novinarskih sedežev in 97 mest za invalide. Poleg nogometa je stadion namenjen tudi drugim športnim in kulturno - zabavnim prireditvam. Skupna površina stadiona je 24.614 m<sup>2</sup>. V sklopu stadiona je centralna VVIP-loža s kapaciteto 300 stojišč oziroma 150 sedišč. Prostor je primeren za organizirana predavanja, konference, poslovna srečanja ob dogodkih na stadionu, zaključne zabave ipd.

### **Park Zalog**

Park Zalog je v predmestju Ljubljane, in sicer v četrtini skupnosti Polje. Obsega pokrito drsališče z garderobami, s poslovnimi prostori in z gostinskim lokalom. Ob drsališču je tudi prenovljena stavba z dvoranami, s poslovnimi prostori in savno.

V sklopu objekta so poleg ledene dvorane garderobe, pisarne in gostinski lokal. Dvorana Zalog je namenjena treningom in tekmam domicilnih hokejskih klubov, vadbi curlinga, umetnostnemu drsanju in rekreativnemu drsanju meščanov in obiskovalcev iz okoliških krajev. V dvorani v dopoldanskem času od septembra do marca potekajo še drsalni tečaji za otroke iz ljubljanskih vrtcev. Športna površina v dvorani skupaj z garderobami in s poslovnimi prostori meri 3.370 m<sup>2</sup>. Ledena ploskev za hokej meri 2.450 m<sup>2</sup>, ob njej pa so tribune za 850 obiskovalcev. V sklopu dvorane so šest garderob, gostinski lokal ter sejna soba in pisarne. Ob drsališču so v ločenem objektu še manjši športni dvorani, gostinski lokal, kompleks s savnami in pisarniški prostori.

### **Hiša športa**

Hiša športa je v središču mesta na Bregu ob Ljubljanici. Namenjena je druženju in predstavitvi športa na enem mestu. Gre za povezovanje in zbiranje ljudi, ki delujejo na različnih ravneh športa: športnike, navijače, sponzorje, turiste, rekreativce, skratka, vse ljubitelje športa. Hiša športa velja za središče informacij vsega športnega dogajanja v Ljubljani. V njej se prepletajo šport, turizem, gospodarstvo, zdravstvo, promet, kultura in umetnost. Skozi zgodbo o ljubljanskem športu pa obiskovalce nagovarja tudi k strpnosti, solidarnosti in fair playu. V Hiši športa so na voljo skupinski ogledi tekem in različnih športnih dogodkov, poleg tega pa so na prodaj vstopnice za dogodke, vstopnice za obisk rekreacijskih dejavnosti JZ Šport Ljubljana, navijaški rekviziti največjih ljubljanskih klubov in različni promocijski športni artikli.

## **Priloga 7: Osnovne dejavnosti JZ Šport Ljubljana**

Iz sklepa o ustanovitvi JZ Šport Ljubljana so razvidne naslednje osnovne dejavnosti, ki jih zavod opravlja na način in pod pogoji, ki veljajo za javno službo (Mestna občina Ljubljana, 2010):

- upravljanje s športnimi objekti;
- opravljanje in organiziranje vzdrževanje objektov, delov objektov in naprav ter opreme v upravljanju;
- zagotavljanje normalnega delovanja vseh objektov v upravljanju;
- oddajanje športnih objektov in prostorov v uporabo izvajalcem letnega programa športa v Mestni občini Ljubljana (športnim klubom, društvom, organizacijam itd.) ter drugim uporabnikom;
- spremljanje in analiziranje nalog v športu ter izvajanje letnega programa športa v Mestni občini Ljubljana;
- dajanje pobud in predlogov ustanovitelju za izboljšanje stanja v športu;
- priprava strokovnega gradiva za ustanovitelja;
- načrtovanje izobraževanja in usposabljanja strokovnih delavcev za delo v športu;
- strokovna in organizacijska pomoč izvajalcem letnega programa športa;
- skrb za zavarovanje objektov in opreme ter skrb za varno obratovanje objektov in naprav;
- zbiranje in posredovanje podatkov za potrebe informatike v športu;
- svetovanje pri načrtovanju, obnovi in gradnji športnih objektov v mestni občini;
- sodelovanje pri izvajanju in organizaciji športnih programov in programske rekreacije.

## **Priloga 8: Tržna ponudba JZ Šport Ljubljana**

**Ponudba uporabe infrastrukture in storitev za prireditve** vključuje oddajo prostorov in dodatne storitve vzdrževanja in tehnične priprave, na primer:

- pripravo in ureditev dvoran in površin za športne in koncertne dogodke, kongrese, seminarje, predavanja ali različne panoge športnih prireditev (postavitev parketa, prekrivanje parterja z zaščito, postavitev tribun, stolov in odra ipd.);
- vzdrževanje in pripravo površin za različne potrebe dogodkov in športnih tekmovanj (košnja, ureditev zelenic, zaris in pripravo igrišč, prekrivanje površin z zaščito ipd.).

**Ponudba gostinskih storitev** je vezana na prodajo in postrežbo hladnih in toplih napitkov, prigrizkov in slaščic v gostinskih lokalih v objektih v upravljanju, gostinskih kioskih in mobilnih enotah ob prireditvah ter po naročilu ob posebnih dogodkih, predavanjih, seminarjih ipd.

**Ponudba drugih storitev** zajema vse druge trženjske storitve, npr. vodene ogleda, pripravo prostorov za tiskovne konference, seminarje in seje, pripravo površin za namene snemanja, vzdrževanje in dobavo ledu, razna drobna popravila, postavitev in priklop LED-zaslonov, čiščenje, postavitev varovalnih ograj, dostavo in montažo tribun ipd.

**Ponudba kapacitet oglasnih površin** zajema oglasni prostor v objektih, ob športnih površinah in športnih dvoranah, nadomestila za postavitev plakatnih mest na parcelnih zemljiščih, oglasne površine in plakatna mesta v sanitarijah, svetlobne napise na fasadah objektov kot tudi pravice do poimenovanja športnega objekta.

**Ponudba športno rekreacijskih in drugih dejavnosti** zajema:

- rekreacijsko drsanje za posameznike in organizirane skupine (izvajanje rekreacije, športnih dni, izposoja in brušenje drsalk ipd.);
- rekreacijsko plavanje za posameznike in organizirane skupine (izvajanje rekreacije, tečajev, športnih dni, tekmovanj ipd.);
- rekreacijsko vadbo v fitnesu, v plesnih in drugih dvoranah (izvajanje rekreacije, individualne ure, organizacijo in izvedbo vodene vadbe, prilagojenih treningov ipd.), rekreacijo na teniških igriščih (izvajanje rekreacije, vodenje in organizacijo tekmovanj, pripravo igrišč ipd.);
- rekreacijo na kegljišču za posameznike in organizirane skupine (izvajanje rekreacije, pripravo stez, vodenje in organizacijo tekmovanj ipd.);
- rekreativno streljanje za posameznike in organizirane skupine (izvajanje rekreacije, pripravo strelišča, inštrukcije in poučevanje, zagotavljanje varnosti ipd.);
- ponudbo v savni (ponudbo finske, turške in infra savne, vključno s teraso za nudistično sončenje z bazenom, ponudbo raznovrstne masaže in ritualov sproščanja).

## Priloga 9: Vabilo k sodelovanju v skupinski razpravi

---

Spoštovani,

V okviru raziskave o **zadovoljstvu uporabnikov rekreativnih dejavnosti Šport Ljubljana** bomo izvedli skupinsko razpravo z uporabniki – rekreativci. Ker so vaša mnenja za nas zelo pomembna, vas vljudno vabimo k sodelovanju.

Skupinska razprava bo potekala v obliki **sproščenega pogovora skupine 8–12 udeležencev**. Pogovor bo trajal **predvidoma 45–60 min.**, udeleženci pa bodo po končani razpravi v **zahvalo** prejeli darilni bon.

Razprava bo potekala **v četrtek 22. 5. 2014** v popoldanskem času (**okoli 18. ure**) v sejni sobi Službe za trženje in marketing Šport Ljubljana v **Hali Tivoli**.

Veseli bomo vašega odziva, v primeru vaše zadržanosti pa odziva katerega od rekreativcev iz vaše skupine. Prosimo, da nam svojo odločitev sporočite na telefonsko številko 031 603 538.

Lepo vas pozdravljamo in se vam vnaprej zahvaljujemo za sodelovanje.



### ŠPORT LJUBLJANA

Irena Vrtačnik Dujić  
vodja službe – trženje in marketing  
T: 01 430 68 45  
F: 01 231 68 61  
M: 031 603 538  
E: [irena.vrtacnikdujic@sport-ljubljana.si](mailto:irena.vrtacnikdujic@sport-ljubljana.si)  
[www.sport-ljubljana.si](http://www.sport-ljubljana.si)

 Pomislite na okolje, preden natisnete to elektronsko sporočilo.

## Priloga 10: Opomnik za izvedbo razprave fokusne skupine

---

TEMA: zadovoljstvo udeležencev športnih dejavnosti JZ Šport Ljubljana (predvideni čas razprave: 45–60 min.)

### PREDSTAVITEV (5')

---

- ✓ Predstavitel skupine, ki bo vodila razpravo (organizatorica, moderatorica, zapisovalka).
- ✓ Predstavitel namena raziskave, predstavitev pravil v razpravi: ni pravih in napačnih odgovorov; zbiranje iskrenih mnenj; zaželeno intenzivno sodelovanje vseh udeležencev; pojasnilo avdio snemanja ...
- ✓ Kratka predstavitev sodelujočih (ime in dejavnost, ki se je najpogosteje udeležujejo).
- ✓ Udeležence posedemo po skupinah (TENIS / FITNES / VODENA VADBA / PLAVANJE / NOGOMET).

### UVODNI DEL – zbiranje informacij (5')

**Ugotoviti želimo, kako se zbirajo informacije o ponudbi športne rekreacije.**

---

#### **MODERATOR:**

- ✓ Kaj menite, na kakšen način rekreativci zbirajo informacije o ponudbi (npr. s priporočili prijateljev/znancev/družine, z letaki/akcijskimi obvestili v športnih objektih, v internetu, FB, brošurah, revijah, radijske reklamah, TV-reklamah ...)?
- ✓ Kateremu od teh virov (MODERATOR: na kratko povzame vire, ki so jih udeleženci našli) pa vi najbolj zaupate/verjamete? Zakaj?

### REKREACIJA – splošno (15')

**Ugotoviti želimo uporabnikove športne navade in dejavnike, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo.**

---

#### **MODERATOR:**

- ✓ S katero od športno rekreacijskih dejavnosti se ukvarjate? Še s katero?
- ✓ Kako pogosto se ukvarjate s športom in z rekreacijo? Zakaj?
- ✓ Kdaj je za vas najprimernejši čas za ukvarjanje s športno rekreacijsko dejavnostjo? Zakaj?
- ✓ Kaj bi vi opredelili kot ključni razlog/dejavnik za ukvarjanje s športom in z rekreacijo? (Kar naštevajo, zapišemo na tablo.)
- ✓ (MODERATOR: Na kratko povzame vire, ki so jih udeleženci našli.) Kateri od naštetih so **pomembnejši** in kateri **manj pomembni**?  
Zaprosi, da jih udeleženci razvrstijo po lestvici od 1 do 10 (oz. večjega števila, če jih bo naštetih več).  
**Razdelimo jim liste**, na katere jih zapišejo v zaporedju (opomnik: 1 pomeni zelo pomembno, 10 manj pomembno).
- ✓ Kateri pogoji in dejavniki so za vas zelo pomembni pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti? (Kar naštevajo, zapišemo na tablo.)
- ✓ (MODERATOR: Na kratko povzame vire, ki so jih udeleženci našli.) Kateri od naštetih so **pomembnejši** in kateri **manj pomembni**?

Zaprosi, da jih udeleženci razvrstijo po lestvici od 1 do 10 (oz. večjega števila, če jih bo naštetih več). Razdelimo jim liste, na katere jih zapišejo v zaporedju (opomnik: 1 pomeni zelo pomembno, 10 manj pomembno).

## **REKREACIJA – dejavnosti JZ ŠPORT LJUBLJANA (15')**

**Ugotoviti želimo zadovoljstvo udeležencev športne rekreacije v Parku Tivoli.**

---

### **MODERATOR:**

Razloži, da so naslednja vprašanja vezana na zadovoljstvo udeležencev športno rekreacijske dejavnosti v Parku Tivoli, **ki jih obiskujejo najpogosteje**, saj pričakujemo, da bomo le tako lahko natančno ocenili, kako zadovoljni so uporabniki posameznih dejavnosti ter kakšne so njihove želje in pričakovanja. Zaproši udeležence, da na vprašanja odgovarjajo po vrsti (glede na sedežni red).

- ✓ Kako dolgo ste že naš uporabnik?
- ✓ Kako pogosto obiskujete to dejavnost?

DEJAVNIKE ZAPIŠEMO NA TABLO (PREVERIMO IN DODAMO TUDI TISTE, KI NISO BILI ŽE OMENJENI V RAZPRAVI). Urejenost prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov), dostopnost objekta, možnost parkiranja, čistoča prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov), opremljenost s sodobno opremo, prijaznost osebja, strokovnost osebja, cena storitve in plačilni pogoji, termini in delovni čas dejavnosti, dostopnost informacij o športni ponudbi, jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi, dodatna ponudba različnih športnih dejavnosti, dodatna ponudba gostinske dejavnosti.

- ✓ Kako bi ocenili svoje zadovoljstvo z navedenimi dejavniki pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti? Kaj je dobro, kaj pogrešate? Kakšni so vaši predlogi in priporočila?

VPRAŠALNIKE RAZDELIMO VSEM UDELEŽENCEM PO POSAMEZNIH DEJAVNOSTIH (ZAPROSIMO, DA UDELEŽENCI OB VSAKEM DEJAVNIKU ZAPIŠEJO, ALI SO ZADOVOLJNI, IN DODAJO KOMENTAR).

KO KONČAJO, MODERATOR nadaljuje razpravo:

- ✓ Ali ste kaj pričakovali pred začetkom obiskovanja te športno rekreacijske dejavnosti v Parku Tivoli? Kako so se vaša pričakovanja uresničila?
- ✓ Ali obiskujete še katero od drugih dejavnosti športne rekreacije Javnega zavoda Šport Ljubljana? Katero?
- ✓ Ali menite, da je ponudbe dovolj? Kakšni so vaši predlogi za razširitev ponudbe? Kaj pogrešate?

## **ZAKLJUČNI DEL – blagovna znamka (BZ) ŠPORT LJUBLJANA (5')**

**Ugotoviti želimo zavedanje ključnih besed naše BZ pri uporabnikih, kakšne asociacije se porajajo ob prikazu BZ ter kaj za uporabnike predstavlja BZ.**

---

### **MODERATOR:**

Uporabi asociacije! Udeleženci naj navedejo vse besede, misli, ideje, izrazijo občutke, čustva, ki jim pridejo na misel – za besedno zvezo in za logotip BZ posebej. (Zapišemo na tablo.)

- ✓ Če pomislite na besede ŠPORT, REKREACIJA, SPROSTITEV, LJUBLJANA.
- ✓ Povejte, prosim, vse **besede, ideje, občutke, misli**, ki vam ob teh besednih zvezah pridejo na misel?
- ✓ Kje vse ste že opazili naš logotip oziroma slišali za BZ Šport Ljubljana?
- ✓ Kateri objekti po vašem mnenju spadajo pod BZ Šport Ljubljana?

MODERATOR se zahvali za sodelovanje.

Zahvaljujemo se vam za odgovore. Cenimo vaše mnenje in priporočila, zato jih bomo upoštevali ter v prihodnosti poskrbeli za izboljšave in dodatno ponudbo naših storitev.

## **Priloga 11: Zanimivi odgovori udeležencev fokusne skupine**

Vprašanja glede zadovoljstva udeležencev športne rekreacije v Parku Tivoli:

- Kako bi ocenili svoje zadovoljstvo z navedenimi dejavniki pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti?
- Kaj je dobro, kaj pogrešate?
- Kakšni so vaši predlogi in priporočila?

Odgovori:

### **Tenis**

- »Kar se tenisa tiče, sem res na lepem koncu, tako da ga nikjer ni, ne v Sloveniji, pa še kje drugje ne. Res enkratna pozicija, je lepo. To je ogromno, to je lepo. Je pa tudi dobro zorganizirano z vidika tekmovanja te igre, to pritegne, vedno tudi nasprotnika lažje dobiš za igro, jaz prej, ko nisem bil tukaj, sem imel skoz iste partnerje, tukaj se pa kar ljudje menjamo. Prej si se samo s tremi ali štirimi vrtel skoz, tukaj pa imaš veliko nasprotnikov. Vsak dan te kdo pokliče. Zanimivo je, veliko je druženja skozi to ligo. Tekmuješ malo širše.«
- »Moti me, da se prepozno odpre sezona tenisa, potem igramo mesec in pol po drugih igriščih, posledično je pa tudi slabše igrišče nekaj časa. Treba bi bilo odpret veliko bolj zgodaj, saj so tudi vremenske razmere drugačne kot včasih. Tudi prej se zapre v jeseni. Lani (sezona 2013, op. avt.) sem gledal, da so drugje mesec do dva igrali dlje. Ne gre zaradi cene, ampak bi rad dlje igral. Da ne rabiš biti v nekem drugem okolju.«
- »Parkiranje, pa podaljšana sezona. Pa en zaprt prostor na tenisu, da se lahko usedeš tudi, kadar je slabo vreme. Da, če dež začne padat, si vsaj pod streho.«

### **Fitnes**

- »Moti me, da imaš v enem dnevu samo en vstop v fitnes, da ne moreš biti do desetih zvečer, da vmes ni izhodov. Da bi lahko prišel dvakrat, da greš lahko domov na kosilo in prideš nazaj. Da bi mu bilo logično, da bi bilo fer, da bi lahko vsaj dvakrat prišel, če bi človek to želel.«
- »Ženski tuši v fitnesu tudi včasih grozno smrdijo, predvidevam iz odtokov, ampak to je težko uredit, so pa moteči. Naj bi se dalo vsaj kaj, da bi to omililo ...«

### **Plavanje**

- »V zimski sezoni je to pri nas definitivno najboljši bazen v Ljubljani. Glede na frekvenco je pa včasih obiskovalcev kar veliko, včasih malo, najbolj smo sitni tako mi med sabo, kadar pride, mi rečemo »one day warrior« (enodnevní bojevnik, op. avt.), in se vrine tam



vmes, kjer sploh ni prostora in hoče šviga-švaga plavat. To nekako ni dobro, pa te gospe, ki plavajo in se pogovarjajo, kako je kakšna sarmo naredila ..., tisto mogoče bi bilo kar za mali bazen.«

### **Vodena vadba**

- »Informacije so premalo dostopne na internetu, če vpišeš v Google urnik vodenih vadb, me vrže ven.«
- »Urejeno je dobro, vendar v dvorani za vadbe ni klime, se ne da regulirat. Mogoče prvo recepcijo dati v svetlejšo tone, ker ko vstopiš v objekt, je zelo temačno.«

## Priloga 12: Vabilo k sodelovanju v anketni raziskavi

---

Spoštovani,

v javnem zavodu Šport Ljubljana izvajamo **raziskavo o zadovoljstvu uporabnikov športno rekreacijskih dejavnosti** v naših objektih. Namen raziskave je oceniti, kako zadovoljni ste z našimi storitvami in urejenostjo objektov, kaj pogrješate ter kakšne so vaše želje in pričakovanja.

K izpolnjevanju anketnega vprašalnika na spodnji povezavi vljudno vabimo vse **športne rekreativce Parka Tivoli**.

<https://www.1ka.si/a/42776>

Zagotavljamo vam popolno zasebnost pri analizi odgovorov, zato URL-ja ankete niti nismo individualizirali. Anketiranje je anonimno, sodelovanje pa prostovoljno.

Veseli bomo vaših iskrenih odgovorov, saj je to za uspeh raziskave nadvse pomembno.

Prijazen pozdrav.



**ŠPORT LJUBLJANA**

Irena Vrtačnik Dujić  
vodja službe – trženje in marketing  
T: 01 430 68 45  
F: 01 231 68 61  
M: 031 603 538  
E: [irena.vrtacnikdujic@sport-ljubljana.si](mailto:irena.vrtacnikdujic@sport-ljubljana.si)  
[www.sport-ljubljana.si](http://www.sport-ljubljana.si)

 Pomislite na okolje, preden natisnete to elektronsko sporočilo.

Vaše osebne podatke smo zbrali iz javno dostopnih virov ali v okviru opravljanja naše dejavnosti in jih uporabljamo za namene neposrednega trženja in raziskav v skladu z določili 72. člena Zakona o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1).

V primeru, da e-obvestil ne želite več sprejemati, se lahko odjavite z liste prejemnikov tako, da nam pošljete sporočilo na [info@sport-ljubljana.si](mailto:info@sport-ljubljana.si).

## Priloga 13: Anketni vprašalnik

### Q1 – VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA UKVARJANJE S ŠPORTOM IN Z REKREACIJO NA SPLOŠNO

#### Q2 – S katerimi od naštetih športno rekreacijskih dejavnosti se ukvarjate?

Možnih je več odgovorov.

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> plavanje  | <input type="checkbox"/> rolanje                         | <input type="checkbox"/> drsanje                    |
| <input type="checkbox"/> fitnes  | <input type="checkbox"/> hoja, sprehodi                  | <input type="checkbox"/> namizni tenis              |
| <input type="checkbox"/> vodena vadba (aerobika, pilates, boot camp ipd.)                  | <input type="checkbox"/> jutranja gimnastika, vadba doma | <input type="checkbox"/> borilni športi             |
| <input type="checkbox"/> tenis   | <input type="checkbox"/> badminton                       | <input type="checkbox"/> joga                       |
| <input type="checkbox"/> rekreativne igre z žogo (nogomet, košarka, odbojka, rokomet ipd.) | <input type="checkbox"/> golf                            | <input type="checkbox"/> ples                       |
| <input type="checkbox"/> tek   | <input type="checkbox"/> balinanje                       | <input type="checkbox"/> drugo (navedite dejavnost) |
| <input type="checkbox"/> kolesarstvo   | <input type="checkbox"/> kegljanje                       |   |

#### Q3 – Kako pogosto se ukvarjate s športom in z rekreacijo?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> vsak dan              | <input type="radio"/> 1-krat tedensko           |
| <input type="radio"/> 4- do 6-krat tedensko | <input type="radio"/> 1- do 3-krat mesečno      |
| <input type="radio"/> 2- do 3-krat tedensko | <input type="radio"/> 1-krat do nekajkrat letno |

#### Q4 – Kdaj se intenzivneje ukvarjate s športno rekreacijsko dejavnostjo?

- med delovnim tednom – dopoldne
- med delovnim tednom – popoldne
- ob koncu tedna
- zelo različno – takrat, ko utegnem

#### Q5 – Kateri od naštetih dejavnikov so POMEMBNO VPLIVALI na odločitev za VAŠE ukvarjanje s športno rekreacijo?

	Zagotovo ne	Ne	Mogoče	Da	Zagotovo da
Skrb za zdravje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nabiranje kondicije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zmanjševanje stresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Druženje s sovrstniki, prijatelji, z znanci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zunanji videz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informacije in priporočila sovrstnikov, prijateljev, sodelavcev	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Priporočilo zdravnika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hujšanje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Popularnost športno rekreacijske panoge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informacije v medijih	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Q6 – Ali lahko poleg naštetih dejavnikov navedete ŠE KATEREGA, ki je pomembno vplival na odločitev za vaše ukvarjanje s športno rekreacijo?

**Q7 – kateri od naštetih dejavnikov so za vas POMEMBNI pri OBISKOVANJU športno rekreacijske dejavnosti?**

	Ni pomembno	Malo pomembno	Srednje pomembno	Precej pomembno	Zelo pomembno
Urejenost objekta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostopnost objekta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prijaznost osebja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strokovnost osebja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sodobna oprema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Čistoča	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ustrezni termini dejavnosti, ustrezen odpiralni čas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Možnost parkiranja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q8 – kateri od naštetih dejavnikov so za vas ŠE POMEMBNI pri OBISKOVANJU športno rekreacijske dejavnosti?**

	Ni pomembno	Malo pomembno	Srednje pomembno	Precej pomembno	Zelo pomembno
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti (masaža, savna ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bližina doma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bližina službe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cenovno dostopna ponudba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q9 – Ali poleg naštetih dejavnikov obstaja ŠE KATERI, ki je za vas izjemno pomemben?**

**Q10 – VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV ŠPORTNE REKREACIJE V PARKU TIVOLI**

Anketiranje zadovoljstva uporabnikov izvajamo ločeno za vsako od športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli, saj bomo le tako lahko natančno ocenili, kako zadovoljni ste uporabniki posamezne dejavnosti ter kakšne so vaše želje in pričakovanja.

**Q11 – Ali ste udeleženec katere od naših športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli (PLAVANJA, FITNESA, VODENE VADBE, TENISA, REKREATIVNIH IGER Z ŽOGO ITD. ...)?**

- DA  
 NE

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q12 – Kako dolgo ste že naš uporabnik?**

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> manj kot 1 mesec   | <input type="radio"/> od 1 do 2 leti |
| <input type="radio"/> od 1 do 3 mesecev  | <input type="radio"/> od 2 do 5 let  |
| <input type="radio"/> od 3 do 6 mesecev  | <input type="radio"/> več kot 5 let  |
| <input type="radio"/> od 6 do 12 mesecev |                                      |

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q13 – Katere od naštetih dejavnosti ste se v Parku Tivoli nazadnje udeležili?**

- plavanja
- fitnesa
- vodene vadbe
- tenisa
- rekreativnih iger z žogo (nogometa, košarke, odbojke, rokometa ipd.)
- drugo (navedite dejavnost)

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q14 – Kako pogosto se udeležujete te dejavnosti?**

- vsak dan
- 4- do 6-krat tedensko
- 2- do 3-krat tedensko
- 1-krat tedensko
- 1-krat do 3-krat mesečno
- 1-krat do nekajkrat letno

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q15 – Pred začetkom udeleževanja te dejavnosti ste nekaj pričakovali. Kako so se pričakovanja uresničila?**

- bistveno slabše od pričakovanega
- slabše od pričakovanega
- v okviru pričakovanega
- bolj od pričakovanega
- bistveno bolj od pričakovanega

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q16 – Kako bi ocenili vaše ZADOVOLJSTVO glede naštetih dejavnikov pri OBISKOVANJU te dejavnosti?**

	Zelo nezadovoljen	Nezadovoljen	Niti zadovoljen niti nezadovoljen	Zadovoljen	Zelo zadovoljen
Urejenost prostorov (recepције, garderobe, vadbenega prostora ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostopnost objekta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Možnost parkiranja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Čistoča prostorov (recepције, garderobe, vadbenega prostora ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opremljenost s sodobno opremo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prijaznost osebja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strokovnost osebja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cena storitve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plačilni pogoji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Termini in delovni čas dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q17 – Kako bi ocenili svoje ZADOVOLJSTVO glede dodatno naštetih dejavnikov pri OBISKOVANJU te dejavnosti?**

	Zelo nezadovoljen	Nezadovoljen	Niti zadovoljen niti nezadovoljen	Zadovoljen	Zelo zadovoljen
Dostopnost informacij o športni ponudbi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q18 – Kaj pogrešate? Kaj predlagate ali priporočate?**

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q19 – Ali se poleg dejavnosti, ki ste se je udeležili nazadnje, udeležujete ŠE KATERE od naštetih dejavnosti rekreacije v Javnem zavodu Šport Ljubljana?**

Možnih je več odgovorov.

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> drsanja v ledeni dvorani Tivoli | <input type="checkbox"/> vodene vadbe v Tivoliju  | <input type="checkbox"/> kegljanja na kegljišču na Staničevi ulici za Bežigradom |
| <input type="checkbox"/> drsanja v ledeni dvorani Zalog  | <input type="checkbox"/> tenisa v Tivoliju  | <input type="checkbox"/> športnega streljanja na strelišču Rudnik                |
| <input type="checkbox"/> plavanja v bazenu Tivoli        | <input type="checkbox"/> tenisa na Kodeljevem   | <input type="checkbox"/> drugo (navedite dejavnost)                              |
| <input type="checkbox"/> plavanja v bazenu Kodeljevo     | <input type="checkbox"/> športov z žogo – rekreacije v dvoranh Šport Ljubljana            | <input type="checkbox"/> Ne obiskujem nobene druge dejavnosti.                   |
| <input type="checkbox"/> fitnesa v Tivoliju              | <input type="checkbox"/> športov z žogo – rekreacije na zunanjih igriščih Šport Ljubljana |  |

**IF (3) Q11 = [1] (NAŠ UPORABNIK)**

**Q20 – Ali ste na splošno zadovoljni z obiskom naših športno rekreacijskih dejavnosti?**

- Sploh nisem zadovoljen.  
 Nisem zadovoljen.  
 Nisem niti nezadovoljen niti zadovoljen.  
 Sem zadovoljen.  
 Zelo sem zadovoljen.

**Q21 – VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI**

**Q22 – Kolikšna je ocenjena razdalja med vašim domom in Parkom Tivoli?**

- do 5 km  
 nad 5 do 10 km  
 nad 10 do 15 km  
 nad 15 do 20 km  
 nad 20 km

**XSPOL – spol:**

- moški
- ženski

**XSTAR2a4 – V katero starostno skupino spadate?**

- do 20 let
- nad 20 do 30 let
- nad 30 do 40 let
- nad 40 do 50 let
- nad 50 do 60 let
- nad 60 let

**XIZ1a21 – Katera je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?**

- manj kot 4-letna srednja šola
- 4-letna srednja šola
- višja ali visoka šola
- več kot visoka šola

**XDS2a41 – Kateri je vaš trenutni status?**

- dijak/študent
- zaposlen
- brezposeln
- upokojenec
- drugo:

**Q23 – Kolikšen je vaš povprečni mesečni osebni dohodek (oz. štipendija, pokojnina ali nadomestilo)?**

- manj kot 400 evrov
- nad 400 do 800 evrov
- nad 800 do 1200 evrov
- nad 1200 do 1600 evrov
- nad 1600 evrov
- Nimam dohodkov.

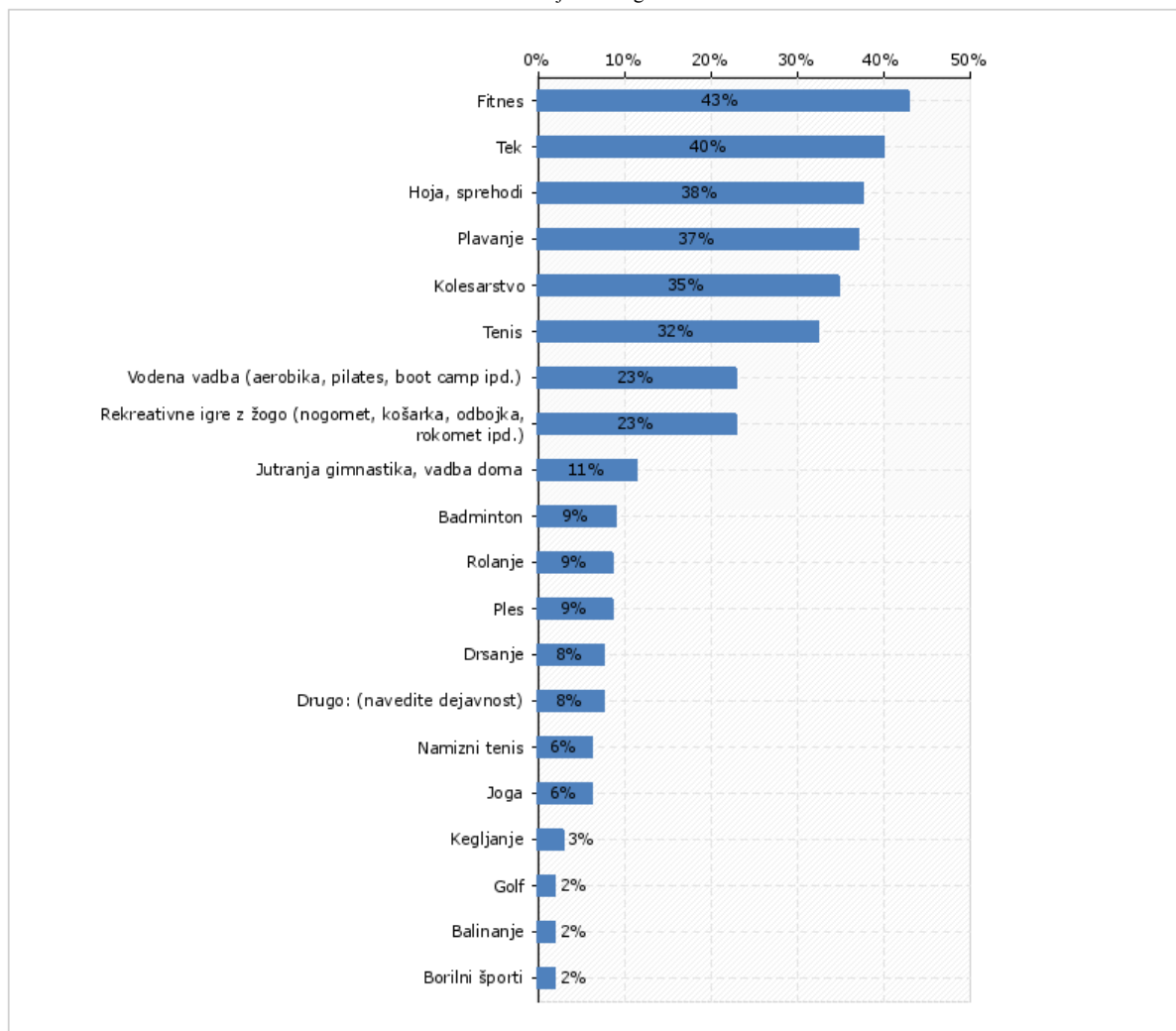
**Q24 – Kolikšen je vaš povprečni mesečni izdatek za športno rekreacijske dejavnosti?**

- manj kot 20 evrov
- nad 20 do 40 evrov
- nad 40 do 60 evrov
- nad 60 do 80 evrov
- nad 80 evrov
- Nimam izdatkov.

## Priloga 14: Splošna analiza raziskave – grafični prikazi odgovorov na vprašanja

### Q1 – VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA UKVARJANJE S ŠPORTOM IN Z REKREACIJO NA SPLOŠNO

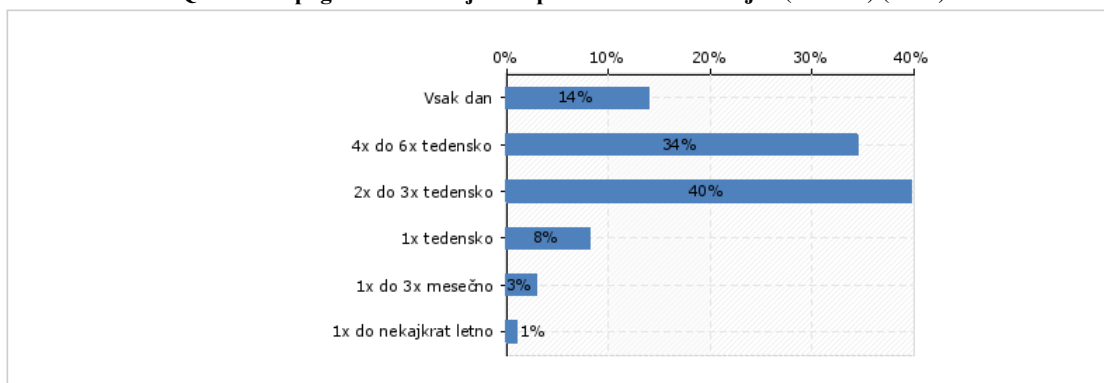
Q2 – S katerimi od naštetih športno rekreacijskih dejavnosti se ukvarjate? (n = 210) (Graf)  
Možnih je več odgovorov.



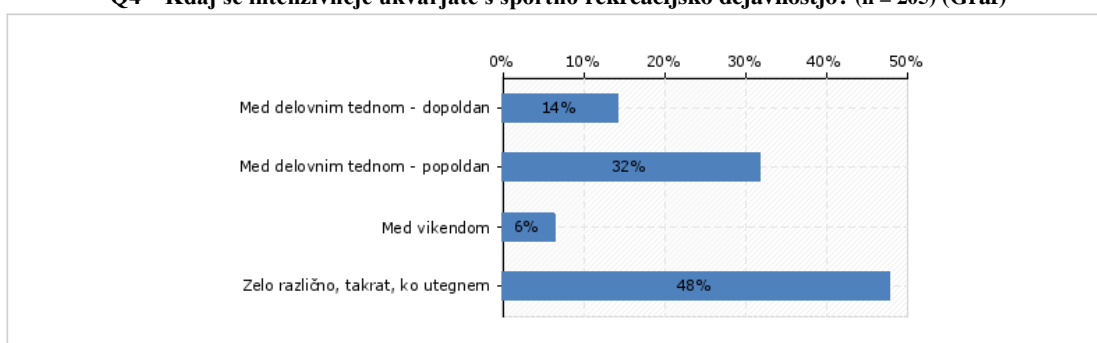
Odgovori	Frekvenca
smučanje, monocikl, žongliranje, surfanje,	
nogomet	
spinning	
curling	
pilates	
smučanje, alpsko in klasično	
hokej	
smučanje	
taj či, či gong	
skvoš	
aerobika	
skejtanje	
nočna hokejska liga	



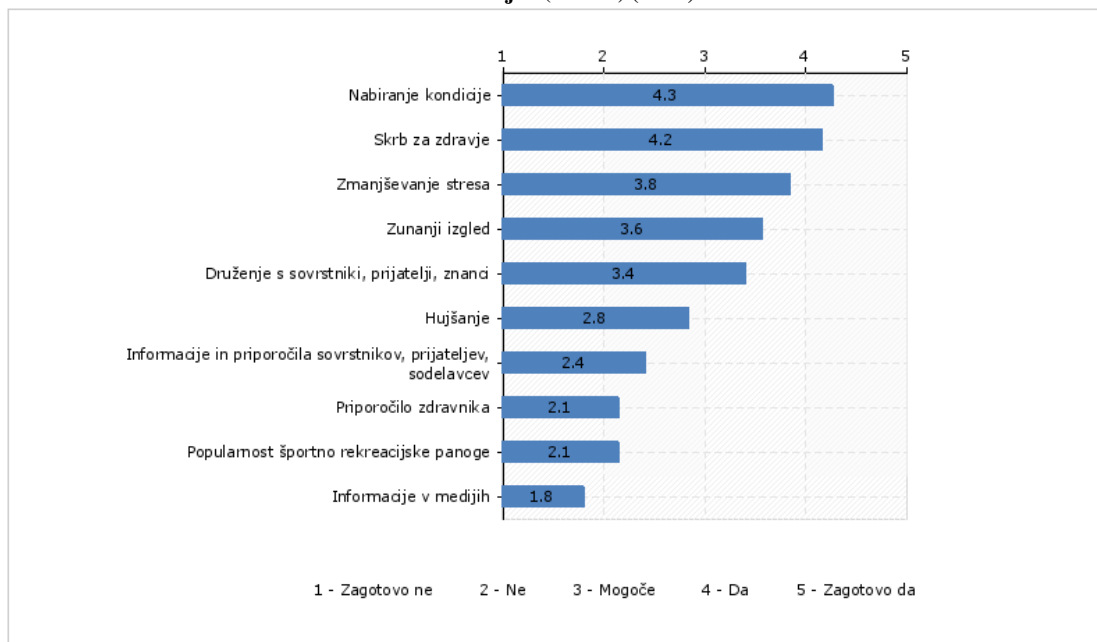
**Q3 – Kako pogosto se ukvarjate s športom in z rekreacijo? (n = 209) (Graf)**



**Q4 – Kdaj se intenzivneje ukvarjate s športno rekreacijsko dejavnostjo? (n = 205) (Graf)**



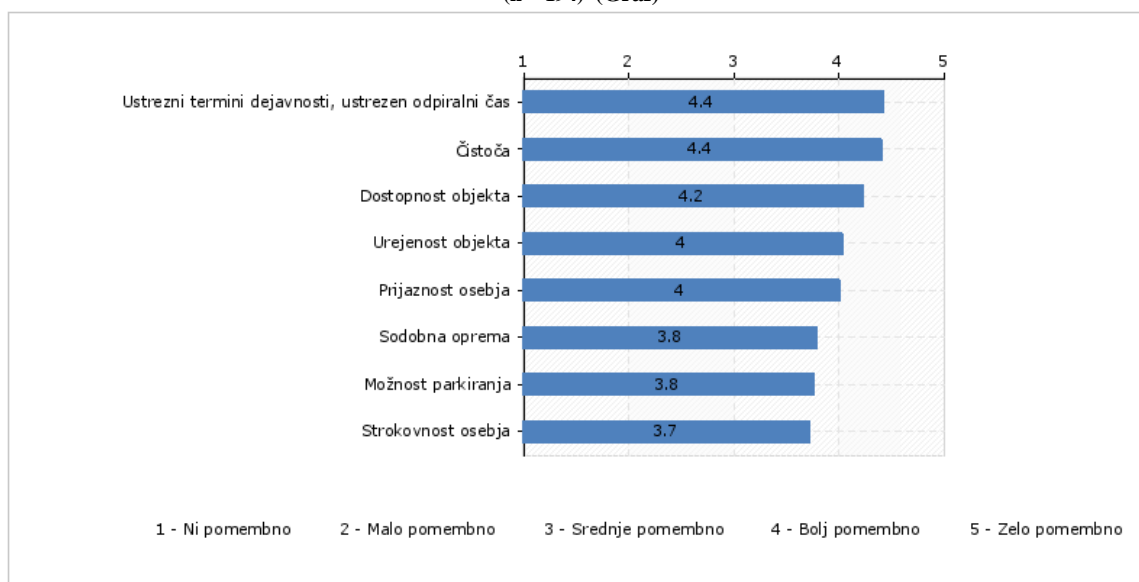
**Q5 – Kateri od naštetih dejavnikov so POMEMBNO VPLIVALI na odločitev za VAŠE ukvarjanje s športno rekreacijo? (n = 194) (Graf)**



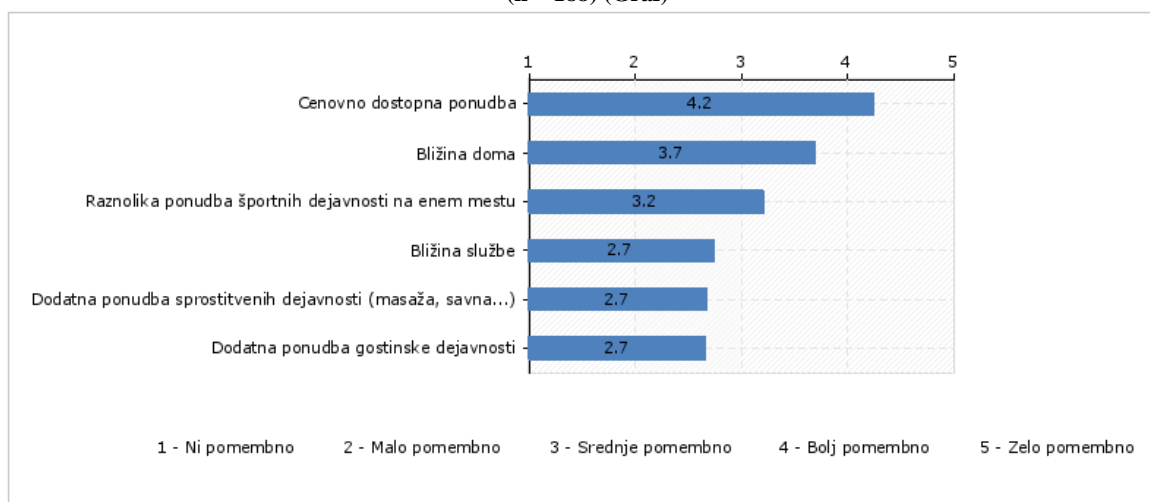
**Q6 – Ali lahko poleg naštetih dejavnikov navedete ŠE KATEREGA, ki je pomembno vplival na odločitev za vaše ukvarjanje s športno rekreacijo?**

športno druženje z otroci
izkoristim prosti čas
tekmovalnost, doseganje lastnih ciljev
priprave na maraton
koristno uporabiti prosti čas
ohranjanje reda in discipline
ker ne zdržim brez športa in druženja s prijatelji
zdravje
odraščanje ob športu
dobro počutje
upokojitev
treniranje košarke dobrih 13 let
talent

**Q7 – Kateri od naštetih dejavnikov so za vas POMEMBNI pri OBISKOVANJU športno rekreacijske dejavnosti? (n = 194) (Graf)**



**Q8 – Kateri od naštetih dejavnikov so za vas ŠE POMEMBNI pri OBISKOVANJU športno rekreacijske dejavnosti? (n = 188) (Graf)**

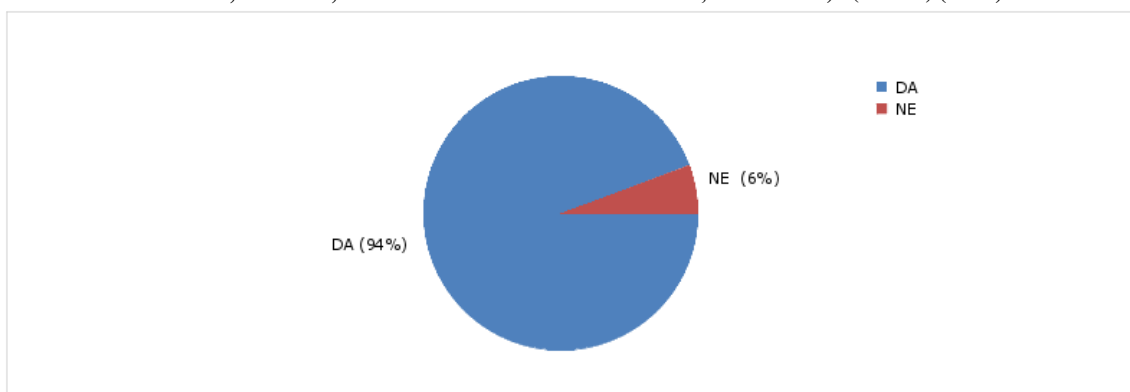


**Q9 – Ali poleg naštetih dejavnikov obstaja ŠE KATERI, ki je za vas izjemno pomemben? (Graf)**

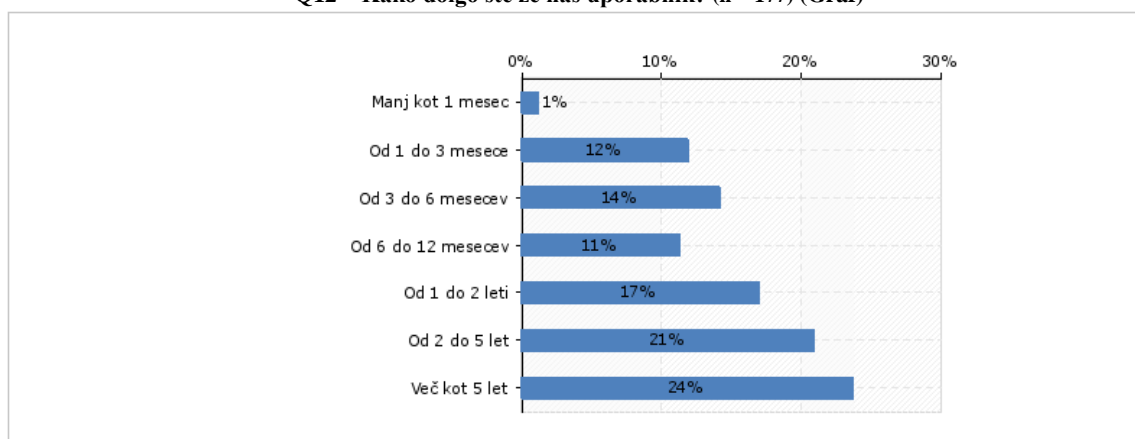
Da organizirajo tudi kakšne dogodke ki so zanimive in dostopne za udeležitev.
Čistoča.
Več različnih cenovnih opcij, da si lahko zbereš, kaj tebi ustreza, ne samo mesečne karte. Mogoče spodbuda za nakup več obiskov skupaj, ne samo 8 obiskov (na primer 30 obiskov za celo leto enkrat na teden), zelo pomembno za mlade mamice :).
Nezasedenost infrastrukture, odsotnost šundra, da se me pusti na miru.
Zadostna kapaciteta, v bazenu je pogosto gneča, tudi zaradi terminov tekmovalcev, pa sem zelo za, da se trenira, le opozarjam na premalo kapacitet v mestu.
Kakovostni inštruktorji.
Doslednost pri upoštevanju pravil.
Prilagodljivost ponudnika, kar v Parku Tivoli manjka.
Možnost obiska 2-krat dnevno v primeru mesečne karte.
Bližina parka.

**Q10 – VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV ŠPORTNE REKREACIJE V PARKU TIVOLI**

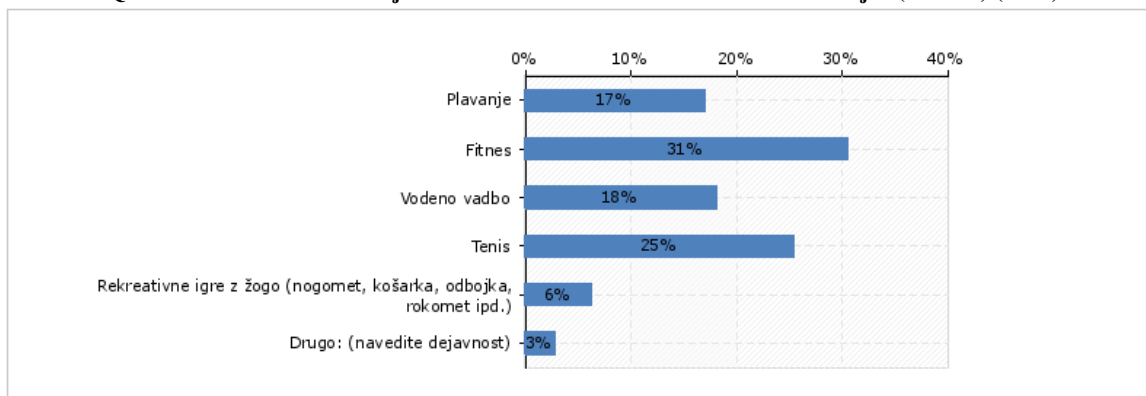
**Q11 – Ali ste udeleženec katere od športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli (PLAVANJA, FITNESA, VODENE VADBE, TENISA, REKREATIVNIH IGER Z ŽOGO, DRUGO ...)? (n = 190) (Graf)**



**Q12 – Kako dolgo ste že naš uporabnik? (n = 177) (Graf)**

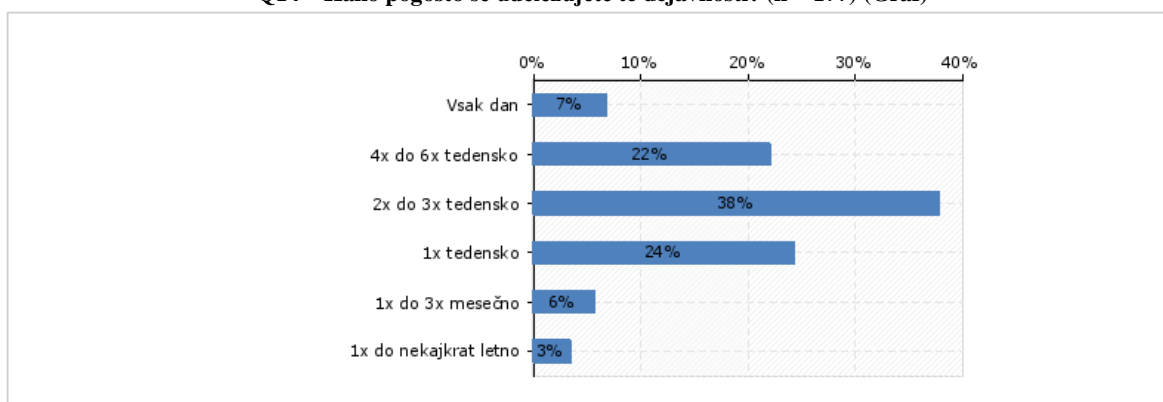


**Q13 – Katere od naštetih dejavnosti ste se v Parku Tivoli udeležili nazadnje? (n = 177) (Graf)**

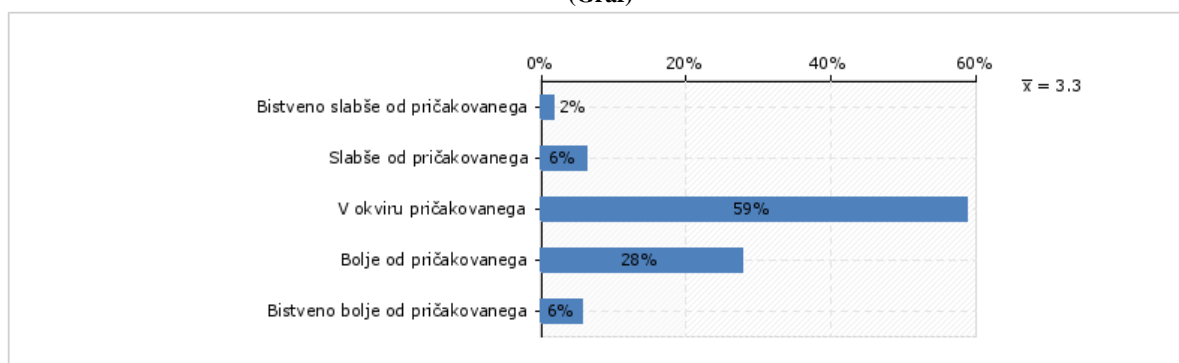


Odgovori	Frekvenca
hokej	
hot horse	
aerobika	
podvodni hokej	

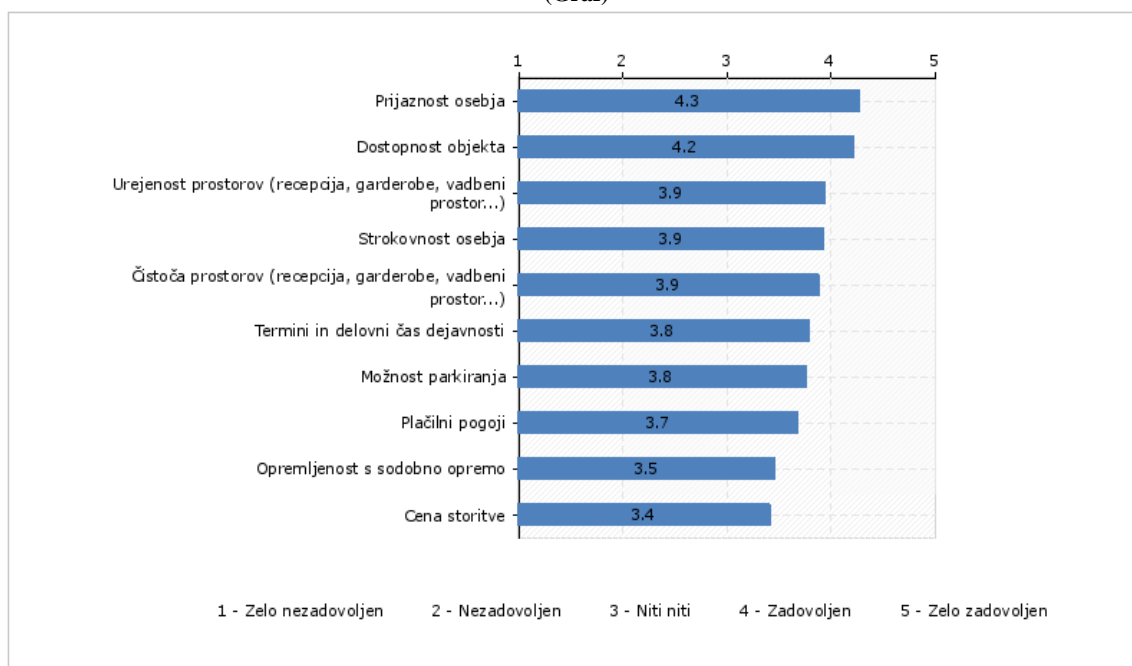
**Q14 – Kako pogosto se udeležujete te dejavnosti? (n = 177) (Graf)**



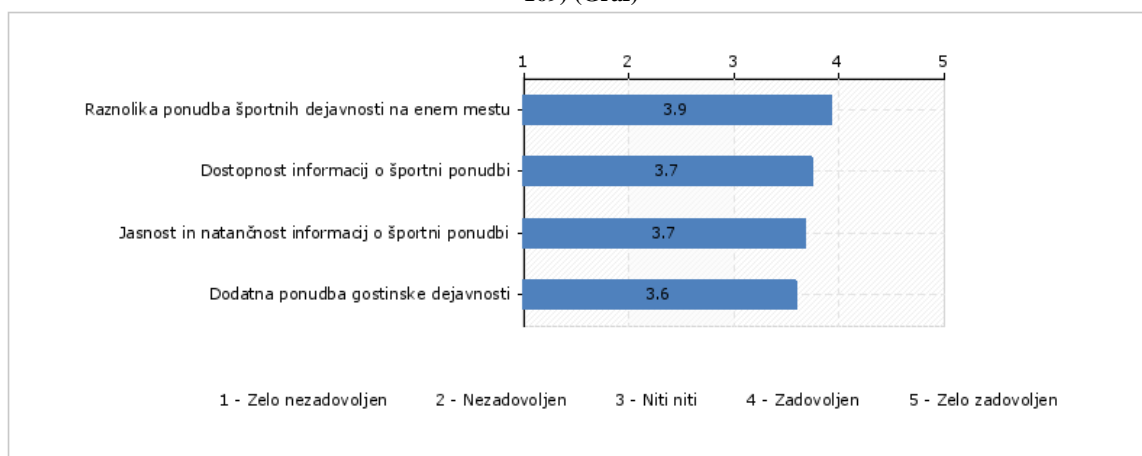
**Q15 – Pred začetkom udeleževanja te dejavnosti ste nekaj pričakovali. Kako so se pričakovanja uresničila? (n = 177) (Graf)**



**Q16 – Kako bi ocenili svoje ZADOVOLJSTVO glede naštetih dejavnikov pri OBISKOVANJU te dejavnosti? (n = 173) (Graf)**



**Q17 – Kako bi ocenili svoje ZADOVOLJSTVO glede dodatnih dejavnikov pri OBISKOVANJU te dejavnosti? (n = 169) (Graf)**



**Q18 – Kaj pogrešate? Ali kaj predlagate ali priporočate? (Graf)**

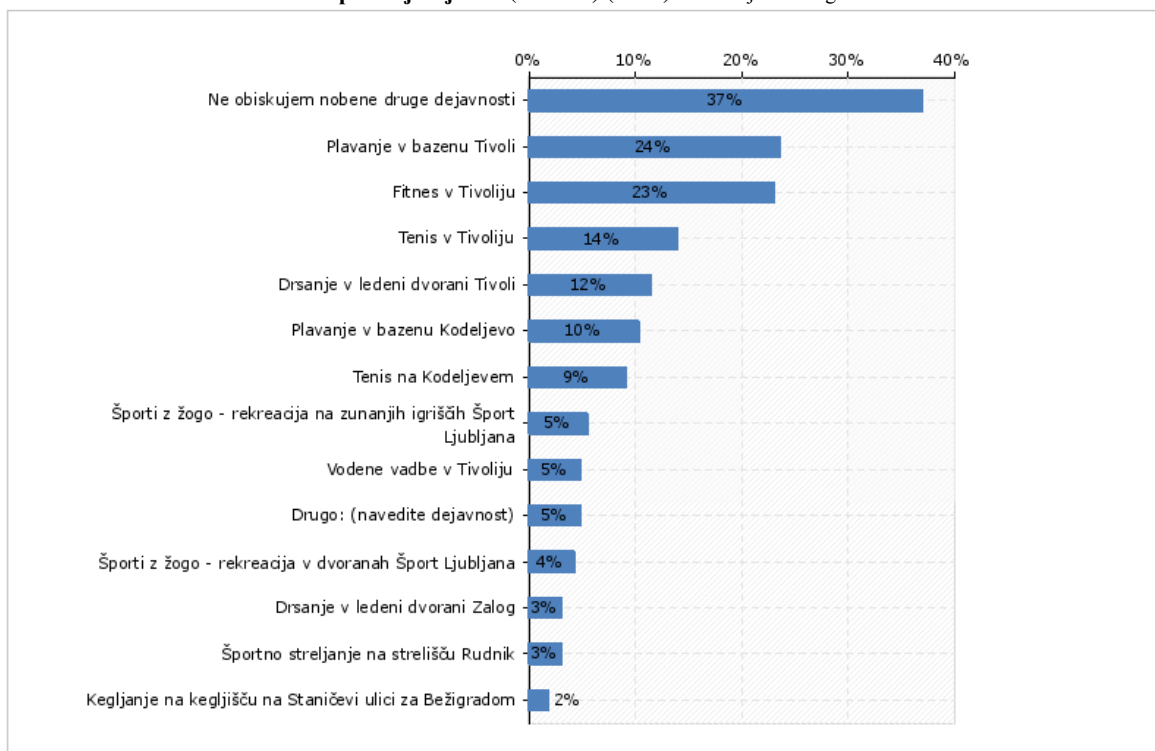
Preglednejšo spletno stran, sodobnejšo, predvsem pa bolj urejeno opremo za vadbo (blazine ipd.).
Odlično bi bilo, če bi o občasnih zaprtjih bazena in drugih informacijah obveščali v spletu, in ne le z obvestili na vhodnih vratih.
Mislím, da je, kar zadeva rezervacije teniškega igrišča, katastrofa, sploh pa mislim, za nas, ki igramo ligo.
Da bi imel večkrat prosto plavalno progó; da bi osebje bazena morda preusmerjalo tiste, ki počasi plujejo po progah (pogosto celo v hrbtnem mornarčku), v skupinski del bazena.
Pogrešala sem vadbo v parku, na prostem, zdaj ste to dodali, bravo, res je super, dodajte le več terminov.
Prenovo bazenov in s tem tudi infrastrukture.
Hitro prehrano, sendviče, tople sendviče, »grickalice«, podaljšanje delovnega časa glede na vrsto dogodka ...
Tenis – konkurenčna igrišča, kjer so lastniki/najemniki aktivnejši in ki začnejo obratovati že na začetku marca, ljudje tam kupijo letne karte, tako jih posledično ne kupijo pri Olimpiji, kjer se začne sezona malo pred prvim majem. Igrišča je treba bolj tekoče urejati (ne samo nanos peska, temveč tudi valjanje in podobni posegi). Bife – obratovalni čas bi se moral malo bolj prilagajati uporabnikom, vsaj v poletnih mesecih do pribl. 23. ure.
Večerno vodeno vadbo (ne le napredne) tudi v torek in četrtek zvečer, torej vsak delovni dan.
Več ur na urniku aerobike, dodatno opremo za aerobno vadbo (tekače).

se nadaljuje

nadaljevanje

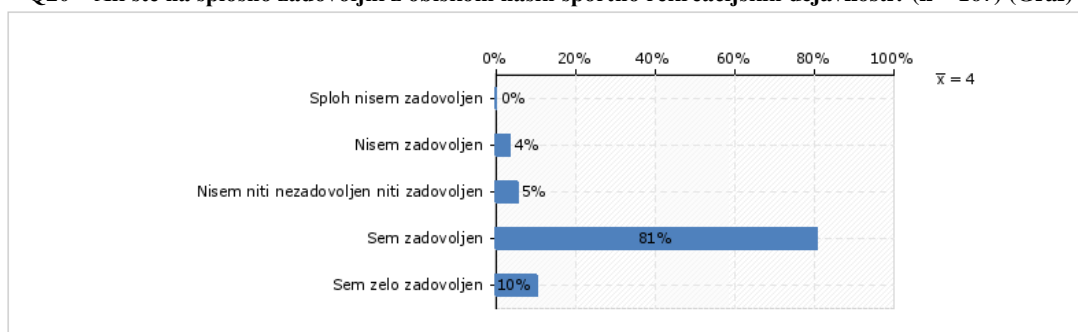
Cenejše vstopnice za dijake in študente.
Odprtje bazena bi moralo biti daljše, več prog za navadne rekreativce na voljo ob vseh terminih, jasneje navedena pravila plavanja in mogoče strožja porazdelitev plavalcev po progah (od slabših – topličarskih, prek srednje dobrih, do hitrih – tekmovalnih ... hitrejša servisiranje/popravilo naprav za fitnes, zgodnejša ura odprtja bazena in fitnesa ob koncu tedna ...
Teniška igrišča so vse slabše urejena. Ni ustrezne osebe, ki bi redno skrbela za vzdrževanje in ohranjala kakovost igrišč na ravni drugih ponudnikov.
Običajno toplo vodo v garderobah pod prhami, kajti zdaj je zelo vroča.
Gostinsko ponudbo prehrane.

**Q19 – Ali se poleg dejavnosti, ki ste se je udeležili nazadnje, udeležujete ŠE KATERE od naštetih dejavnosti rekreacije v JZ Šport Ljubljana? (n = 165) (Graf)** Možnih je več odgovorov.



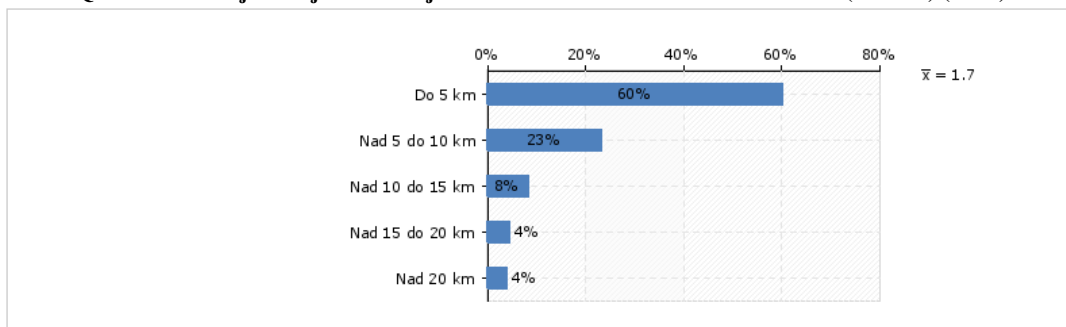
Odgovori	Frekvenca
savno v Tivoliju	
savno	
nočno hokejsko ligo	
nogomet	
tek na stadionu v Šiški	
curling	
tek	

**Q20 – Ali ste na splošno zadovoljni z obiskom naših športno rekreacijskih dejavnosti? (n = 167) (Graf)**

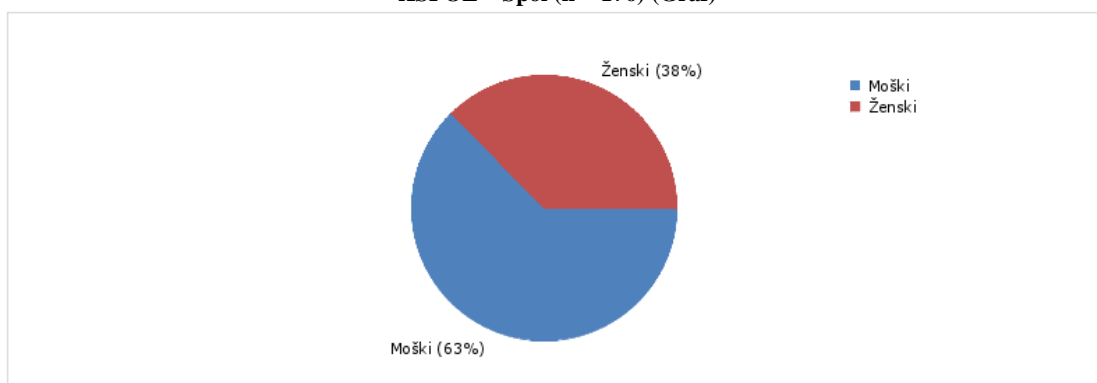


## Q21 – VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI

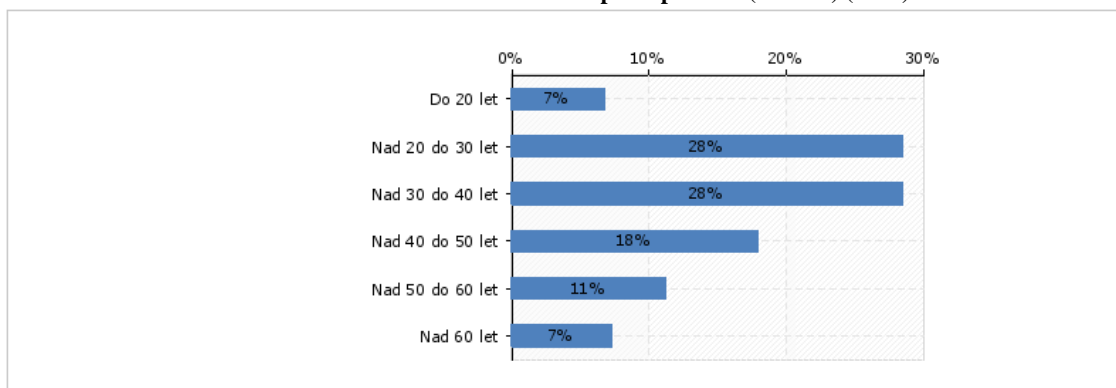
### Q22 – Kolikšna je ocenjena razdalja med vašim domom in Parkom Tivoli? (n = 181) (Graf)



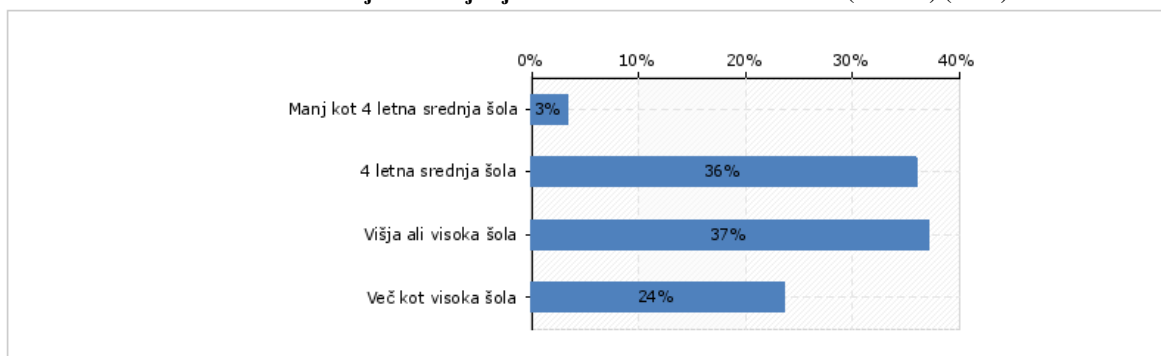
### XSPOL – Spol (n = 176) (Graf)



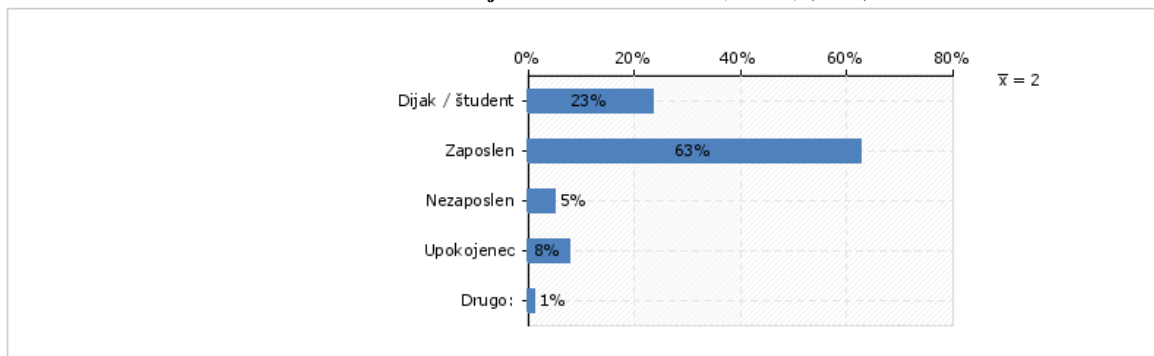
### XSTAR2a4 – V katero starostno skupino spadate? (n = 179) (Graf)



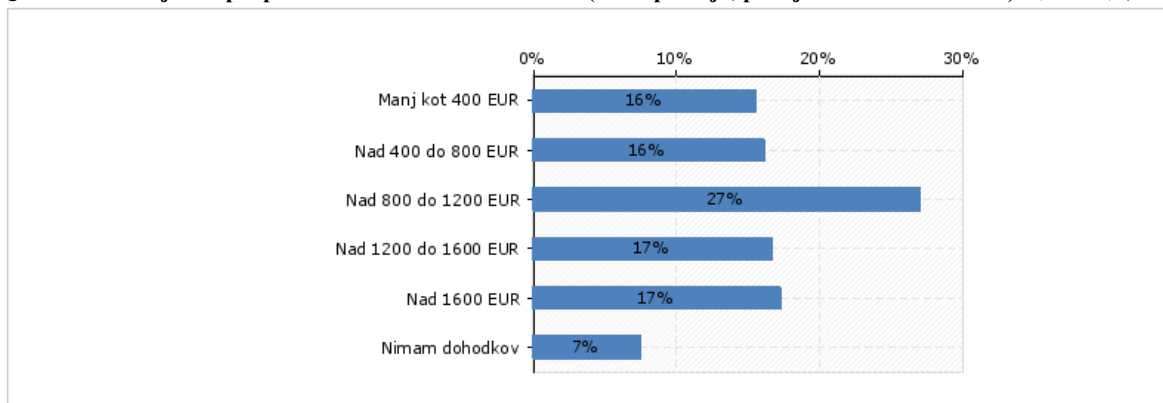
### XIZ1a21 – Katera je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba? (n = 178) (Graf)



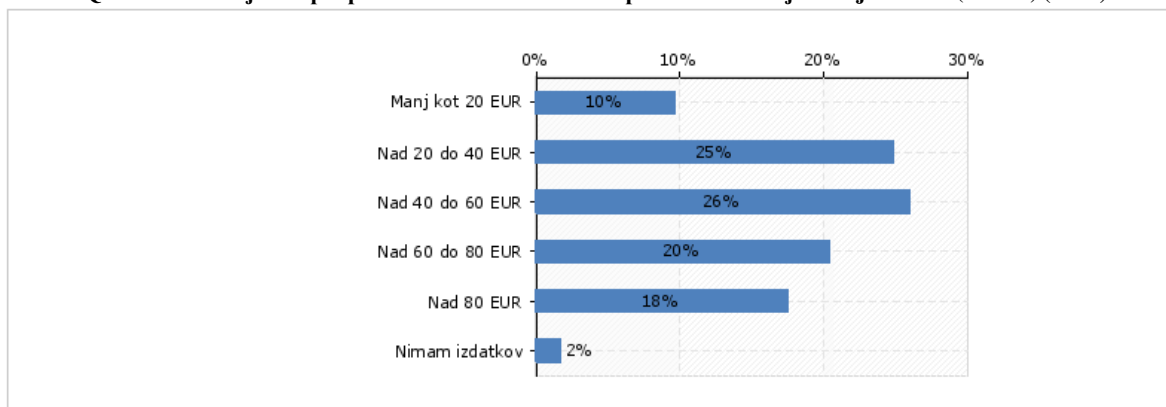
**XDS2a41 – Kateri je vaš trenutni status? (n = 179) (Graf)**



**Q23 – Kolikšen je vaš povprečni mesečni osebni dohodek (oz. štipendija, pokojnina ali nadomestilo)? (n = 174) (Graf)**



**Q24 – Kolikšen je vaš povprečni mesečni izdatek za športno rekreacijske dejavnosti? (n = 177) (Graf)**





## Priloga 15: Analitični pregled rezultatov in statistična obdelava podatkov

### DEMOGRAFSKE SPREMENLJIVKE

Tabela 5: Pregled rezultatov glede demografskih značilnosti uporabnikov

#### Ocenjena razdalja med domom in Parkom Tivoli

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Do 5 km	109	<b>60,2</b>	70	<b>63,6</b>	35	<b>53,0</b>
Nad 5 do 10 km	42	<b>23,2</b>	20	<b>18,2</b>	22	<b>33,3</b>
Nad 10 do 15 km	15	<b>8,3</b>	11	<b>10,0</b>	4	<b>6,1</b>
Nad 15 do 20 km	8	<b>4,4</b>	6	<b>5,5</b>	2	<b>3,0</b>
Nad 20 km	7	<b>3,9</b>	3	<b>2,7</b>	3	<b>4,5</b>
Skupaj	181	100,0	110	100,0	66	100,0

#### Spol

	Frekvenca	Odstotek
Moški	110	<b>62,5</b>
Ženski	66	<b>37,5</b>
Skupaj	176	100,0

#### Starostna skupina

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Do 20 let	12	<b>6,7</b>	9	<b>8,2</b>	3	<b>4,6</b>
Nad 20 do 30 let	51	<b>28,5</b>	29	<b>26,4</b>	22	<b>33,8</b>
Nad 30 do 40 let	51	<b>28,5</b>	30	<b>27,3</b>	21	<b>32,3</b>
Nad 40 do 50 let	32	<b>17,9</b>	21	<b>19,1</b>	11	<b>16,9</b>
Nad 50 do 60 let	20	<b>11,2</b>	11	<b>10,0</b>	7	<b>10,8</b>
Nad 60 let	13	<b>7,3</b>	10	<b>9,1</b>	1	<b>1,5</b>
Skupaj	179	100,0	110	100,0	65	100,0

#### Najvišja dosežena formalna izobrazba

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Manj kot 4 letna srednja šola	6	<b>3,4</b>	5	<b>4,6</b>	1	<b>1,5</b>
4 letna srednja šola	64	<b>36,0</b>	47	<b>43,1</b>	17	<b>26,2</b>
Višja ali visoka šola	66	<b>37,1</b>	34	<b>31,2</b>	29	<b>44,6</b>
Več kot visoka šola	42	<b>23,6</b>	23	<b>21,1</b>	18	<b>27,7</b>
Skupaj	178	100,0	109	100,0	65	100,0

#### Status ekonomske aktivnosti

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Dijak/študent	42	<b>23,5</b>	26	<b>23,9</b>	16	<b>24,2</b>
Zaposlen	112	<b>62,6</b>	64	<b>58,7</b>	46	<b>69,7</b>
Brezposeln	9	<b>5,0</b>	7	<b>6,4</b>	2	<b>3,0</b>
Upokojenec	14	<b>7,8</b>	11	<b>10,1</b>	1	<b>1,5</b>
Drugo	2	<b>1,1</b>	1	<b>0,9</b>	1	<b>1,5</b>
Skupaj	179	100,0	109	100,0	66	100,0

se nadaljuje

nadaljevanje

**Povprečni mesečni osebni dohodek**

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Manj kot 400 evrov	27	<b>15,5</b>	15	<b>13,8</b>	12	<b>19,7</b>
Nad 400 do 800 evrov	28	<b>16,1</b>	15	<b>13,8</b>	13	<b>21,3</b>
Nad 800 do 1200 evrov	47	<b>27,0</b>	28	<b>25,7</b>	17	<b>27,9</b>
Nad 1200 do 1600 evrov	29	<b>16,7</b>	17	<b>15,6</b>	12	<b>19,7</b>
Nad 1600 evrov	30	<b>17,2</b>	24	<b>22,0</b>	5	<b>8,2</b>
Nimam dohodkov.	13	<b>7,5</b>	10	<b>9,2</b>	2	<b>3,3</b>
Skupaj	174	100,0	109	100,0	61	100,0

**Povprečni mesečni izdatek za športno rekreacijske dejavnosti**

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Manj kot 20 evrov	17	<b>9,6</b>	9	<b>8,3</b>	8	<b>12,5</b>
Nad 20 do 40 evrov	44	<b>24,9</b>	21	<b>19,3</b>	22	<b>34,4</b>
Nad 40 do 60 evrov	46	<b>26,0</b>	27	<b>24,8</b>	19	<b>29,7</b>
Nad 60 do 80 evrov	36	<b>20,3</b>	24	<b>22,0</b>	11	<b>17,2</b>
Nad 80 evrov	31	<b>17,5</b>	26	<b>23,9</b>	4	<b>6,3</b>
Nimam izdatkov.	3	<b>1,7</b>	2	<b>1,8</b>	0	<b>0,0</b>
Skupaj	177	100,0	109	100,0	64	100,0

**PROFIL UPORABNIKOV**

*Tabela 6: Pregled rezultatov glede na profile uporabnikov po športnih dejavnostih*

**Frekvence – profil uporabnika po športnih dejavnostih**

	Vsi udeleženci	Plavanje	Fitnes	Vodena vadba	Tenis
Število udeležencev	210	30	54	32	45

**Ocenjena razdalja med domom in Parkom Tivoli**

Do 5 km	109	17	32	17	32
Nad 5 do 10 km	42	10	8	10	7
Nad 10 do 15 km	15	2	7	2	2
Nad 15 do 20 km	8	1	3	1	1
Nad 20 km	7	0	2	0	2
Skupaj	181	30	52	30	44

**Spol**

Moški	110	19	39	2	31
Ženski	66	11	13	28	10

**Starostna skupina**

Do 20 let	12	0	8	0	0
Nad 20 do 30 let	51	4	20	17	9
Nad 30 do 40 let	51	10	13	9	5
Nad 40 do 50 let	32	8	9	2	9
Nad 50 do 60 let	20	6	1	2	11
Nad 60 let	13	2	0	0	10
Skupaj	179	30	51	30	44

se nadaljuje

nadaljevanje

#### Najvišja dosežena formalna izobrazba

Manj kot 4 letna srednja šola	6	0	3	1	0
4 letna srednja šola	64	8	29	8	9
Višja ali visoka šola	66	15	10	13	20
Več kot visoka šola	42	7	9	8	14
Skupaj	178	30	51	30	43

#### Status ekonomske aktivnosti

Dijak/študent	42	3	21	10	3
Zaposlen	112	22	25	18	29
Brezposeln	9	1	6	1	1
Upokojenec	14	2	0	1	10
Drugo	2	2	0	0	0
Skupaj	179	30	52	30	43

#### Povprečni mesečni osebni dohodek

Manj kot 400 evrov	27	2	12	9	3
Nad 400 do 800 evrov	28	7	12	5	3
Nad 800 do 1200 evrov	47	8	12	9	10
Nad 1200 do 1600 evrov	29	6	3	4	10
Nad 1600 evrov	30	5	5	2	15
Nimam dohodkov.	13	1	6	0	1
Skupaj	174	29	50	29	42

#### Povprečni mesečni izdatek za športno rekreacijske dejavnosti

Manj kot 20 evrov	17	2	2	5	4
Nad 20 do 40 evrov	44	9	8	14	9
Nad 40 do 60 evrov	46	11	11	7	9
Nad 60 do 80 evrov	36	4	25	2	4
Nad 80 evrov	31	2	6	1	17
Nimam izdatkov.	3	1	0	0	0
Skupaj	177	29	52	29	43

#### Odstotki – profil uporabnika po športnih dejavnostih

	Vsi udeleženci	Plavanje	Fitnes	Vodena vadba	Tenis
Število udeležencev	210	30	54	32	45

#### Ocenjena razdalja med domom in Parkom Tivoli

Do 5 km	60,2	56,7	61,5	56,7	72,7
Nad 5 do 10 km	23,2	33,3	15,4	33,3	15,9
Nad 10 do 15 km	8,3	6,7	13,5	6,7	4,5
Nad 15 do 20 km	4,4	3,3	5,8	3,3	2,3
Nad 20 km	3,9	0,0	3,8	0,0	4,5

#### Spol

Moški	62,5	63,3	75,0	6,7	75,6
Ženski	37,5	36,7	25,0	93,3	24,4

se nadaljuje

nadaljevanje

<b>Starostna skupina</b>					
Do 20 let	<b>6,7</b>	0,0	15,7	0,0	0,0
Nad 20 do 30 let	<b>28,5</b>	13,3	39,2	56,7	20,5
Nad 30 do 40 let	<b>28,5</b>	33,3	25,5	30,0	11,4
Nad 40 do 50 let	<b>17,9</b>	26,7	17,6	6,7	20,5
Nad 50 do 60 let	<b>11,2</b>	20,0	2,0	6,7	25,0
Nad 60 let	<b>7,3</b>	6,7	0,0	0,0	22,7
<b>Najvišja dosežena formalna izobrazba</b>					
Manj kot 4 letna srednja šola	<b>3,4</b>	0,0	5,9	3,3	0,0
4 letna srednja šola	<b>36,0</b>	26,7	56,9	26,7	20,9
Višja ali visoka šola	<b>37,1</b>	50,0	19,6	43,3	46,5
Več kot visoka šola	<b>23,6</b>	23,3	17,6	26,7	32,6
<b>Status ekonomske aktivnosti</b>					
Dijak/študent	<b>23,5</b>	10,0	40,4	33,3	7,0
Zaposlen	<b>62,6</b>	73,3	48,1	60,0	67,4
Brezposeln	<b>5,0</b>	3,3	11,5	3,3	2,3
Upokojenec	<b>7,8</b>	6,7	0,0	3,3	23,3
Drugo	<b>1,1</b>	6,7	0,0	0,0	0,0
<b>Povprečni mesečni osebni dohodek</b>					
Manj kot 400 evrov	<b>15,5</b>	6,9	24,0	31,0	7,1
Nad 400 do 800 evrov	<b>16,1</b>	24,1	24,0	17,2	7,1
Nad 800 do 1200 evrov	<b>27,0</b>	27,6	24,0	31,0	23,8
Nad 1200 do 1600 evrov	<b>16,7</b>	20,7	6,0	13,8	23,8
Nad 1600 evrov	<b>17,2</b>	17,2	10,0	6,9	35,7
Nimam dohodkov.	<b>7,5</b>	3,4	12,0	0,0	2,4
<b>Povprečni mesečni izdatek za športno rekreacijske dejavnosti</b>					
Manj kot 20 evrov	<b>9,6</b>	6,9	3,8	17,2	9,3
Nad 20 do 40 evrov	<b>24,9</b>	31,0	15,4	48,3	20,9
Nad 40 do 60 evrov	<b>26,0</b>	37,9	21,2	24,1	20,9
Nad 60 do 80 evrov	<b>20,3</b>	13,8	48,1	6,9	9,3
Nad 80 evrov	<b>17,5</b>	6,9	11,5	3,4	39,5
Nimam izdatkov.	<b>1,7</b>	3,4	0,0	0,0	0,0

## DESKRIPTIVNA STATISTIKA

*Tabela 7: Pregled rezultatov, ki se nanašajo na ukvarjanje s športom in z rekreacijo (na splošno)*

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Fitness	90	<b>42,9</b>	53	<b>48,2</b>	27	<b>40,9</b>
Tek	84	<b>40,0</b>	41	<b>37,3</b>	29	<b>43,9</b>
Hoja, sprehodi	79	<b>37,6</b>	33	<b>30,0</b>	34	<b>51,5</b>
Plavanje	78	<b>37,1</b>	42	<b>38,2</b>	26	<b>39,4</b>
Kolesarstvo	73	<b>34,8</b>	39	<b>35,5</b>	21	<b>31,8</b>
Tenis	68	<b>32,4</b>	37	<b>33,6</b>	13	<b>19,7</b>

se nadaljuje

nadaljevanje

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Vodena vadba (aerobika, pilates, boot camp ipd.)	48	<b>22,9</b>	6	<b>5,5</b>	33	<b>50,0</b>
Jutranja gimnastika, vadba doma	24	<b>11,4</b>	7	<b>6,4</b>	12	<b>18,2</b>
Badminton	19	<b>9,0</b>	6	<b>5,5</b>	9	<b>13,6</b>
Rolanje	18	<b>8,6</b>	9	<b>8,2</b>	6	<b>9,1</b>
Ples	18	<b>8,6</b>	2	<b>1,8</b>	14	<b>21,2</b>
Drsanje	16	<b>7,6</b>	5	<b>4,5</b>	9	<b>13,6</b>
Drugo (navedite dejavnost)	16	<b>7,6</b>	10	<b>9,1</b>	3	<b>4,5</b>
Namizni tenis	13	<b>6,2</b>	7	<b>6,4</b>	4	<b>6,1</b>
Joga	13	<b>6,2</b>	4	<b>3,6</b>	8	<b>12,1</b>
Kegljanje	6	<b>2,9</b>	4	<b>3,6</b>	1	<b>1,5</b>
Golf	4	<b>1,9</b>	1	<b>0,9</b>	0	<b>0,0</b>
Balinanje	4	<b>1,9</b>	3	<b>2,7</b>	0	<b>0,0</b>
Borilni športi	4	<b>1,9</b>	2	<b>1,8</b>	1	<b>1,5</b>

### **Pogostost ukvarjanja s športom in z rekreacijo**

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Vsak dan	29	<b>13,9</b>	20	<b>18,2</b>	8	<b>12,1</b>
4- do 6-krat tedensko	72	<b>34,4</b>	38	<b>34,5</b>	21	<b>31,8</b>
2- do 3-krat tedensko	83	<b>39,7</b>	38	<b>34,5</b>	29	<b>43,9</b>
1-krat tedensko	17	<b>8,1</b>	10	<b>9,1</b>	6	<b>9,1</b>
1- do 3-krat mesečno	6	<b>2,9</b>	2	<b>1,8</b>	2	<b>3</b>
1-krat do nekajkrat letno	2	<b>1,0</b>	2	<b>1,8</b>	0	<b>0,0</b>
Skupaj	209	100,0	110	100,0	66	100,0

### **Obdobja intenzivnejšega ukvarjanja s športno rekreacijsko dejavnostjo**

	Vse osebe		Moški		Ženske	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Zelo različno, takrat, ko utegnem	98	<b>47,8</b>	53	<b>49,1</b>	28	<b>43,1</b>
Med delovnim tednom – popoldne	65	<b>31,7</b>	28	<b>25,9</b>	25	<b>38,5</b>
Med delovnim tednom – dopoldne	29	<b>14,1</b>	19	<b>17,6</b>	7	<b>10,8</b>
Med vikendom	13	<b>6,3</b>	8	<b>7,4</b>	5	<b>7,7</b>
Skupaj	205	100,0	108	100,0	65	100,0

### **Kateri od naštetih dejavnikov so pomembno vplivali na odločitev za vaše ukvarjanje s športno rekreacijo?**

	Vse osebe			Moški			Ženske		
	Povprečje	SD	N	Povprečje	SD	N	Povprečje	SD	N
Nabiranje kondicije	<b>4,26</b>	0,70	193	<b>4,23</b>	0,73	108	<b>4,30</b>	0,68	66
Skrb za zdravje	<b>4,16</b>	0,94	194	<b>4,00</b>	0,98	107	<b>4,42</b>	0,90	66
Zmanjševanje stresa	<b>3,84</b>	1,03	191	<b>3,75</b>	1,07	106	<b>4,02</b>	0,98	65
Zunanji videz	<b>3,57</b>	1,08	191	<b>3,36</b>	1,10	107	<b>3,92</b>	0,90	64
Druženje s sovrstniki, prijatelji, z znanci	<b>3,40</b>	1,19	190	<b>3,56</b>	1,19	107	<b>3,17</b>	1,14	64
Hujšanje	<b>2,83</b>	1,21	187	<b>2,69</b>	1,15	105	<b>3,10</b>	1,16	63
Informacije in priporočila sovrstnikov, prijateljev, sodelavcev	<b>2,41</b>	1,01	186	<b>2,39</b>	0,98	106	<b>2,56</b>	0,96	61

se nadaljuje

nadaljevanje

	Vse osebe			Moški			Ženske		
	Povprečje	SD	N	Povprečje	SD	N	Povprečje	SD	N
Priporočilo zdravnika	<b>2,14</b>	1,06	186	<b>2,13</b>	1,08	106	<b>2,18</b>	0,99	61
Popularnost športno rekreacijske panoge	<b>2,14</b>	1,02	187	<b>2,21</b>	1,06	107	<b>2,05</b>	0,92	61
Informacije v medijih	<b>1,80</b>	0,91	186	<b>1,75</b>	0,94	106	<b>1,82</b>	0,79	60

**Kateri od naštetih dejavnikov so za vas pomembni pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti?**

	Vse osebe			Moški			Ženske		
	Povprečje	SD	N	Povprečje	SD	N	Povprečje	SD	N
Ustrezni termini dejavnosti, ustrezen odpiralni čas	<b>4,42</b>	0,81	194	<b>4,38</b>	0,81	110	<b>4,52</b>	0,75	66
Čistoča	<b>4,40</b>	0,82	194	<b>4,30</b>	0,88	110	<b>4,56</b>	0,64	66
Cenovno dostopna ponudba	<b>4,25</b>	0,94	187	<b>4,17</b>	0,99	108	<b>4,37</b>	0,78	65
Dostopnost objekta	<b>4,23</b>	0,85	194	<b>4,15</b>	0,95	110	<b>4,33</b>	0,69	66
Urejenost objekta	<b>4,03</b>	0,85	194	<b>3,96</b>	0,88	110	<b>4,12</b>	0,81	66
Prijaznost osebja	<b>4,00</b>	0,92	194	<b>3,84</b>	0,98	110	<b>4,23</b>	0,78	66
Sodobna oprema	<b>3,79</b>	0,96	194	<b>3,86</b>	0,97	110	<b>3,74</b>	0,85	66
Možnost parkiranja	<b>3,76</b>	1,39	194	<b>3,61</b>	1,51	110	<b>3,97</b>	1,22	66
Strokovnost osebja	<b>3,72</b>	1,14	194	<b>3,45</b>	1,16	110	<b>4,23</b>	0,86	66
Bližina doma	<b>3,69</b>	1,09	188	<b>3,63</b>	1,17	109	<b>3,78</b>	0,98	65
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<b>3,20</b>	1,31	188	<b>2,92</b>	1,30	109	<b>3,65</b>	1,12	65
Bližina službe	<b>2,73</b>	1,29	184	<b>2,57</b>	1,30	107	<b>3,06</b>	1,27	63
Dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti (masaža, savna ...)	<b>2,67</b>	1,25	187	<b>2,51</b>	1,27	108	<b>2,91</b>	1,11	65
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<b>2,66</b>	1,26	188	<b>2,62</b>	1,33	109	<b>2,57</b>	1,08	65

*Tabela 8: Pregled rezultatov glede na ocene pomembnih dejavnikov (ločeno po športnih dejavnostih)*

**Kateri od naštetih dejavnikov so pomembno vplivali na odločitev za vaše ukvarjanje s športno rekreacijo?**

	Plavanje			Fitnes			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Skrb za zdravje	<b>4,37</b>	0,85	30	<b>3,98</b>	1,06	52	<b>4,41</b>	0,80	32	<b>4,20</b>	0,90	44
Nabiranje kondicije	<b>4,13</b>	0,82	30	<b>4,31</b>	0,73	52	<b>4,16</b>	0,68	32	<b>4,27</b>	0,69	44
Zmanjševanje stresa	<b>3,86</b>	1,01	28	<b>3,96</b>	1,03	52	<b>3,69</b>	1,12	32	<b>4,00</b>	0,93	43
Druženje s sovrstniki, prijatelji, z znanci	<b>2,70</b>	1,10	27	<b>3,12</b>	1,35	52	<b>3,28</b>	0,92	32	<b>4,02</b>	0,76	44
Zunanji videz	<b>3,11</b>	1,12	27	<b>3,73</b>	1,03	52	<b>3,94</b>	0,91	32	<b>3,34</b>	1,18	44

se nadaljuje

nadaljevanje

	Plavanje			Fitnes			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Informacije in priporočila sovrstnikov, prijateljev, sodelavcev	<b>2,48</b>	1,09	27	<b>2,18</b>	0,89	51	<b>2,48</b>	1,00	31	<b>2,52</b>	0,94	42
Priporočilo zdravnika	<b>2,56</b>	1,25	27	<b>1,80</b>	0,89	51	<b>2,16</b>	1,10	31	<b>2,21</b>	0,95	42
Hujšanje	<b>2,68</b>	1,12	28	<b>2,86</b>	1,16	50	<b>2,94</b>	1,34	31	<b>2,81</b>	1,19	42
Popularnost športno rekreacijske panoge	<b>1,74</b>	0,66	27	<b>2,12</b>	1,03	51	<b>1,81</b>	0,83	31	<b>2,51</b>	1,05	43
Informacije v medijih	<b>1,65</b>	0,56	26	<b>1,65</b>	0,84	51	<b>1,71</b>	0,86	31	<b>1,76</b>	0,85	42

**Kateri od naštetih dejavnikov so za vas pomembni pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti?**

	Plavanje			Fitnes			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Urejenost objekta	<b>4,20</b>	0,76	30	<b>4,04</b>	0,85	54	<b>3,72</b>	0,73	32	<b>4,13</b>	0,92	45
Dostopnost objekta	<b>4,40</b>	0,72	30	<b>4,19</b>	0,75	54	<b>4,09</b>	0,73	32	<b>4,24</b>	1,05	45
Prijaznost osebja	<b>3,90</b>	0,92	30	<b>4,04</b>	0,87	54	<b>4,06</b>	0,88	32	<b>4,07</b>	0,94	45
Strokovnost osebja	<b>3,67</b>	0,99	30	<b>3,78</b>	1,11	54	<b>4,13</b>	0,91	32	<b>3,60</b>	1,21	45
Sodobna oprema	<b>3,57</b>	0,97	30	<b>3,98</b>	0,84	54	<b>3,63</b>	0,75	32	<b>3,80</b>	0,97	45
Čistoča	<b>4,60</b>	0,62	30	<b>4,41</b>	0,88	54	<b>4,31</b>	0,74	32	<b>4,38</b>	0,86	45
Ustrezni termini dejavnosti, ustrezen odpiralni čas	<b>4,63</b>	0,67	30	<b>4,52</b>	0,61	54	<b>4,22</b>	0,87	32	<b>4,29</b>	0,92	45
Možnost parkiranja	<b>3,80</b>	1,32	30	<b>3,67</b>	1,55	54	<b>3,50</b>	1,48	32	<b>3,93</b>	1,39	45
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<b>2,97</b>	1,40	30	<b>3,43</b>	1,35	54	<b>3,63</b>	1,04	32	<b>2,89</b>	1,20	44
Dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti (masaža, savna ...)	<b>2,60</b>	1,33	30	<b>2,76</b>	1,27	54	<b>2,63</b>	0,98	32	<b>2,59</b>	1,32	44
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<b>2,30</b>	1,21	30	<b>2,22</b>	1,04	54	<b>2,28</b>	1,05	32	<b>3,36</b>	1,33	44
Bližina doma	<b>4,10</b>	0,96	30	<b>3,59</b>	1,06	54	<b>3,66</b>	1,00	32	<b>3,77</b>	1,14	44
Bližina službe	<b>2,93</b>	1,49	28	<b>2,80</b>	1,26	54	<b>2,97</b>	1,17	31	<b>2,60</b>	1,38	43
Cenovno dostopna ponudba	<b>4,40</b>	0,93	30	<b>4,22</b>	0,98	54	<b>4,25</b>	0,84	32	<b>4,16</b>	0,81	43

Tabela 9: Pregled rezultatov glede obiska, pričakovanj in zadovoljstva uporabnikov

**Ali ste uporabnik športno rekreacijskih dejavnosti v Parku Tivoli?**

	Frekvenca	Odstotek
Da	179	<b>94,2</b>
Ne	11	<b>5,8</b>
Skupaj	190	100,0

se nadaljuje

nadaljevanje

### **Koliko časa že obiskujete športno rekreacijske dejavnosti v Parku Tivoli?**

	Frekvenca	Odstotek
Manj kot 1 mesec	2	1,1
Od 1 do 3 mesecev	21	11,9
Od 3 do 6 mesecev	25	14,1
Od 6 do 12 mesecev	20	11,3
Od 1 do 2 leti	30	16,9
Od 2 do 5 let	37	20,9
Več kot 5 let	42	23,7
Skupaj	177	100,0

### **Katere dejavnosti ste se udeležili nazadnje?**

	Frekvenca	Odstotek
Plavanje	30	16,9
Fitnes	54	30,5
Vodeno vadbo	32	18,1
Tenis	45	25,4
Rekreativne igre z žogo (nogomet, košarka, odbojka, rokomet)	11	6,2
Drugo	5	2,8
Skupaj	177	100,0

### **Pogostost obiskovanja te dejavnosti**

	Frekvenca	Odstotek
Vsak dan	12	6,8
4- do 6-krat tedensko	39	22,0
2- do 3-krat tedensko	67	37,9
1-krat tedensko	43	24,3
1- do 3-krat mesečno	10	5,6
1-krat do nekajkrat letno	6	3,4
Skupaj	177	100,0

### **Uresničenje pričakovanj, ki so bila pred začetkom obiskovanja te dejavnosti**

	Frekvenca	Odstotek
Bistveno slabše od pričakovanega	3	1,7
Slabše od pričakovanega	11	6,2
V okviru pričakovanega	104	58,8
Bolje od pričakovanega	49	27,7
Bistveno boljše od pričakovanega	10	5,6
Skupaj	177	100,0

### **Obiskovanje dodatnih dejavnosti (poleg navedene)**

	Frekvenca	Odstotek
Ne obiskujem nobene druge dejavnosti.	61	37,0
Plavanje v bazenu Tivoli	39	23,6
Fitnes v Tivoliju	38	23,0
Tenis v Tivoliju	23	13,9
Drnanje v ledeni dvorani Tivoli	19	11,5
Plavanje v bazenu Kodeljevo	17	10,3
Tenis na Kodeljevem	15	9,1

se nadaljuje



nadaljevanje

	Frekvenca	Odstotek
Športi z žogo – rekreacija na zunanjih igriščih		
Šport Ljubljana	9	<b>5,5</b>
Vodena vadba v Tivoliju	8	<b>4,8</b>
Drugo (navedite dejavnost)	8	<b>4,8</b>
Športi z žogo – rekreacija v dvoranah Šport		
Ljubljana	7	<b>4,2</b>
Drsanje v ledeni dvorani Zalog	5	<b>3,0</b>
Športno streljanje na strelišču Rudnik	5	<b>3,0</b>
Kegljanje na kegljišču na Staničevi ulici za Bežigradom	3	<b>1,8</b>

### **Splošno zadovoljstvo z obiskom športno rekreacijskih dejavnosti**

	Frekvenca	Odstotek
Sploh nisem zadovoljen.	0	<b>0,0</b>
Nisem zadovoljen.	6	<b>3,6</b>
Nisem niti nezadovoljen niti zadovoljen.	9	<b>5,4</b>
Sem zadovoljen.	135	<b>80,8</b>
Zelo sem zadovoljen.	17	<b>10,2</b>
Skupaj	167	100,0

### **Zadovoljstvo pri obiskovanju navedene dejavnosti**

	Povprečje	SD	N
Prijaznost osebja	<b>4,27</b>	0,60	173
Dostopnost objekta	<b>4,21</b>	0,67	173
Urejenost prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov ...)	<b>3,94</b>	0,64	173
Strokovnost osebja	<b>3,93</b>	0,77	173
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<b>3,92</b>	0,50	167
Čistoča prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov ...)	<b>3,88</b>	0,76	173
Termini in delovni čas izvajanja dejavnosti	<b>3,79</b>	0,88	173
Možnost parkiranja	<b>3,76</b>	1,11	173
Dostopnost informacij o športni ponudbi	<b>3,74</b>	0,65	169
Jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi	<b>3,68</b>	0,74	169
Plačilni pogoji	<b>3,68</b>	0,83	173
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<b>3,59</b>	0,78	168
Opremljenost s sodobno opremo	<b>3,46</b>	0,85	173
Cena storitve	<b>3,41</b>	0,96	173

Tabela 10: Pregled rezultatov glede obiska, pričakovanj in zadovoljstva uporabnikov  
(ločeno po športnih dejavnostih)

Zadovoljstvo pri obiskovanju navedene dejavnosti	Plavanje			Fines			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Urejenost prostorov (recepcije, garderobe, vadbениh prostorov ...)	<b>4,03</b>	0,41	30	<b>4,02</b>	0,60	53	<b>3,97</b>	0,60	31	<b>3,77</b>	0,83	44
Dostopnost objekta	<b>4,20</b>	0,66	30	<b>4,40</b>	0,49	53	<b>4,32</b>	0,54	31	<b>3,95</b>	0,89	44
Možnost parkiranja	<b>3,97</b>	1,03	30	<b>4,00</b>	0,90	53	<b>4,16</b>	0,58	31	<b>3,05</b>	1,36	44
Čistoča prostorov (recepcije, garderobe, vadbениh prostorov ...)	<b>4,17</b>	0,46	30	<b>3,77</b>	0,93	53	<b>3,81</b>	0,65	31	<b>3,82</b>	0,81	44
Opremljenost s sodobno opremo	<b>3,63</b>	0,61	30	<b>3,51</b>	0,82	53	<b>3,03</b>	1,11	31	<b>3,52</b>	0,79	44
Prijaznost osebja	<b>4,20</b>	0,48	30	<b>4,42</b>	0,69	53	<b>4,45</b>	0,51	31	<b>4,14</b>	0,51	44
Strokovnost osebja	<b>4,03</b>	0,56	30	<b>4,02</b>	0,77	53	<b>4,32</b>	0,48	31	<b>3,55</b>	0,85	44
Cena storitve	<b>3,83</b>	0,65	30	<b>3,04</b>	1,14	53	<b>3,55</b>	0,89	31	<b>3,61</b>	0,75	44
Plačilni pogoji	<b>3,87</b>	0,51	30	<b>3,70</b>	1,03	53	<b>3,55</b>	0,93	31	<b>3,70</b>	0,67	44
Termini in delovni čas izvajanja dejavnosti	<b>3,67</b>	0,80	30	<b>3,79</b>	1,13	53	<b>4,00</b>	0,63	31	<b>3,84</b>	0,78	44
Dostopnost informacij o športni ponudbi	<b>3,73</b>	0,45	30	<b>3,83</b>	0,65	52	<b>3,70</b>	0,70	30	<b>3,81</b>	0,63	43
Jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi	<b>3,73</b>	0,45	30	<b>3,75</b>	0,62	52	<b>3,80</b>	0,81	30	<b>3,65</b>	0,78	43
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<b>3,87</b>	0,35	30	<b>3,92</b>	0,55	52	<b>4,07</b>	0,58	30	<b>3,86</b>	0,47	42
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<b>3,60</b>	0,62	30	<b>3,50</b>	0,78	52	<b>3,80</b>	0,71	30	<b>3,53</b>	0,93	43

#### Frekvence odgovorov po športnih dejavnostih

	Vsi udeleženci	Plavanje	Fitness	Vodena vadba	Tenis
Število udeležencev	177	30	54	32	45
<b>Kako dolgo ste že naš uporabnik?</b>					
Manj kot 1 mesec	<b>2</b>	1	1	0	0
Od 1 do 3 mesecev	<b>21</b>	0	12	8	1
Od 3 do 6 mesecev	<b>25</b>	8	9	8	0
Od 6 do 12 mesecev	<b>20</b>	3	7	9	0
Od 1 do 2 leti	<b>30</b>	3	15	3	8
Od 2 do 5 let	<b>37</b>	9	6	4	12
Več kot 5 let	<b>42</b>	6	4	0	24
Skupaj	177	30	54	32	45
<b>Pogostost obiskovanja dejavnosti</b>					
Vsak dan	12	2	9	0	1
4- do 6-krat tedensko	39	6	21	1	10
2- do 3-krat tedensko	67	14	19	16	12
1-krat tedensko	43	5	3	13	14
1- do 3-krat mesečno	10	1	1	2	5
1-krat do nekajkrat letno	6	2	1	0	3
Skupaj	177	30	54	32	45

se nadaljuje

nadaljevanje

	Vsi udeleženci	Plavanje	Fitnes	Vodena vadba	Tenis
Število udeležencev	177	30	54	32	45

#### Uresničena pričakovanja, ki so bila pred začetkom obiskovanja dejavnosti

Bistveno slabše od pričakovanega	3	0	0	0	3
Slabše od pričakovanega	11	0	3	1	6
V okviru pričakovanega	104	23	31	11	28
Bolje od pričakovanega	49	7	17	14	8
Bistveno boljše od pričakovanega	10	0	3	6	0
Skupaj	177	30	54	32	45

#### Obiskovanje dodatnih dejavnosti (poleg navedene)

Drsanje v ledeni dvorani Tivoli	19	3	7	1	4
Drsanje v ledeni dvorani Zalog	5	1	2	0	0
Plavanje v bazenu Tivoli	39	6	14	9	8
Plavanje v bazenu Kodeljevo	17	9	4	1	3
Fitnes v Tivoliju	38	8	17	7	3
Vodene vadbe v Tivoliju	8	2	4	1	1
Tenis v Tivoliju	23	2	0	2	18
Tenis na Kodeljevem	15	1	1	2	10
Športi z žogo – rekreacija v dvoranah Šport Ljubljana	7	0	2	1	1
Športi z žogo – rekreacija na zunanjih igriščih Šport Ljubljana	9	1	3	0	2
Kegljanje na kegljišču na Staničevi ulici za Bežigradom	3	0	0	0	3
Športno streljanje na strelišču Rudnik	5	1	0	3	1
Drugo (navedite dejavnost)	8	3	2	0	1
Ne obiskujem nobene druge dejavnosti	61	12	16	15	15

#### Splošno zadovoljstvo z obiskom športno rekreacijskih dejavnosti

Sploh nisem zadovoljen.

Nisem zadovoljen.	6	0	0	1	5
Nisem niti nezadovoljen niti zadovoljen.	9	1	3	0	4
Sem zadovoljen.	135	25	44	23	31
Zelo sem zadovoljen.	17	4	4	6	3
Skupaj	167	30	51	30	43

#### Odstotki odgovorov po športnih dejavnostih

	Vsi udeleženci	Plavanje	Fitnes	Vodena vadba	Tenis
Število udeležencev	177	30	54	32	45

#### Kako dolgo ste že naš uporabnik?

Manj kot 1 mesec	1,1	3,3	1,9	0,0	0,0
Od 1 do 3 mesecev	11,9	0,0	22,2	25,0	2,2
Od 3 do 6 mesecev	14,1	26,7	16,7	25,0	0,0
Od 6 do 12 mesecev	11,3	10,0	13,0	28,1	0,0
Od 1 do 2 leti	16,9	10,0	27,8	9,4	17,8
Od 2 do 5 let	20,9	30,0	11,1	12,5	26,7
Več kot 5 let	23,7	20,0	7,4	0,0	53,3

se nadaljuje

nadaljevanje

	Vsi udeleženci	Plavanje	Fitnes	Vodena vadba	Tenis
Število udeležencev	177	30	54	32	45
<b>Pogostost obiskovanja dejavnosti</b>					
Vsak dan	6,8	6,7	16,7	0,0	2,2
4- do 6-krat tedensko	22,0	20,0	38,9	3,1	22,2
2- do 3-krat tedensko	37,9	46,7	35,2	50,0	26,7
1-krat tedensko	24,3	16,7	5,6	40,6	31,1
1- do 3-krat mesečno	5,6	3,3	1,9	6,3	11,1
1-krat do nekajkrat letno	3,4	6,7	1,9	0,0	6,7
<b>Uresničitev pričakovanj, ki so bila pred začetkom obiskovanja dejavnosti</b>					
Bistveno slabše od pričakovanega	1,7	0,0	0,0	0,0	6,7
Slabše od pričakovanega	6,2	0,0	5,6	3,1	13,3
V okviru pričakovanega	58,8	76,7	57,4	34,4	62,2
Bolje od pričakovanega	27,7	23,3	31,5	43,8	17,8
Bistveno boljše od pričakovanega	5,6	0,0	5,6	18,8	0,0
<b>Obiskovanje dodatnih dejavnosti (poleg navedene)</b>					
Drsanje v ledeni dvorani Tivoli	11,5	10,0	13,0	3,1	8,9
Drsanje v ledeni dvorani Zalog	3,0	3,3	3,7	0,0	0,0
Plavanje v bazenu Tivoli	23,6	20,0	25,9	28,1	17,8
Plavanje v bazenu Kodeljevo	10,3	30,0	7,4	3,1	6,7
Fitnes v Tivoliju	23,0	26,7	31,5	21,9	6,7
Vodene vadbe v Tivoliju	4,8	6,7	7,4	3,1	2,2
Tenis v Tivoliju	13,9	6,7	0,0	6,3	40,0
Tenis na Kodeljevem	9,1	3,3	1,9	6,3	22,2
Športi z žogo – rekreacija v dvoranah Šport Ljubljana	4,2	0,0	3,7	3,1	2,2
Športi z žogo – rekreacija na zunanjih igriščih Šport Ljubljana	5,5	3,3	5,6	0,0	4,4
Kegljanje na kegljišču na Staničevi ulici za Bežigradom	1,8	0,0	0,0	0,0	6,7
Športno streljanje na strelišču Rudnik	3,0	3,3	0,0	9,4	2,2
Drugo (navedite dejavnost)	4,8	10,0	3,7	0,0	2,2
Ne obiskujem nobene druge dejavnosti.	37,0	40,0	29,6	46,9	33,3
<b>Splošno zadovoljstvo z obiskom športno rekreacijskih dejavnosti</b>					
Sploh nisem zadovoljen.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nisem zadovoljen.	3,6	0,0	0,0	3,3	11,6
Nisem niti nezadovoljen niti zadovoljen.	5,4	3,3	5,9	0,0	9,3
Sem zadovoljen.	80,8	83,3	86,3	76,7	72,1
Zelo sem zadovoljen.	10,2	13,3	7,8	20,0	7,0

**Priloga 16: Izračuni povprečnih vrednosti ocen in rezultati Bonferronijevega post hoc testa**

Razlike pri ocenah dejavnikov in razlogov, ki so **pomembno vplivali na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo**

*Tabela 11: Povprečne vrednosti ocen dejavnikov, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo*

	Plavanje			Fitnes			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Skrb za zdravje	<b>4,37</b>	0,85	30	<b>3,98</b>	1,06	52	<b>4,41</b>	0,80	32	<b>4,20</b>	0,90	44
Nabiranje kondicije	<b>4,13</b>	0,82	30	<b>4,31</b>	0,73	52	<b>4,16</b>	0,68	32	<b>4,27</b>	0,69	44
Zmanjševanje stresa	<b>3,86</b>	1,01	28	<b>3,96</b>	1,03	52	<b>3,69</b>	1,12	32	<b>4,00</b>	0,93	43
<b>Druženje s sovrstniki, prijatelji, z znanci</b>	<b>2,70</b>	1,10	27	<b>3,12</b>	1,35	52	<b>3,28</b>	0,92	32	<b>4,02</b>	0,76	44
<b>Zunanji videz</b>	<b>3,11</b>	1,12	27	<b>3,73</b>	1,03	52	<b>3,94</b>	0,91	32	<b>3,34</b>	1,18	44
Informacije in priporočila sovrstnikov, prijateljev, sodelavcev	<b>2,48</b>	1,09	27	<b>2,18</b>	0,89	51	<b>2,48</b>	1,00	31	<b>2,52</b>	0,94	42
<b>Priporočilo zdravnika</b>	<b>2,56</b>	1,25	27	<b>1,80</b>	0,89	51	<b>2,16</b>	1,10	31	<b>2,21</b>	0,95	42
Hujšanje	<b>2,68</b>	1,12	28	<b>2,86</b>	1,16	50	<b>2,94</b>	1,34	31	<b>2,81</b>	1,19	42
<b>Popularnost športno rekreacijske panoge</b>	<b>1,74</b>	0,66	27	<b>2,12</b>	1,03	51	<b>1,81</b>	0,83	31	<b>2,51</b>	1,05	43
Informacije v medijih	<b>1,65</b>	0,56	26	<b>1,65</b>	0,84	51	<b>1,71</b>	0,86	31	<b>1,76</b>	0,85	42

Opomba: Analiza odgovorov na vprašanje, kateri od naštetih dejavnikov so pomembno vplivali na odločitev vprašanega za ukvarjanje s športno rekreacijo.

*Tabela 12: Povzetek testiranja razlik v povprečnih ocenah pomembnosti dejavnikov, ki vplivajo na odločitev za ukvarjanje s športom in z rekreacijo*

	$df_1$	$df_2$	F	p
Skrb za zdravje	3	154	1,814	0,147
Nabiranje kondicije	3	154	0,533	0,660
Zmanjševanje stresa	3	151	0,684	0,563
<b>Druženje s sovrstniki, prijatelji, z znanci</b>	3	151	9,751	<b>0,000</b>
<b>Zunanji videz</b>	3	151	3,972	<b>0,009</b>
Informacije in priporočila sovrstnikov, prijateljev, sodelavcev	3	147	1,285	0,282
<b>Priporočilo zdravnika</b>	3	147	3,386	<b>0,020</b>
Hujšanje	3	147	0,242	0,867
<b>Popularnost športno rekreacijske panoge</b>	3	148	5,027	<b>0,002</b>
Informacije v medijih	3	146	0,181	0,909

Opomba: Prikazani so rezultati enosmerne analize variance (ANOVA).

Razlike pri ocenah dejavnikov, ki so **pomembni pri obisku** športne dejavnosti

Tabela 13: Povprečne vrednosti ocen dejavnikov, ki so pomembni pri obisku športne dejavnosti

	Plavanje			Fitnes			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	v
Urejenost objekta	<b>4,20</b>	0,76	30	<b>4,04</b>	0,85	54	<b>3,72</b>	0,73	32	<b>4,13</b>	0,92	45
Dostopnost objekta	<b>4,40</b>	0,72	30	<b>4,19</b>	0,75	54	<b>4,09</b>	0,73	32	<b>4,24</b>	1,05	45
Prijaznost osebja	<b>3,90</b>	0,92	30	<b>4,04</b>	0,87	54	<b>4,06</b>	0,88	32	<b>4,07</b>	0,94	45
Strokovnost osebja	<b>3,67</b>	0,99	30	<b>3,78</b>	1,11	54	<b>4,13</b>	0,91	32	<b>3,60</b>	1,21	45
Sodobna oprema	<b>3,57</b>	0,97	30	<b>3,98</b>	0,84	54	<b>3,63</b>	0,75	32	<b>3,80</b>	0,97	45
Čistoča	<b>4,60</b>	0,62	30	<b>4,41</b>	0,88	54	<b>4,31</b>	0,74	32	<b>4,38</b>	0,86	45
Ustrezni termini dejavnosti, ustrezen odpiralni čas	<b>4,63</b>	0,67	30	<b>4,52</b>	0,61	54	<b>4,22</b>	0,87	32	<b>4,29</b>	0,92	45
Možnost parkiranja	<b>3,80</b>	1,32	30	<b>3,67</b>	1,55	54	<b>3,50</b>	1,48	32	<b>3,93</b>	1,39	45
<b>Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu</b>	<b>2,97</b>	1,40	30	<b>3,43</b>	1,35	54	<b>3,63</b>	1,04	32	<b>2,89</b>	1,20	44
Dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti (masaža, savna ...)	<b>2,60</b>	1,33	30	<b>2,76</b>	1,27	54	<b>2,63</b>	0,98	32	<b>2,59</b>	1,32	44
<b>Dodatna ponudba gostinske dejavnosti</b>	<b>2,30</b>	1,21	30	<b>2,22</b>	1,04	54	<b>2,28</b>	1,05	32	<b>3,36</b>	1,33	44
Bližina doma	<b>4,10</b>	0,96	30	<b>3,59</b>	1,06	54	<b>3,66</b>	1,00	32	<b>3,77</b>	1,14	44
Bližina službe	<b>2,93</b>	1,49	28	<b>2,80</b>	1,26	54	<b>2,97</b>	1,17	31	<b>2,60</b>	1,38	43
Cenovno dostopna ponudba	<b>4,40</b>	0,93	30	<b>4,22</b>	0,98	54	<b>4,25</b>	0,84	32	<b>4,16</b>	0,81	43

Opomba: Analiza odgovorov na vprašanje, kateri od naštetih dejavnikov so za vprašanega pomembni pri obiskovanju športno rekreacijske dejavnosti.

Tabela 14: Povzetek testiranja razlik v povprečnih ocenah dejavnikov pomembnih pri obisku športne dejavnosti

	df <sub>1</sub>	df <sub>2</sub>	F	p
Urejenost objekta	3	157	2,148	0,096
Dostopnost objekta	3	157	0,745	0,527
Prijaznost osebja	3	157	0,247	0,864
Strokovnost osebja	3	157	1,604	0,191
Sodobna oprema	3	157	1,847	0,141
Čistoča	3	157	0,735	0,533
Ustrezni termini dejavnosti, ustrezen odpiralni čas	3	157	2,223	0,088
Možnost parkiranja	3	157	0,618	0,604
<b>Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu</b>	3	156	2,982	<b>0,033</b>
Dodatna ponudba sprostitvenih dejavnosti (masaža, savna...)	3	156	0,191	0,902
<b>Dodatna ponudba gostinske dejavnosti</b>	3	156	9,667	<b>0,000</b>
Bližina doma	3	156	1,601	0,191
Bližina službe	3	152	0,567	0,637
Cenovno dostopna ponudba	3	155	0,425	0,735

Opomba: Prikazani so rezultati enosmerne analize variance (ANOVA).

Razlike pri ocenah dejavnikov **zadovoljstva** po športno rekreacijskih dejavnostih

Tabela 15: Povprečne vrednosti ocen dejavnikov zadovoljstva

	Plavanje			Fitnes			Vodena vadba			Tenis		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Urejenost prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov ...)	<b>4,03</b>	0,41	30	<b>4,02</b>	0,60	53	<b>3,97</b>	0,60	31	<b>3,77</b>	0,83	44
<b>Dostopnost objekta</b>	<b>4,20</b>	0,66	30	<b>4,40</b>	0,49	53	<b>4,32</b>	0,54	31	<b>3,95</b>	0,89	44
<b>Možnost parkiranja</b>	<b>3,97</b>	1,03	30	<b>4,00</b>	0,90	53	<b>4,16</b>	0,58	31	<b>3,05</b>	1,36	44
Čistoča prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov ...)	<b>4,17</b>	0,46	30	<b>3,77</b>	0,93	53	<b>3,81</b>	0,65	31	<b>3,82</b>	0,81	44
<b>Opremljenost s sodobno opremo</b>	<b>3,63</b>	0,61	30	<b>3,51</b>	0,82	53	<b>3,03</b>	1,11	31	<b>3,52</b>	0,79	44
<b>Prijaznost osebja</b>	<b>4,20</b>	0,48	30	<b>4,42</b>	0,69	53	<b>4,45</b>	0,51	31	<b>4,14</b>	0,51	44
<b>Strokovnost osebja</b>	<b>4,03</b>	0,56	30	<b>4,02</b>	0,77	53	<b>4,32</b>	0,48	31	<b>3,55</b>	0,85	44
<b>Cena storitve</b>	<b>3,83</b>	0,65	30	<b>3,04</b>	1,14	53	<b>3,55</b>	0,89	31	<b>3,61</b>	0,75	44
Plačilni pogoji	<b>3,87</b>	0,51	30	<b>3,70</b>	1,03	53	<b>3,55</b>	0,93	31	<b>3,70</b>	0,67	44
Termini in delovni čas izvajanja dejavnosti	<b>3,67</b>	0,80	30	<b>3,79</b>	1,13	53	<b>4,00</b>	0,63	31	<b>3,84</b>	0,78	44
Dostopnost informacij o športni ponudbi	<b>3,73</b>	0,45	30	<b>3,83</b>	0,65	52	<b>3,70</b>	0,70	30	<b>3,81</b>	0,63	43
Jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi	<b>3,73</b>	0,45	30	<b>3,75</b>	0,62	52	<b>3,80</b>	0,81	30	<b>3,65</b>	0,78	43
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	<b>3,87</b>	0,35	30	<b>3,92</b>	0,55	52	<b>4,07</b>	0,58	30	<b>3,86</b>	0,47	42
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	<b>3,60</b>	0,62	30	<b>3,50</b>	0,78	52	<b>3,80</b>	0,71	30	<b>3,53</b>	0,93	43

Opomba: Analiza odgovorov na vprašanje, kako bi ocenili zadovoljstvo glede naštetih dejavnikov pri obiskovanju te dejavnosti.

Tabela 16: Povzetek testiranja razlik v povprečnih ocenah dejavnikov zadovoljstva

	df <sub>1</sub>	df <sub>2</sub>	F	p
Urejenost prostorov (recepције, garderobe, vadbenih prostorov ...)	3	154	1,465	0,226
<b>Dostopnost objekta</b>	3	154	3,829	<b>0,011</b>
<b>Možnost parkiranja</b>	3	154	10,008	<b>0,000</b>
Čistoča prostorov (recepcije, garderobe, vadbenih prostorov ...)	3	154	1,866	0,138
<b>Opremljenost s sodobno opremo</b>	3	154	3,183	<b>0,026</b>
<b>Prijaznost osebja</b>	3	154	2,937	<b>0,035</b>
<b>Strokovnost osebja</b>	3	154	7,911	<b>0,000</b>
<b>Cena storitve</b>	3	154	5,964	<b>0,001</b>
Plačilni pogoji	3	154	0,738	0,531
Termini in delovni čas izvajanja dejavnosti	3	154	0,736	0,532
Dostopnost informacij o športni ponudbi	3	151	0,365	0,778
Jasnost in natančnost informacij o športni ponudbi	3	151	0,312	0,817
Raznolika ponudba športnih dejavnosti na enem mestu	3	150	1,174	0,322
Dodatna ponudba gostinske dejavnosti	3	151	1,008	0,391

Opomba: Prikazani so rezultati enosmerne analize variance (ANOVA).